

УДК 316.472.4

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ И РЕАЛЬНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ В СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

**Мельников Андрей Сергеевич** – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Восточноукраинского национального университета имени В. Даля

**Лобовикова Елена Александровна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Восточноукраинского национального университета имени В. Даля

*В статье анализируется феномен виртуальной и реальной идентичностей в контексте становления и развития информационного общества как нового типа социальности и межличностных коммуникаций. Рассматриваются аспекты смысловой структуры социальных сетей и конструирование виртуальной идентичности акторами-пользователями. Затрагивается проблема экзистенциальных оснований идентичности личности.*

**Ключевые слова:** социальные сети, виртуальные коммуникации, идентичность, виртуальная идентичность, реальная идентичность, экзистенциальная идентичность.

*У статті аналізується феномен віртуальної та реальної ідентичностей в контексті становлення і розвитку інформаційного суспільства як нового типу соціальності і міжособистісних комунікацій. Розглядаються аспекти смислової структури соціальних мереж і конструювання віртуальної ідентичності акторами-користувачами. Порушується проблема екзистенціальних основ ідентичності особистості.*

**Ключові слова:** соціальні мережі, віртуальні комунікації, ідентичність, віртуальна ідентичність, реальна ідентичність, екзистенціальна ідентичність.

*The paper is analyzing the phenomenon of virtual and real identities in the context of formation and development of information society as a new type of social and interpersonal communications. The aspects of meaning's structure of social networks and construction of virtual identity by actor-users are discussed. The problem of existential grounds of personal identity is also addressed.*

**Keywords:** social networking service, virtual communications, identity, virtual identity, real identity, existential identity.

Проблематичность в определении состояния современного общества и тенденций его развития в последние несколько десятилетий приобрела характер краеугольного камня социологической рефлексии. В нескольких основных аспектах наблюдается единство мнений в отношении того, что социальной реальности присущи сегодня такие черты, как турбулентность, многомерность, ликвидность и транзитивность, возникающие в контексте взаимоисключающих, на первый взгляд, тенденций глобализации и индивидуализации. На фоне данных измерений социальной реальности разворачивается процесс становления нового типа общества, формирующегося вокруг информационных ресурсов и их коммуникационной инфраструктуры.

В рамках анализа информационного общества, в социологических исследованиях все чаще фигурирует понятие информационной революции, отражающее беспрецедентный по своему масштабу и скорости развития феномен новых коммуникационных технологий, возникший на рубеже XX-XXI веков и основанный на массовом распространении компьютеров, сети Интернет и мобильной связи. В авангарде информационной революции выделяются так называемые "социальные сети" – новый тип Интернет-коммуникаций, формирующий будущие тенденции развития межличностного и группового взаимодействия в виртуальном мире. Под социальной сетью в данном случае понимается онлайн-сервис (веб-сайт), созданный для обеспечения социальных взаимоотношений, обмена информацией и объединения в различные Интернет-сообщества.

Скорость распространения социальных сетей, их воздействие на общественное сознание придают данному феномену статус одной из актуальных проблем современной социологии. Вместе с тем, уже

существующие исследования показывают, что виртуальный мир сетевых коммуникаций по своей структуре и динамике существенно отличается от мира реальных взаимодействий индивидов в повседневной жизни. Данное отличие стимулирует постановку целого ряда важных исследовательских вопросов, среди которых одним из наиболее значимых, на наш взгляд, является вопрос о соотношении виртуальных и реальных идентичностей в процессах сетевых коммуникаций. Этот вопрос предполагает осмысление изменения характера социальных действий индивида в условиях трансформации коммуникационного контекста, при переходе из непосредственной в опосредованную техническими средствами форму социального поведения. При этом целью нашего исследования является не только анализ соотношения виртуальных и реальных форм идентичности, но попытка затронуть проблему экзистенциальных оснований идентичности личности.

Понятие идентичности берет свое начало в классических работах У.Джемса и представителей символического интеракционизма (Ч. Кули, Дж. Мид). Большое влияние на исследование идентичности оказали работы Э. Эриксона (психосоциальная концепция идентичности).

В зарубежной социологии различные аспекты понятия идентичности нашли отражение в исследованиях Х. Тэджфела, Дж. Тернера, Ш. Страйкера, П. Бурке, Л. Крапмана, М. Куна, И. Гоффмана, Ю. Хабермаса, Э. Смита, З. Баумана, Э. Гидденса, К. Кальхуна, М. Кастельса, А. Дашевски, Д. Абрамса, М. Хогга, К. Эдера, П. Тойтса, С. Лоулера.

В российской социологии феномен идентичности изучался В.Ядовым, Л. Дробижевой, М. Заковоротной, Л. Гудковым, А. Крыловым, О. Симоновой, О. Волковой, М. Мчедловым.

Среди наиболее значимых украинских публикаций последних лет, посвященных проблеме идентичности, можно назвать работы Н. Шульги (Этническая самоидентификация личности, 1996), С. Макеева, С.Оксамитной и Е. Швачко (Социальные идентификации и идентичности, 1996), коллективную монографию под редакцией А. Ручки (Социокультурные идентичности и практики, 2002), монографию А. Резника (Политическая самоидентификация в условиях становления гражданского общества, 2003), а также совместную монографию украинских и российских социологов под редакцией Л. Дробижевой и Е. Головахи (Национально-гражданские идентичности и толерантность, 2007).

Проблема виртуальной идентичности личности нашла отражение в исследованиях Дж. Донат (множественные виртуальные идентичности), Ш. Таркл (конструирование виртуальной идентичности), Дж. Сулера (управление идентичностью в киберпространстве), А. Маркхем (идентичность и опыт виртуального пространства), Н. Вуд и М. Соломон (виртуальные идентичности и потребительское поведение), Д. Холмса (идентичность и виртуальная политика), С. Джонса (идентичность и виртуальная культура), Дж. Рива (идентичность в виртуальных коммуникациях), А. Асмолова (трансформации идентичности в виртуальном мире), Е. Горошко (гендерные аспекты виртуальной идентичности), А. Жичкиной и Е. Белинской (стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью), Н. Лепкина и А. Дубко (доверие к виртуальной идентичности), Н. Шерикбаевой (виртуальная идентичность лиц с ограниченными возможностями), М. Соколова (теория виртуальной идентичности).

Анализ идентичности в контексте социальных сетей отражен преимущественно в работах зарубежных исследователей (Я.Ибрагим, Г. Салимхан, А. Манаго, П. Гринфилд, М.Бэк, Л. Буффарди, К. Кемпбелл, Н. Крамер, С. Винтер и др.), тогда как в отечественной социологии эти исследования находятся лишь на стадии становления.

Понятие идентичности прочно вошло в понятийно-категориальный аппарат социологической науки. Под социальной идентичностью понимается отождествление индивидом самого себя с определенной социальной группой, принятие ее системы ценностей и норм поведения. На индивидуальном уровне идентичность представляет собой форму саморефлексии и выражается в сознательных и рациональных ответах на вопрос "Кто я?", с последующей кристаллизацией этих ответов в виде ядра личности и ее интегрального чувства Я.

Для описания нового типа идентичности, возникшего в связи со становлением информационного общества, Марк Постер в статье "Кибердемократия: Интернет и публичная сфера" использует понятие "мобильной идентичности" [1]. Однако этот термин, по мнению Г. Асмолова, не в полной мере отражает процесс идентификации личности в Интернете: "...мир сетей не признает мобильных идентичностей. Достоверность и ценность информации во многом зависит от способности идентифицировать источник" [2]. Согласно позиции Г. Асмолова, сущность взаимодействий в социальных сетях заключается в необходимости переноса реальной идентичности в виртуальную среду.

Российский социолог А. Крылов определяет виртуальную идентичность как "осознаваемое и создаваемое в виртуальной реальности представление человека о самом себе, а также комплекс условных параметров, позволяющий отличать друг от друга различные виртуальные субъекты. Те собственные характеристики, которые задает пользователь интернета и которые принимаются и применяются другими

пользователями, составляют некий каркас, лежащий в основе процесса идентификации реализуемого посредством интернет-коммуникаций" [3].

Анализируя влияние сети на идентичность личности, российский социолог В. Римский отмечает [4], что механизмом идентичности является принадлежность индивида к значимым социальным группам (в нашем случае к сетевым сообществам), которая позволяет ей удовлетворять такие свои потребности, как самосохранение, защита, признание, самореализация. Таким образом, возможность удовлетворения потребностей выступает в качестве мотивирующего фактора самоидентификации, то есть развития собственной или заимствования иной идентичности.

Анализ формирования виртуальных идентификаций показывает, что одной из наиболее важных особенностей этих процессов является их взаимосвязь и соотношение с реальными (не опосредованными компьютером) идентичностями личности. Вопросы о том, как меняется идентичность при ее перенесении из реального в виртуальный мир и какие условия делают возможными эти изменения, представляются нам важными исследовательскими ориентирами в данном направлении. Ответы на эти вопросы связаны с общей характеристикой различия коммуникаций в виртуальном и реальном мире.

Одним из основополагающих аспектов различия виртуального и реального взаимодействия является более высокая степень свободы виртуальной идентификации. С точки зрения экзистенциального подхода, согласно которому индивид вынужден выбирать себя, свои действия и смыслы в реальном мире, в виртуальной среде степень свободы данного выбора значительно возрастает. Создавая страницу в социальной сети, пользователь имеет свободу выбора при указании своего имени, пола, возраста, внешности. Тем не менее, в таком виде виртуальных коммуникаций как социальные сети, в подавляющем большинстве случаев пользователи указывают некоторые достоверные данные, хотя имеют возможность ограничивать информацию о себе до желаемого уровня. Указание достоверных персональных данных непосредственно связано с целью, которую преследует пользователь, создавая страницу в социальной сети. Исследование использования социальной сети "ВКонтакте" студенческой молодежью г. Луганска<sup>1</sup> показывает, что основными из таких целей являются: потребность общения с друзьями, с которыми поддерживаются отношения в данный момент – 43%; потребность общения с друзьями, с которыми поддерживались отношения в прошлом – 27%; потребность общения с друзьями за пределами Украины – 19%. Для установления сетевой коммуникации со знакомыми за пределами виртуального мира людьми, пользователь вынужден указывать некоторый минимум достоверной информации о себе. Но и в данном случае способность управлять образом своего виртуального Я значительно выше, чем в реальном мире.

Более высокая степень свободы виртуальной идентификации тесно связана с такими важными аспектами различия виртуальной и реальной коммуникации как степень психоэмоциональной напряженности и характер самопрезентации. Если опыт взаимодействий в реальном мире и конструирование на основании этого опыта определенных идентичностей непосредственно связан с фактором психоэмоциональной нагрузки, то в виртуальном мире данная нагрузка значительно снижается, что позволяет выполнять действия, на которые пользователь может быть неспособен в реальном мире. Такие причины психоэмоциональной нагрузки, как физическое присутствие в ситуации, психологические барьеры, эмоциональные реакции и невербальные аспекты коммуникации сводятся в данном случае к текстовым или аудиовизуальным средствам взаимодействия, что делает менее влиятельными различные факторы реального общения (внешность, возраст, статусные позиции и др.), поскольку эти факторы не оказывают прямого физического воздействия. Данное условие влияет на характер самопрезентации личности в виртуальном мире. Публикация на персональной странице социальной сети фотографий, видео- и аудиозаписей, изображений, сообщений, комментариев, ссылок на различные сайты и материалы, демонстрация своей принадлежности к различным интернет-сообществам – все эти средства самопрезентации не могут быть использованы в реальности и предоставляют возможность изменения реальной идентичности.

Для осмысления процессов управления образом своего виртуального Я эффективными, на наш взгляд, являются теории символического интеракционизма и драматургической социологии. Интересное развитие в данном контексте могут получить концепции "управления впечатлениями" И. Гоффмана и классическая "теория зеркального Я" Ч. Кули. Согласно теории Кули, формирование идентичности личности (Self) связано с тремя основными аспектами: воображение того, какими мы представляемся другим; воображение оценки этого представления другими; возникновение определенного позитивного

<sup>1</sup> Исследование проводилось авторами статьи в 2011-2012 году. Методом анкетирования было опрошено 524 студента из 5 луганских университетов в возрасте от 17 до 27 лет (средний возраст – 20 лет). Мужчины составили 48% опрошенных, женщины – 52%.

## **Розділ 2. Соціологічні дослідження сучасного суспільства**

или негативного самоощущения [5, с.152]. Опираясь на идеи Кули мы включили в анкету эмпирического исследования использования социальной сети ВКонтакте студенческой молодежью г.Луганска открытый вопрос "Как Вы думаете, что Ваша страница "ВКонтакте" говорит о Вас?". Анализ ответов на этот вопрос показал, что представления о том, как виртуальные образы на странице представляются другим пользователям, можно сгруппировать по четырем основным категориям. К первой категории (8%) относятся ответы, которые демонстрируют отсутствие интереса или безразличие к содержанию вопроса, а также невозможность дать определенный ответ:

*"Мне все равно, что она обо мне говорит";*

*"Не знаю, другим виднее";*

*"Друзья лучше знают";*

*"Разным людям она говорит о разном".*

Ко второй категории (22%) относятся ответы, показывающие, что страница полностью или в значительной степени раскрывает характеристики человека, присущие ему в реальной жизни. Типичные ответы данной категории выглядят следующим образом:

*"Я там пишу все, что думаю и что у меня происходит в жизни, так что думаю, моя страница много обо мне говорит";*

*"Практически все обо мне. Где бываю, с кем общаюсь, на чем езжу, ... в общем, все кроме серии паспорта";*

*"Все обо мне";*

*"Правду";*

*"Я считаю о человеке можно сделать выводы по странице. Моя страница целиком отражает мои черты и интересы в жизни";*

*"Предоставляет почти полную информацию обо мне";*

*"Рассказывает обо мне как о личности".*

Третья категория (43%) объединяет ответы, согласно которым страница отражает отдельные стороны виртуального образа пользователя: настроение, интересы, род занятий и досуг, личная жизнь, вкусы и предпочтения, внешность, черты характера (общительность, доброта, предприимчивость и др.). В значительном количестве ответов данной категории пользователи указывали, что их страница отображает только "хорошую" или "позитивную" информацию:

*"Кто я, чем занимаюсь, как я выгляжу, мои интересы и увлечения";*

*"Она говорит о моих вкусах относительно музыки, книг, фильмов и о моих интересах";*

*"О моих интересах, мировоззрении, о том, с какими людьми мне интересно и приятно общаться";*

*"Общительный, добрый, веселый человек, студентка";*

*"Краткую информацию, интересы, круг общения";*

*"Внешность и частично характер".*

К четвертой категории (27%) относятся ответы, согласно которым персональная страница "ничего не говорит" о человеке, либо передает крайне ограниченную информацию, не отражающую реальных качеств личности пользователя, а иногда содержит неправдивую информацию:

*"Ничего, кроме возраста и контактной информации";*

*"Ничего, в сети каждый может быть лучшим – главное в реальности";*

*"Информацию, которая не соответствует действительности";*

*"Неправдивые сведения";*

*"Минимум информации (город, возраст, фото и круг общения)";*

*"Страница не отображает меня полностью как личность. Просто на ней находится немного информации обо мне";*

*"О моих интересах большинство информации я скрываю, т.к. не знаю, с какой целью люди заходят на мою страницу";*

*"Ничего, так как человек познается не в сети";*

*"Необходимый минимум информации, чтобы знать кто я";*

*"Только ту информацию, о которой можно знать посторонним, ничего лишнего";*

*"Ничего абсолютно, она для того, чтобы я смотрела другие страницы";*

*"Почти ничего, я предпочитаю общаться только со своими знакомыми, а они все знают про меня";*

*"Мои предпочтения и интересы, но не какой я человек на самом деле".*

Анализ показывает, что идентификационные практики в виртуальной среде могут отражать те элементы реальной идентичности, которые, по мнению индивида, способны создать его наиболее

позитивний образ и скрыть негативные стороны личности. Контроль и ограничение информации на странице может объясняться целевой аудиторией, на которую она рассчитана (круг друзей), и недоверием к виртуальной среде "других", что влияет на формирование социальных составляющих виртуальной идентичности (идентичность "мы-они"). В большинстве же случаев, по мнению пользователей, персональная страница передает те или иные стороны реальной личности, что говорит скорее об отсутствии большого разрыва между реальными и виртуальными идентичностями в сетевых коммуникациях.

Различия виртуальной и реальной коммуникации (степень свободы выбора, психоэмоциональный фактор и характер самопрезентации) указывают на то, что исследования "экспериментов с идентичностью" в социальных сетях могут открыть широкое поле для изучения глубинных, экзистенциальных уровней личности. Согласно известной концепции "борьбы идентичностей" американского исследователя Раймонда Фогельсона [6], процессы идентификации протекают в контексте соотношения реальной, идеальной (позитивной), негативной и предъявляемой идентичности личности. Борьба идентичностей заключается в том, что индивид стремится сократить разрыв между реальной и идеальной идентичностью и увеличить разрыв между реальной и негативной идентичностью. Предъявляемая же идентичность служит способом социальной самопрезентации внутренней, скрытой работы со своими идентичностями. С позиции экзистенциальной социологии, идеальная идентичность (по Фогельсону), выступает скорее не неким несуществующим идеалом, но реальной онтологической основой личности, его аутентичным чувством собственного Я, его экзистенциальной идентичностью, которая должна быть выбрана и реализована в процессе действий и социальной активности человека<sup>2</sup>. Переноса это положение в контекст сетевых коммуникаций, можно сделать предположение, что условия виртуальных идентификаций, отличающихся по характеру от идентификаций в реальном мире, позволяют пользователю в большей степени реализовывать и открывать свои глубинные, экзистенциальные идентичности. Другими словами, позитивные виртуальные образы на персональных страницах социальных сетей могут быть не просто искажением или неадекватным улучшением своего Я по сравнению с реальной идентичностью, но выражать аутентичные и по ряду условий скрытые в реальных социальных взаимодействиях стороны личности.

Подводя итоги исследования, можно сделать выводы. Важной особенностью виртуальных идентификаций является их взаимосвязь с реальными (не опосредованными техническими средствами) идентичностями личности. Вместе с тем, особенности сетевых коммуникаций изменяют характер самопрезентации индивида и тем самым создают возможности изменения реальных идентичностей.

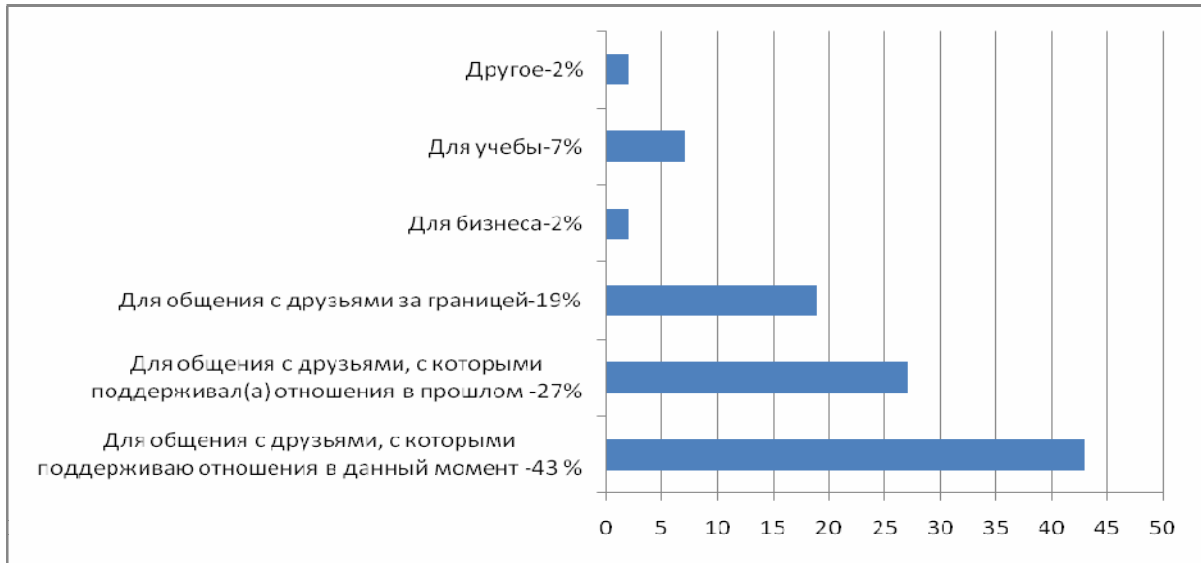
Исследования социальных сетей также показывают, что пользователи стремятся создать такой виртуальный образ, который нивелирует негативные характеристики и усиливает позитивные стороны их реальной идентичности. При этом не наблюдается резкое различие между реальными и виртуальными идентичностями, поскольку презентация реальной информации о пользователе становится необходимым условием взаимодействия с людьми, с которыми он знаком за пределами виртуальной реальности, что в свою очередь является одной из главных функций социальной сети.

Можно выдвинуть предположение о том, что тенденция усовершенствования своего реального Я в условиях виртуальной реальности является проявлением и реализацией аутентичных экзистенциальных оснований личности пользователя, активизацией его высшего Я. Данное предположение указывает на потенциальные возможности исследования глубинных аспектов ценностных установок личности в новой перспективе, отличной от условий реального социального мира. Вместе с тем, интерес представляют и случаи существенного различия между реальными и виртуальными идентичностями индивида. Последующее изучение этого феномена может предоставить широкое поле для исследований кризиса реальных идентичностей, а также новых виртуальных форм девиантного поведения.

---

<sup>2</sup> Более подробный анализ экзистенциальной идентичности и экзистенциального Я (Self) отражен в работах Э.Тирикьяна, калифорнийской школы экзистенциальной социологии (Д.Дуглас, Дж.Джонсон, Дж.Котарба, А.Фонтана и др.), Э.Эриксона, Д.Бьдженталя, Дж. Лаво и Б. Де Фриза [7-11].

**Приложение "Использование социальной сети *ВКонтакте* студенческой молодежью г. Луганска"**



**Рисунок 1. Розподілення відповідей на питання "Чому Ви приєдналися до соціальної мережі "ВКонтакте"?"**

На рисунку 1 варіант відповіді "Друге" (2%) містить наступні пояснення:

"Для розширення кола спілкування";

"Для спілкування з друзями, з якими немає іншої зв'язі";

"Для знаходження нових друзів, для нових знайомств";

"Хотіла побачити сторінку однієї людини";

"Для перегляду сторінок";

"Для пошуку різної інформації, розважень";

"Багато друзів там сидять, я за компанію спробував";

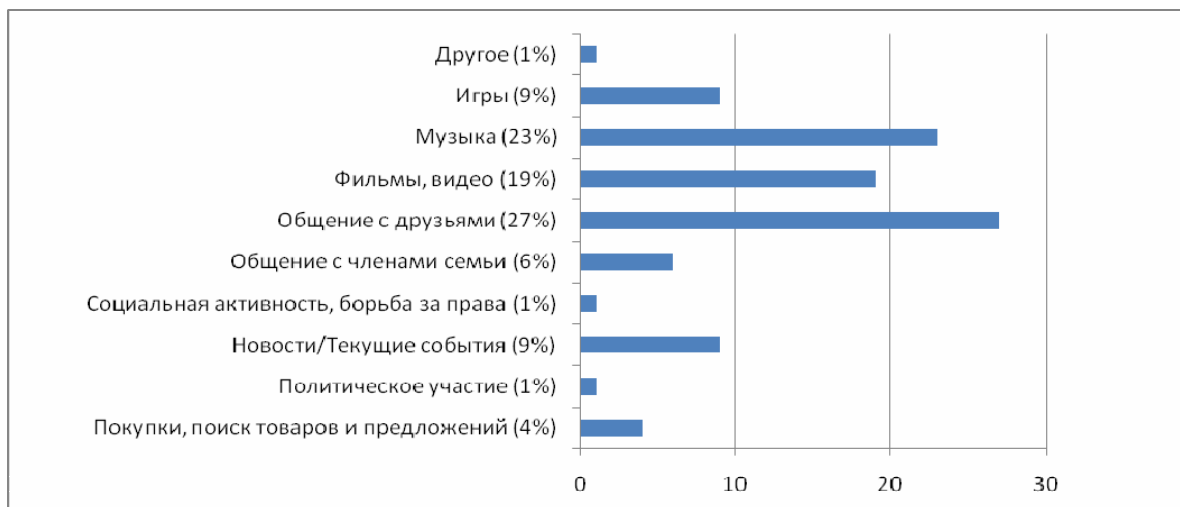
"Подобається читати різні цитати";

"Немає чого робити";

"Це модно";

"Було цікаво, як ця мережа устроєна";

"Для знаходження деякої нової інформації про незнайомих людей (цікаві, захоплення)".



**Рисунок 2. Розподілення відповідей на питання: "Яким чином Ви найчастіше використовуєте соціальну мережу "ВКонтакте", в %"**

На рисунке 2 вариант ответа "Другое" (1%) содержит следующие объяснения:

- "Для просмотра фотографий";
- "Рисование";
- "Для развлечения";
- "Для знакомства";
- "Для передачи документов, файлов";
- "Для быстрой связи с нужными людьми".

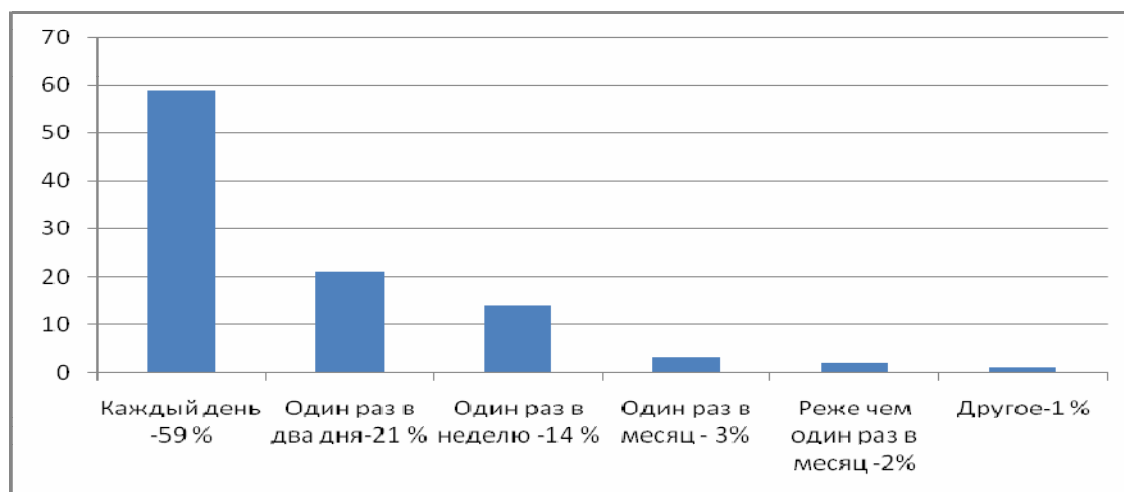


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос "Как часто Вы пользуетесь сетью *ВКонтакте*?".

На рисунке 3 вариант ответа "Другое" (1%) содержит следующие объяснения:

- "Постоянно онлайн";
- "По возможности";
- "По-разному".

**ЛИТЕРАТУРА:** 1. Poster M. Cyber Democracy: Internet and the Public Sphere [Electronic Source] / M.Poster. – Access Mode: <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html> 2. Асмолов Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире [Электронный ресурс] / Г. Асмолов. – Режим доступа: [http://samlib.ru/a/asmolov\\_g/psylych.shtml](http://samlib.ru/a/asmolov_g/psylych.shtml) 3. Крылов А. Эволюция идентичностей: кризис индустриального общества и новое самопознание индивида [Электронный ресурс] / А.Крылов. – Берлин : West-Ost-Verlag, 2010. – Режим доступа: <http://identity.narod.ru/1/Virtualidentity.htm> 4. Римский В. Воздействие сети Интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей / В. Римский // Вестник общественного мнения. – 2009. – № 1 (99). – С. 86-96. 5. Cooley C. Human Nature and the Social Order / C.Cooley. – NewYork : Scribner's, 1902. 6. Fogelson R. Person, Self, and Identity / R. Fogelson // Psychological Theories of the Self. - NewYork : Plenum Press, 1982. - Pp. 67-109. 7. Tiryakian E. The Existential Self and the Person / E. Tiryakian // The Self in Social Interaction. Vol. I. / [Ed. by K. Gergen, C. Gordon]. – N.Y. : John Wiley and Sons, 1968. – Pp. 75–86. 8. The Existential Self in Society / [Ed. by J. Kotarba, A. Fontana]. – Chicago : The University of Chicago Press, 1984. 9. Erikson E. Vital Involvement in Old Age / E. Erikson, J. Erikson, H. Kivnick. – New York : Norton & Co, 1986. 10. Bugental J. The Search for Existential Identity / J. Bugental. – San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1976. 11. Lavoie J. Identity and Death: an Empirical Investigation / J. Lavoie, B. De Vries // Omega. – 2004. – Vol. 48 (3). – Pp. 223-243.