

## СЕТЕВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

А.В. Палкова

Тверской государственной университет, г. Тверь

Статья посвящена рассмотрению феномена идентичности и самопрезентации личности в Интернет-пространстве. В статье затрагиваются также психолингвистические аспекты создания виртуального образа пользователя. Кроме того, автор обращает внимание на своеобразные условия коммуникации в социальных сетях, которые оказывают влияние на формирование сетевой идентичности.

**Ключевые слова:** психолингвистические аспекты, Интернет-коммуникация, социальные сети, сетевая идентичность, самопрезентация.

Для описания того, как формируется сетевая идентичность, удобнее всего рассмотреть такие формы коммуникации, как **чаты**, распространенные на начальном этапе развития Интернета как средства массовой информации и коммуникации, и **социальные сети**, появившиеся и получившие распространение на этапе развития Веб 2.0. По мнению Н.Б. Мечковской, чаты – это своего рода «детская комната» сетевого общения, из которой развились более формализованные и содержательные среды общения: из коллективных чатов – онлайн-тематические конференции и форумы, а также сообщества по интересам в социальных сетях, из «приватных» чатов – мессенджеры с их возможностями мгновенного обмена текстовыми сообщениями [7].

Под **сетевой идентичностью**<sup>1</sup> вслед за А.Е. Войскунским мы понимаем «совокупность гипертекстовых компонентов сетевого облика индивида, формируемого им в рамках онлайн-среды с целью самопрезентации и отражающего реальные аспекты его личности». **Самопрезентация** – это «это процесс, посредством которого индивиды стараются контролировать впечатления других людей о себе» [2].

---

<sup>1</sup> В научной литературе используются различные термины для обозначения данного понятия: «виртуальная идентичность», «мобильная идентичность», «электронная идентичность», «киберидентичность», «онлайн-идентичность», «метаидентичность», «репост-идентичность» [5; 11]. По мнению А.Е. Войскунского, термин «сетевая идентичность» является наиболее удачным по сравнению с более распространенным термином «виртуальная идентичность». «Было бы полезнее ... закрепить наименование «виртуальность» не за всякой активностью онлайн, а за поведением, связанным именно и только с применением технических систем виртуальной реальности...» [2].

Важными отличиями сетевой идентичности от реальной являются *мобильность* и *контроль*, т.е. возможность индивида в любое время корректировать сетевую идентичность по своему усмотрению. Эти отличия вытекают из определенных особенностей онлайн-среды, в рамках которой сетевая идентичность создается:

- физическая непредставленность участников коммуникации;
- отсутствие единства пространства и времени;
- анонимность;
- письменный характер коммуникации.

Такие своеобразные условия коммуникации, несомненно, оказывают влияние на формирование идентичности в Интернет-пространстве и позволяют креативно относиться к процессу самопрезентации в сети. При этом конструирование сетевой идентичности контролируется человеком в процессе Интернет-коммуникации, и зачатую она сильно отличается от реальной идентичности. Более того, в социальных сетях существует практика создания *альтернативных идентичностей*, которые сознательно используются пользователем в различных целях и ситуациях.

Вопрос об анонимности и карнавальности коммуникации в Интернете имеет важное значение с точки зрения социологии и философии общения, а также психолингвистики. При создании сетевой идентичности, контрастирующей с реальной, пользователь нередко прибегает к искажению личной информации: скрывает или отрицает некоторые факты о себе, меняет биографические сведения, пол (феномен *Gender Swapping*) и т.д. При этом чаще всего подобные искажения сознательны и склоняются в сторону того, что индивид считает идеалом. Так образ, создаваемый человеком в Интернете, дает ему возможность самореализоваться и примерить на себя роль, которую он не может опробовать в реальной жизни [2]. Анализ и изучение «игр с идентичностью» представляет собой важное направление психологии Интернета, или киберпсихологии, а также психолингвистики.

Среди *мотивов* для формирования альтернативных идентичностей отмечаются следующие [3]:

- шутка, игра, развлечение;
- различная аудитория и соответственно разные функции идентичностей;
- эксперименты с собственным образом и социальной идентичностью, разные формы самовыражения.

Сетевая идентичность выполняет ряд *функций*. С одной стороны, она способствует самопознанию. С другой стороны, целенаправленное формирование альтернативной идентичности – это средство воздействия на других людей путем «социальной инженерии», «мифотворчества» и «экзистенциального лицедейства» [11].

При конструировании сетевой идентичности используется, как правило, «*мультимедийная самопрезентация по типу нарратива*» [2], т.е. самопрезентация на основе текста / гипертекста с аудиовизуальными компонентами. Конструирование сетевой идентичности осуществляется с помощью многообразия вербальных и образных знаковых средств, что позволяет рассматривать ее как всю совокупность текстовых и визуальных семиотических компонентов сетевого облика человека, как разновидность вербальных и невербальных текстов культуры, специфичный «визуальный текст общения» [12]. Е.Н. Солдатова и Д.Н. Погорелов в работе «Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы» отмечают, что «сетевая идентичность, называемая также «репост<sup>2</sup>-идентичность», выстраивается из готового набора виртуального материала, компилируется из некоторого набора виртуальных инструментов, она вторичная и ее структура лишена уникальности. Варианты конструирования виртуальной идентичности ограничены ресурсами интерфейса используемой социальной сети, форума или мессенджера» [11].

Системообразующим элементом виртуального образа является профиль пользователя, который создается на базе определенного шаблона, предлагаемого платформой. На основе профиля пользователя социальной сети формируется «виртуальный образ личности», который является сложной и многомерной конструкцией, имеющей свою структурную композицию, структурные компоненты и набор инструментария. Э.О. Расина выделяет в рамках профиля ряд подсистем: лингвистическую, графическую, аудиальную и рейтинговую [10].

*Лингвистическая, или текстуальная, подсистема* содержит в себе всю текстовую наполненность профиля. В качестве отдельных элементов можно выделить «имя» или «никнейм» пользователя, «данные о себе», «статус», часто передающий актуальное эмоциональное состояние пользователя, а также все текстовые составляющие стены профиля.

«Имя» является закодированным символьным посланием, которое предназначено для идентификации реального образа личности с виртуальным. Имя может способствовать поиску человека в сети или препятствовать ему [10]. Нередко коммуниканты представляются в Интернет-пространстве не своими реальными именами, а псевдонимами, так называемыми «никами» – «имиджевыми» именами, «словесными масками», которые с одной стороны скрывают идентичность коммуниканта, а с другой стороны служат для его идентификации среди других участников. Таким образом ник, выбираемый пользователем самостоятельно (а не присваиваемый системой), является ключом к завязыванию контакта. Выбор псевдонима

---

<sup>2</sup> «Репост – общественный текст, который даже при наличии формального автора является комбинацией ранее опубликованной информации» [11].

является актом самопрезентации личности в сети. От выбора ника во многом зависит восприятие коммуниканта другими участниками. Некоторые псевдонимы свидетельствуют об интересах, увлечениях личности, о половой принадлежности (Cybergirl, Nightboy, NaughtyGuy, NetRanger, Catwoman). Аналогичную функцию выполняют и «аватары» – составной элемент графической подсистемы виртуального образа личности. Чем больше «ник» не схож с подлинным именем, а «аватар» – с настоящим материальным обликом человека, тем в большей степени виртуальная идентичность не совпадает с реальной.

*Графическая, или визуальная, подсистема* включает в себя все визуальные составляющие виртуального образа: фото или аватар, фотографии в альбомах пользователя, сохраненные фотографии, видео и также все визуальные составляющие стены аккаунта. Фото является одним из важнейших инструментов самопрезентации пользователя. За фотообразом пользователя может скрываться совершенно иной человек, который использует визуальную картинку для разыгрывания определенной роли [10].

*Аудиальная, или музыкальная, подсистема* состоит из плейлистов пользователя, подкастов, аудиального наполнения стены пользователя [10].

*Рейтинговая подсистема* характеризует социальную одобряемость и самоидентичность личности в виртуальном пространстве. Среди характерных структурных элементов данной подсистемы можно выделить «лайки», комментарии, количественный и качественный состав друзей и подписчиков профиля [10].

В настоящее время наблюдается тяга к некоему «лайкопристрастию», т.е. стремление личности к получению по возможности максимального виртуального одобрения со стороны текстовых и графических компонентов, через которые выражена его или ее личная виртуальная идентичность [11]. Чем больше у человека информационной эпохи лайков, репостов, комментариев и друзей, тем выше его или ее социальный статус в сети [6]. Это является одной из наиболее значимых причин использования социальных сетей в подростковом и юношеском возрасте. Подобное погружение в виртуальную реальность приводит зачастую к снижению заинтересованности в реальном общении. Для некоторых пользователей Интернета, особенно представителей так называемого «цифрового поколения», именно сетевая идентичность является основной, жизненно важной и приоритетной в сравнении со «скучной, рутинной и навязанной другими людьми реальной идентичностью» [2].

Сетевая идентичность имеет ярко выраженный социальный аспект, она формируется, в том числе, и через отношения пользователей в сообществах по интересам. Я.Ю. Коломиец называет такие сообщества «онлайн-племенами» и отмечает, что члены сообществ, имеющих общую направленность, интересы или профессию, используют уникальный

самобытный язык [4]. Таким образом, можно констатировать разнообразие системы языковых разновидностей (социальных, территориальных, профессиональных, ситуативных и т.п.) в рамках языка пользователей Интернета.

Современные интернет-технологии открывают возможности для яркого проявления индивидуальности личности и вариативности самопрезентации. Виртуальное пространство позволяет реализовать те качества личности, которые оказываются нереализованными в реальной жизни. Исследование Ш. Теркл оказало, что у пользователей социальных сетей формируются различные *иллюзии* [15], которые выполняют компенсаторные функции:

- иллюзия контроля (ощущение того, что пользователь постоянно может контролировать свой виртуальный образ при помощи редактирования),
- иллюзия заботы (ощущение того, что пользователь постоянно может быть услышанным и получить поддержку),
- иллюзия отсутствия одиночества (ощущение наличия постоянной связи с другими пользователями сети).

Данные иллюзии создают потребность в присутствии в информационном пространстве и необходимость самопрезентации в нем, которая происходит при помощи образа, создаваемого пользователем.

С одной стороны, интернет-пространство предоставляет личности широкие возможности для самовыражения, а сетевая идентичность позволяет максимально раскрыть личностный потенциал. С другой стороны, интернет-среда таит опасности смещения идентичности, формирования нереалистичного образа «Я». Стремление всегда «быть онлайн» означает страх пропустить новое сообщение или пост, что усиливают тревожность пользователя. Список интернет-зависимостей пополняется новыми их видами, такими как «лайкопристрастие», «виртуальное бродяжничество» в социальных сетях и «цифровая беспризорность» [1; 13].

Ещё одна опасность заключается в следующем. Анонимность существенным образом влияет на формирование идентичности пользователя Интернета и способна привести к социальному растормаживанию. У участников Интернет-коммуникации появляется чувство псевдобезопасности и ложное ощущение безнаказанности, что может провоцировать некорректное коммуникативное поведение. Однако, это – кажущаяся анонимность: существует техническая возможность идентификации «реальной» личности по IP-адресу или информации, предоставленной при регистрации для входа в чат или социальную сеть, что позволяет администратору / модератору найти и наказать участника в случае грубого нарушения сетевого этикета.

Несмотря на все вышеназванные проблемы психологического характера, в настоящее время доминирует обоснованное исследованиями мнение, что социальные сети выступают эффективным ресурсом для выражения реальной идентичности, т.е. они расцениваются как средства создания «виртуальной оболочки реальной идентичности личности» [5; 11]. Современное информационное общество помимо всех прочих образов Я (физическое, социальное, гражданское, гендерное и т.д.) формирует новое Я – виртуальное [10]. Сейчас, когда Интернет прочно вошел в повседневную жизнедеятельность значительного числа людей, а сетевые структуры получили широкое распространение в культуре, происходит взаимопроникновение реальной и сетевой идентичности. Н. Деринг называет этот процесс «Identitäts-Hopping» (т.е. быстрая смена или «скачки» в пределах своей идентичности) [14]. Таким образом, сетевая идентичность является *составной частью социокультурной идентичности личности*, которая относится к осознанию принадлежности к определенной общности, а также *пространственной идентичности*, поскольку Интернет представляет собой виртуальное информационно-коммуникационное пространство.

Коммуникация в Интернете, письменная по форме и устная по концепции [7; 8; 9], позволяет представить себя быстро, креативно и не обязательно в соответствии с реальной идентичностью. На ранних этапах развития Интернета (Веб 1.0) на первый план выходит *анонимность* и *карнавальность* общения, желание скрыться за маской аватаров и ником. Затем происходит сдвиг в рамках сетевой культуры. Распространение сервисов Веб 2.0 привело к массовому распространению Интернета и снижению «цифрового неравенства», а также к уходу от анонимности за счет увеличения способов идентификации личности.

На данном этапе развития Интернета сетевая идентичность – это один из аспектов реальной идентичности, результат самопрезентации личности в виртуальном пространстве, поэтому следует не противопоставлять сетевую и реальную идентичности, а рассматривать их как взаимодополняющие аспекты.

### Список литературы

1. Арпентьева М.Р. Проблемы безопасности в интернете: цифровая беспризорность как причина цифровой зависимости и цифровой преступности // Вестник Прикамского социального института. 2017. №3 (78). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-bezopasnosti-v-internete-tsifrovaya-besprizornost-kak-prichina-tsifrovoy-zavisimosti-i-tsifrovoy-prestupnosti> (дата обращения: 21.03.2022).
2. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал ВШЭ. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-i-realnaya-identichnost-sravnitelnoe-issledovanie> (дата обращения: 21.03.2022).

3. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Альтернативная идентичность в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/alternativnaya-identichnost-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 21.03.2022).
4. Коломиец Я.Ю. Концепция "Второй устности" У. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть 2 // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-vtoroy-ustnosti-u-onga-i-retraybalizatsiya-obschestva-posredstvom-sotsialnyh-setey-v-xxi-veke-chast-2> (дата обращения: 21.03.2022).
5. Косенчук Л.Ф. Концепции виртуальной и сетевой идентичности: критический анализ // Современные проблемы науки и образования. №5. 2014. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22567107&> (дата обращения: 28.01.2021).
6. Лисенкова А.А. Игры с идентичностью как новая форма инкультурации // Человек. Культура. Образование. 2017. №1 (23). С. 114–122.
7. Палкова А.В. Социолингвистические особенности коммуникации в чатах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология» (лингвистика и межкультурная коммуникация). 2013. № 24. С. 112–118.
8. Палкова А.В. Графические, морфологические и словообразовательные средства передачи невербальных компонентов общения в чатах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2014. № 2. С. 82–88.
9. Палкова А.В. Лингвистические особенности письменной коммуникации в мессенджерах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2020. № 2. С. 148–154.
10. Расина Э.О. Структурная композиция виртуального образа личности в контексте российского интернет-пространства // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2020. Т.6. №1. С. 93–104.
11. Солдатова Е. Л., Погорелов Д. Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. 2018. Т. 20. № 5. С. 105–124.
12. Фленина Т.А. Семантическое пространство понятия «Сетевая идентичность» // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2014. №171. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskoe-prostranstvo-ponyatiya-setevaya-identichnost> (дата обращения: 28.01.2021).
13. Шнейдер Л.Б. Цифровые аддикты: формирование новых зависимостей и изменение личности молодого человека // Актуальные проблемы психологического знания. 2017. № 1. С. 72–80.
14. Doering N. Sozialpsychologie des Internet. HogrefeVerlag, 2003. 516 s.
15. Turkle Sh. Alone together. Why we expect more from technology and less from each other. Basic books. A member of the perseus books group. New York, USA. 2012. 384 p.

*Об авторе:*

ПАЛКОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории обучения иностранным языкам и немецкой филологии ФИЯиМК Тверского государственного университета, e-mail: Palkova.AV@tversu.ru, Интернет-сайт: <https://annapal.jimdofree.com/>

## **IDENTITY AND SELFPRESENTATION IN THE CYBERSPACE: PSYCHOLINGUISTIC ASPECTS**

**A.V. Palkova**

Tver State University, Tver

This article is devoted to the phenomenon of identity and self-presentation in the cyberspace. The article also touches on the psycholinguistic aspects of creating a virtual image of Internet user. In addition, the author pays attention to the specific conditions of communication in social networks, which influence the network identity.

**Keywords:** *Internet communication, network identity, self-presentation, social media, psycholinguistic aspects.*

*About author:*

PALKOVA Anna V. – Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Theory and History of Language Teaching and German Philology, Tver State University, e-mail: Palkova.AV@tversu.ru