

## ФІЛОСОФІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ

---

УДК 130. 2

**В.І. Штанько**

Харківський національний університет радіоелектроніки,  
д. філос. н., проф., зав. каф. філософії

### ВІРТУАЛЬНИЙ КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР І ПРОБЛЕМИ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

---

*Розглядаються особливості конструювання особистості та її самопрезентації в сучасному комунікативному просторі, створеному інформаційно-комп'ютерними технологіями. Особлива увага приділяється особливостям самопрезентації особистості в чатах, інтернет-спільнотах, блогах, мотивам формування віртуальної особистості та аналізу суперечливого впливу віртуального комунікативного простору на самоідентифікацію особистості*

*Ключові слова: віртуальний комунікативний простір, самопрезентації особистості, віртуальна ідентичність, самоідентифікація.*

**В.И. Штанько**

### ВИРТУАЛЬНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ПРОБЛЕМЫ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

*Рассматриваются особенности конструирования личности и ее самопрезентации в современном коммуникативном пространстве, созданном информационно-компьютерными технологиями. Особое внимание уделяется особенностям самопрезентации личности в чатах, интернет-сообществах, блогах, мотивам формирования виртуальной личности и анализа противоречивого влияния виртуального коммуникативного пространства на самоидентификацию личности*

*Ключевые слова: виртуальное коммуникативное пространство, самопрезентация личности, самоидентификация.*

**V. Shtanko**

### VIRTUAL COMMUNICATIVE SPACE AND PROBLEMS OF SELF-IDENTIFICATION OF PERSONALITY

*The features of identity's constructing and its self-presentation in modern communicative space, that was created by information and computer technologies are considered in this article. The special attention is paid to the features of self-presentation of personality in chats, online communities, blogs, to motives of forming of virtual personality and analysis of controversial impact of virtual communication space on individual self-identification.*

*Keywords: virtual communication space, self presentation of persnality, self-identification.*

Особливості формування принципово нового простору самоідентифікації особистості, простору вибору нею власної соціальної ролі та засобів самовиразу в кінці ХХ – початку ХХІ ст. стало однією з актуальних проблем філософських роздумів. Суттєвий вклад в становлення цієї проблеми вносять інформаційно-комунікативні технології, які не тільки створюють новий технологічний уклад, але й новий комунікативний простір, нову соціокультурну реальність, включаючи в себе різноманітні форми усного спілкування, засоби масової інформації, а з кінця ХХ ст. і глобальну мережу Інтернет. Створення глобальної мережі Інтернет, яка с 90-х років ХХ ст. стає основою глобальної комунікації, поступово зв'язує між собою велику кількість мереж і людей, елімінує відстані, які роз'єднують людей, стирає кордони між державами, створює умови для формування віртуальних спільнот, змінюючи стереотипи їх світосприйняття і спосіб життя. Акцент в розумінні особистості переноситься на розгляд її в аспекті комунікативних взаємодій, які розглядаються як необхідна умова формування власної ідентичності.

Проблеми, що стосуються впливу інформаційно-комп'ютерних технологій на формування особистості, на усвідомлення людиною себе в сучасному світі досліджуються Гі Дебором, Е. Гідденсом, Н. Луманом, Ф. Уебстером, П. Слотердайком, К. Вульфом, П. Вірлію, П. Бурдьє та ін. Їм співзвучні роботи представників соціального конструктивізму Дж. Міда, Ч. Кулі, Т. Парсонса, І. Гофмана, П. Бергера, Т. Лукмана, К. Гергена, Р. Харре та ін., які роблять акцент на формуванні різноманітних «Я-образів» в умовах сучасного суспільства, в якому ідентичність розглядається як результат соціальних інтеракцій. Однак дослідження цих проблем знаходиться, на нашу думку, поки на початковому етапі.

Метою даної статті є розгляд особливостей конструювання ідентичності особистості в сучасному віртуальному комунікативному просторі і усвідомлення впливу «віртуальної ідентичності» на реальну особистість.

Комунікаційний простір сучасної культури має досить складну і розгалужену структуру, одним із елементів якої є віртуальна реальність. Незважаючи на багатозначність терміну «віртуальний», «віртуальна реальність» в контексті даної статті віртуальну реальність будемо розуміти як віртуальний комунікативний простір, створений комп'ютерними технологіями, як певну ілюзорну аудіовізуальну реальність тривимірного світу, створюваного за допомогою комп'ютерних технологій, що дозволяє людям взаємодіяти між собою і з представленими в ньому об'єктами. Синонімічним до цього поняття є термін «кіберпростір», який акцентує увагу не тільки на зорово-слухових механізмах сприйняття комп'ютерної моделі світу, але й на чуттєво-тактильних, створюючи як ілюзію просторовості, так і ілюзію суб'єктивної присутності в ньому<sup>1</sup>.

В дослідженнях Ф. Хеміта, М. Кастельса, Г. Рейнгольда, Ш. Тьоркл Д. Іванова, Л. Жичкіної та інш. зроблена спроба формування цілісної концепції віртуальної реальності як складного імітаційного символічного простору, в якому реалізуються основні потреби людини – потреби у спілкуванні, в пізнанні та розвагах (грі). У цьому просторі можна «зустріти» інших людей, розважально-ігрові комплекси, пізнавальні масиви. Всі прояви культури, від гірших до кращих, від найбільш елітних до найбільш популярних, поєднуються в цьому цифровому універсумі, що радикально трансформує простір і час, фундаментальні виміри людського життя.

Віртуальна реальність, створена на основі інформаційно-комп'ютерних технологій, на думку багатьох дослідників, є головною культурною подією, що може справити значний вплив на нашу свідомість, на усвідомлення своєї ідентичності. Дослідники віртуальної реальності виділяють такі її особливості: **породженість** –

<sup>1</sup> Потреба в ілюзорному житті, коли світ розкривається як пригода, є антропологічною властивістю вважає Л.О. Мікешина [див.: 1, с.204]

віртуальна реальність продукується активністю якої-небудь іншої реальності, зовнішньої стосовно неї; **актуальність** – віртуальна реальність існує актуально, тільки «тут і зараз», тільки поки існує активна реальність, що її породжує; **автономність** – у віртуальній реальності свій час, простір і закони існування; для людини, що перебуває у ній, немає поза нею минулого й майбутнього; **інтерактивність** – віртуальна реальність може взаємодіяти з усіма іншими реальностями, у тому числі із тією, що її породжує, як онтологічно незалежна від них.

Слід зазначити, що конструювання власної культурної ідентичності в умовах віртуальної реальності відбувається під значним впливом особливостей процесів комунікації в цій реальності, оскільки, як слушно підкреслює Н. Луман, «людські відносини, як і саме суспільне життя неможливі без комунікації» [2, с. 43]. Віртуальна реальність і віртуальне спілкування сьогодні має настільки ж важливе значення, що й реальні комунікативні практики. «Проживання» значної частини свого життя в кіберпросторі змушує людину конструювати власну культурну ідентичність в умовах цього специфічного середовища нарівні з формуванням реальної ідентичності.

Найбільш характерними особливостями комунікацій в віртуальній реальності, порівняно зі спілкуванням в реальному просторі, є невидимість суб'єктів комунікації та неможливість безпосереднього візуально-аудіального контакту між ними, анонімність, слабка регламентованість поведінки та практична відсутність соціальних обмежень, багатоманітність середовищ спілкування, видів діяльності і способів самопрезентації [3, р. 158]. В інтернет-просторі міжособистісне спілкування набуває загального характеру, але здійснюється в основному в безособистісній формі. Співбесідник може сповіщати про себе неповну і навіть недостовірну інформацію, він психологічно звільняється від необхідності репрезентувати в процесі комунікації самого себе, конструюючи той образ "Я", який йому заманеться<sup>2</sup>.

Це створює як певні обмеження і незручності комунікації, так і безсумнівні переваги в спілкуванні та в конструюванні власної культурної ідентичності. Однією з таких переваг є можливість створювати мережеву ідентичність повністю за своїм вибором дозволяючи особистості грати власною ідентичністю, демонструвати власне уявлення про себе. Як відзначають А.С. Жичкіна і О.П. Белінська, «невидимість означає можливість зміни зовнішнього вигляду та повної редукції невербальних проявів і, в кінцевому підсумку, майже абсолютного управління враженням про себе» [4]. Через низку об'єктивних технологічних особливостей Мережі (анонімності, дистантності, відсутності маркерів тілесності) віртуальна комунікація створює для користувача максимальні можливості у самовизначенні і безпосередньому самоконструюванні.

Віртуальний комунікативний простір стає альтернативним майданчиком самовираження та пошуку нових стратегій самопрезентації, «важливою соціальною лабораторією для експериментів зі створення і реконструкції Я, що характеризує життя в постмодерністському суспільстві» [5, р. 147]. Сьогодні, як відзначається багатьма дослідниками, «Я» як регулююча і смислостворююча структура стає надмірною: нерідко соціально необхідною залишається лише інсценування своєї індивідуальності [6]. В умовах Інтернет-середовища самоідентифікація особистості зводиться переважно до самопрезентації, можливості якої потенціально безмежні за виключенням тілесного чинника. Тобто єдиною реальністю особистості у віртуальному комунікативному просторі є реальність самопрезентації.

Під **самопрезентацією** за звичай розуміють процес свідомого або неусвідомленого пред'явлення особистістю себе за допомогою вербальних і невербальних засобів комунікації з метою формування у співрозмовника певного враження і побудови подальшої комунікації з ним. Особливістю самопрезентації в

<sup>2</sup> Сучасні технології мають в своєму арсеналі різноманітні способи самопрезентації (самоопис, анкети, COP1 (Cell Of Personal Information), власні інтернет-сторінки тощо).

просторі віртуальної реальності є вербальний (текстуальний) характер. Як правило, особистість презентує себе в віртуальному комунікативному просторі шляхом заведення облікового запису – сукупності інформації про користувача – аккаунт (від англійського *account* – обліковий запис, особистий рахунок), що, як правило, містить відомості необхідні для ідентифікації користувача при підключенні до системи – його ім'я (нікнейм) та пароль – і підтримують реєстрацію користувачів (блоги, форуми, сайти тощо). Мультимедіа-світи крім цього пропонують вибрати собі певну візуальну особистість, надіти віртуальний маскарадний костюм – **аватар** (невеличку картинку, яка представляє певну людину в віртуальній реальності, відображаючи сутність, зовнішність, характер користувача). Віртуал може надавати про себе реальні відомості або вигадані, презентуючи себе в певній віртуальній спільноті. При цьому віртуальна особистість може значно відрізнитися від реальної, презентуючи себе як представник певної статі, раси, національності, віросповідання, професії, політичної орієнтації, культурних традицій тощо. Така самопрезентація особистості в віртуальному комунікативному просторі нагадує діяльність акторів, що грають певну роль, глибоко вживаючись в неї.

Найбільшу роль в контексті конструювання власної ідентичності в віртуальному комунікативному просторі за своїми уподобаннями та випробування нового досвіду, відсутнього в реальності, відіграють **комп'ютерні рольові ігри, різноманітні соціальні мережі, чати, блоги, мережеві спільноти**. Все більшої популярності серед користувачів Інтернету набуває ведення особистих щоденників on-line – наприклад, **Live Journal**.

Рольова комп'ютерна гра – це простий і доступний спосіб моделювання іншого світу чи таких життєвих ситуацій, в яких людина ніколи не була і не буде в реальності. Рольові ігри, особливо в дитячому віці, є частиною пізнавальної діяльності людини. Всі діти грають в ігри, свідомо приймаючи на себе роль дорослих, задовольняючи неусвідомлену потребу в пізнанні навколишнього світу. З віком рольові ігри замінюються інтелектуальними і людина дуже рідко має можливість прийняти на себе роль іншої людини, хоча підсвідомо потреба в цьому зберігається: шофер хоче глянути на світ очима льотчика, чоловік – побути в ролі жінки, відкинутий суспільством невдаха мріє хоча б хвилину побути лідером.

Потрапляючи у **світ комп'ютерних ігор**, людина отримує нове ім'я, що символізує початок її *віртуального життя*. Комп'ютерні рольові ігри, наприклад, MUDs (від "multi-user dimension" – рольова гра, у якій багато користувачів об'єднані в одному віртуальному просторі), дають можливість прийняти придуману роль легко і безперешкодно, дозволяють насолодитися всіма можливостями нової ролі, задовольнити пов'язані з нею бажання та потреби. В комп'ютерних іграх немає тих заборон та обмежень, які мають місце в реальному соціумі, тому геймер відчуває себе вільно і комфортно, маючи можливість безкарно здійснювати будь-які вчинки. Оскільки в реальному світі геймер цього зробити не може через низку певних соціальних табу і переконань, що його обмежують, він прагне повернутися в роль віртуальну, яка з часом займає все більше місце в його особистості. Таким чином в рольових комп'ютерних іграх ніхто і ніщо не обмежує індивіда у творчості: він може створювати будь-яку бажану ідентичність. Наприклад, граючи в яку-небудь багатокористувацьку онлайн-гру, індивід може сконструювати свою етнічну ідентичність, перетворившись на ельфа, гнома або жителя іншої планети, створити певну професійну чи гендерну ідентичність, вибравши в налаштуваннях гри бажану стать і професію. Крім того, один гравець має можливість створити кілька персонажів і таким чином приміряти на собі декілька різних ідентичностей. Віртуальний світ в певній мірі дає можливість стати тим, ким хочеш бути без будь-яких обмежень. При цьому в онлайн-грі індивід створює

повноцінного персонажа з тілесними та розумовими характеристиками, здібностями тощо.

З іншого боку, онлайн-гра практично не дає можливості людині бути самим собою, в онлайн-грі, як правило, конструюється швидше бажана альтернативна ідентичність, ніж відтворюється реальна. Трансформуючи образ свого "Я", геймер поєднує у своїй свідомості два життя (віртуальне та реальне) і, відповідно, два різних образи (реальної людини та комп'ютерного героя). Досліджуючи структуру самосвідомості гравців у комп'ютерні ігри, психологи висловили припущення [7], згідно якого зміни в структурі особистості гравців можуть відбуватися за рахунок того, що комп'ютерна гра забезпечує інтенсивний досвід аналізу власних успіхів і невдач, а це призводить до зміни Я-образу і локусу контролю. Вибір геймером конкретних Аватар може сигналізувати про те, що відбувається в його свідомості.

Оскільки інформаційний простір у своєму віртуальному вимірі є (принаймні сьогодні) простором вербальним, на перший план у ньому виступають самоопис як форма самоідентифікації особистості. Максимальному самовираженню сприяють чати (Internet Real Chat – засіб обміну повідомленнями в мережі в режимі реального часу, що імітує живе спілкування)<sup>3</sup>, персональні сайти (своєрідне конструювання свого світу, з важливими для самої особистості пріоритетами і установками) і блоги (мережеві щоденники). Віртуальність провокує людину на активність, креативність, звільнення від різних психологічних комплексів, сформованих у реальному житті. Причому це звільнення відбувається саме в мовній сфері, оскільки людина існує в інтернеті в мовній формі, репрезентує себе тільки через текст.

Значне місце в процесі самопрезентації в Інтернеті займає **чат**. Основним засобом самопрезентації є ім'я (нік) і Аватар. Нік і форми комунікативного прояву особистості за звичай розглядають як ядро засобів самопрезентації в чаті, тоді як мовні засоби та засоби вираження емоцій є скоріше периферійними. Виділяють низку типових моделей, за якими створюються ніки: 1) на основі власних імен, 2) на основі образного переносу від найменувань природних явищ або назв тварин, 3) літературні імена, 4) імена, утворені від найменувань якостей і проявів особистості, 5) «комп'ютерні» імена, 6) агресивні імена, 7) незвичайні ніки, створені в протиріччі з уявленнями про імена [8]. Нік, з одного боку, є просто іменем, під яким суб'єкт презентує себе в чаті, з іншого – самостійною віртуальною особистістю з конкретними стереотипами поведінки, характером, темпераментом. В цьому контексті є слушною думка А.А. Селютіна, відносно того що «в лінгвістичних дослідженнях досить твердо устоявся термін «мовна маска», запропонований В. Віноградовим, для позначення певного образу, прихованого за ніком. Сукупність мовних масок використовується суб'єктом в різних ситуаціях віртуального спілкування, формує онлайн-особистість комуніканта» [ 9, с. 140].

Чати дозволяють учасникам Інтернет-спілкування змінювати маски, грати не тільки іменами, але й віком, статтю, професією, досліджуючи грані і можливості свого віртуального Я. Шеррі Теркл у своїй знаменитій книзі "Життя на екрані" говорила про "множинності" та "хиткість" уявлення людського "Я" в середовищі віртуального спілкування [10]. Невидимість суб'єкта комунікації в віртуальному просторі породжує певну специфіку конструювання ним власної ідентичності. З одного боку, ніхто і ніщо не обмежує індивіда створювати будь-яку бажану мережеву ідентичність, а отже у нього є можливість майже повного управління враженням про себе в мережевій спільноті, можливість експериментувати з ідентичністю. У мережі Інтернет ми можемо дозволити собі бути тими, ким ми є насправді, чого в реальному житті ми, зрозуміло, дозволити

<sup>3</sup> Люди активно користуються програмами, які замінюють чати: Skype (скайп), ICQ (аська), Mail.ru-агент та інші. Це набагато зручніше. Але все-таки є люди, які спілкуються в чатах. В основному це молоді люди, найчастіше, 14 – 17 років.

собі не можемо. Формується переконання, що ідентичності при необхідності можна одягати і знімати як при зміні одягу. На думку деяких дослідників, найбільш яскравими прикладами такого експериментування є віртуальна «зміна статі» та девіантна поведінка в мережі [див.4].

Марк Постер в 2000 році вводить поняття «мобільної ідентичності», досліджуючи особливості кібердемократії та зазначаючи, що вихід з фізичного простору повністю змінює правила політичної гри [11]. Метаморфозам цієї мобільної та анонімної, "карнавальної" ідентичності присвячено чимало робіт психологів, хоча її ера відходить в минуле.

Отже, знаходячись в віртуальному просторі, людина по суті займається самотворенням своєї ідентичності і сервери MUD (від "multi-user dimension" – рольова гра, в якій велика кількість користувачів об'єднані в одному віртуальному просторі) або IRC (IRC (Internet Relay Chat), ICQ роблять можливим спілкування з іншими такими ж множинними ідентичностями. Віртуальне «Я» учасників неформальної інтернет-комунікації нерідко відрізняється від реального «Я» – змінюється вік, стать, опис зовнішності, біографічна інформація тощо<sup>4</sup>. Тобто «Інтернет, – як зазначає Ш. Тьоркл, – виступає ще одним елементом комп'ютерної культури, який сприяє формуванню уявлення про ідентичність як множинність. В Інтернеті люди здатні творити себе, переміщуючись в декількох "Я" [10, р. 178].

Як свідчать дослідження останніх років спілкування в чаті втрачають свою популярність. Інтерактивний чат як особлива форма буття і репрезентацій особистості поступово перетворюється з форми спілкування в літературно-ігровий жанр і певне соціальне середовище, альтернативне існуючому. В якості суб'єктів мережевої творчої комунікації, її учасники конструюють особливий дискурсивний простір, характеристики якого багато в чому схожі з дискурсом літературного твору, де коди автора, тексту і адресата спочатку не збігаються. Взаємодія відбувається не стільки між індивідами як суб'єктами, цілісними неподільними особистостями, скільки між зображуваними ними персонажами. Реальна людина, що стоїть за віртуальним персонажем і його автором, стає практично недосяжною для Іншого, не тільки через свою географічну віддаленість і анонімність, але в значній мірі через розбіжність в кодах, що належать автору, персонажу і реальному суб'єкту. Дослідження свідчать, що це соціальне середовище за своїми сутнісними характеристиками виявляється багато в чому схоже як з простором гри, так і з простором нарративу [13]. Так само як і в останньому, аналітичними компонентами чату є час, сюжет, персонаж, і його роль, точка зору і голос. Середовищу інтерактивного чату органічно відповідає створюваний автором (суб'єктом) фантазійний образ, що коректно реалізується за допомогою візуально-вербальних маніфестацій (стратегій і тактик спілкування), адекватних навмисно чи довільно заданому сюжету в рамках відповідного комунікативного наміру.

Розвиток суспільства, в якому статус особистості в значній мірі визначається положенням в Мережі, Інтернет стає не стільки платформою створення вигаданої, анонімної та мінливої ідентичності, а й платформою для відновлення стабільної ідентичності. «Враховуючи хаос ідентичностей і культуру мобільності, які цього періоду передували, знайти і визначити своє стабільне "Я" було не так просто. Стабільна ідентичність у віртуальному світі виникла поступово, як би намагаючи себе в хиткому просторі, якому будь-яка конкретність була чужою. Від чатів, де ідентичність могла змінюватись з кожним входом, до програм месенджерів (наприклад ICQ), де спочатку було прийнято використовувати вигадані імена – "ніки", але при цьому "нік" залишався стабільним від входу до входу у віртуальний простір» [12, с. 9].

---

<sup>4</sup>Цю ситуацію психологи називають ідентифікаційним зсувом, користуючись термінологією А. Сосланда.

Іншим віртуальним простором, в якому можна конструювати свою ідентичність є **Інтернет-спільноти**. Це можуть бути спільноти представників певної субкультури, професійні чи жіночі спільноти, релігійні клуби тощо. Спілкування в них відбувається за допомогою тексту, графіки, рідше – звукових та відеоматеріалів, тому способи вираження тілесності досить обмежені. Однак тут значно більше, ніж в онлайн-грі, можливостей сконструювати реальну культурну ідентичність. Віртуальні спільноти – найяскравіший приклад того, як культура симуляції змінює традиційні уявлення про людську ідентичність. Говард Рейнгольд, професор Каліфорнійського університету в Берклі, автор відомої книги «Розумний натопт: Нова соціальна революція», визначає віртуальні спільноти як «соціальні агрегації, що виникають в Мережі, коли достатня кількість людей протягом тривалого часу приймає участь у публічних дискусіях, зазнаючи людські емоції, необхідні для формування павутини особистісних взаємин у кіберпросторі» [14, с.71]. Об'єднуючими чинниками віртуальних спільнот (мережєвих співтовариств) виступають загальні цілі, інтереси і потреби; загальні ресурси до яких члени спільноти мають доступ; характерний тип дискурсу та тезаурус. Комунікаційним середовищем цих спільнот є переважно кіберпростір.

Існують різні точки зору на те, наскільки самопрезентація в умовах домашніх сторінок, блогів відповідає реальній особистості користувача, тобто наскільки самопрезентація є свідомим творенням, конструюванням образу себе чи вона в певній мірі є спонтанною і стильові характеристики особистості все одно зберігаються, будь то Інтернет чи реальність. Одним з основних достоїнств мережі Інтернет завжди була анонімність. «В Інтернеті ніхто не знає, що ти собака» – цей популярний афоризм відповідає дійсності лише частково. Він, безумовно, підходить для «ситуацій спілкування»: чатів, форумів, MUD's та інших. Поява блогів, зазначають Олександр і Григорій Асмолови, також починалося з вельми відчутної присутності сторінок, чий господарі були анонімні, незважаючи на постійну прив'язку контенту блогу до конкретного "ніку". Паралельно з'явилася практика подвійного життя, так званих "блогів-віртуалів", коли людина вела два блоги – один, де його особа була відома, і інший – під маскою. Проте з часом загравання з власної анонімністю ставало все менш модним і цікавим [12, с.10]. Роздуми про привабливість анонімності в Мережі втратили свою актуальність після того як основним середовищем спілкування в Інтернеті стали соціальні мережі – Однокласники, ВКонтакті.

Коли людина створює персональну сторінку або блог з метою розповісти світові про своє існування, то вона швидше за все буде відповідати дійсності, автор, контролюючи зміст свого сайту, скоріше опустить деяку інформацію про себе, ніж буде її перекручувати. Можливість управляти враженням про себе в Інтернеті часто розглядається як відсутність автентичності та маніпуляція іншими. Однак дослідження показали, що незалежно від того, чи відбувається цей процес в реальності чи у віртуальному світі, нам важливо, яке враження ми справляємо на інших, і ми активно прагнемо цим враженням керувати [15].

В віртуальному комунікативному просторі особистості стали більш відкритими і не бояться викладати в мережу Інтернет інформацію про себе і своїх близьких. Вони діляться своїми думками, коментують ті чи інші події та думки, залишають відгуки одне для одного і все це відкрито для інших користувачів мережі Інтернет, які, вже можна сказати, утворюють нове суспільство, в якому немає поняття "чужий".

Отже структура суб'єкта Інтернет-комунікації включає компоненти реальної і віртуальної особистості, співвідношення яких безпосередньо впливає на ідентичність і процес самопрезентації. Віртуальна особистість є результатом реконструкції в мережевому комунікативному просторі справжнього або вигаданого образу, онтологія якого задається реальним суб'єктом. Вона має великий діяльнісний потенціал, що за багатьма параметрам перевищує потенціал реальної особистості в силу своєї

мобільності та різноманіття засобів самопрезентації. Стаючи самостійним суб'єктом мережевої спільноти, віртуальна особистість може служити потужним інструментом впливу на реальну особистість і суспільство в цілому: чи то через «пошук себе» і своєї ідентичності (особливо в підлітковому віці), чи то через прагнення бути прийнятим і оціненим у віртуальному співтоваристві, через пошук оптимальним форм побудови соціальних контактів. Чим більше розвивається Інтернет, чим більше він поглинає різні сфери нашого життя, тим більше часу ми проводимо у віртуальному просторі. «Не тільки ми вриваємося у віртуальний світ своєю ідентичністю, але і віртуальний світ вривається в нас, добудовуючи і розширюючи простір нашого "я", слушно підкреслюють Олександр і Григорій Асмолови [12, с. 12]. Звідси, конструювання своєї віртуальної особистості – це вже не примха дозвілля. Воно виступає як необхідна умова соціального розвитку особистості. Формується принципово новий тип символічного існування людини, культури, соціуму, який починає виступати в якості основоположного для всіх інших типів і в якому фізична, психологічна та соціальна складові особистості заломлюються під впливом Інтернет-технології і, в новій своїй якості, створюючи нові умови комунікації і особистісного розвитку.

#### Перечень ссылок

1. Микешина, Л.А. Новые образы познания и реальности / Л.А. Микешина, М.Ю. Опенков. – М., 1997. – 240 с.
2. Луман, Н. Невероятные коммуникации / Н. Луман. // Проблемы теоретической социологии. – Вып.3. – СПб., 2000.
3. Turkle, Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space / Sh. Turkle // Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction. – N.Y., 1996. – P. 156 – 175.
4. Белинская, Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина. – М., 2004. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.
5. Turkle, Sh. Constructions and reconstructions reality of self in virtual reality: Playing in the MUDs / Sh. Turkle // Culture of Internet Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, Mahwah. – NJ, US, 1997. – P.143 – 155.
6. Белинская, Е.П. Социальная психология: хрестоматия / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс. 2003.
7. Фомичева, Ю.В. Психологические корреляты увлеченности компьютерными играми / Ю.В. Фомичева, А.Г. Шмелев, И.В. Бурмистров // Вестник МГУ. – Сер 14 Психология. – 1991. – №3. – С. 27 – 39.
8. Покровська, Е.А. Самопрезентація в чаті (на матеріалі російських та англійських інтернет-чатів) [Електронний ресурс] / Е.А. Покровська. – Режим доступу: <http://study-english.info/article012.php>
9. Селюгин, А.А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности / А.А. Селюгин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – №35. – Вып. 37. Филология. Искусствоведение. С. 138 – 141.
10. Turkle, Sherry. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet / Sh. Turkle. – New York: Simon and Schuster, 1995.
11. Poster, Mark. CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere / M. Poster. – University of California: Irvine, 1995.
12. Асмолов, А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире / А. Асмолов, Г. Асмолов // Вопросы психологии. – 2009. – №3. – С. 3 – 15.
13. Завьялова, З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации. Автореф канд. филос. наук / З.С. Завьялова. – Томск. 2011.
14. Рейнгольд, Г. Умная толпа: Новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 416 с.
15. Doring, N. Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. [E-resource] <http://log.netbib.de/archives/2002/12/05/personal-home-pages-on-the-web-a-review-of-research/>