

ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ПРЕДИКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

А. Х. Гудімова

доктор філософії зі спеціальності 053 Психологія, доцент,
доцент кафедри соціальної психології ФПСР
ОНУ імені І. І. Мечникова

Актуальність дослідження обумовлена тим, що специфікою соцмереж є можливість створювати «нову» особистість, що більш вільна та розкута, ніж в реальному житті. Надмірно захопившись підтримкою онлайн-іміджа, підлітки та юнаки можуть вести два окремих життя в реальності та кіберпросторі. З часом вони починають відчувати тиск з точки зору їх віртуального іміджу, представлено-го у вигляді світлин в соціальних мережах.

Невідповідність реального образу до більш популярного віртуального стає серйозним джерелом стресу.

Мета дослідження: виявити психологічні закономірності впливу віртуальної ідентичності на психологічне благополуччя користувачів юнацького віку.

Об'єкт дослідження: феномен віртуальної ідентичності.

Предмет дослідження: властивості особистості, що впливають на трансформацію психологічного благополуччя в контексті боротьби між віртуальною та реальною ідентичністю користувачів.

Взаємодія в інтернеті базується на принципах презентації, організованості та інструментальності, що складає теорію комунікативної дії. Пов'язаність соціальних мереж з теорією І. Гофмана пояснюється тим, що людина презентує на онлайн-платформі свій образ віртуально, при цьому є раціональним спостерігачем власних дій відірваним від світу. Самопрезентація — це те, як ми об'єктивно постаємо перед іншими. Інші сформують думку про нас через перцептивну раціональність. Інші сприймаються по черзі через свої зовнішні об'єктивні якості та зовнішній вигляд. «Інші» — це не те саме, що «ми». Теорія Гофмана схиляється до інструменталізму через концепцію «руху», що описана в його книзі «Стратегічна взаємодія» [2]. Стратегічна взаємодія заснована на теорії ігор. Існують «ігрові ситуації», коли людина може впливати на своє власне рішення, знаючи, що інші гравці, ймовірно, намагаються заздалегідь відмовитись від її рішення. Інтернет-ідентичність людей є більш образною, ніж їх справжнє «Я» [4]. Молоді люди прагнуть полегшити своє життя, яке вони сприймають як складне [3]. Це вдосконалення віртуальної самості в соцмережах пов'язане з роботою Гофмана. Наша присутність у соціальних мережах налаштована на аудиторію [1].

Загальну вибірку даного дослідження склали 516 осіб у віці від 15 до 21 року. Дослідження проводилось на базі КЗ «Одеського обласного базового медичного фахового

коледжу», Одеського національного університету імені І. І. Мечникова та інтернет-простору (Google Forms, Survey Monkey). Дослідження проводилося у три етапи з метою більш детального вивчення патернів поведінки користувачів соцмереж та їх впливу на психологічне благополуччя.

В результаті математичної обробки, було встановлено, що юні користувачі хоча й переймаються через кількість «лайків» та «фоловерів», але це не призводить до виражених проявів стресу ($2,57 \pm 1,419$). Підлітки та юнаки проводять свій час в соцмережах як з розважальною метою, так і для того, щоб відчутти себе причетним до спільноти. З цією метою вони формують певний каталог власної ідентичності, що може не відповідати тому, ким вони є у реальному житті. Як непарадоксально, але віртуальна комунікація не позбавляє відчуття самотності, а лише продукує його. Так, в результаті проведеного дослідження було встановлено, що юні користувачі відчують ніби втрату внутрішньої цілісності та невідповідність бажаної та реально існуючої якості спілкування ($7,30 \pm 2,739$ балів). Наявність дифузної самотності пов'язана зі знеособленістю спілкування в мережі, відчуженням від власного «Я». Виникнення дисоційованої самотності зумовлено конфліктами через думку, що суспільство змушує жити за заданими правилами та особистість ігнорується взагалі.

Аналіз впливу соцмереж на емоційний стан користувачів, дозволив виявити, що використання додатків платформ для спілкування порушує відносини, ізолюючи людей в соціальному плані. Юний користувач відсікає свої реальні стосунки з оточенням через соціальні мережі та присвячує себе віртуальним відносинам, що негативно впливає на психологічне благополуччя. Підлітки та юнаки переживають радість від використання соцмереж у зв'язку з забезпеченням свободи в самопрезентації та соціалізації в віртуальному середовищі. Доволі часто юні користувачі

ретушують власні фото настільки, що їх зовнішній вигляд не відповідає реальності. Крім того, юні користувачі створюють нереалістичні сценарії свого повсякденного життя, що відображають у сторіз, що привертає доволі різноманітну аудиторію. Подібний вид комунікації створює ілюзорне враження про причетність до великого соціального товариства, що підвищує самооцінку. Однак, з іншого боку, при оцінці власного кола спілкування та при невідповідності реального та віртуального статусу особистості, спостерігаються прояви зниженого настрою, тривожності та агресії.

Висновок. Молоді люди використовують соцмережі для експериментування або пошуку підтримки за різними аспектами своєї ідентичності. Соцмережі можуть також використовуватися як платформа для заяви про свою на етичну чи культурну ідентичність. Різнomanітність послуг, що надають різні соцмережі, у тому числі месенджери, дозволяють підліткам та юнакам досліджувати та формувати свою ідентичність, обираючи, якою інформацією, аспектами себе поділитися, зокрема з якою аудиторією. Перегляд соцмереж може як допомогти зрозуміти, що юнак не є самотнім у своїх переживаннях та проблемах, так і спровокувати відчуття непотрібності, зацькованості внаслідок кібербулінгу та ізолюваності.

Література

1. Cunningham C. M. (Ed.). Social networking and impression management: Self-presentation in the digital age. Rowman and Littlefield Publishing Group, Inc., Lanham, 2013, 336 p.
2. Goffman E. The presentation of self in everyday life. Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc., New York, 1959.

3. Livingstone S. Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Soc.* 2008. No. 10 (3). P. 393-411.

4. Papacharissi, Z. (Ed.). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge, 2010, 328p.