

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ИДЕНТИЧНОСТИ ЧЛЕНОВ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Моисеева Н. Н., Кузьмин М. Ю.

*ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», Иркутск, Россия
E-mail: Natasha10011994@yandex.ru*

Проблема идентичности долгое время является ключевой проблемой во многих отраслях науки, таких как психология, социология и философия. В современном мире происходит становление нового общества, общества наполненного технологиями и доступной информацией. В век современных технологий проблема поиска себя, своей идентичности становится особенно актуальной. Большая часть населения земли являются постоянными пользователями интернета, численность активных пользователей в социальных сетях увеличивается ежедневно. В мире, переполненном информацией, происходит утрата устоявшихся ценностей, с помощью которых человек определяет своё место в социуме. С другой стороны, человек осваивает новые способы видения самого себя, окружающего мира и себя в этом мире.

Изучением социальной идентичности и межгрупповых отношений занималось множество исследователей. Среди основных можно выделить таких ученых, как А. Тэджфел, Дж. Тернер, М. Шериф, Д. Кемпбелл, П. Бергер и Т. Лукман. Изучение идентичности и Я-концепции связывают с работами Дж. Г. Мида, Ч. Кули, Р. Фогельсона, И. Гоффмана и др.

Вместе с тем проблема изучения идентичности членов сообществ в социальных сетях является новой, как и сам феномен социальных сетей. Поэтому в данном обзоре мы постарались проанализировать основные подходы к решению этой проблемы.

Поведение испытуемых в интернете, а также особенности идентичности активных пользователей интернета, являлось предметом изучения ряда отечественных исследователей.

В своей работе «Образ “Я” интернет-зависимых и интернет-независимых социальных агентов в виртуальном пространстве Т. А. Наумова [4] ставит целью изучение образа «Я» в ситуации взаимодействия социальных агентов. Ее интересует как презентуют себя в виртуальном пространстве лица, являющиеся интернет-зависимыми, и лица таковыми не являющиеся. Используются методики «Образ «Я» в ситуации взаимодействия в виртуальном сообществе» (авторы Н. И. Леонов, Т. А. Наумова), методика выявления отношения к интернету «Незаконченные предложения» (адаптированная А. Е. Жичкиной), опросник «Отношение к интер-

нету» (составитель Е. А. Щепилина), методика исследования уровня субъективного контроля (Е. Ф. Баженине, Е. А. Голынкина, А. М. Эткинд), пятифакторный опросник личности У. Норманна, методика исследования самооотношения (С. Р. Пантिलеев).

А. Е. Жичкина в своей работе «Взаимосвязь идентичности и поведения в интернете пользователей юношеского возраста» [1] в качестве цели своего исследования видела анализ и эмпирическое исследование роли структуры и содержания идентичности в регуляции поведения в интернете.

При этом в своем исследовании А. Е. Жичкина основное внимание уделяет взаимосвязи поведения в интернете и идентичности, разделяя испытуемых именно по степени «открытости альтернативам», когда человек выделяет для себя достаточно широкий спектр возможностей [1, с. 12].

А. Е. Жичкина приходит к выводу, согласно которому «закрытые» респонденты в интернете стремятся соответствовать идеальному образу «Я». Это проявляется в близости ролевой позиции «Я в интернете» к «идеальному Я» по первым двум наиболее значимым факторам, объясняющим 66 % суммарной дисперсии. При этом «идеальное Я» «закрытых» наделяется всевозможными положительными характеристиками: «сильный», «активный», «хороший», «добрый», «умный», «красивый», что может быть интерпретировано как притязания на грандиозность во всех отношениях и в глобальных масштабах.

Анализируя подходы различных авторов (Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина и др.), Т. А. Наумова описывает интернет-среду как место, где социальному агенту предоставлены максимальные возможности для самоопределения и самоконструирования. Последние обстоятельства позволяют экспериментировать со своей идентичностью, одинаково отдавая ее и от идеальной, и от реальной моделей. Последний феномен определяется как создание виртуальной личности.

В целом, по мнению Т. А. Наумовой, самопрезентация в интернете представляет собой осуществление желаний – силы, могущества, красоты, принадлежности и т. д. [4, с. 22]. С одной стороны, виртуальная самопрезентация может отражать желания, неудовлетворенные в реальной жизни, – быть прямым следствием реальной идентичности. С другой стороны, виртуальная самопрезентация, помимо удовлетворения неосуществленных или неосуществимых по разным причинам в виртуальности желаний, может быть связана с техническими особенностями коммуникации в интернете и опытом социального агента. Таким образом, виртуальная самопрезентация может служить выражением по-

давленной части своей личности или удовлетворять потребность в признании и силе [1, с. 15]. Удовлетворяя эту потребность, социальные агенты создают такую виртуальную самопрезентацию, которая соответствует их идеалу «Я» и замещает их плохое реальное «Я».

На наш взгляд, то обстоятельство, что самопрезентация в интернете является реализацией своего идеального «Я», не является специфичным именно для интернета. Так, по данным О. А. Пикулёвой, одной из целей самопрезентации всегда является потребность в социальном одобрении, утверждение желательной «Я»-концепции. Она ссылается на позицию Б. Шленкера, согласно которой самопрезентация не является только обманчивой или манипулятивной деятельностью, она может также представлять собой «...попытку сообщить аудитории «правильный портрет» индивида. Обычно этот портрет отражает слегка «отшлифованную» и улучшенную Я-концепцию, но он является тем, во что «актер» искренне верит сам». Изучая мотивацию, лежащую в основе самопрезентации, Д. Майерс делает вывод о том, что «...существуют неоспоримые свидетельства того, что люди иногда преподносят себя не такими, каковы они на самом деле», и при этом определяют самопрезентацию как «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать у окружающих и у самого себя благоприятное впечатление».

Таким образом, по нашему мнению, самопрезентация как в обычной жизни, так и в интернете не отличаются принципиально; скорее, интернет является еще одним способом самопрезентации. В этом смысле создание «виртуальной» личности является лишь одним из способов самовыражения. Соответственно, ее изучение может быть важным шагом на пути исследования самой идентичности.

Данный подход уже реализовывался в ряде исследований [2; 3; 6]. Однако, по нашему мнению, перспективным может быть анализ непосредственного участия испытуемых в различных сетевых сообществах.

Литература

1. Жичкина А. Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2001. 32 с.
2. Кузьмин М. Ю., Монеткин А. А. Особенности самопрезентации детей и подростков в сети интернет // Проблемы теории и практики современной психологии : материалы XIII ежегод. всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. Иркутск, 2014. С. 316–319.
3. Монеткин А. А., Кузьмин М. Ю. Особенности самопрезентации детей и подростков в сети интернет // Проблемы теории и практики современной психологии : тез. докл. XII ежегод. всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (с междунар. участием), посвящ. 20-летию факультета психологии

ИГУ / редкол.: И. А. Конопак, А. В. Глазков, Е. А. Кедярова, И. В. Ярославцева, О. В. Синева. – Иркутск, 2013. – С. 253–255.

4. Наумова Т. А. Реконструкция образа «Я» в виртуальном пространстве Интернет // Психология XXI столетия: материалы ежегод. симп. психологов. Ярославль, 2006. С. 22–24.

5. Идентичность: социально-психологические и социально-философские аспекты: коллективная монография / К. В. Патырбаева, В. В. Козлов, Е. Ю. Мазур, Г. М. Конобеев, Д. В. Мазур, К. Марицас, М. И. Патырбаева; науч. ред. К. В. Патырбаева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2012. 250 с.

6. Царев М. В., Кузьмин М. Ю. Страница в социальной сети как презентация личностью своей я-концепции // Проблемы теории и практики современной психологии: тез. докл. XII ежегод. Всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (с междунар. участием), посвящ. 20-летию факультета психологии ИГУ / редкол.: И. А. Конопак, А. В. Глазков, Е. А. Кедярова, И. В. Ярославцева, О. В. Синева. Иркутск, 2013. С. 289–291.