

ВИРТУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ И ПРОЯВЛЕНИЕ АСОЦИАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ

Виртуальная идентичность пользователя: самопрезентация и поведение.

Подростковый и юношеский возраст являются уязвимыми периодами, по причине того, что личность индивида в этом возрасте продолжает формироваться. Виртуальность, несмотря на свою относительную молодость, как явление, уже стала одним из ведущих факторов среды, воздействующих на молодежь на постоянной основе.

Одной из особенностей подросткового и юношеского периодов (по Г. Крайг от 12 до 19 лет) является маргинальность. Юноши и подростки оказываются в состоянии лиминальности: они пребывают на границе между двумя мирами, уже не являясь детьми, но еще не став взрослыми. Ни один из миров при этом не считает их полноправным своим участником. Данный конфликт, представляющий собой фрустрированную потребность в принятии и уважении, является виновником (одним из) возникновения девиантного (отклоняющегося) поведения, на профилактику которого и направлены мониторинговые мероприятия.

В социальных сетях и многопользовательских компьютерных играх объединяющих миллионы пользователей найти себе товарища по интересам гораздо проще, нежели в классе, состоящем из 20-40 человек. Многочисленные случаи знакомства в интернете, в последствии переходящие в реальные знакомства, становятся все более обыденными. Социализация в интернете сопряжена с рядом рисков, которые становятся таковыми из-за того, что затрагивают глубинные слои психики потребляющих данные виды контента.

Механизмы воздействия виртуальности на психику являются одним из белых пятен современной науки, несмотря на предлагаемое разнообразие в науке. Если в части предполагаемого воздействия контента как информирования и его присутствия в дискурсе можно говорить с точки зрения механизма образования социальных представлений (адаптации нового к прежним схемам и встраивание объекта во внутреннюю структуру в новом качестве), то о виртуальной идентичности можно говорить с точки зрения механизма, связанного с «Я-концепцией».

«Я-концепцией» в психологии принято называть «совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженную с их оценкой». В классическом варианте я-концепция делится на три части «я-реальное» (представление о том, кто я на самом деле), «я-идеальное» (представление о том, кем я хотел бы быть) и «я-зеркальное» (представление о том, как меня видят другие люди). Современные психологи склонны добавлять четвертый компонент «я-виртуальное» (представление человека о самом себе, осмысленное и презентуемое в виртуальном пространстве). Я-виртуальное, таким образом занимает промежуточное положение между «я-реальным» и «я-идеальным». При этом я-виртуальное с точки зрения психологии можно рассматривать как зону ближайшего развития.

Процесс встраивания я-виртуального в я-концепцию крайне сложен и сопряжен с явлением, получившим название эго-распад. Эго-распад — это вычленение «я-виртуального» из «я-реального», зачастую сопряженный с «раздвоением личности», тревожными состояниями, нервными срывами и вспышками гнева по причине несоответствия этих двух представлений о себе. Это несоответствие может привести к попыткам подростков совершения действий, которые приписываются я-виртуальному.

В отношении того какое место занимает я-виртуальное в я-концепции в среде исследователей ведутся споры. Одни исследователи предполагают, что я-виртуальное стремится слиться с я-идеальным. В пользу этого говорит, в частности, исследование О.П. Цариценцевой и Н.Н. Бутровой. Они пишут о том, что юношами «я-виртуальное» описывается как более уверенная в себе и более самостоятельная версия себя, нежели «я-реальное».

Исследователи же компьютерных игр делают прямо противоположное заявление и заявляют о том, что я-виртуальное стоит рассматривать как анти-идеал, включающий в себя вытесненные аспекты личности. Е.П. Белинская при этом отмечает, развитие Интернета и развитие социальных сетей все более снимает альтернативность «я-виртуального» по отношению к «я-реальному», и именно в их среде речь уже идет о проекции реальной идентичности в виртуальную среду.

В любом случае построение «я-виртуального» можно рассматривать как процесс поиска идентичности, поиска новых социальных ролей и апробации моделей поведения. Эта особенность превращает виртуальную реальность в крайне привлекательное явление для подростков и юношей, чья «я-концепция» находится на стадии формирования. Так компьютерные игры называют «миром поправимых ошибок», а социальные сети позволяют удалить любой опубликованный контент и «обнулить» свою личность и даже создать новую, заведя другой аккаунт. Ничего из этого нельзя сделать в реальном мире — осознание этого факта может прийти к подростку позднее неотменяемых действий.

Проявление асоциальных моделей поведения в виртуальном пространстве

Обращаясь к теме проявления описанных деструктивных моделей мы должны помнить о том, что реальное поведение и поведение в виртуальной реальности отличаются, что связано с двумя аспектами виртуальности: анонимностью и опосредованностью. Пользователи социальных сетей (а уж тем более чатов мессенджеров и форумов) зачастую предоставляют неполные или искаженные данные о себе.

Описывая причины данного поступка, мы говорим о двух идущих параллельно процессах: аутомифологизации и саморепрезентации. С.А. Яровенко определяет аутомифологизацию как процесс формирования гармоничной, но иллюзорной я-концепции личности, которая проявляется в инверсии, мистификации причинно-следственных связей, взаимозамещении желаемого и действительного. В контексте виртуальной реальности речь идет о том, что человек думает о себе как о такой личности и выстраивает свой образ в соответствии со своими представлениями.

Саморепрезентация же это процесс формирования идентичности, предъявляемой другим людям, посредством которого человек старается контролировать возникающие о нем впечатления. Т.е. в здесь речь идет об элементе осознанности.

Молодежь является наиболее «разрываемой на части» группой по причине большого количества разнородных контактов и, следовательно, аудиторий, которые они так или иначе считают своими референтными группами: это и академическая среда (в виде и обучающихся, и преподавателей) и члены семьи, и друзья, а иногда даже коллеги.

Модель поведения — это совокупность потребностей, целей, намерений, жизненных стратегий и образа жизни человека, направленных на формирование определенного образа.

К. Хорни описывает три модели поведения, которые позволяют предположить вариативность поведения молодежи как пользователей:

1. Ориентация на людей: уступчивый тип. Основное убеждение данного типа «если я уступлю, то меня не тронут». Эти люди зависимы, нерешительны и беспомощны, нуждаются в чьем-то руководстве.

2. Ориентация от людей: обособленный тип. Данные люди придерживаются установки: «Если я отстранюсь, со мной будет все в порядке». Они стараются находиться в уединенности, независимости, их контакты людьми поверхностны и утилитарны.

3. Ориентация против людей: враждебный тип. Главное установкой этого типа является: «Если у меня есть власть, то меня никто не тронет». Поведение таких людей направлено не повышение статуса и удовлетворения амбиций. Такие люди хотят, чтобы ими восхищались.

Отталкиваясь от принятого нами за данность постулата, что определенный контент при постоянном потреблении потенциально формирует определенный стиль восприятия, установки, ценности, таким образом выступая одним из факторов возникновения асоциального поведения для реальной личности, мы приходим к выводу, что наиболее уязвимыми типами являются уступчивый тип и враждебный, и лишь потом идет обособленный. При этом каждый из типов будет тяготеть к своим типам рисков.

Риски, возникающие при вовлеченности в определенные дискурсы, нами делятся на три группы.

Противоправные — включают опасность формирования системы взглядов, оправдывающей противоправное поведение либо наличие такой системы (например, экстремизм).

Психологические — связаны с опасностью формирования психологического состояния, угрожающего жизни/здоровью, либо наличие такого состояния (например, суицидальный дискурс).

Развлекательные — развлекательные — практики, граничащие либо сопровождающиеся риском противоправного поведения.

Наиболее распространенной на территории России и стран постсоветского пространства социальной сетью является «ВКонтакте», поэтому анализ проявлений моделей поведения мы будем рассматривать на основе структуры персональных страниц, размещенных в ней.

Страница пользователя состоит из следующих элементов, каждый из которых подвергается анализу:

- **Имя пользователя**, в том числе **username**. Здесь мы обращаем внимание на совпадение с реальным, а в случае отличия — на характер искажений: вместо реальных данных может быть указано что-то говорящее людям, находящимся в определенном дискурсе. Возможны добавления никнеймов или смайлов.

- **Статус**. Проверяем на цитаты и симптоматику дискурса. Персональные данные. Особое внимание к полю интересы, если оно заполнено.

- **Друзья**. Данный раздел следует проверять по двум критериям: на наличие связей с определенными личностями, известными в дискурсивном поле и на общие несоответствия. К примеру, большое количество

значительно более взрослых мужчин в друзьях у девушки может сигнализировать о риске вовлечения в порнографию.

- **Подписки.** Подписки в социальной сети «ВКонтакте» располагаются в порядке востребованности, т.е. первой сверху будут недавние добавления и часто посещаемые сообщества. При наличии обширного списка анализ последовательности может быть полезным для грубой оценки времени вовлеченности в активность.

- **Фотографии, видеозаписи, аудиозаписи и стена.** В данные разделы страницы «ВКонтакте» попадают сохраненные посредством в том числе репостов материалы и опубликованные персональные, соответственно наличие персональных материалов, где владелец совершает те или иные действия, говорит о вовлеченности в деятельность, в то время как сохраненные сигнализируют лишь об интересе к этой активности.

Демонстративное поведение пользователя в профиле может свидетельствовать о психологических проблемах, с которыми не получается справиться самостоятельно:

- сложности в обучении, подготовка к ЕГЭ;
- сложная ситуация в семье, трудности в выстраивании доверительных взаимоотношений с ближайшим окружением и социально значимыми людьми;
- сложности в отношениях с социумом, в выстраивании эффективной коммуникации с окружением;
- низкая самооценка;
- нехватка тепла и заботы;
- особенности психики.

Компоненты виртуального пространства пользователей необходимо исследовать на предмет проявления интереса и возможного одобрения контента следующих **категорий (рисков):**

1. Экстремизм (в том числе ультраправые идеологии) — интерес к организациям, признанным в России экстремистскими, а также к контенту с признаками призыва к насильственному изменению основ конституционного строя и нарушения целостности Российской Федерации, использование словесных (изобразительных) средств унижительных характеристик и отрицательных эмоциональных оценок и негативных установок в отношении какой-либо этнической, расовой, религиозной или социальной группы или отдельных лиц как ее представителей, призывы, направленные на пропаганду исключительности, превосходства либо неполноценности человека по признаку его социальной, расовой, национальной или религиозной принадлежности.

2. Леворадикальные идеологии — различные виды идеологий крайне левого спектра (различные виды анархизма, антиглобалистские движения и пр.), выступающие за общественные преобразования с использованием радикальных методов политической борьбы, в том числе террористических действий.

3. Околофутбольные практики — вовлеченность в «фанатскую» культуру до степени интереса к таким асоциальным практикам, как забивы, массовые драки, а также с возможными признаками пропаганды исключительности по признаку социальной принадлежности.

4. «Пацанская» культура — подчеркнуто маскулинный, частично антисоциальный контент, пропагандирующий исключительную ценность физической силы и демонстративное пренебрежение правовыми нормами.

5. «АУЕ»-культура — демонстрация правового нигилизма, открытые призывы к криминальным практикам и антиправовой деятельности в совокупности с обозначением принадлежности к АУЕ- культуре.

6. Контент депрессивной направленности — материалы/сообщества с идеологией негативного, враждебного восприятия окружающего мира, создающие ощущение безнадежности, безысходности, перманентной тоски.

7. Контент с признаками вовлечения в суицидальные практики — материалы/сообщества с идеологией негативного, враждебного восприятия окружающего мира, создающий ощущение безнадежности, безысходности, перманентной тоски с призывом, одобрением и/или демонстрацией способов суицида, созданием ощущения приемлемости самоубийства как способа решения проблем. Компонентами данного риска также являются: контент, посвященный историям убийств, самоубийств, маньяков, насилию, практикам селфхарма (причинения физического вреда собственному телу).

8. Контент с признаками вовлечения в дискурс о вооруженном нападении на учебные заведения — материалы/сообщества с интересом/одобрением к историям о скулшутинге. Сочетание рисков: депрессивной направленности, вовлечение в суицидальные практики, потребление запрещенных веществ, интерес к оружию и военным действиям — также говорит о наличии данного риска.

9. Контент с признаками пропаганды практик потребления/хранения/распространения запрещенных веществ (в том числе наркопотребления) - материалы/сообщества имеющие признаки

одобрения потребления наркотических средств, а также снюсов (табачных смесей, запрещенных правилами реализации табачной продукции).

10. Зацепинг — контент с признаками интереса к практикам использования транспортных средств для передвижения с их внешней стороны или в не предназначенных для пассажиров местах.

11. Аниме-культура — контент в жанре аниме, посвященный сериалам/комиксам и связанным с ними развлекательным практикам. (Аниме — характерный для японской анимации способ изображения, использующийся в мультипликации, комиксах).

12. Граффити/стрит-арт — интерес к культуре уличного раскрашивания стен, стрит-арту. Подобные практики могут граничить с вандализмом (осквернения зданий или иных сооружений, порча имущества на общественном транспорте или в иных общественных местах), как уголовно наказуемым деянием.

13. Онлайн-беттинг — практика букмекерской деятельности в онлайн-пространстве, потенциально сопровождается риском стать жертвой мошенничества. Также необходимо учесть фактор возникновения психологической зависимости от практик подобного рода.

14. Руф-практики — интерес к «руфingu»: культуре посещения городских крыш/высотных зданий в качестве досуга, сопряженной с опасностью для жизни/здоровья.

15. Молодежные вечеринки, тусовки — интерес к сообществам, организующим мероприятия «Вечеринки для подростков 14+», потенциально вовлекающих несовершеннолетних в асоциальные формы поведения.

16. Контент с признаками порнографии — материалы с натуралистичными изображениями/описаниями половых органов либо полового акта.

17. Стритрейсинг — контент, посвященный рискованным практикам неофициальной соревновательной автомобильной уличной культуры (гонки, проходящие на общественных дорогах).