

ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Соловйова А. А.

студентка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 053 «Психологія», ФПСР

Керівник: Гудімова А. Х.

доктор філософії зі спеціальності 053 Психологія,
доцент кафедри соціальної психології ФПСР

Людська ідентичність формується на основі таких атрибутів, як приналежність до спільнот (місцевих, професійних, етнічних, релігійних, політичних, або в силу соціальних категорій (таких як раса, стать, клас, політична

приналежність) чи міжособистісних відносин (таких як подружжя, рідний брат, батько, друг, сусід). Все це формує наше реальне-Я.

Але це все про реальну ідентичність у реальному житті. У час Інтернету люди наче формують другу ідентичність, яка є реальною лише у соціальних мережах. Мережеве-Я визначається як основний, відмітний і більш-менш стійкий набір соціальних зв'язків (наприклад, «ми досягаємо високих успіхів»). Ці атрибути дозволяють людям розвивати або приєднуватися до мереж, які можуть виходити за межі певних контекстів і адаптуватися до змін, оскільки мережі окремих людей часто відображають свободу волі та мають більш-менш мінливі межі та переносимість.

Ця тенденція спостерігається з середини ХХ століття і продовжується у ХХІ. Реальне-Я, як і мережеве-Я, змінюється з часом, набуваючи та втрачаючи риси, завдяки новим соціальним місцям і стосункам [1].

Люди завжди намагаються визначати та відшукати власну принадлежність: етнічну, культурну, релігійну, соціальну, що дає змогу дати відповідь на питання «хто я?». Специфіка людської життєдіяльності в інформаційному суспільстві проявляється у кризовому стані ідентичності [2], тому необхідним є розгляд основних проблем ідентифікації, які з'являються в результаті втрати особистістю своїх колишніх смислоттєвих орієнтирів і ціннісних установок.

Кажуть, що людина з часом змінюється, і через деякий час наче перестає бути тією людиною, якою вона була, або, можливо, взагалі не є собою. Це відображає звернення до психологічної точки зору, згідно з якою люди по суті є свідомістю. Але бачення себе як мережі вимагає іншого погляду. Мережеве-Я є мінливим, але водночас і постійним. Деякі риси стають актуальними по-новому. Деякі можуть перестати бути актуальними в сьогоднішній день, залишаючись частиною власної історії. Цілісність особистості є ширшою за особисту пам'ять і свідомість.

Висновки: У час соціальних мереж існує проблема формування власної ідентичності. На нашу особистість наче нарощується «каркас», який ми намагаємося видати за реальність. Необхідно чітко відслідковувати момент втрати власного–Я, щоб не перетворитися у тінь Мережевого–Я.

Література

1. Дзьобань О. П. Зародження концептуальних підходів до розуміння сутності і специфіки інформаційного суспільства. *Вісник Національного університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого»*. Сер. Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2013. С.3–14.
2. Степико М. Т. Українська ідентичність у глобалізованому світі: монографія. Харків: Майдан, 2020. 258 с.