

УДК 316.324.8:004]:159.923.2

ПРОЯВИ КОНФОРМІЗМУ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Черепаха М.О.

Науковий керівник – к. філос. н., доц. Покровський А.М.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. Філософії
м. Харків, Україна

тел. +38(093)4882419

Modernity is characterized by the wide implementation of information technologies in the field of communication. In this new communication space, certain changes are taking place, which the basic forms of interaction of the individual with the social environment undergo, and, first of all, this concerns such a psychosocial phenomenon as conformism. Problematic consideration of the essence of this phenomenon is one of the significant tasks of modern social psychology.

Кожній людині притаманна така риса, як зміна поведінки або переконань в результаті реального або уявного тиску групи. Така поведінка є проявом психосоціального феномену, що отримав назву конформізму. Конформізм це важливий механізм колективного регулювання поведінки індивіда, його адаптації; проте в певних умовах він може призводити до негативних наслідків, причому як для самої особи, так і для колективу [1]. В умовах інформаційного суспільства у просторі Інтернету стрімко сформувалось нове комунікативне середовище, специфічними ознаками якого є анонімність, відсутність традиційних ієрархій та авторитетів, зменшення ролі традиційних посередників та «соціальних фільтрів», необмеженість, мінливість та доступність комунікації [2]. Тому актуальним є дослідження тих специфічних змін, яких зазнають у цьому новому просторі комунікації базові форми взаємодії особистості з соціальним оточенням, і насамперед це стосується саме конформізму. Значний внесок у вивчення конформізму внесли дослідження соціальних психологів Соломона Аша [3] та Стенлі Мілгрема [4], які продемонстрували його сутність та механізми. Ці дослідження мають важливе значення для розуміння того, як ми приймаємо рішення та як ми можемо змінити свою поведінку залежно від певного розуміння контексту. Соломон Аш дослідив звільняючий вплив групи (ліберативний ефект) та довів, наскільки важко людині опиратися тиску групи, якщо навіть група висказує вочевидь невірні твердження [3]. Найбільшого значення набули дослідження Стенлі Мілгрема, які продемонстрували принципову залежність поведінки індивіда від соціального контексту та впливу інших людей. Мілгрем виявив та систематизував чинники, що обумовлюють конформну поведінку, а саме легітимність авторитету, інституційний авторитет, емоціональне віддалення та звільняючий вплив групи.

По-перше, легітимність авторитету. Авторитетність ґрунтується уявленнями про легітимність та компетентність джерела конформного впливу. Наприклад, одним із проявів конформізму як в віртуальному так і в реальному просторі є наслідування модних трендів. Люди намагаються слідувати за тим, що «вважається» популярним і модним, навіть якщо це не відповідає їх власним уподобанням. Часто люди наслідують поведінку інших користувачів, вони намагаються повторювати дії інших, навіть якщо це не відповідає їхнім принципам.

По-друге, інституційний авторитет. В реальному повсякденному житті авторитети, які підтримуються різними інститутами, також мають соціальну владу. Тобто людина здатна спиратися в формуванні своєї думки на репутацію певних установ. Деякі люди можуть конформуватися до думки та дій офіційних інституцій, таких як уряд чи поліція, навіть якщо це може суперечити їхнім власним переконанням.

По-третє, емоціональне віддалення. Ця умова дуже чітко проявляється у інтернет-просторі, де панує анонімність та принципова алокальність (відсутність просторової прив'язки індивіда) комунікації. Відчуженість у таких умовах є ще більш вираженою, ніж у реальному житті, де безпосередня присутність всіх учасників комунікації може певним чином обмежувати агресію через співчуття.

По-четверте, безпосередній вплив групи. Саме прагнення бути «нормальним» та демонстрація цієї «нормальності» оточуючим і є головним фактором конформізму. Принципово важливо, хто саме формує уявлення про цю «нормальність», хто є суб'єктом, що її впроваджує та підтримує. У інтернет-просторі таким суб'єктом частіше за все є анонімна аудиторія певного ресурсу, яка і виступає у якості колективного суб'єкта і підтримує ілюзію загального схвалення. Людині важко протистояти загалу саме тому, що загал і є та інстанція, що стверджує норму. Але, на відміну від реальних соціальних груп та колективів, віртуальні інтернет-аудиторії можуть з легкістю ставати об'єктом маніпулятивного тиску через ті самі інструменти, що були розглянуті вище. І вже через примусовий тиск аудиторії маніпулятори можуть створювати певні умови, що будуть впливати на окремих учасників комунікації через механізми конформності. В цьому контексті інтернет-комунікація здається більш вразливою для маніпуляції поведінкою через конформну схильність індивіда.

Список використаних джерел

1. Майерс Д. (2016). Соціальна психологія. – Прайм-Євроснак.
2. Покровский А.Н. (2014). Некоторые аспекты проблемы идентичности в условиях современного коммуникативного пространства. The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Theory of Culture and Philosophy of Science; № 1142. С. 112-118.
3. Аш С. (1952). Соціальна психологія. – Наука.
4. Мілгрем С. (2019). Підкорення авторитету. – Альпіна.