

Мережа Інтернет як новий комунікативний простір національної та громадянської самоідентифікації кіберпокоління

Інформаційно-комунікаційне середовище мережі Інтернет розглядається як мультикультурне віртуальне середовище взаємодії носіїв різних мов і культур. Наголошується, що інтернет-середовище є гібридним середовищем, яке утворюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя. У процесі комунікативної взаємодії різних соціальних суб'єктів в інтернет-середовищі формуються ідентифікаційні характеристики користувача. Висвітлено особливості самоідентифікації кіберпокоління у віртуальному інтернет-просторі, зокрема: 1) процес самоідентифікування відбувається синхронно в реальному соціокультурному просторі і віртуальному мультикультурному інтернет-середовищі; 2) у віртуальному інтернет-просторі самоконструювання образу «Я» може здійснюватися як а) *копіювання реальної ідентичності, зокрема національної та громадянської*; б) *утворення віртуального образу*, відмінного від реальної ідентичності, а також в) поєднання елементів віртуальної і реальної ідентичності в *гібридній* (за Дж. Сулером) моделі. Звертається увага на те, що можливість створювати різні «Я» образи у віртуальному інтернет-просторі призводить до формування мінливої, гнучкої, динамічної і нестабільної ідентичності. Підкреслюється, що процес самоідентифікації молодих громадян країни, поєднується з *кризою дитячої ідентичності*, яка сформувалася в рамках існуючої системи соціальних відносин під впливом батьків і *входженням у віртуальний світ Інтернету*, де пропонується нові системи цінностей, норм і правил поведінки. Наведено результати дослідження особливостей самоідентифікування студентської молоді у віртуальному інтернет-середовищі. Встановлено, що переважна частина молоді (62%) презентує в інтернет-середовищі свою реальну національну та громадянську ідентичність, *третина* – демонструє елементи гібридної моделі ідентичності. Кількість молоді, яка створює тільки віртуальний образ «Я» в Інтернеті, не перевищує 1,5%. З'ясовано, що майже 93% респондентів для презентації національної та громадянської ідентичності обирають візуальні форми: використовують символи, кольори, атрибути, фрагменти національного орнаменту тощо. Виявлено, що найбільш прийнятними формами презентації, де виявляється національна та громадянська ідентичність, молоді громадяни країни вважають інтерактивні полілоги, зокрема чати, форуми, коментарі на сторінках соціальних інтернет-мереж, обговорення в блогах та мікроблогах.

Ключові слова: інтернет-середовище, інтернет-технології, самоідентифікація, віртуальна ідентичність, гібридна модель ідентичності.

Постановка проблеми. З появою всесвітньої мережі Інтернет географічна територіальність (регіональність) перестає бути головним організуючим принципом соціального і культурного життя. Завдяки вільному переміщенню інформаційних потоків, ідей, послуг користувачі здобувають доступ до загальноцивілізаційних цінностей, що сприяє формуванню багатогранного світогляду, прискорює процеси глобалізації та взаємопроникнення культур. Гомогенізація світу, плюралізація цінностей, встановлення єдиних правил оцінки тенденцій розвитку різних народів призводять до формування нового, трансформативного, типу ідентичності, основними характеристиками якого є множинність, варіативність, гнучкість і

динамічність. У віртуальному світовому просторі формується новий тип ідентичності – «громадянин світу» – як носій глобальної культури.

Водночас, глобалізація та інтернетизація поглиблюють суперечності на національному рівні, загострюють міжнаціональні конфлікти у світі. Як захисна реакція на культурне й ментальне нівелювання, у багатьох країнах світу, зокрема і в Україні, розгортаються процеси національного відродження: значно більшим стає інтерес до традиційної національної культури, мови, історії, звичаїв; формується почуття любові та поваги до своєї Батьківщини, посилюється роль національної та регіональної ідентичності. Національна і громадянська ідентичність сприяє об'єднанню спільноти, розумінню національних інтересів, прагнень, цілей, ідеалів, потреб.

Не останню роль у цих процесах відіграє транскультурна і транснаціональна всесвітня мережа Інтернет. Поява національних сегментів, присвоєння їм доменних імен, зокрема й українському сегменту Інтернету доменного імені UA (19 грудня 1990 р.), створює особливі соціально-психологічні умови для становлення і розгортання національної та громадянської ідентичності молодих громадян країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення нерозв'язаних раніше частин загальної проблеми. Вітчизняні та зарубіжні психологи характеризують сучасний Інтернет як новий соціальний простір існування людини, фактор народження її ідентичності (Асмолов, 2014), віртуальне комунікативне середовище соціалізації (Лучинкіна, 2014), самоідентифікації (Половинчак, 2017), деідентифікації особистості (Павлов, 2013); феномен творення «віртуальних особистостей» (Труфанова, 2010); новий ресурс впливу на людину (Щербина, 2002). З точки зору В. Щербини, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), зокрема інтернет-технології (ІТ), дозволяють непомітно вводити в пам'ять користувачів будь-яку інформацію, формувати їхні потреби, інтереси, цінності, світогляд. Відбувається не лише мовна й культурна експансія, але й програмування певних структур

свідомості та підсвідомості сучасної людини» (Щербина, 2002, с. 114). Як новий комунікативний простір взаємодії соціальних суб'єктів, Інтернет формує ідентифікаційні характеристики людини. Вважають, що інтернет-технології не тільки надають можливість долати географічну дистанцію, вікові, расові, гендерні перепони, знімають обмеження часових поясів, а й сприяють консолідації громадян у суспільстві, взаєморозумінню, готовності прийняти погляди іншого, виробленню спільних цінностей (Н. В. Рейнгардт, 2006).

Плюралізація цінностей, уведення фрагментів різних культур, патернів поведінки в культуру і життєдіяльність кіберпокоління, з одного боку, корелюють з незалежністю і свободою від тиску, жорсткої регламентації всіякого роду традицій та авторитетів, з другого – “нагромадження” нових смислів, боротьба систем цінностей в інтернет-середовищі, призводить до формування готовності молоді здійснювати перехід від однієї системи цінностей до іншої. Така мінливість і нестабільність *розмиває та знецінює узвичаєні (батьківські) моделі ідентичності*, ускладнює становлення ідентичності молодих громадян країни, зокрема національної та громадянської і це створює певні загрози як індивіду, так і суспільству. Інформаційно-комунікаційне середовище мережі Інтернет, як транснаціональне і транскультурне, посиляє кіберпоколінню виклик: *як, на якому фундаменті, з яких елементів будувати свою ідентичність?*

Мета статті: з'ясувати особливості самоідентифікації кіберпокоління у віртуальному інтернет-середовищі, визначити найбільш популярні серед студентської молоді форми презентації національної та громадянської ідентичності в мережі Інтернет

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті нашого дослідження ми спираємося на ідеї вітчизняних і зарубіжних психологів, зокрема (Doering, 2003; Половинчак, 2017; Рейнгардт, 2006; Suler, 2000; Текл, 1995; Труфанова, 2010), які стверджують, що людина XXI століття не належить повністю ні до реального, ні до віртуального світу і розглядають

Інтернет як *гібридне середовище* - «*interreality*», що утворюється в результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя за допомогою технічних засобів (Suler, 2000). Також ми враховуємо, що у гібридному інтернет-середовищі *по-перше*, індивід має безпрецедентну можливість експериментувати з власною ідентичністю, конструювати різні віртуальні Я-образи, а саме: в інтернет-просторі легко позбутися реальної соціальної ідентичності, змінити вік, соціальний статус, прізвище, зовнішність, мову спілкування, віросповідання, національність, громадянство, етнічну приналежність і, навіть, стать. Саме під час таких переконструювань образу «Я» у віртуальному просторі, з'являються нові ідентичності, змінюються їх взаємозв'язки, роль і валентність в ідентифікаційній структурі індивіда. Структура «Я» стає настільки складною і динамічною, якою не була ніколи раніше. І чим більше «Я-образів» створює особа, зауважує Труфанова (2010), тим складніше зберігати їх зв'язність і послідовність (с. 105). *По-друге*, в інформаційному суспільстві, на відміну від суспільства індустріального, «рамки» ідентифікації (термін Маркузе, 1994, с. 14-15) стають більш прозорими і дозволяють уникати «скам'яніння» традиційних моделей ідентичності. Ототожнюючи себе з певною соціальною групою, спільнотою (етнічною, національною), молода людина синхронно опановує мозаїчний мультикультурний інтернет-простір, у якому комунікує з носіями різних мов і культур. Адаптуючись кожного разу до нової інформації, нове покоління громадян стає більш прагматичним, легко змінює «маски», переконання, намагається у віртуальному середовищі уникати фіксації ідентичності. *По-третє*, «ризомний» (ризом не має чітко вираженого центрального корневища) характер віртуального комунікативного інтернет-простору, можливість автономно здійснювати свій вибір в інтернет-середовищі, ігнорування соціальних статусів спричинюють динамічність і варіативність ідентичності. У процесі взаємодії з різними соціальними суб'єктами в інтернет-середовищі ідентичність людини може втрачати одні елементи і набувати інші.

За оцінками вчених, розрив із традиціями і здобутками минулого, відмова від історичного досвіду, руйнує ідентифікаційні механізми людини, спричинюють втрату її залежності від «землі і крові», породжують відчуття «бездомності», «безбатьківщини», запускає процес де ідентифікації і провокують кризу ідентичності (Павлов, 2013; Половинчак, 20017; Труфанова, 2006). На погляд Ю. Павлова, деідентифікація і криза ідентичності пов'язані з інформаційним перевантаженням сучасної людини. Користувачі Інтернету, на його переконання, живуть виключно проблемами сьогодення і не замислюються про те, що було у минулому, яке їх чекає майбутнє. Мережа Інтернет ніби вилучає кіберпокоління з системи «минуле – сьогодення – майбутнє», знімає з індивіда відповідальність за результати діяльності як щодо сучасників так і до майбутніх поколінь. Як наслідок, з'являються комплекси егоцентризму, морального релятивізму (Павлов, 2013).

У значної частини молоді на процес національної та громадянської самоідентифікації, накладається *криза дитячої ідентичності* – ідентичності, що сформувалася в рамках існуючої системи соціальних відносин під впливом батьків та *входженням у віртуальний світ Інтернету*, де замість однієї традиційної «батьківської» системи цінностей пропонується чимало нових, систем цінностей, норм і правил поведінки, які конкурують між собою. Молодій людині, яка не має достатнього життєвого досвіду, усталених орієнтирів і моральних зразків поведінки, важко віднайти власне «Я». Долучення індивіда до віртуального інтернет-середовища завжди потребує створення віртуального Я-образу, яке може відбуватися: а) як *копіювання (відзеркалення) реальної ідентичності людини*, у тому числі національної та громадянської; б) як *створення віртуального* (від *virtualis* - «вигаданого, уявного, можливого») образу, відмінного або навіть альтернативного реально існуючому суб'єкту; а також в) *поєднання елементів реальної та віртуальної ідентичності у «гібридному образі»*.

Існує чимало наукових досліджень мотивів створення індивідом віртуального образу, відмінного від реального «Я» (Doering, 2003; Костеріна, 2008; Половинчак, 20017; Suler, 2000; Труфанова, 2010). Утім, серед вчених все більшої популярності набуває ідея про те, що користувачі мережі конструюють не саму ідентичність, а свого роду «віртуальну оболонку» для неї. Завдяки розвитку інтерактивних інтернет-технологій третього покоління Web-3 (соціальні мережі, блоги, чати, форуми тощо) суб'єкти мають змогу зберігати свою індивідуальність. І. В. Костеріна (2008), спираючись на результати дослідження особливостей ідентифікації блогерів, робить висновок: «Гра з віртуальною ідентичністю стає все більше непопулярною. Користувачі Інтернету не хочуть бути «безликими» та носити іншу соціальну маску – навпаки, вони прагнуть створити в Мережі такий індивідуальний профіль онлайн-ого «Я», який би відрізнявся від усіх інших (Костеріна, 2008, с.187). На думку Н. Дьорінга, прагнення індивіда відрізнитися від інших, формує певні риси «постійного користувача», за якими його впізнають інші суб'єкти взаємодії. Так утворюється «онлайнова ідентичність актора» у віртуальному просторі (Doering, 2003).

Слушними в контексті нашого дослідження видаються:

- *положення теорії О. Горошко*, зокрема про те, що ідентичність формується в результаті багатьох комунікативних процесів, основними з яких є інтеракція, ідентифікація та інтеріоризація; витоки віртуальної комунікативної ідентичності, слід шукати в організації інтернет-спільнот, які є середовищем для соціального життя молоді людини, її комунікативної взаємодії з іншими. (Горошко, 2009, с.184);
- *концепція Дж. Сулера щодо самоконструювання образу «Я»* за допомогою вербальних і невербальних засобів інтернет-комунікації є результатом *самоідентифікації особистості в інтернет-середовищі* (Suler, 2000);
- *ідея конкретного моменту ідентифікації Т. Омонії*. За Омонії, образ, який автономно створює суб'єкт, аби пред'явити інформацію про себе

іншим користувачам Інтернету, є відображення його ідентичності лише в конкретний момент ідентифікації (Omoniyi, 2006).

Отже, можемо виокремити такі особливості самоідентифікації кіберпокоління є те, що: 1) самоідентифікування індивіда відбувається синхронно в реальному соціальному просторі і мультикультурному віртуальному інтернет-середовищі. У гібридному (змішаному, синтетичному) інтернет-середовищі індивід має змогу конструювати і презентувати новоутворений образ «Я; 2) у віртуальному інтернет-просторі самоконструювання образу “Я” може здійснюватися як *копіювання реальної ідентичності, зокрема національної та громадянської; утворення віртуального образу, відмінного від реальної ідентичності, а також поєднання елементів віртуальної і реальної ідентичності в гібридній* (за Дж. Сулером) моделі (див. рис.).

Щоб визначити особливості самоідентифікації української молоді, ми розробили анкету «Я в Інтернеті» (Краснякова, 2016) і протягом 2018 рр. опитали 158 студентів останніх курсів столичних закладів вищої освіти віком від 18 до 27 років. Результати опитування показали, що переважна більшість респондентів (62%), презентують себе у віртуальному інтернет-середовищі як *реальну людину, громадянина / громадянку України; використовують, шаблонний інтерфейс, розміщують власні фото на сторінках соціальних інтернет-мереж. Кожний третій* респондент зазначив, що застосовує створений у віртуальному просторі «нік» або «аватар» як під час спілкування з друзями в соціальних інтернет-мережах, так і в реальному житті; у віртуальному просторі, інколи відчуває себе «людиною світу, разом з іншими користувачами мережі Інтернет», при цьому «ніколи не забуває, що є громадянином України».

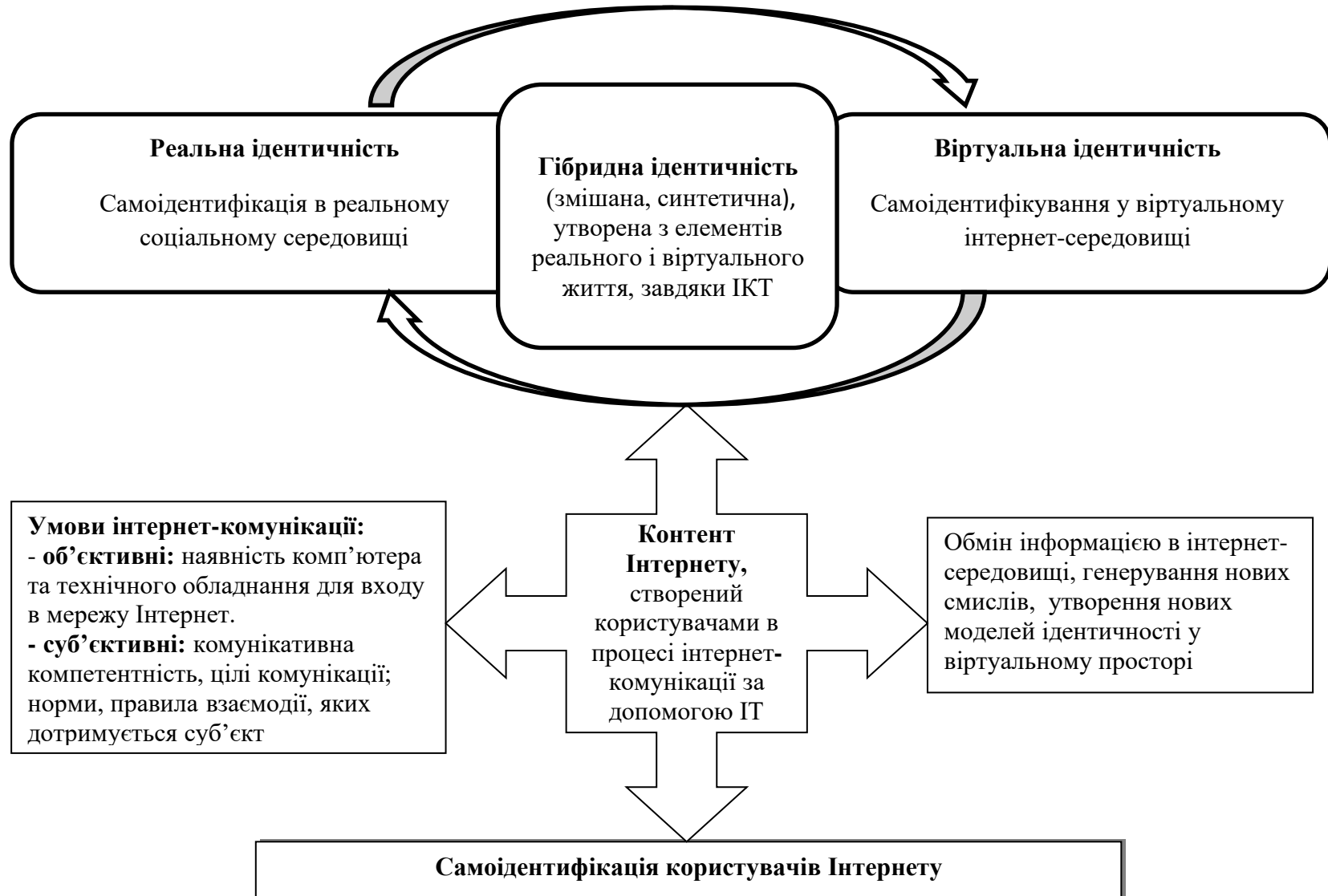


Рис. Особливості самоідентифікації користувачів Інтернету

Про «свій досвід створення віртуального образу, відмінного від реального», повідомили тільки 10 осіб (1,5 %); при цьому респонденти не зазначали мотиви створення віртуального образу «Я». Найбільш популярними формами самопрезентації національної та громадянської ідентичності респонденти визнали *створення акаунта / акаунтів* (від англ. account – обліковий запис, як сукупність реальної інформації) в автономно обраних соціальних інтернет-мережах. Студенти зазначили, що для презентації національної та громадянської ідентичності частіше обирають і застосовують візуальні (ніж текстові) форми, зокрема використовують символи, кольори, атрибути, фрагменти національного орнаменту, власні фото як-от світлини «зі свята вишиванки» тощо. Випробувані вважають, що «візуальні форми точніше відображують національний характер користувача» і «дозволяють швидко ідентифікувати особу».

Щодо найбільш бажаних форм і способів представлення власної громадянської позиції, переважна більшість респондентів, майже 93%, уникають спілкування в своїх он-лайн групах на теми національної та громадянської ідентичності, а найбільш прийнятними формами презентації громадянської позиції, вважають інтерактивні полілоги, зокрема чати, форуми, коментарі на сторінках соціальних інтернет-мереж, обговорення в блогах і мікроблогах.

Висновки:

1. Становлення національної та громадянської ідентичності молодих громадян країни відбувається синхронно у соціокультурному середовищі і мультикультурному віртуальному інтернет-середовищі. У процесі комунікації в інтернет-просторі користувачі взаємодіють з реальними соціальними суб'єктами, а також створеними віртуальними образами. У результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя утворюється гібридне середовище, яке сприймається як цілком реальне.

2. У гібридному (змішаному, синтетичному) інтернет-середовищі особа має змогу автономно конструювати образ/образи «Я» і презентувати його/їх у віртуальному просторі Інтернету. Самоконструювання може відображати: а) *реальну* національну та громадянську ідентичність; б) *новоутворену «віртуальну ідентичність»*, відмінну від реальної громадянської та національної ідентичностей, або в) *гібридну* (за Дж. Сулером), змішану ідентичність, що виникає в результаті перетину елементів реального та віртуального життя суб'єкта в конкретний момент ідентифікації.

3. Результати емпіричного дослідження показали, що переважна частина респондентів позиціонують в інтернет-середовищі свою реальну національну та громадянську ідентичність, третина демонструє елементи гібридної моделі ідентичності. Частка молоді, яка створює в інтернеті віртуальний образ «Я», відмінний від реального, не перевищує 1,5%. Найбільш популярними формами прояву громадянської та національної ідентичності студентська молодь вважає інтерактивні форми комунікативної взаємодії в інтернет-середовищі, зокрема блоги, чати, полілоги в соціальних інтернет-мережах.

Перспективи дослідження. У подальших наукових дослідженнях предметом розгляду може бути інтернет-середовище як ресурс розвитку громадянської компетентності студентської молоді.

Список використаних джерел

Асмолов А. Г. (2014) *Идентичность реальная и виртуальная*. Взято з: <http://vogazeta.ru/ivo/info/14423.html>

Горошко Е. И. (2009) *Коммуникативная виртуальная идентичность: гендерный анализ*. Филологические заметки. Перм. гос. ун-т. – Пермь – Скопье – Любляна – Загреб. Вып. 7. Ч. 2. с. 93–105.

Костерина И. В. (2008) *Публичность частных дневников: Об идентичности в блогах Рунета*. Неприкосновенный запас: Дебаты о политике и культуре. 3, 183–191

Краснякова А. О. (2016). *Интернет-середовище як новий комунікативний простір самопрезентації особистості*. Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. Статей. К. : Міленіум. Вип. 38 (41). с. 286-297

Лучинкіна А. І. (2014) Психологічні закономірності соціалізації особистості у віртуальному просторі.(Автореф. дис. д-ра психол. Наук). Інститут психології ім. Г. С. Костюка, Київ

Маркузе Г. (1994). *Одномерный человек*. М.: REFL-book.

Павлов Ю. В., (2013). Постмодерністські версії «деідентифікації» сучасної людини. Наукові записки. Серія «Культурологія». Матеріали VI Міжнародної наукової конференції «Культура в горизонті сталих і плинних ідентичностей» (12-13 квітня 2013 року, м. Острогор), Ч. 2. с. 314-318. Взято з <https://eprints.oa.edu.ua/1875/>

Половинчак Ю. М. (2017) Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності. Взято из <http://nbuviar.gov.ua/images/nauk-mon/suchasne%20informatsiino-komunikatsiine%20seredovyshe.pdf>

Рейнгардт Н. В., (2006). Трансформация идентичности человека в информационно-компьютерном мире. Взято з: <http://www.dissercat.com/content/transformatsiya-identichnosti-cheloveka-v-informatsionno-kompyuternom-mire#ixzz4QBxmHgL3>

Труфанова Е. О. (2010) Роль коммуникации в построении личностной идентичности. Вопросы философии. Вып.15. с. 128–142. Взято з: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kommunikatsii-v-postroenii-lichnostnoy-identichnosti>

Щербина В. М.(2002) Сітьова кіберкомунікація як соціальний феномен. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. № 1. с. 109–116.

Doering, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet*. Hogrefe Verlag.

Omoniyi, T. (2006). Hierarchy of Identities. In Omoniyi, T. and White, G. (eds.). *The Sociolinguistics of Identity*. London: Continuum, pp. 11–33.

Suler, J. (2000) Identity Management in Cyberspace, available at: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage>.

Turkle, S. (1995). What Are We Thinking about When, We Are Thinking about Computers?, http://web.mit.edu/sturkle/www/routledge_reader.

.References

Asmolov, A. (2014). *Ydentychnost realnaia y vyrtualnaia* [Identity is real and virtual]. Retrieved from: <http://vogazeta.ru/ivo/info/14423.html> (in Russian).

Goroshko, Ye. I. (2009). *Kommunikativnaya virtualnaya identichnost: gendernyy analiz* [Communicative virtual identity: gender analysis]. *Filologicheskiye zametki* [Philological Notes]. Perm State University. Is. 7. Part 2, pp. 93–105. Perm, Skopye, Lyublyana, Zagreb ((in Russian).

Kosterina, I.V. (2008) . *Publichnost' privatnykh dnevnikov: Ob identichnosti v blogakh Runeta*. [Publicity of private diaries: Identity on Runet blogs]. *Neprikosnovennyiy zapas: Debatyi o politike i kulture*. [Immaculate Reserve: Debates on Politics and Culture], 3, 183–191 (in Russian).

Krasnyakova, A. O. (2016). *Internet-seredovyshe yak novyy komunikatyvnyy prostir samoprezentatsiy osobystosti*. [Internet environment as a new communicative space for personal self-representations]. *Scientific Studies on Social and Political Psychology: Sb. Articles*. 38 (41). Pp. 286-297 Kyiv: Milenium (in Ukrainian).

Luchynkina A. I. (2014) *Psykhologichni zakonomirnosti sotsializatsiyi osobystosti u virtualnomu prostori*: Avtoref. dys. ... dokt. psyhol. nauk [Psychological patterns of personality socialization in virtual space: Abstract of Thesis ... Doctor of Psychological Sciences]. Kyiv (in Ukrainian).

Marcuse, G. (1994). *Odnomernyy chelovek* [One-dimensional man]. - M.: REFL-book, 368 c. (in Russian).

Pavlov, Yu.V. (2013). *Postmodernistski versiyi «deidentifikatsiyi» suchasnoyi lyudini* [Postmodern versions of "Detection" of modern man]. *NaukovI zapiski. SerIya «KulturologIya». MaterIali VI MizhnarodnoYi naukovoyi konferentsIYi «Kultura v gorizontI stalih I plinnih Identichnostey»* [Scientific Notes. Series "Culturology". Materials of the VI International Scientific Conference "Culture in the Horizon of Sustainable and Flowing Identities"] (April 12-13, 2013, Ostroh), Ch. 2. pp. 314-318. Retrieved from <https://eprints.oa.edu.ua/1875/> (in Ukrainian).

Polovinchak Yu.M. (2017) *Suchasne informatsiyno-komunikatsiyne seredovyshe yak prostir transformatsiyi ukrayins'koyi natsional'noyi identychnosti: monohrafiy* [Modern Information and Communication Environment as a Space for the Transformation of Ukrainian National Identity: [monograph] URL: <http://www.dissercat.com/content/transformatsiya-identichnosti-cheloveka-v-informatsionno-kompyuternom-mire#ixzz4QBXmHgL3> (in Ukrainian).

Reinhardt, N.V. *Transformatsiya identichnosti cheloveka v informatsionno-kompternom mire* [Transformation of Human Identity in the Information-Computer World]. Retrieved from <http://www.dissercat.com/content/transformatsiya-identichnosti-cheloveka-v-informatsionno-kompyuternom-mire#ixzz4QBXmHgL3> (in Russian).

Trufanova, Ye. O. (2010). *Rol kommunikatsii v postroyenii lichnostnoy identichnosti* [The role of communication in the construction of personal identity]. *Voprosy psikhologii* [Question of Psychology], 15, 128–142 (in Russian).

Scherbyna, V. (2002) *Sit'ova kiberkomunikatsiya yak sotsial'nyy fenomen* [Networked kiberkomunikatsiya as a social phenomenon], *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketynh* [Sociology: theory, methods, marketing], 1, 109–116 (in Ukrainian).

Doering, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet*. Hogrefe Verlag.

Omoniyi, T. (2006). Hierarchy of Identities. In Omoniyi, T. and White, G. (eds.). *The Sociolinguistics of Identity*. (pp. 11–33) .London: Continuum,

Suler, J. Identity Management in Cyberspace, available at: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage>.

Turkle, S. (1995). What Are We Thinking about When, We Are Thinking about Computers?, http://web.mit.edu/sturkle/www/routledge_reader.

**Краснякова А. А.,
научный сотрудник
ИСПП НАПН Украины,
г. Киев**

Информационно-коммуникационная среда сети Интернет как новый коммуникативный простор национальной и гражданской самоидентификации киберпоколения

Информационно-коммуникационная среда сети Интернет рассматривается как мультикультурная виртуальная среда взаимодействия носителей разных языков и культур. Акцентируется внимание на том, что интернет-среда является гибридной средой, которая образуется с помощью информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в результате интеграции элементов реальной и виртуальной жизни; в процессе коммуникативного взаимодействия различных социальных субъектов в интернет-среде формируются идентификационные характеристики пользователя. Выявлены особенности самоидентификации киберпоколения в виртуальном интернет-пространстве, в частности: 1) процесс самоидентификации происходит синхронно в реальном социокультурном пространстве и виртуальной мультикультурной интернет-среде; 2) в виртуальном интернет-пространстве самоконструирование образа "Я" может осуществляться как а) копирование реальной идентичности, в частности национальной и гражданской; б) образование виртуального образа, отличного от реальной идентичности, а также в) сочетание элементов виртуальной и реальной идентичности в гибридной модели (по Дж. Сулеру). Возможность создавать различные «Я» образы в виртуальном интернет-пространстве приводит к формированию изменчивой, гибкой, динамичной и нестабильной идентичности. Подчеркивается, что процесс самоидентификации молодых граждан страны, сочетается с кризисом детской идентичности, которая сформировалась в рамках существующей системы социальных отношений под влиянием родителей и вхождением в виртуальный мир Интернета, где предлагается множество новых систем ценностей, норм и правил поведения. Приведены результаты исследования особенностей самоидентификации студенческой молодежи в виртуальной интернет-среде. Установлено, что большая часть молодежи (62%) представляет в интернет-среде свою реальную национальную и гражданскую идентичность, треть - демонстрирует элементы гибридной модели идентичности. Количество молодежи, которая создает в Интернете только виртуальный образ «Я» - не превышает 1,5%. Почти 93% респондентов для презентации национальной и гражданской идентичности выбирают визуальные формы, используют символы, цвета, атрибуты, фрагменты национального орнамента и т. Наиболее приемлемыми формами презентации национальной и гражданской идентичности, молодые граждане страны считают интерактивные полилоги, в частности чаты, форумы, комментарии на страницах социальных интернет-сетей, обсуждения в блогах и микроблогах.

Ключевые слова: интернет-среда, интернет-технологии, самоидентификация, виртуальная идентичность, гибридная модель идентичности

Alla O. Krasniakova. The Internet environment as communication space of national and civic self-identification of the cyber generation

The author investigates the Internet information and communication environment as amulticultural virtual space of interaction of people speaking different languages and representing different cultures. The Internet space is a hybrid environment created by means of the information and communication technologies (ICT) in the course of integration of the elements of real and virtual life. In the process of interaction between different social subjects user's identification features are developed in the Internet environment. The author considers the following peculiarities of selfidentification of the cyber generation in the Internet space. Self-identification process proceeds simultaneously in the real socio-cultural space and in the virtual Internet environment. The self image construction in the virtual Internet space occurs by a) copying of the real identity, particularly national and civic identity; b) creation of the virtual image, which is different from the real identity; c) combination of the elements of the virtual and real identities in the hybrid model (according to J. Suler). The possibility to create different self images in the virtual Internet space causes the development of the changeable, dynamic and unstable identity. The author argues that the process of selfidentification of the young citizens of the country is combined with the crisis of their child identity formed in the framework of the actual system of social relations under the influence of the parents and their involvement in the virtual world of the Internet with its new systems of values, norms and rules of behavior. An empirical study of the peculiarities of the student self-identification in the virtual Internet environment proves that the majority of the young people (62%) present their real national and civic identity in the Internet environment, and one third of the students demonstrate elements of the hybrid identity model. The portion of young people who create only a virtual self image do not exceed 1.5%. Almost 93% of the respondents choose visual forms of presenting their national and civic identity. They use symbols, colors, attributes, fragments of the national patterns and other forms. The most acceptable forms of the Internet communication in which national and civic identities manifest themselves are interactive polylogues, namely charts, forums, commentaries on social network sites, blogs and micro blogs.

Key words: Internet environment, Internet technologies, self-identification, virtual identity, hybrid identity model.