

ТИПОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНИХ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ СОБИСТОСТІ

Ідеться про типи віртуальної ідентичності особистості, які з'являються внаслідок Інтернет-соціалізації. Автором запропоновано опитувальник, що дає змогу виявити тип віртуальної ідентичності.

Ключові слова: Інтернет-соціалізація, особистість, віртуальна ідентичність.

Постановка проблеми

Вступ. Результатом реальної соціалізації є формування соціальної ідентичності особистості. Дослідниками достатньо розглянуто особистості становлення гендерної, етнічної, громадської ідентичності особистості. Проте людина з кожним днем освоює нові території життя як у реальному, так і у віртуальному планах. Властивості віртуального простору Інтернету породжують потребу в реплікації або множинній самопрезентації власної особистості для позначення меж власної присутності. Отже, результатом соціалізації в Інтернет-просторі є формування віртуальної ідентичності. Можна припустити, що результатом соціалізації в Інтернет-середовищі є формування віртуальної ідентичності особистості. За даними дослідження компанії «InMind» станом на початок 2-го півріччя 2012 р. 17,6 мільйонів жителів України старше за 15 років (45% дорослого населення) регулярно користуються Інтернетом, а чисельність Інтернет-аудиторії з 2008 р. збільшилася на 44%. Отже дослідження формування нових ідентичностей у зазначеному просторі стає не тільки предметом інтересу науковців, а й соціальним замовленням суспільства.

Аналіз останніх досліджень. Насамперед необхідно визначити, що у наукових дослідженнях можна зустріти поняття віртуальний образ «Я», віртуальна ідентичність, віртуальна самопрезентація, віртуальна особистість. У зв'язку з цим усі наукові дослідження проблеми ідентичності у мережі Інтернет можна виокремити у чотири напрями. Перший напрям пов'язано з дослідженням проблем віртуальної самопрезентації особистості у віртуальному просторі Інтернету. Так, у працях І. Гоффмана самопрезентація розглядається як процес управління індивідом виробленим враженням з метою контролювання поведінки інших людей і особливо їхньої відповідної реакції на вироблені дії [4]. Особливості самопрезентації особистості в умовах Інтернет-комунікації розглядаються у дослідженнях О. Горошко, З. Зав'ялової. Багато дослідників відзначають, що найпоширенішим способом існування у віртуальних світах (блогах, форумах, чатах) є використання масок (псевдонімів, ніків, аватарок, мовних чи візуальних штампів) [3].

Другий напрям досліджень пов'язано із трансформацією Я-образу користувачів Інтернету. Так у дослідженнях Н. Чудової акцентовано увагу, що Інтернет-технології не просто надають нові можливості для комунікації, а породжують особливе культурний простір, в якому суб'єкт залучається в нові види діяльності й отримує в своє розпорядження знаряддя, що опосередковують процес формування образу «Я» [5].

Ще один напрям досліджень задає теорія віртуальної особистості Є. Горного, в основі якої — такі тези: віртуальна особистість є об'єктом, якому приписуються якості суб'єкта, але статус існування якого не визначений; віртуальна особистість відрізняється від реальної тим, що вона не має матеріального тіла і складається виключно із знаків і дій, з образів, думок і почуттів, які вона породжує в психіці спостерігачів; віртуальна особистість має комплекс знаків, що існують в електронному середовищі, яке виступає носієм цих знаків; віртуальна особистість володіє власним ім'ям; здатністю до автономної дії [2].

Четвертим напрямом досліджень є обстеження власно віртуальної ідентичності. Основна кількість соціально-психологічних досліджень віртуальності орієнтована на аналіз закономірностей побудови віртуальної ідентичності користувача, а саме відображає інтерес до вивчення способів підтримки позитивної соціальної ідентичності, до аналізу процесу самокатегоризації через включення в нього прототипових компонентів,

до постановки проблеми множинної ідентичності, до розгляду соціальної її складової як ієрархічно організованої, до аналізу побудови ідентичності як дискурсивної дії (Ю.Бабаєва, О.Белінська, А.Жічкіна, Т. Келер, В.Фріндте). Ці дослідження носять феноменологічний характер і за об'єкт дослідження використовують побудову користувачем віртуальної особистості в іграх[1].

Взаємозв'язок ідентичності і поведінки в Інтернеті досліджується у працях А. Жічкіної, Є. Белінської. У дослідженнях О. Дубровіної і Н. Дмитрієвої, Т. Наумової розглядається аддиктивна ідентичність віртуально залежної особистості [2].

В. Пронін розглядає ідентичність в Інтернеті як різновид ідентичності в реальному світі. Дослідник вважає, що ідентичність може розглядатися в контексті трьох складових (біологічна, соціальна, психологічна), але із суттєвими корективами. У дослідженнях Є. Уханова проведено паралель між технологічним втіленням хмар і комунікативною реалізацією. У цьому контексті вводиться поняття хмарної ідентичності, а процес ідентифікації індивіда в мережі позначається як хмарна ідентифікація.

У дослідженнях Є. Співак вказується, що конструювання ідентичності не завжди відбувається усвідомлено. Люди дуже розрізняються за ступенем усвідомлення і контролю ідентичності в мережі. Одні роблять повністю усвідомлений, вибір своєї ідентичності, інші — частково усвідомлений, а треті взагалі не замислюються і живуть з ілюзією повного контролю над собою. У кожному з цих випадків ми маємо справу з взаємодією сконструйованих образів, але ці образи конструюються з різним ступенем рефлексивності їх суб'єкта.

Ми вважаємо, що поняття віртуальна особистість, віртуальна ідентичність, віртуальний образ «Я», віртуальна самопрезентація у межах нашого дослідження можна вживати як синонімічні. Крім того, треба визначити, що незважаючи на значущість проведених досліджень і розроблені підходи до вивчення віртуальної ідентичності, типологію віртуальних ідентичностей визначено не було.

Ми враховуємо значущість проведених досліджень, проте, необхідно визначити, що формування віртуальної ідентичності не розглядалося дослідниками як результат соціалізації в Інтернет-просторі. Проблема, на нашу думку, полягає в тому, що в процесі Інтернет-соціалізації може бути сформована як просоціальна віртуальна ідентичність, так і асоціальна або антисоціальна віртуальні ідентичності. Саме для уникнення ситуацій формування девіантної ідентичності або зниження ризику її формування слід виявити можливі наслідки процесу Інтернет-соціалізації.

Отже, *метою* статті є визначення можливих типів віртуальних ідентичностей особистості.

Виклад основного матеріалу

Передусім визначимося, що, з нашого погляду, Інтернет-соціалізація — це багаторівневий процес, який розгортається на всіх щаблях віртуального простору і являє собою процес інтерференції зразків поведінки, психологічних установок, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, засвоєних суб'єктом у реальному суспільстві і можливо привабливих для особистості, але не реалізованих у реальному просторі через неможливість їх реалізації, зразків поведінки, психологічних установок, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, унаслідок чого формується новий вид ідентичності — віртуальна ідентичність суб'єкта в Інтернеті.

Між процесами реальної та Інтернет-соціалізації можна визначити такі відмінності:

1. Процес Інтернет-соціалізації не завжди є продовженням соціалізації реальної і може відбуватися самостійно, паралельно соціалізації в реальному просторі. Результати реальної соціалізації можуть не впливати на перебіг Інтернет-соціалізації.

2. У процесі Інтернет-соціалізації формується нова віртуальна ідентичність особистості, яка може не співпадати з реальною чи з ідеальною ідентичностями. За висновками О. Белінської, формування віртуальної ідентичності особистості у просторі Інтернету можливе двома способами [1]:

- через перенесення у віртуальний простір вже відомих та напрацьованих у соціальному світі символів (статі, віку тощо), тобто через віртуальну реконструкцію соціальної ідентичності;

- через осмислення ціннісних орієнтирів своєї діяльності, через формування себе у віртуальному просторі як активного суб'єкта, тобто через віртуальну реконструкцію персональної ідентичності.

У першому випадку ми маємо справу з продовженням реальної соціалізації в Інтернеті, у другому — з Інтернет-соціалізацією.

3. У процесі Інтернет-соціалізації суб'єктність вища над об'єктністю, під час реальної соціалізації, навпаки, перевищує об'єктність.

Віртуальна особистість підпорядковується деяким вимогам: вона не співвідноситься ні з «ідеальним», ні з «реальним» Я; вона висловлює прагнення випробувати щось раніше не випробуване (Turkle, Sempsey); створення «віртуальної особистості» не завжди є компенсаторним прагненням до подолання об'єктивних чи суб'єктивних труднощів реального спілкування і взаємодії (Фріндте, Келер, А.Жічкіна); користувачами старше-підліткового і юнацького віку найчастіше «віртуальна особистість» створюється саме з метою випробувати новий досвід, що може бути пояснено віковим прагненням до самовираження, реалізовану через «примірку» на себе різних ролей (А.Жічкіна, О. Белінська).

Враховуючи попередні дослідження, ми вважаємо, що віртуальна ідентичність особистості формується у трьох площинах, позначених такими векторами:

1. Віртуальність. Під реальними особистостями слід розуміти користувачів, які виходять в Інтернет під своїм ім'ям і мережева активність яких корелює з реальним життям. У цьому випадку людина використовує вміння, навички із реального життя для перебування у віртуальному просторі.

Віртуальні особистості іменуються псевдонімами (ім'я користувача, прізвище), а їх біографія в Інтернеті є вигаданою. Можливі варіації, коли під реальним ім'ям публікуються вигадані історії, коли реальне життя заховане за псевдонімом, або коли одним автором створюється відразу кілька особистостей (реальні та віртуальні).

2. Просоціальність — асоціальність — антисоціальність. Створена ідентичність може бути як антисоціальною, так і асоціальною або просоціальною. Від спрямованості створеної ідентичності залежить характер діяльності особистості.

3. Залученість до Інтернет-діяльності. Людина може працювати в Інтернет-середовищі іноді або з більшим ступенем залученості.

За зазначеними критеріями можна визначити шість типів віртуальної ідентичності:

1. Віртуальна антисоціальна з високим рівнем включеності (хакери).

2. Віртуальна асоціальна з високим рівнем включеності (мешканці порносайтів, ресурсів, де розповсюджують наркотики).

3. Віртуальна просоціальна з високим рівнем включеності (постійні користувачі пошукових сайтів, модератори соціальних сайтів, творці).

4. Віртуальна антисоціальна з низьким рівнем включеності (епізодичні порушення норм мережі).

5. Віртуальна асоціальна з низьким рівнем включеності (відвідувачі порносайтів, флудери, спамери).

6. Віртуальна просоціальна з низьким рівнем включеності (електронна пошта, скайп, відвідувачі соціальних сайтів, пошукових сайтів).

Проте постає важливе питання про методику, яка б вимірювала наявність в особистості визначеного типу віртуальної ідентичності.

У наступний момент існує методика О. Щепіліної «Сприйняття Інтернету», яка містить такі шкали: 1) Фактори залежності людини. Залежність, на думку дослідниці, виражається у приналежності до мережевої субкультури, нецілеспрямованості поведінки та потребі у сенсорній стимуляції. 2) Особливості сприйняття Інтернету. Зазначена шкала включає мотивацію використання Інтернету, зміну свідомості, особливості спілкування та сприйняття Інтернету як кращого у зрівнянні з реальним життям; 3) Наслідки залежності (час проведення в Інтернеті, сприйняття простору Інтернету, сприйняття Інтернету як проєктивної реальності, анімації Інтернету, прагнення перенести норми віртуального світу в реальний).

Однак зазначений опитувальник не є стандартизованим і може бути використаним лише як дослідницька методика. Крім того, спрямованість опитувальника на

виявлення Інтернет-залежної особистості також викликає сумнів, оскільки не дає визначення саме Інтернет-залежної особистості. Проте окремі підшкали є цікавими і можуть бути застосовані під час вимірювання ступеня віртуальності особистості.

А. Жічкіна, О. Белінська під час дослідження віртуальної ідентичності за основу обрали методику Куна «Хто я?». На наш погляд, незважаючи на цікавий матеріал, який дає зазначена методика, результати за нею більш стосуються ідеального уявлення про себе респондентом і не можуть бути застосовані для визначення типу віртуальної ідентичності особистості.

Виникає проблема і з вимірюванням нормативної спрямованості створеної віртуальної особистості. Нині стандартизованою методикою, яка вимірює моральну нормативність особистості, є методика МЛО — АМ, що розроблена А. Маклаковим і С. Чермяниним. Проте шкалу «моральна нормативність» розраховано на визначення поведінки в реальному житті без урахування особливостей віртуального середовища.

Ще одна важлива характеристика віртуальної ідентичності особистості — її залученість до віртуального простору не вимірюється жодною стандартизованою методикою. Окремі спроби визначити рівень залученості особистості є у численних анкетах, опитувальнику О. Щепіліної, проте, шкали, яка б вимірювала саме залученість особистості до віртуального простору, не існує.

Отже, необхідність визначення типів віртуальних ідентичностей особистості є, а методики для цього не має. Саме це спрямувало наше дослідження на створення опитувальника, за допомогою якого можна було б вимірювати типи віртуальної ідентичності особистості.

Насамперед ми визначились із критеріями вимірювання. Так, віртуальність, за нашою думкою, оцінюється за такими параметрами: час прожиття у Інтернет-просторі (питання 4, 10); пріоритети віртуала понад реалом (1–3,5–8,11); прагнення до реплікації образу у Інтернеті або втілення у роль (для ігроків РПГ–9, 15–23).

Залученість до Інтернет-простору з'ясовується стійкістю мотивації до користування Інтернетом, яка оцінюється за потребою отримувати задоволення від користування Мережею, особливостями зовнішньої та внутрішньої Я-концепції. Рівень за зазначеною шкалою визначається сумою балів за параметрами:

1. Інструментальні навички: питання 35–39.
2. Мотивація:
 - внутрішні процеси: питання 27–30;
 - інструментальні мотиви: питання 58–60;
 - зовнішня Я-концепція: питання 24–26, 31–34;
3. Зміни свідомості: питання 12–15.

Шкала «Спрямованість» включає блок питань для виявлення антисоціальності, асоціальності або просоціальності: питання 40–57.

Опитувальник «Віртуальна ідентичність особистості»

Інструкція. Вам пропонується 60 тверджень. Виразіть свою згоду («повністю згоден») або незгоду («не згоден») за запропонованою системою: 0 — повністю не згоден (ні); +2 — повністю згоден(так).

№ з/п	Ствердження	Ні	Скоріше ні, ніж так	Не можу визначитися	Скоріше так, ніж ні	Так
1	Часом мені хочеться переселитися у віртуальний світ					
2	У мережі я відчуваю себе комфортніше, ніж у реальному житті					
3	Після тривалого перебування в мережі, у мене виникає страх (або почуття незахищеності) перед навколишньою дійсністю					
4	Мені б хотілося проводити в мережі більше часу, ніж зараз					
5	Я скоріше здатний змінити щось у віртуальному світі, ніж у реальному житті					
6	В Інтернеті я реалізуюсь як особистість краще, ніж в реальному житті					
7	Те, що відбувається в мережі часто набагато цікавіше за те, що відбувається в реальному житті					

8	В Інтернеті я відчуваю себе в більшій безпеці, ніж у реальному світі					
9	Я вважаю, що не має сенсу змінювати свій образ в Інтернеті					
10	Я часто не знаю точно, скільки часу провів у мережі					
11	Я вважаю, що Інтернет-досвід допомагає мені у реальному житті					
12	Я вважаю, що межа між реальним і віртуальним не існує					
13	В Інтернеті мій настрій зазвичай поліпшується					
14	Коли я заходжу до Інтернету, я забуваю про реальність					
15	Я відчуваю себе в Інтернеті іншою істотою					
16	Мені подобається в Інтернеті випробувати себе в нових ролях					
17	Я волію до створення свого нового іміджу в Інтернеті					
18	Мені більш подобається наділяти новими рисами вже наявних персонажів, ніж створювати нових					
19	Мені подобається, що в Інтернеті я можу бути одночасно у різних точках земної кулі					
20	Іноді в мене виникає бажання створити як можна більше істот, які б представляли мене у віртуальному просторі					
21	Мені подобається експериментувати із створенням нових образів в Інтернеті					
22	Я вважаю, що Інтернет створений для того, щоб людина мала можливість прожити в ньому декілька життів					
23	Мені подобається, що в Інтернеті я можу створити для себе будь-яку легенду					
24	Для мене важливим є той факт, що в Інтернеті я можу повністю використовувати мої здібності і досвід					
25	До користування Інтернетом я спонукаю себе сам					
26	Мені приваблює в Інтернеті те, що оцінку своїх вмінь я можу отримати відразу					
27	Віртуальний світ здається мені більш привабливим, ніж реальний					
28	Я виходжу в Інтернет, незважаючи на те, що є інші справи					
29	У реальному світі я не завжди можу задовольнити ті свої бажання, які задовольняю в Інтернеті					
30	Інтернет мені подобається тим, що я можу там робити тільки те, що приносить мені задоволення					
31	Можливість мати в Інтернеті більш друзів, ніж у реалі робить життя наповненим					
32	Мене приваблює можливість впливати на процеси в Інтернет-групах, зокрема стати модератором					
33	Я хотів би стати админом сайту або модератором групи					
34	Моя активність в Мережі залежить від активності моїх друзів					
35	Я вживаю слова і вирази, прийняті в мережі, в своєму реальному житті					
36	Я волію спілкуватися з тими людьми, які добре розбираються в Інтернет-технологіях					
37	Часом я відчуваю, що сильно відрізняюся від людей, які не користуються Інтернетом					
38	Мені складно знайти спільну мову з людьми, які не користуються Інтернетом					
39	У мене є потреба вдосконалювати свої знання та вміння стосовно Інтернет-технологій					
40	В Інтернеті я можу дозволити себе порушити норми і правила, яких дотримуюсь у реальному просторі					
41	Я вважаю, що якщо людині подобається блуд, то не можна її через це засуджувати					
42	Якщо людина мешкає на порносайтах — це її вибір, який не треба засуджувати					
43	Я ставлюся з повагою до людини, у якій вистачає знань для хакерства					
44	Мені подобається, що мою творчість в Інтернеті можуть бачити багато людей					
45	Я вважаю, що Інтернет — середовище для повноцінного спілкування з інтересними людьми					
46	В Інтернеті можна легко змусити інших людей боятися себе					
47	Я вважаю, що нерозумно засуджувати людей, які прагнуть взяти в Інтернеті все, що можуть					
48	Я вважаю, що під час обговорення теми у групі немає необхідності слідкувати за нормативністю лексики					
49	Вважаю, що людина, яка скаржиться на обман в Інтернеті, сама винна, що дозволяє себе обманювати					
50	Я вважаю, що анонімний троллізм додає розмові пікантності					

51	Мені цікаво мандрувати по Інтернет-групах людей, які діють поза межами закону					
52	Вважаю, що якщо зламано деякі сайти або коди і паролі, то винні, насамперед, розробники систем захисту зазначених сайтів					
53	Мені цікаво виконати в Інтернеті деякі заборонені у реальному житті види діяльності					
54	В Інтернеті можна розповсюджувати будь-яку інформацію будь-про кого					
55	Серед ресурсів я, передусім, шукаю безкоштовні, незважаючи на те, що вони піратські					
56	Я вважаю, що треба заборонити ресурси, пов'язані з порнографією					
57	В Інтернеті не має бути ресурсів, де йдеться про розповсюдження наркотиків					
58	Я завжди рахую, скільки лайків мені поставили на моїй сторінці					
59	Для мене є важливою кількість коментарів під моїм записом або фото					
60	Я переживаю, якщо хтось з тих, хто значився в моїх друзях, видалив свій аккаунт					

Зараз опитувальник проходить апробацію та перевірку на валідність і надійність.

Висновки

Наслідком Інтернет-соціалізації є формування віртуальної ідентичності особистості або реконструювання вже наявної.

Віртуальна ідентичність особистості формується у трьох площинах, позначених такими векторами: віртуальність, залученість, морально-нормативна спрямованість

ЛІТЕРАТУРА

1. Белинская Е. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. Белинская, А. Жичкина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, — 2004. — 165 с.
2. Горный Е. Онтология виртуальной личности / Е. Горный [электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/ovr.html>
3. Горошко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении / Е.И. Горошко // Вестник Пермского университета. — 2006. — Вып. 3. — С. 219–299.
4. Гоффман И.. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гоффман. — М. : Logica socialis, 2001. — 304 с.
5. Кузнецова Ю.М. Психология жителей Интернета / Ю.М. Кузнецова, Н.В. Чудова. — М. : ЛКИ, 2011. — 224 с.
6. Лучинкина А.И. Механизмы та інститути соціалізації особистості / А.И. Лучинкина // Проблеми сучасної психології: зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського ун-ту ім. І. Огієнка. — 2011. — С. 418–427.

Лучинкина А. И.

ТИПОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ

Идет речь о типах виртуальной идентичности личности, которые появляются в результате Интернет-социализации. Автором предложен опросник, позволяющий выявить тип виртуальной идентичности.

Ключевые слова: Интернет-социализация, личность, виртуальная идентичность.

Luchinkina A. I.

PERSONALITY TYPES VIRTUALLY IDENTICAL

The article tells about the types of virtual identity. The virtual identity appear as a result of Internet socialization. The author suggests test that identify the type of virtual identity.

Key words: Online socialization, personality, virtual identity.