

ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ И ВИРТУАЛЬНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

Сивуха С. В., канд. психол. наук, доц., г. Минск

Понятие идентичности относится к одному из самых частотных в социальных науках. Доминирующей философией в этой сфере остается (часто не артикулируемый) научный эмпиризм, а гуманитарные дисциплины используют причудливую смесь научных понятий, метафор, литературных описаний. Это затрудняет коммуникации между исследователями и понимание публикаций, написанных в разных традициях. Работа, в которой слово «идентичность» является ключевым, может оказаться позитивистской, конструктивистской или даже художественной; концепции и языка описания не критически смешиваются, предположения теорий не артикулируются, а понятия используются широко и метафорически.

Полагаю, положения теории социальной идентичности и ее более поздних ревизий (теории самокатегоризации, оптимальной различимости и др.) не совсем чужды представителям разных научных традиций и по этой причине способны выступить концептуальной основой междисциплинарных исследований. В частности, эти теории подчеркивают ситуативную природу идентичности. Понимание человеком своей сущности, своих отличий от других людей отражает не столько телесные и диспозиционные признаки индивида, сколько ситуативную когнитивную самокатегоризацию в терминах принадлежности к социальным группам (Abrams, Hogg, 2004).

Отсутствие единственности и монолитности личности признается даже в такой позитивистской науке, как психология – в теории референтных групп, в теории конструкторов Дж. Келли, в работах К. Гергена или Х. Маркус о множественных самостях, в дискурсивной социальной психологии М. Уэзерел и Дж. Поттера и др. Даже будучи закоренелыми эссенциалистами, люди, которые теряли мобильный телефон (и данные о записанных в его памяти социальных связях), согласятся с тем, что как минимум некоторые фрагменты личной и социальной идентичности определяются ситуацией и процессами коммуникации.

Исследования виртуального мира имеют относительно большую историю. Около двух десятилетий лаборатория Б. Уэлмана (NetLab) изучает онлайн-коммуникации и онлайн-сообщества. Альбер Р. и Барабаси А.-Л. построили

карту «всемирной паутины» и изучили ее топологию (Albert, Barabási, 2002). Политические события последних месяцев (скандал по поводу WikiLeaks, перевороты в исламских странах и др.) продемонстрировали власть онлайн-социальных сетей. Сетевые модели влияния и образования виртуальных сообществ (Губанов, Новиков, Чхартишвили и др., 2010; Newman, 2010 и др.) уделяют мало внимания личности, самости и идентичности (исключение – Paracharissi, 2011), тем более поразителен интерес к этой проблематике со стороны маркетологов (Wood, Solomon, 2009). В последней работе приводятся данные о многомиллионных армиях пользователей социальных сетей, о распространенности онлайн-рекламы и онлайн-покупок, даются прогнозы численности «населения» виртуального мира.

Исследования виртуальных сообществ и поведения индивидов онлайн требуют особой методологии. Здесь недостаточно привычной реконструкции личных сетей на основе «генератора имен» и «интерпретатора имен»; этот подход к изучению социальных онлайн-сетей дает не всегда интерпретируемые результаты. Недостаточны также типичные опросники, посвященные социальной идентичности, поскольку они чувствительны к когнитивным аспектам идентификации и не уделяют внимания эмоциям и переживаниям. Козинец Р. и Кедзайер Р. (Kozinets, Kedzior, 2009) обосновывают новую методологию – автонэтнографию (auto-netnography, одним из корней этого неологизма служит *net*, сеть); обсуждаются также визуальное исследование аватаров, исследование взаимодействия между аватарами и др. В этих подходах проблемой является не качественная природа методологии, а идеи о ведущей роли аффективного (эмоционального) компонента, для которого нет места в классической теории социальной идентичности.

В докладе обсуждаются возможности разумного синтеза концептуальных моделей идентичности, взятых из социальной психологии, и методов изучения реального и виртуального мира, заимствованных из анализа социальных сетей и качественных исследований.