##### СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………...3

ГЛАВА 1. Идентичность в интернет-дискурсе…………………………. …4-14

* 1. Определение дискурса …………………………………………..4-5
  2. Компьютерный дискурс и компьютерная коммуникация……6-8

Выводы по главе 1……………………………………………………………15-16

ГЛАВА 2. Анализ влияния гендерной и возрастной принадлежности на различные аспекты интернет-коммуникации и конструирования идентичностей среди подростков.……………………………………….….17-24

2.1. Описание исследования……………………………………...17-18

2.2.Анализ результатов исследования………………………..….19-23

Выводы по главе 2……………………………………………………………….24

Заключение……………………………………………………………………….25

Библиографический список…………………………………………………26-27

**Введение**

В силу ряда объективных технологических особенностей (анонимности, дистантности, отсутствия маркеров телесности) виртуальная коммуникация задает для пользователя максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании.

Виртуальная реальность предлагает человеку максимум возможностей для любого рода конструирования - в реальности состояние неопределенности призывает человека быть креативным: возрастает необходимость конструирования собственной идентичности.

**Степень разработанности проблемы.** Научная новизна исследования определяется недостаточной разработанностью проблемы коммуникации через Интернет в целом.

**Объект исследования**: социальное пространство компьютерно-опосредованной реальности.

**Предмет исследования**: особенности идентичности и поведения в Интернет-коммуникации.

**Цель** данного исследования состоит в анализе и исследовании роли идентичности в контексте неформального компьютерно-опосредованного дискурса.

**Задачи исследования**

1. Дать определение понятиям “дискурс”, “компьютерный дискурс”, “компьютерная коммуникация”, “идентичность”.
2. Описать и проанализировать конструирование идентичности в интернет-дискурсе.
3. Исследовать причины создания новых идентичностей пользователями Интернета.

Работа изложена на 28 листах.

**Глава 1 Идентичность в интернет-дискурсе**

* 1. Определение дискурса

Четкого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует, и не исключено, что именно это способствовало широкой популярности, приобретенной этим термином за последние десятилетия. Тем не менее, приведём несколько примеров возможных определений данного понятия.

“Дискурс (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus 'бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор'), речь, процесс языковой деятельности; способ говорения. Многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка, – лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии” [Van Dijk 1985, 13].

С.Н. Зенкин полагал, что дискурс - это весь уровень речи, повествующей о событиях, в отличие от самих этих событий [Зенкин 2000].

Ч. Филмор считал, что дискурс - в широком смысле слова представляет собой сложное единство языковой практики и экстралингвистических факторов (значимое поведение, манифестирующееся в доступных чувственному восприятию формах), необходимых для понимания текста, т.е. дающих представление об участниках коммуникации, их установках и целях, условиях производства и восприятия сообщения. Так же он говорил о том, что дискурс выступает вербальной формой объективации содержания сознания, которая регулируется доминирующим типом рациональности в данной социокультурной традиции [Fillmore 1974].

Традиционно дискурс имел значение упорядоченного письменного, но чаще всего речевого сообщения отдельного субъекта. В последние десятилетия термин получил широкое распространение в гуманитаристике и приобрел новые оттенки значения. Частое отождествление текста и дискурса связано, во-первых, с отсутствием в некоторых европейских языках термина, эквивалентного фр.-англ. discours, а во-вторых, с тем, что ранее в объем понятия "дискурс" включалась лишь языковая практика. По мере становления дискурсного анализа как специальной области исследований, выяснилось, что значение дискурса не ограничивается письменной и устной речью, но обозначает, кроме того, и внеязыковые семиотические процессы. Акцент в интерпретации дискурса ставится на его интеракциональной природе. Дискурс, прежде всего, - это речь, погруженная в жизнь, в социальный контекст (по этой причине понятие "дискурс" редко употребляется по отношению к древним текстам). Дискурс не является изолированной текстовой или диалогической структурой, так как гораздо большее значение в его рамках приобретает паралингвистическое сопровождение речи, выполняющее ряд функций (ритмическую, референтную, семантическую, эмоционально-оценочную и др.). Дискурс - это "существенная составляющая социокультурного взаимодействия".

Анализ дискурса — междисциплинарная область знания, в которой наряду с лингвистами участвуют социологи, психологи, специалисты по искусственному интеллекту, этнографы, литературоведы семиотического направления, стилисты и философы.

Подытоживая всё вышесказанное можно сделать вывод, что дискурс, хоть и считался ранее упорядоченным письменного, но чаще всего речевым сообщением, на самом деле значение дискурса не ограничивается письменной и устной речью, но обозначает, кроме того, и внеязыковые семиотические процессы. Дискурс отличается интеракциональной природой и не является только лишь текстовой структурой, так как включает в себя паралингвистические факторы, т.е. весь контекст, в который погружена речь.

* 1. Компьютерный дискурс и компьютерная коммуникация

В своих работах Маклюэн и Галичкина писали о том, что понятие “компьютерный дискурс” можно трактовать двояко. С одной точки зрения, это любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием особого рода сигналов - электронных сигналов коммуникации. При таком понимании мы абстрагируемся от содержания общения и принимаем во внимание только канал передачи информации. С другой стороны, компьютерный дискурс можно определить как общение на тематику, связанную с компьютерами. При этом важно именно содержание общения, а не канал передачи [Маклюэн 1964, Галичкина 2001].

Как пишет М. Кастельс, компьютерная коммуникация - это система, в которой сама реальность (т.е. материальное и символическое существование людей) полностью погружена в виртуальные образы, в мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом [Кастельс 1999].

В. С. Собкин говорил о том, что интернет следует рассматривать в единстве всех его составных частей и аспектов: как передаваемую через него всевозможную информацию, так и людей и их организации, использующие Интернет в собственных целях [Собкин 2000].

Компьютерный дискурс интерпретируется как система, характеризующаяся следующими общедискурсивными признаками:

* динамичностью и процессуальностью,
* коммуникативностью,
* персонифицированностью,
* ситуативной обусловленностью,
* коннотативностью,
* социальной и культурологической маркированностью.

В различных типах дискурса эти свойства проявляются по-разному, определяя его как речеповеденческую систему [Кондрашов 2004]. Кроме того, отмечены такие явления как коммуникативная близость собеседников, где реальное физическое пространство не имеет значения [Ковальская, 2001].

Существует целый ряд терминов, обозначающих коммуникацию посредством интернет-технологий: виртуальная коммуникация, компьютерное общение, сетевая коммуникация, online-коммуникация и т.п. К наиболее распространенным способам общения через Интернет относятся электронная почта (e-mail), чат, ICQ, форум или конференция.

Во многих исследованиях [Жичкина 1999, 2001; Белинская 1999; Шевченко, 1997] отмечаются общие особенности, которые имеет общение, опосредствованное Интернетом, и которые тесно связаны друг с другом (что подтверждает наш практический опыт):

* Анонимность. Заключается в отсутствии достоверной информации о собеседнике или в неполноте информации о нем. Анонимность психологически освобождает пользователя от необходимости подлинной самопрезентации, т.е. соответствия в процессе коммуникации своему реальному «Я», и тем самым открывает возможность для конструирования альтернативных самопрезентаций.
* Физическая непредставленность. В сочетании с анонимностью открывает простор, с одной стороны, для предоставления о себе недостоверной информации, с другой ‑ для фантазирования по поводу собеседника (опять же, прежде всего, при неформальном общении) [Жичкина 2001].
* Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации. [Шевченко 1997].
* Нерегламентированность поведения. Заключается в отсутствии четких правил online-коммуникации, особенно неформальной, что выражается в полной свободе выбора относительно завязывания и разрыва контактов, стиля коммуникации и т.д. [Шевченко, 1997].
* Снижение психологического и социального риска в процессе общения. Появляется вследствие его анонимности и полной безнаказанности. [Шевченко, 1997].
* Компенсаторная виртуальная эмоциональность. Все те ограничения, которые в виртуальном пространстве сопутствуют эмоциональному компоненту общения, компенсируются возможностью активного использования разного рода значков, созданных специально для обозначения эмоций («смайликов»), или описанием эмоций словами.
* Использование разнообразных способов сетевой коммуникации (ICQ, e-mail, чат, форум и др.) и разнообразных способов самопрезентации (самоописание, анкеты, собственные интернет-странички и т.д.).

Таким образом, компьютерный дискурс – особая среда речевой реальности, имеющая свои особенности и признаки, реализующаяся посредством особых электронных знаков.

Интернет в последнее десятилетие приобрёл значение неотъемлемой части в жизнях людей, а компьютерная коммуникация получила широкое распространение. Она может осуществляться при помощи различных ресурсов и даёт пользователям такие возможности, которые не может им предложить коммуникация, не опосредованная Интернетом.

1.3 Понятие идентичности

Идентичность — свойство индивида оставаться самим собой в изменяющихся социальных ситуациях и является результатом осознания индивидом самого себя в качестве человеческой личности, отличающейся от других. Существует множество разновидностей идентичности: гендерная идентичность, сексуальная идентичность, эго идентичность, бисексуальная идентичность, гетеросексуальная идентичность, корпоративная идентичность, расовая идентичность и так далее.

И.С. Кон определял идентичность (от англ. identity – тождественность) как многозначный житейский и общенаучный термин, выражающий идею постоянства, тождества, преемственности индивида и его самосознания.

Л. А. Софронова утверждала, что человек постоянно идентифицирует мир в его различных проявлениях. Поиски идентичности элементов мира происходят в разных сферах человеческой жизни. Но человек познает и распознает не только мир, но и самого себя и свое окружение. Он занят поисками социальной, национальной, конфессиональной, психологической, гендерной идентичности [Софронова 2006].

Понятие идентичность первоначально появилось в психиатрии в контексте изучения феномена «кризиса идентичности», описывавшего состояние психических больных, потерявших представления о самих себе и последовательности событий своей жизни. Американский психоаналитик Эрик Эриксон перенес его в психологию развития, показав, что кризис идентичности является нормальным явлением развития человека. В период юности каждый человек, так или иначе, переживает кризис, связанный с необходимостью самоопределения, в виде целой серии социальных и личностных выборов и идентификаций. Если юноше не удается своевременно разрешить эти задачи, у него формируется неадекватная идентичность. [Эриксон 1996.]

И.С. Кон раскрыл сложность проблемы идентичности в диалектике «Я» и «маски». Ее исходный пункт – полное, абсолютное различение: «маска» – это не «Я», а нечто, не имеющее ко мне отношения. «Маску» одевают, чтобы скрыться, обрести анонимность, присвоить себе чужое, несвое обличье. «Маска» освобождает от соображений престижа, социальных условностей и обязанности соответствовать ожиданиям окружающих. Предполагается, что «маску» так же легко снять, как надеть. Однако разница между внешним и внутренним относительна. «Навязанный» стиль поведения закрепляется, становится привычным [Кон 1984].

Если в новое время проблема идентичности сводилась к тому, чтобы построить и затем охранять и поддерживать собственную целостность, то в современном мире не менее важно избежать устойчивой фиксации на какой-то одной идентичности и сохранить свободу выбора и открытость новому опыту. Как заметил великий русский историк В.О.Ключевский, «твердость убеждений – чаще инерция мысли, чем последовательность мышления» [Ключевский 1968]. Но если раньше психологическая ригидность (жесткость) нередко помогала социальному выживанию, то теперь она чаще ему вредит. Самоидентичность все больше воспринимается сегодня не как некая твердая, раз и навсегда сформированная данность, а как незаконченный развивающийся проект [Гидденс 2002]. В условиях быстро меняющегося социума и растущей продолжительности жизни личность просто не может не самообновляться, и это не катастрофа, а закономерный социальный процесс, которому соответствует новая философия времени и самой жизни.

Таким образом, идентичностью можно считать осознание [личностью](http://www.psychologos.ru/Личность) своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей. Определить собственную идентичность требуют от человека условия его внешней жизни. Идентифицируя самого себя и других, человек опирается на уже сложившееся знание.

1.4 Влияние Интернет-коммуникации на идентичность пользователей.

Данные психологических исследований Интернет-коммуникации позволяют рассматривать Интернет как среду скорее социальную, чем безлично-информационную. И. Шабшин писал, что особенности Интернет-коммуникации (неопределенность, анонимность, безопасность, невидимость субъекта, значительное разнообразие сред общения и деятельности) позволяют говорить об Интернете как о среде, в которой большинство социальных ситуаций являются «слабыми» - такими, в которых поведение определяется в большей степени личностными, чем ситуационными переменными. Эти особенности Интернета делают его благоприятной средой для исследования личностных детерминант поведения в неопределенной среде [Шабшин 2005].

Само создание виртуальной личности обеспечивается возможностью "убежать из собственного тела" - как от внешнего облика, так и от индикаторов статуса во внешнем облике, и, следовательно, от ряда оснований социальной категоризации: пола, возраста, социально-экономического статуса, этнической принадлежности и т.п. В виртуальности тело полностью освобождается от физического и входит в среду символического. Соответственно, считается, что именно возможность максимального самовыражения вплоть до неузнаваемого самоизменения является одной из распространенных причин виртуальной коммуникации у наиболее активных ее участников [Шабшин 2005].

Возникают следующие вопросы:

1. Какие характеристики личности (реальной) ведут к тому, что человек в сетевой коммуникации начинает конструировать непохожие на него виртуальные личности (иногда не одну, а несколько);

2. Почему виртуальная личность наделяется определенными свойствами.

J. Suler говорил о том, что анализ соотношения особенностей "виртуальной личности" и характеристик Я-концепции и личности пользователя отражает целый спектр возможных мотиваций ее создания:

- она может представлять собой реализацию "идеального Я";

- "виртуальная личность" может создаваться с целью реализации свойственных личности агрессивных тенденций, не реализуемых в реальном социальном окружении, поскольку это социально нежелательно или небезопасно;

- создание "виртуальной личности" может отражать желание контроля над собой у пользователей с наличием ярко выраженных деструктивных желаний;

- "виртуальная личность" может создаваться для того, чтобы произвести определенное впечатление на окружающих, причем в этом случае она может соответствовать существующим нормам или, наоборот, противоречить им;

1. - "виртуальная личность" может отражать желание власти

[Suler 1997].

Фриндте и Келер сделали следующие предположения. Люди, конструирующие виртуальные личности, либо имеют большое количество референтных групп, из которых они могут свободно выйти (то есть, обладают широкой социальной идентичностью), либо же в их идентичности социальная идентичности вообще не является преобладающим аспектом, и позитивная идентичность в целом поддерживается за счет позитивной личной идентичности. Для людей, которые не склонны конструировать виртуальные личности, может быть характерна высокая степень социальной ригидности и преобладание в идентичности в целом социальной идентичности [Фриндте, Келер 2000].

Конструирование виртуальных личностей может носить возрастной характер и быть связана с самоопределением. Многие авторы отмечают существование кризиса идентичности в подростковом возрасте, когда собственное "Я" представляется подростку размытым. При этом виртуальные личности могут выполнять функцию самоопределения [Собкин 2000]. У Келли существует также точка зрения, согласно которой конструирование виртуальных личностей в Интернете - отражение изменений структуры идентичности человека (тенденция к множественности идентичности в реальной жизни), которое является отражением социальных изменений [Kelly, 1997].

И. Шабшин называет причиной создания пользователями "виртуальных личностей" получение некоего нового опыта как самоценное стремление, как собственно "поиск". (Именно в этом контексте наиболее часто употребляется определение данного вида поведения в Сети как "игры с идентичностью") [Шабшин 2005].

Более конкретно, можно выделить следующие проблемы. Во-первых, соотношения "виртуального Я" (т. е. "Я", которое человек использует в телекоммуникации) с реальным и идеальным "Я" этого же человека. Так, например, виртуальная личность подростка (она же - самопрезентация в Интернете) более раскованна, является более эпатирующей и менее социально желательной по сравнению с реальным, и тем более, по сравнению с идеальным "Я".

Очевидно, что для того, что бы конструировать виртуальные личности, нужно не только быть в принципе способным видеть себя как потенциального исполнителя различных ролей, но и хотеть исполнять эти роли. Можно предположить, что желание конструировать виртуальные личности может быть связано с тем, что реальность не предоставляет возможностей для реализации различных аспектов "Я", или же, что действительность может быть слишком "ролевой", слишком нормативной. Это порождает у человека желание преодолеть нормативность, что ведет к конструированию ненормативных виртуальных личностей. В частности, это может проявляться в конструировании виртуальных личностей другого пола, нежели их обладатель, или вообще бесполых. В реальном обществе существуют определенные нормы, которые предписывают человеку определенного пола соответствующее этому полу поведение. В виртуальном обществе человек может быть избавлен от того, чтобы демонстрировать социально желательное для своего пола поведение, презентировавшись в сети как лицо противоположного пола. То есть, если реальное общество ограничивает возможности самореализации человека, у него появляется мотивация выхода в сеть и конструирования виртуальных личностей. Если же человек полностью реализует все аспекты своего Я в реальном общении, мотивация конструирования виртуальных личностей у него, скорее всего, отсутствует. В описанном случае общение в Интернете носит характер дополнения к основному общению. Но оно может иметь и компенсаторный, замещающий характер. Это происходит в случае формирования Интернет-зависимости (Internet-addiction).

**Выводы по главе 1**

Подытоживая все вышесказанное, заметим, что сегодня объективный переход от индустриального общества к информационному субъективно представлен в определенной "разорванности" двух разных миров: реального социального бытия и бытия информационного. Первый, социальный мир, традиционно относительно жестко объектен и структурирован, он исходно задает человеку достаточно определенные рамки для самокатегоризации, ограничивая его как социальный объект (границами пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности и пр.). Второй же - информационный - принципиально безграничен, и, следовательно, необходимым условием существования в нем является решение задачи самоопределения, поиска идентичности. В нем установление "границ Я" возможно двумя путями: через перенос в виртуальное пространство уже известных и наработанных в социальном мире символов (пола, возраста и пр.), то есть через виртуальную реконструкцию социальной идентичности;  
через осмысление ценностных ориентиров своей деятельности, через формирование себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, т.е. через виртуальную реконструкцию персональной идентичности. Решение именно этой двойной задачи и позволяет человеку стать субъектом не только социального, но и информационного мира. Таким образом, распространение культуры виртуальной реальности заставляет современное общество все более и более структурироваться вокруг противостояния сетевых систем (net) и личности (self) (Castells M., 1998), что в определенном смысле отражает противостояние процессов самопрезентации и идентичности.

Данные психологических исследований Интернет-коммуникации позволяют рассматривать Интернет как среду скорее социальную, чем безлично-информационную. Особенности Интернет-коммуникации (неопределенность, анонимность, безопасность, невидимость субъекта, значительное разнообразие сред общения и деятельности) позволяют говорить об Интернете как о среде, в которой большинство социальных ситуаций являются "слабыми" - такими, в которых поведение определяется в большей степени личностными, чем ситуационными переменными. Эти особенности Интернета делают его благоприятной средой для исследования личностных детерминант поведения в неопределенной среде.

**Глава 2. Анализ влияния гендерной и возрастной принадлежности на различные аспекты интернет-коммуникации и конструирования идентичностей среди подростков.**

2.1 Описание исследования

В своём исследовании я попыталась изучить влияние гендерной и возрастной принадлежности на конструирование новых идентичностей подростками в Интернет-среде.

В качестве метода исследования я выбрала анкетирование, а так же методику Куна “Кто Я”. Объектами исследования стали случайные интернет-пользователи.

Пользователям в количестве 30 человек возрастом от 14 до 19 лет был предложен ряд вопросов, анонимность обеспечила высокую степень откровенности и правдивости ответов. Респондентам были предложены вопросы о их поле, возрасте, стаже и причинах пользования интернетом, конструировании новых идентичностей и причин для данного конструирования.

Методика “Кто Я”, разработанная Куном, используется для изучения содержательных характеристик идентичности личности. Вопрос «Кто Я?» напрямую связан с характеристиками собственного восприятия человеком самого себя, то есть с его образом «Я» или Я-концепций. В течение 12 минут респондентам было необходимо дать как можно больше ответов на один вопрос, относящийся к ним самим: «Кто Я?». Необходимо было дать как можно больше ответов. Каждый новый ответ начинался с новой строки (оставляя некоторое место от левого края листа). Можно было отвечать так, как хочется, фиксировать все ответы, которые приходят в голову, поскольку в этом задании нет правильных или неправильных ответов. Когда респондент заканчивал отвечать, его просили оценить каждую свою отдельную характеристику по четырехзначной системе:

• «+» - знак «плюс» ставится, если в целом вам лично данная характеристика нравится;

• «-»- знак «минус»- если в целом вам лично данная характеристика не нравится;

• «±» - знак «плюс-минус» - если данная характеристика вам и нравится, и не нравится одновременно;

• «?» - знак «вопроса» - если вы не знаете на данный момент времени, как вы точно относитесь к характеристике, у вас нет пока определенной оценки рассматриваемого ответа.

2.2 Анализ полученных результатов

На основе полученных ответов, можно выделить три основных вида пользования респондентами Интернета:

1. Познавательная - увлеченность познанием в сфере программирования и телекоммуникаций или, как крайний вариант, хакерство;

2. Игровая - увлеченность компьютерными играми и, в частности, играми посредством Интернета или, как крайний вариант, т. н. игровая наркомания;

3. Коммуникативная - увлечение сетевой коммуникацией или, как крайний вариант Интернет-аддикция, в том числе зависимость киберсексуальная

Главной функцией пользования Интернетом у опрошенных является общение: 30% ведут онлайн-дневники, 60% общаются с друзьями через Скайп, 80% присутствуют в разных социальных сетях («В Контакте», «Одноклассники»).

Онлайн идентичность опрошенных, образ, который они представляют другим, большей частью соответствует их внесетевой идентичности. Хотя представляемый образ Я, как правило, в чем-то приукрашен, он вполне узнаваем. Так, 80% опрошенных сообщают номер своего домашнего телефона, 65% - номер мобильного, 60% - номер школы или класса, 50% выкладывают свои фотографии и фотографии родственников. 8 из 10 опрошенных пытаются встречаться с людьми, с которыми познакомились в Интернете.

Присутствуют возрастные различия. Если младшие подростки чаще экспериментируют со своей идентичностью, то старшие больше озабочены поддержанием ее стабильности и внутренней последовательности. Кроме того, дети чаще рассказывают о своих делах и достижениях, а подростки и юноши - о личных чертах, чувствах и отношениях.

Так же выражены гендерные различия. В центре интереса как мальчиков, так и девочек стоит собственное Я. Это проявляется и в рассказах, и в отборе фотографий. Это основано не столько на эгоцентризме, сколько на логичном предположении, что твоих друзей, в отличие от посторонних, больше всего интересует твоя собственная жизнь. Но мальчики и юноши чаше обсуждают социальные и внесемейные проблемы, тогда как девочки говорят о своем непосредственном окружении.

Мальчики-подростки чаще помещают разнообразные визуальные образы, зато сильно уступают девочкам в создании блогов (20% против 35%). В этом тоже нет ничего удивительного: девочки с детства больше приучены рассказывать о себе, у мальчиков исповедальность и эмоциональность не поощряются, считаются признаком слабости. Девочки также уделяют больше внимания оригинальности оформления своих блогов и сайтов, это для них так же важно, как оригинальность одежды, которой мальчики могут пренебречь.

Важная особенность подростковой онлайновой активности - стремление отгородиться от взрослых, учителей и родителей. Чтобы затруднить "узнавание" их сетевых образов, подростки стараются замаскировать их с помощью какой-то ложной информации. Контроль со стороны взрослых кажется им серьезным покушением на их свободу.

В ходе исследования были выделены следующие причины создания новых идентичностей опрошенными:

- Основная причина – получение нового опыта, поиск собственного “Я”. “Виртуальная личность” в данном случае оказывается не соотносима ни с “идеальным ” ни с “реальным” Я; она прежде всего выражает стремление испытать нечто ранее не испытанное. Реальная жизнь не может дать подросткам тот спектр выбора, который предлагает им Интернет. Большинство опрошенных отметило, что Интернет позволяет им экспериментировать с идентичностью, не задумываясь о последствиях, чего в реальной жизни достигнуть невозможно.

- Вторая причина – компенсаторное стремление преодолеть субъективные или объективные трудности реального общения. Подросткам представляется легче упражняться в общении с незнакомыми собеседниками, чем с реальными. Отсутствует фактор риска, что раскрепощает субъекта.

- Ещё одной причиной является низкая самооценка, недостаточное самоуважение, повышенная самокритичность. Новая идентичность в данном случае даёт возможность “примерить” образ, кажущийся подростку более привлекательным, чем реальный, предоставляется возможность почувствовать себя кем-то другим, или же “улучшенной версией” себя самого, что даёт человеку чувство удовлетворения.

- Следующая причина – необходимость выплеска агрессии, свойственной личности, но не реализуемой в реальной жизни, так как это социально нежелательно или небезопасно. Опрошенные видят создание новых идентичностей как возможность проявить свою агрессию без последствий для себя и окружающих.

Было установлено, что активность поведения в Интернете слабо связана с активностью в восприятии альтернатив. Интернет-зависимость не связана ни с активностью в восприятии альтернатив, ни с активностью в действии. Изучаемые особенности поведения не связаны с полом респондента. С возрастом респондента из рассматриваемых особенностей поведения отрицательно связана активность в восприятии альтернатив в Интернет-коммуникации: чем младше респондент, тем больше интерес к разнообразию людей, мнений, сред и способов общения и сайтов.

Для многих опрошенных онлайновая жизнь обязательна. Респонденты объяснили этот факт личной потребностью выйти за пределы пространственных границ своего социального мира. Свобода выбора виртуальных друзей - способ преодолеть навязанную взрослыми жесткую систему возрастной сегрегации, присутствующей не только в школе, но и во внешкольных учреждениях, спорте и рассчитанной на подростков потребительской культуре.

Интересным выводом из анализа ответов опрошенных стал факт того, что внутри подросткового сетевого сообщества существует такая же жесткая иерархия, борьба за статус и популярность, как в школе или классе. Если ты не являешься обладателем удачного блога или не присоединишься к популярной сети, ты фактически переходишь в разряд изгоев. Вопрос "Сколько у тебя (сетевых) друзей?" может оборачиваться мучительным чувством социальной и личной неполноценности.

Анализ результатов, полученных с помощью методики "Кто Я", показал, что различия в количестве социально-ролевых и персональных самоописаний аддиктов (интернет-зависимых подростков) и неаддиктов (свободных от зависимости) не значимы. То есть, Интернет-зависимость не связана с особенностями самокатегоризации.

Сравнение данных о самокатегоризации активных (тех, для кого характерно восприятие возможностей и осуществление действия) и неактивных респондентов, полученных с помощью методики "Кто Я", показало, что в самоописаниях неактивных значимо чаще встречаются высказывания, относящиеся к категориям "пол", "семейные роли", а также значимо больше упоминаний социальных ролей в целом. Эти результаты согласуются с имеющимися данными о влиянии социальной идентичности на поведение в Интернете [Жичкина, Белинская 2000]. Отмеченная тенденция на макросоциальном уровне может быть связана с быстрым темпом социальных изменений в обществе в целом и с различиями функций семьи и группы сверстников в современных условиях [Кле 1991; Белинская, Стефаненко 2000]. Сильная идентификация с традиционными (семейными и половыми) ролями определяет неспособность активно действовать в тех ситуациях, в которых отсутствуют соответствующие этим ролям предписания. Поэтому, чем больше подросток идентифицируется с социальными ролями, в особенности - традиционными, тем менее вероятно проявление им активности в неопределенной среде, что и проявилось в данном исследовании.

Кроме того, ни активность в восприятии альтернатив (когда человек выделяет для себя достаточно широкий спектр возможностей), ни активность в действии (когда человек осуществляет действие, выбирая одну из возможностей), ни Интернет-зависимость оказались не связаны с объективными характеристиками использования Интернета: стажем использования Интернета, его доступностью, необходимостью использовать Интернет для учебы или работы. Эти данные об отсутствии связи изучаемых особенностей поведения с объективными параметрами использования Интернета согласуются с теоретическими представлениями [Philipchalk 1995; Петровский 1996] о том, что особенности поведения в неопределенной среде детерминированы скорее личностными, чем ситуационными переменными.

Анализ результатов, полученных с помощью методики "Кто Я", показал, что активность в восприятии альтернатив в Интернет-коммуникации не связана ни с преобладанием социальной или персональной самокатегоризации, ни с другими показателями самокатегоризации.

**Выводы по главе 2**

Нам представляется возможным рассматривать Интернет как среду скорее социальную, чем безлично-информационную. Особенности Интернет-коммуникации (неопределенность, анонимность, безопасность, невидимость субъекта, значительное разнообразие сред общения и деятельности) позволяют говорить об Интернете как о среде, в которой большинство социальных ситуаций являются "слабыми" - такими, в которых поведение определяется в большей степени личностными, чем ситуационными переменными. Эти особенности Интернета делают его благоприятной средой для исследования личностных детерминант поведения в неопределенной среде.

Выраженность того или иного типа поведения в Интернете связана с особенностями идентичности пользователей и с целями использования Интернета. В ситуации неопределенности основную роль в регуляции поведения играет идентичность пользователя. Рассмотренные в данном исследовании типы поведения не связаны с объективными параметрами использования Интернета (стажем использования Интернета, доступностью Интернета, необходимостью использовать Интернет для работы или учебы).

Активность в восприятии альтернатив в неопределенной среде связана со структурой идентичности. Низкая активность в восприятии альтернатив характерна для тех, кто в ситуации неопределенности стремится реализовать совершенное во всех отношениях "идеальное Я". Высокая активность в восприятии альтернатив характерна для тех пользователей, у которых стремление реализовать идеал "Я" не является единственным регулятором поведения в неопределенной среде. Другим, не менее важным стремлением для них является поиск идентичности, стремление испытать новый опыт, который невозможно испытать в реальном общении.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Данная работа позволила получить результаты относительно взаимосвязи особенностей идентичности и поведения в неопределенной среде, которой является Интернет. Была теоретически осмыслена роль идентичности в регуляции активности поведения в Интернете. Представляется, что полученные результаты могут быть обобщены на регуляцию поведения в ситуации неопределенности в целом.

Работа в целом подтвердила основное теоретическое предположение о том, что ведущую роль в регуляции активности в неопределенной среде, которой является Интернет, играют личностные переменные, в частности, идентичность пользователя. Были выделены основные особенности Интернет-коммуникации, которые делают Интернет благоприятной средой для изучения личностных детерминант поведения.

**Библиографический список**

1. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. – Том V. Выпуск VII /под редакцией В.С. Собкина. – М.: Центр социологии образования РАО, 2000. – С. 460 (в соавторстве с Е.П. Белинской)
2. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. – Том V. Выпуск VII /под ред. В.С. Собкина. ­– М.: Центр социологии образования РАО, 2000. – С. 430 (в соавторстве с Е.П. Белинской).
3. Громова В. М. Идентичность как дискурсивно-конструируемая

сущность / В. М. Громова // Вестник ИжГТУ. – 2006. – Спец. вып. к

55-летию ИжГТУ и 75-летию УдГУ. – С. 280.

1. Зимачева Е.М. Способы вербальной презентации образа «Я» и самоотношения субъекта: Дис. канд. психол. наук / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 1997. – С. 310
2. Кон И. С. В поисках себя: личность и ее самосознание. – М., Политиздат,1984. – С. 190
3. Соколова-Бауш Е. А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и реципиенте: Дис. канд. психол. наук / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 1999. – С. 340
4. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. – М., 1996. – С. 240
5. Fillmore Ch., Pragmatics and the description of discourse, в кн.: Berkeley studies in syntax and semantics, v. 1, Berk. (Calif.), 1974. – P. 160
6. Discourse and communication, ed. by T. van Dijk, B. — N. Y., 1985. – P. 210
7. Walther J.B. Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective // Commuication Research, 1992. № 70(1). – P. 90.
8. И.Шабшин О психологических особенностях общения в интернете. \\ Московский психотерапевтический журнал № 1, М., – 2005. – С. 50.
9. Л. А. Софронова. О проблемах идентичности // Культура сквозь призму идентичности. – М.: Индрик, 2006. – С. 48
10. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование "Я" в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. – М.: Можайск–Терра, 2000. – С. 120.
11. Зенкин С.Н. Введение в литературоведение: Теория литературы. – М., 2000. – С. 190
12. Ключевский. Письма. Дневники. Афоризмы и мысли об истории, – М., 1968. С. 180
13. Donath J. Identity and deception in the virtual communinity.  
    [http://judith.www.media.mit.edu/Judith/Identity.html. 1997](http://judith.www.media.mit.edu/Judith/Identity.html.%201997).
14. Suler J. Identity management in cyberspace.  
    http://www.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage.html. 1997.