

**ФЕЙКОВА ПІДМІНА ОСОБИСТОСТІ:
ПОШУК ВИГОДИ ЧИ СПОСІБ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАХИСТУ**

Резюме

У статті розглядається **проблема** визначення психологічних наслідків такого явища, як збільшення впливу віртуального середовища на життя сучасної людини, одним з проявів якого є широке розповсюдження в інформаційному середовищі фейкової інформації. **Метою** дослідження є розкриття необхідності виявлення ставлень молоді до фейкової інформації, конкретизація причин, що обумовлюють звернення молоді до процедури проектування своєї онлайн-ідентичності. **Завданнями дослідження** є виявлення і аналіз сучасних теоретичних поглядів на дану проблему, побудова теоретичної моделі мотивів створення фейкових акаунтів студентами, розробка на її основі відповідної анкети. **Методами дослідження** виступили: теоретичний аналіз, контент-аналіз, теоретичне моделювання, спостереження, дискусія, бесіди, опитування.

В **результаті** проведеного аналізу сучасних робіт з відповідної тематики і реальної практики функціонування такої інформації виявлено, що, крім явно негативних проявів, сьогодні все більш актуальною стає проблема підміни природних процесів формування особистісної ідентичності онлайн-ідентичністю. Проектування онлайн-ідентичності, яка стає основою самопрезентації, виступає певним засобом психологічного захисту, який дозволяє конкретній людині подолати свої психологічні проблеми. Тому на сьогодні важливим є створення методичної бази для дослідження цього процесу, проведення спеціальних досліджень на виявлення ставлень осіб різних вікових і соціальних груп до фейкової інформації, підготовку практичних психологів до роботи з особами з онлайн-ідентичністю. У **результаті**

проведеного пошукового експерименту визначено вихідні методичні засоби проведення таких досліджень серед сучасної молоді.

***Ключові слова:** віртуальна реальність; онлайн-ідентичність як різновид психологічного захисту; особистісна самоідентифікація; самопрезентація; фейкова інформація*

Вступ. Сучасна людина, на відміну від багатьох поколінь попередників, завдяки досягненням науки і техніки, отримала унікальну можливість: одночасно знаходитися в реальному і віртуальному просторах. Якщо раніше ефект відриву від реальності, яка не задовольняла певного індивіда, досягався в основному штучним шляхом (наприклад, через алкоголь, прийняття наркотичних засобів, тощо), то світ комп'ютерних технологій відкрив нові можливості – надав статус природного процесу перебування у віртуальному просторі. Планетарні масштаби такого явища, як конкуренція між реальним і віртуальним світами, в якій часто останній отримує перемогу, не може залишитись поза межами уваги науковців. При цьому слід визнати, що наука часто відстає від розвитку подій. Водночас нові психологічні наслідки поглинання мільйонів людей штучно створеним інформаційним середовищем досить часто починають усвідомлюватись лише тоді, коли їх прояви стають достатньо типовими. Ще більше відстає від наукового обґрунтування якісне оцінювання відповідних ефектів. Часто воно є однобічним, прив'язаним тільки до обмеженого поля проявів, розгляду за достатньо абстрагованими від реального життя критеріями.

Постановка проблеми. Отже, віртуальний простір став невід'ємною частиною життя сучасної людини. При цьому його не можна розглядати виключно як область суто технічних і технологічних здобутків, це вагома сфера соціальних відносин, що виникають, змінюються і припиняються в процесі використання комп'ютерної чи іншої електронної технічної мережі з приводу інформації, інформаційних ресурсів, інформаційних послуг і засобів зв'язку. Тому особливу важливість має розкриття вкрай актуальної проблеми

– визначення психологічних наслідків взаємодії людини з інформаційним середовищем.

Одним з відносно нових явищ, що виникли внаслідок широкого розповсюдження інформаційних технологій, є вибухове збільшення долі так званої фейкової інформації.

Англійське слово *fake* означає – «фальшивка, обман, підробка, містифікація». Отже, в самому понятті вже закладено негативне оцінювання. Певною мірою останнє обумовлено тим, що тривалий час цим терміном дійсно визначались певні негативні явища.

Спочатку так називали послання по електронній пошті з фальшивим відправником або файли з фальшивим ім'ям. Надалі це слово стало вживатися більш широко, стосовно оцінки правдивості інформації, що подається через Інтернет, телебачення, радіо, пресу. Сьогодні можна казати, що в цих сферах виробництво фейків поставлено на потік. Фейками як ефективним способом привертання до себе уваги, впливу на суспільну думку користуються не тільки окремі блогери або журналісти, а цілі інформаційні агентства, громадські діячі, політики, партії.

Найбільш типовими фейками є:

- Новини, матеріали про події, яких не було (як історичні, так і сучасні).
- Фотографії, на яких зображено те, чого не було.
- Фальшиві інтернет-сайти, створені від імені іншої особи.

Якщо аналізувати розповсюдження фейків у широкому соціальному контексті, то, дійсно, вони можуть розглядатись як засіб зловмисних провокацій, в яких змішується правда з брехнею, з метою привести читача чи глядача до очікуваних помилкових висновків.

Але такий підхід не охоплює всіх причин виникнення фейків, особливо якщо розглядати відповідні явища на рівні окремих осіб. Наприклад, фейк може виступати як жарт, розіграш на кшталт першоквітневого. Взагалі сам процес створення і розповсюдження фейків може бути обумовлений різними причинами. Тому сьогодні фейком почали називати будь-яку недостовірну

інформацію. При цьому увагу дослідників стало привертати не саме існування таких фактів, а мотиви і цілі, що обумовлюють їх виникнення, на різних рівнях – як соціальному, так і індивідуальному.

Однією з вагомих причин є те, що фейки особливо легко поширюються по Інтернету, чому сприяє його всеосяжність. Існують цілі фейкові сторінки в соціальних мережах (telegram, facebook і т.д.) і на форумах. При цьому є реальна можливість для виробника неправдивої інформації зберегти свою анонімність, а тому майже повна невразливість і безкарність. Тому, спілкуючись в соціальній мережі або на форумі з людиною, яку в житті ні разу не зустрічав, не можна бути впевненим в тому, що вона - саме та, за кого себе видає.

Цією можливістю часто користуються шахраї, наприклад, з метою заманити довірливого користувача на спеціально створений сайт, відвідування якого може призвести до чималих неприємностей, аж до втрати власних грошей. Шахраї за допомогою фейкових акаунтів можуть також простежити переміщення користувачів, які необережно залишають в загальному доступі приватні відомості. Результат - квартирні крадіжки і пограбування.

Водночас у цьому може і не бути нічого кримінального, що найчастіше і відбувається. «Неправильні» акаунти можуть створюватися просто для розширення кола спілкування або для створення унікального віртуального образу, наприклад, виключно для інтересу. Бувають необхідні такі акаунти і для просування створених в тій же соцмережі груп.

Незважаючи на припущення, що деякі фейкові акаунти не надають негативного впливу, сьогодні активно розробляються рекомендації щодо того, як уникнути контактів з ними, як відрізнити фейк, як не постраждати від фейку. Користувачів Інтернету переконують, що будь-який «лівий» акаунт у соціальній мережі можна визначити - наприклад, по відсутності альбому з різними фотографіями самого користувача. З такими «друзями» краще не спілкуватися. Пропонуються способи, які дозволяють не нарватися на неприємності в Інтернеті взагалі. Наприклад, такі:

- Має сенс перевіряти правильність посилання, по якому пропонується пройти - деякі з них дуже схожі на адреси популярних сайтів;

- Не варто на незнайомих сайтах і навіть в Інтернет-магазинах вводити в поля запропонованої форми конфіденційні дані - паспортні, дані банківської картки, і так далі.

- Фейк в Інтернеті - небезпечний. Найчастіше він призводить до зараження комп'ютера користувача і навіть втрати грошей, в разі крадіжки паролів. Тому під час користування Інтернетом і введення даних слід проявляти обережність.

- Створення фальшивої особистості в Інтернеті – це відмінний спосіб захисту своїх персональних даних, але при цьому потрібно бути реалістичним в деталях, інакше уважні оператори різних сервісів можуть просто ліквідувати акаунти, створені від імені такої особи, з втратою всіх даних і іншими неприємними наслідками.

Але створення фальшивої особистості в Інтернеті не зводиться лише до захисту своїх персональних даних. Не менше розповсюдженим є використання відповідної процедури з метою самопрезентації особистості, проектування своєї онлайн-особистості.

Метою даної статті є розкриття необхідності виявлення ставлень молоді до фейкової інформації, конкретизація причин, що обумовлюють звернення молоді до процедури проектування своєї онлайн-ідентичності.

Завданнями дослідження виступили: виявлення і аналіз сучасних теоретичних поглядів на дану проблему, побудова теоретичної моделі мотивів створення фейкових акаунтів студентами, розробка на її основі відповідної анкети.

Методи дослідження: теоретичний аналіз, теоретичне моделювання, контент-аналіз, дискусія, бесіди, опитування.

Аналіз останніх публікацій. Проблема самопрезентації як бажання створити позитивне враження про себе стара як світ. Ще в часи античності люди, що належали до різних соціальних і вікових груп, залишали свої

мемуари, намагаючись представити себе перед суспільством і нащадками в більш вигідному для себе ракурсі. Були і більш екзотичні способи нагадати суспільству про своє існування, наприклад, підпалювати храми, щоб прославитися і увійти в історію. У сучасному світі за допомогою Інтернету, це можна зробити значно простіше. Прагнення до індивідуалізації та самореалізації в сучасному світі ставить вкрай важливе питання: а яким же чином співвідносяться один з одним реальне і віртуальне спілкування і самопрезентація.

Самопрезентація - феномен особистісного поведінки, що виникає в процесі прямого або опосередкованого спілкування суб'єкта з іншими суб'єктами і групами, який базується на використанні деяких специфічних форм в залежності від зовнішніх або внутрішніх умов. Активний розвиток інформаційних технологій призвело до формування нового простору для спілкування і самопрезентації. Одним з таких нових форм є Інтернет-спілкування - спілкування суб'єктів за допомогою комп'ютера і світової інформаційної мережі.

Віртуалізація життя, технічний та технологічний поступ, соціальні мережі, інформаційні технології та тісно пов'язані з ними медійні маніпуляції, явища популізму, дезінформація, інформаційні «вкиди» та «фейки», гібридні війни тощо з кожним новим днем стають все більш актуальними процесами, що мають вплив на суспільство в цілому, і охоплюють все більшу кількість людей. Велика частка життєвих процесів вже відбувається віртуально, або у віртуальному просторі: навчання, праця, спілкування, відпочинок, соціалізація, і ця віртуалізація поглиблюється з кожним днем. Віртуальне спілкування поступово заміщує звичайне, «живе» спілкування та пришвидшує поширення інформації, набуття нових зв'язків, вивільняє час (Розвиток, 2018).

Залучені простотою і легкістю спілкування, анонімністю і демократичністю Інтернету, мільйони людей різного віку і різних соціальних груп проводять в мережі значну частину свого часу. Будь-яка людина може створити веб-сторінку, профайл, який буде включати опис її особистості і

графічне зображення (аватар). На етапі заповнення відповідної анкети людина може свідомо чи усвідомлено спотворювати інформацію про себе, надаючи точну копію реального себе, а описуючи соціально бажану або ідеальну особистість.

Поняття самопрезентації достатньо представлено в соціально-психологічних дослідженнях. У широкому сенсі воно пов'язане з процесом подання людиною власного образу в соціальному світі, який спрямований на створення в оточуючих певного враження про себе. У вузькому сенсі самопрезентація може розумітися як управління враженням інших людей про себе.

З точки зору інтеракціонізму самопрезентація розглядається як формування образу Я і підтримування самооцінки. Представники цього напрямку У. Джемс, Г. Мід, Ч. Кулі вважали, що в соціальному просторі кожній людині властиво демонструвати свої різні соціальні образи в залежності від процесу спілкування з різними партнерами. Це сприяє тому, що людина може уявити себе в найбільш вигідному положенні і справити на оточуючих найкраще враження про себе. Потім, відрефлексувавши думку і ставлення до неї оточуючих, вона може створити власне уявлення про себе. Ч. Кулі пояснює цей феномен за допомогою категорії «дзеркального Я», а Г.Мід називає «ідеєю Я» (Михайлова, 2006).

Людина також може формувати думку про себе через оцінку її іншими людьми. Р. Вікланд вказує на те, що в процесі усвідомлення цих оцінок виникає стан об'єктивного самосвідомості (objective self-awareness). Це самосвідомість фіксує увагу людини на самої собі і на своєму уявленні про те, як її сприймають і оцінюють інші люди (Михайлова, 2006 : 11).

Т. Д. Марцинковська у своїх дослідженнях підкреслює, що в умовах сьогодення нові технології і принципово інший технічний простір стають невід'ємною частиною сучасного життя індивіда. Їх вплив на психічну сферу і особистісні особливості людини з кожним днем стає все масштабнішим і глобальнішим. Ми живемо в новій цифровій цивілізації, де

людину оточує цифрове середовище, а прогресивні технології стали нашим звичним способом життя. Люди перестали сприймати машини як механізми, які нас оточують. Тепер це технічні пристрої, які є частиною нашого повсякденного простору, і часто вони є продовженням наших психічних здібностей, а не тільки інструментом нашої діяльності. Сьогодні вже можна говорити про те, що технічні засоби, проходячи процес інтеріоризації, визначають особливість сприйняття навколишнього простору, контакту з предметною сферою і спілкування людей. Технічні нововведення змінили не тільки сам просторово-часовий континуум, а й наше уявлення про нього. Цифрові технології та засоби відкривають людині нові можливості для самопрезентації» (Марцинковская, 2015).

Саме тому в сучасних психологічних дослідженнях все більш вагоме місце займає вивчення самопрезентації в віртуальному просторі. Так, вітчизняними психологами А.Є. Жичкіною і Є.П. Белинською було проведено дослідження стратегії самопрезентації в Інтернеті і її зв'язок з реальною ідентичністю. В результаті даного дослідження було виявлено, що участь в Інтернет-комунікації може впливати на реальну ідентичність різними способами. Це пов'язано з тим, що в порівнянні з реальним життям інтернет-простір, будучи соціальною реальністю, дає можливість людині за рахунок наявності в ньому різних спільнот (чатів, телеконференцій і MUD) належати до певної соціальної категорії. Важливим аспектом інтернет-спілкування є анонімність даного процесу. В інтернет-комунікації анонімність і обмежений сенсорний досвід породжують унікальну можливість експериментування з власною ідентичністю. Більш конкретно, анонімність дозволяє користувачам Інтернету створювати мережеву ідентичність, яка часто відрізняється від реальної ідентичності (Жичкіна & Белінська, 2017).

Основна особливість віртуальної самопрезентації, яка визнається більшістю дослідників - це можливість майже абсолютного управління враженням про себе. Вибір способу самопрезентації в мережі залежить від типу особистості.

У своїх роботах Є. П. Белінська підкреслює, що саме віртуальна самопрезентація може відбивати як раз ті бажання людини, які вона не може задовольнити в реальному житті, тобто бути прямим наслідком реальної ідентичності. Крім цього, віртуальна самопрезентація може бути пов'язана з технічними особливостями комунікації в Інтернеті. Віртуальна самопрезентація може бути зовсім іншою за своєю формою порівняно з реальною, мати велику виразність і свідому конфліктність, оскільки ніхто з користувачів Інтернету не хоче бути повністю анонімним і залишитися взагалі ніким не поміченим (Жичкіна & Белінська, 2017).

Якщо ми будемо порівнювати особливості самопрезентації в реальному і віртуальному світі, то виявиться, що самопрезентація в соціальних мережах буде більш усвідомленою і більш різноманітною за своїм характером. Необхідно відзначити, що зміст такої самопрезентації буде обумовлений соціальними нормами конкретної соціальної мережі. Дуже цікаво і те, що самопрезентація в процесі віртуальної комунікації буде більшою мірою сприяти підвищенню рівня самооцінки, ніж при очному взаємодії. Це допомагає активізації спілкування між користувачами в мережі.

В ході дослідження самопрезентації користувачів Є.П. Белінська та О.В. Гавриченко виявили, що важливою рисою візуальної самопрезентації в соціальних мережах буде показник об'єктивного соціального статусу користувача. Як правило, метою самопрезентації в Instagram є формування свого позитивного образу і підвищення свого віртуального, а, отже, й реального статусу. В цьому випадку для мережі Instagram активність публікації користувача (число фотографій і текстів на його сторінці) не має нічого спільного з рівнем його об'єктивного соціального статусу» (Белінська & Гавриченко, 2018).

Метою самопрезентації незалежно від простору взаємодії є усвідомлене створення і демонстрація бажаного образу Я. Не менш важливим завданням самопрезентації є підтримка позитивної самооцінки. Численні дослідження показують, що самопрезентація може детермінуватися як мотиваційними, так

і когнітивними факторами. До мотиваційних вчені відносять прагнення до влади і високих досягнень, рівень самомоніторингу, потребу в соціальному визнанні. Когнітивні чинники, пов'язані частково з рівнем самосвідомості, визначаються свідомими, в тому числі і поведінковими, зусиллями, спрямованими на усунення дисонансу між самооцінкою і соціальною оцінкою (Гавриченко, 2018).

Отже, розвиток нових інформаційних технологій, модифікуючи весь спосіб життя сучасної людини, закономірно має і свої особистісні наслідки. Власне, саме знаходження відповіді на це питання - як змінюється не тільки характер комунікації, а й особистісні характеристики людини інформаційної епохи, - найбільш цікавить сьогодні вчених різних галузей знань – соціологів, педагогів, психологів, філософів. І на цьому шляху вже є помітні здобутки.

Так порівняння особливостей самопрезентації в реальному і віртуальному світі показує, що самопрезентація в соціальних мережах, як правило, носить більш усвідомлений і різноманітний характер, а її зміст залежить від соціальних норм конкретної соціальної мережі. Особливо цікавий той факт, що самопрезентація при віртуальній взаємодії в більшому ступені сприяє підвищенню рівня самооцінки, ніж при очному спілкуванні, і допомагає активізації контактів між користувачами.

Перш ніж перейти до наступного розгляду проблеми, уточнимо значення наступних термінів:

- Сайт, або веб-сайт, - одна або кілька логічно пов'язаних між собою веб-сторінок; також місце розташування контентасервера. Зазвичай сайт в Інтернеті являє собою масив пов'язаних даних, що має унікальну адресу і сприймається користувачами як єдине ціле. Веб-сайт як система електронних документів (файлів даних і коду) може належати приватній особі або організації і бути доступним в комп'ютерній мережі під загальним доменним ім'ям і IP-адресою або локально на одному комп'ютері.

- Соціальна мережа (скор. Соцмережа) - онлайн-платформа, яка використовується для спілкування, знайомств, створення соціальних відносин

між людьми, які мають схожі інтереси чи офлайн-зв'язки, а також для розваги (музика, фільми) і роботи.

Розглянемо тепер явище онлайн-ідентичності в соціальних мережах

У всіх людей є група «реальних» контактів. Ці офлайнові відносини впливають на ті цифрові сценарії, в яких бере участь людина, в основному відомі як соціальні мережі. Але в них також будуються нові соціальні зв'язки, повністю незалежні від реального світу. Люди не тільки знаходять в Інтернеті партнерів для спілкування і цікаву для себе інформацію з будь-якої точки планети, але цей контекст дозволяє їм змінити уявлення про себе.

У науковому дослідженні соціальної психології Є.П. Белінська та О.В. Гавриченко кваліфікують соціальні мережі як портали ідентичності. Це означає, що у користувачів є можливість не просто відобразити якісь аспекти їх особистості, інтересів і біографії, а і фільтрувати і вибирати їх на свій розсуд (Белінська & Гавриченко, 2018).

Масове підключення користувачів до Інтернету за допомогою даних порталів призводить до того, що кожен користувач може, при бажанні, не лише відображати кожен аспект своєї офлайнової діяльності в соціальних мережах, а і робити так, щоб його життя всім навколишнім здавалося активним і насиченим, хоча насправді він сидить вдома на дивані.

Якщо в «реальному» житті є необхідні ритми і паузи, соціальні мережі надають користувачеві простір, де активність спостерігається 24 години на добу, 7 днів на тиждень. Вся ця взаємодія в формі лайків, фотографій, і статусів створює ту ідентичність, яка є більш приваблива для її автора, формує у інших більш позитивне уявлення.

Важливим ракурсом розгляду проблеми є відносини між групами і онлайн-ідентичністю (Телешина, 2011).

Сьогодні всі знають, що існують найбільші соціальні мережі, ті, де збирається значна частина користувачів соціальних мереж. Але взагалі сайтів в Інтернеті дуже багато, і вони дуже різноманітні як з естетичного, так і функціонального ракурсів розгляду.

При такому розмаїтті навіть просте перебування в соціальній мережі вже визначає важливі аспекти особистісної онлайн-ідентичності, які користувач хоче зробити помітними. Наприклад, існують соцмережі, які об'єднують людей у відповідності з їх інтересами, їх професійними зв'язками і прагненнями або відповідно до їх потреб.

Поряд з загальними питаннями, увагу і дослідників, і практиків привертають недоліки формування онлайн-ідентичності. Як вже підкреслювалося, люди часто надають перекручені аспекти своєї особистості, адже в Інтернеті їм, очевидно, набагато простіше сховатися від реальності. У зв'язку з цим виникають дві серйозні проблеми щодо достовірності ідентичності в соціальних мережах:

1. Фейкові профілі як явище сучасного життя. Якщо ви спілкуєтеся в Твіттері з «людиною», то там, за екраном, це може бути бот чи людина, яка управляє численними профілями з комерційними або політичними намірами.

2. Крадіжка особистості. Це коли людина видає себе за іншого. Цілей може бути кілька: отримати інформацію або доступ, наприклад, до ваших банківських акаунтів. Також можна пародіювати мову якої-небудь знаменитості в соціальних мережах або легко утворити співтовариство передплатників навколо відомого лідера, не будучи їм (Нечай).

Слід також враховувати, що окремі автори, надаючи поради користувачам щодо того, як можна уникнути шахраїв в інформаційному середовищі, надають прямо протилежні рекомендації, яким чином створити онлайн-особистість. Наведемо деякі з таких порад:

- Підібрати ім'я, яке правдоподібно звучить, і надати і просту характеристику особистості.

- Обов'язково завантажити в профіль фотографію, оскільки акаунт без фото сприймається багатьма як свідомо фальшивий і призначений для розповсюдження спаму або троллінгу. Оскільки мова не йде про вашому власному фото, можна знайти якусь картинку з «кліпарта» або, наприклад, намалювати свій аватар на якомусь безкоштовному сервісі. Ніколи не

використовуйте чужі фото, якщо не хочете проблем з законом і звинувачень в тому, що ви намагаєтеся видати себе за якогось іншого реально існуючого людини.

- Власники багатьох сайтів люблять, коли їх користувачі заповнюють максимум граф в профілях і повідомляють якомога більше відомостей про себе. Якщо ви хочете створити реалістичну особистість, але заощадити час, має сенс скористатися автоматичними генераторами фальшивих особистостей.

Сьогодні процеси створення онлайн-ідентичності розглядаються неоднозначно – не тільки в негативному, але і позитивному ракурсі, як засіб вирішення певних проблем. Але питання щодо того, які мотиви побуджують конкретну людину звертатись до створення своєї фейкової ідентичності, ще не отримало свого достатнього розвитку.

Результати дослідження. На основі проведеного аналізу відповідної літератури з приводу даної проблематики, дискусій і контент-аналізу даних, наведених в різних електронних джерелах (веб-сайтах, соціальних мережах, інформаційних блогах) нами були виділені такі види мотивів створення фейкових акаунтів:

Прагнення приховування себе. Створення образу, щоб не відкрити своїх справжніх почуттів, проявити себе як хтось інший, показати себе з іншого боку. Саме це все і можуть дозволити нам фейки.

Привілеї через зміну віку і статі. Багато хто може використовувати фейкові акаунти для здобуття корисних цілей, будь-то отримання якоїсь додаткової інформації чи кіл спілкування через збільшення реального віку, чи більш лояльне ставлення серед людей, що віддають перевагу якісь певній статі чи гендерній направленості, яка в реальності не відповідає дійсності.

Ідентифікація себе з уявним персонажем. Людина, яка не відчуває своєї спорідненості з реальними людьми, може відчути себе близькою з якимось вигаданим персонажем. Також тут може проявлятися те, як сама людина себе відчуває (наприклад, це може бути якийсь брутальний чолов'яга, який просто

не може проявити свою слабкість в реальності, проте в інтернеті звик спілкуватися з людьми як дівчинка-чарівниця, або якась відмінниця-школярка, яка прикрашує одноманітність свого життя, порівнюючи себе з персонажем якоїсь військової гри з перестрілками. Також може бути простим виявом в підтримку улюбленого персонажу).

Зіркові фейки. Створюються задля відчуття популярності, хай і через заслуги інших людей. Також, як і в попередньому випадку, вони можуть бути створені саме в підтримку улюбленої зірки.

Гонитва за лайками. Фейкова особистість може дозволити собі зробити будь-що, не переживаючи за наслідки (якщо це не стосується кримінального кодексу): будь-які дурниці чи ризикові висловлювання. Це зазвичай подобається публіці, і через це людина може отримати значну популярність, у тому числі і отримувати певні бонуси у вигляді лайків і переглядів.

Чужий серед своїх. За допомогою фейкового акаунту, можна отримувати якісь додаткові дані з приводу свого оточення (наприклад, дізнатися більше про них, їх справжні думки, погляди, або просто подивитися як певна людина буде вести себе в спілкуванні з іншими). Проте тут варто бути обережним, щоб не розкрити свою істинну особистість.

Свій серед чужих. Людина, яка не хоче проявляти якісь свої захоплення перед близькими людьми, може створити рейковий акаунт і знайти однодумців чи по-справжньому близьких людей в інтернеті.

Знеособлена комунікація. Страх показати свою справжню персону. На противагу тим, хто, навпаки, намагається проявити себе якомога найяскравіше, є й ті, хто боїться являти себе справжнього в мережі, будь то просто якісь події з життя, особисті дані, фотографії чи тонка душевна організація. Прикриваючись маскою, особистість відчуває себе більш захищеною.

Можливість проявити себе з іншого боку. Якщо людина відчуває якийсь тиск на себе в реальному житті, через який не може дозволити собі робити

якісь речі, проявити себе, то тут на допомогу прийде фейкова особистість, яка вже не буде так сильно обмежувати людину і дозволить їй більше.

Страх перед одноманітністю. Це небажання відчувати себе просто сірою мишею, що нічим не вирізняється від більшості людей. Фейк же може бути ким завгодно і дозволяти робити те, що хоче.

Після складання даної класифікації, було висунуто припущення, що данне питання не вичерпує себе повністю. Нами було вирішено поглибити дану класифікацію за допомогою створення спеціального опитувальника, метою якого є з'ясування реального ставлення студентів до таких явищ, як фейк і суміжні з ним проблеми. А також розібратися в питанні, яку саме роль відіграє створення фейкових особистостей в житті студентів. Адже за результатами педагогічних спостережень, значна кількість студентів при переході внаслідок пандемії на дистанційну форму навчання, проектували на екран при взаємодії з викладачами фейкові зображення.

Для формулювання питань опитувальника щодо мотивів створення студентами фейкових особистостей було проведено пілотажне дослідження, яке базувалось на наступних методах: спостереження, дискусія, бесіди, опитування. До участі в обговоренні відповідних питань були залучені майбутні практичні психологи, що дозволило вирішити ще одну задачу: усвідомити необхідність долати в діяльності психолога зовнішніх впливів (негативний характер поняття «фейк» в соціумі, наявність значної кількості негативних наслідків від фейкової інформації) і прагнути виявити конструктивні мотиви виконання відповідних процедур у конкретних осіб.

Контент-аналіз висловлених студентами точок зору дозволив побудувати теоретичну модель мотивів (ми не включили в перелік ті, що стосуються свідомого прагнення обманути інших, щоб отримати свою вигоду):

- бажання створити такий «образ-Я», за яким можна «сховатись», щоб не видати свої справжні почуття, уподобання, очікування;
- бажання по-іншому проявити себе;

- прагнення поекспериментувати, відчуття себе «іншим» (зміна віку чи статі, виду занять, ступеня успішності);
- занурення в захоплюючу атмосферу гри;
- бажання ідентифікувати себе з уявним персонажем, відчуття себе в його шкурі» (героєм певної гри, літературним персонажем);
- прагнення пережити відчуття успішності, популярності, ідентифікуючи себе з певною «зіркою»;
- бажання знайти однодумців, близьких за поглядами людей, приєднатись до певної групи;
- відчуття безпеки, некараності, відсутності негативних наслідків;
- погоня за лайками;
- прагнення отримати додаткові дані про інших людей, побачити їх більш повно;
- надмірна сором'язливість, страх показати справжню сутність, яка самою особистістю низько оцінюється;
- бажання відчувати себе «прийнятими» іншими без додаткових зусиль щось «доводити»;
- бажання урізноманітнити своє життя, пошук нових емоцій;
- можливість більш яскраво презентувати себе перед іншими людьми;
- розгляд ситуації як певної пригоди, «гра в моделювання іншого життя»;
- прагнення зацікавити потенційних співрозмовників, утримати їх інтерес до себе на більш тривалий час, створити у них більш сприятливий образ про себе;
- прагнення шляхом спотворення інформації змінити думки навколишніх у більш вигідний бік;
- відчуття необхідності довести свою «вищість» відносно більшості інших людей.

Дискусія. Оскільки робота проводилась в межах пілотажного дослідження, метою якого було створення методичної бази для подальших наукових розвідок, сьогодні ще рано говорити про конкретні кількісні

результати. Разом з тим вже зараз можна стверджувати, що слід відмовитись від однобічної оцінки такого явища, як використання фейкової інформації як засобу отримання особистої або групової вигоди асоціального чи антисоціального характеру. Проведений якісний аналіз індивідуальних точок зору учасників опитування показав доцільність її розгляду як специфічного засобу психологічного захисту, який дозволяє хоча б частково вирішувати особистісні проблеми.

Згадаємо, що в психології під захисними механізмами розуміють «психологічні стратегії, за допомогою яких люди уникають або знижують інтенсивність таких негативних станів, як конфлікт, фрустрація, тривога і страх» (Михайлова, 2006 : 215) При цьому вказується, що більшість захисних механізмів передбачають викривлення реальності (Михайлова, 2006 : 216).

Вперше це поняття з'являється в праці «Захисні нейропсихози» австрійського психолога Зигмунда Фрейда ще у 1894 році, де автор описав боротьбу «Я» проти болючих, нестерпних думок та афектів. Він вважав, що психологічний захист має негативні функції, адже здійснює неусвідомлюваний людиною вплив на її дії та сприйняття себе у світі. З метою збереження своєї цілісності людина виробляє неусвідомлені механізми від негативних руйнівних наслідків протистояння реальному і бажаному, що викликають тривогу в людини. Його донька, Анна Фрейд, вважала, що захисний механізм ґрунтується на таких типах реакцій, як блокування вираження імпульсів у свідомій поведінці та викривлення їх настільки, щоб їх початкова інтенсивність зменшилася. Вона поділила механізми захисту на групи і виділила перцептивні, інтелектуальні й рухові автоматизми, які забезпечують послідовне викривлення образу реальної ситуації з метою послаблення травмуючої емоційної напруги. При цьому уявлення про середовище викривляється мінімально, тобто відповідає реальності. У результаті небажана інформація може ігноруватися (не сприйматися); будучи сприйнятою — забувається, а у разі допуску в систему запам'ятовування — інтерпретуватися так, як буде зручно людині (Фрейд, 1993).

Прийняття тези про захисний характер онлайн-ідентифікації як засобу самопрезентації особистості в віртуальному середовищі дозволяє по-іншому поглянути на проблему надання психологічних послуг особам, які мають значний досвід фейкової самопрезентації. Проте, як ми розуміємо в даному питанні, основоположним можна вважати такий принцип: якими б цікавими і вседозволяючими не були фейки, не варто забувати: яких би нам позитивних результатів вони ні приносили, ми не повинні втрачати своєї власної ідентичності і завжди скриватися під масками. Потрібно не боятися проявляти себе саме таким, яким ти є, не дивлячись на те, що скажуть оточуючі, адже через такий скритний образ життя ми і отримуємо дуже багато зайвих психологічних проблем.

На основі проведеної роботи було розроблено наступну анкету для проведення подальших досліджень:

Анкета на виявлення ставлення студентів до фейкової інформації

Шановні респонденти!

Пропонуємо Вас взяти участь в дослідженні яке спрямоване на виявлення Вашого ставлення до такої проблеми як створення фейкових акаунтів. Ваші відповіді ні в якому разі не будуть інтерпретуватись як «правильні» чи «неправильні». Нас цікавить реальний стан речей, тому будемо вдячні за Вашу відвертість.

Щодо відомостей про себе – підписуючи анкету Ви можете вказати своє власне ім'я, а можете написати вигадане.

1. Що означають для вас наступні терміни? Надайте відповідні визначення:

фейк – це _____

фейковий акаунт – це _____

фейкова особистість – це _____

2. Як ви ставитеся до того, що фейкові акаунти стають все більш широке розповсюдженими в соціальних мережах?

а) позитивно - адже це спосіб вирішення особистістю багатьох актуальних проблем;

- б) негативно – це спосіб обману інших людей;
- в) це явище вже існує, воно стало невід’ємним атрибутом нашого життя, і з цим нічого не можна зробити;
- г) мене це аж ніяк не турбує, тому не задумувався на цю тему;
- д) як і будь що в нашому житті, це явище має і свої позитивні, і негативні сторони, все залежить від того, які причини стоять за ним, або кому це вигідно.

Власна відповідь _____

3. Як ви вважаєте, чому люди створюють фейкові акаунти?

- а) для отримання власної вигоди через обман інших;
- б) для вирішення власних психологічних проблем;
- в) для розширення кола спілкування;
- г) для подолання одноманітності життя;
- д) для переживання гострих відчуттів
- е) вкажіть, що ще _____

4. Які психологічні чинники найчастіше обумовлюють створення фейкових акаунтів (вкажіть свою точку зору) _____

5. Чи є серед ваших знайомих чи друзів такі, що створювали фейкові акаунти в соціальних мережах? Якщо так, які причини могли бути у них? _____

6. А Ви самі коли-небудь створювали фейкові акаунти? Якщо так, назвіть причину _____

7. Чи отримали Ви ті результати, які очікували під час створення фейкових акаунтів? _____

За результатами проведеного теоретичного аналізу і пошукового експерименту було сформульовано наступні **висновки**:

1. Зміна умов існування сучасного людства обумовлює виникнення нових проблем, що вимагають не лише своєї соціальної оцінки, а і обумовлюють необхідність проведення відповідних наукових досліджень.

2. Однією з ознак таких змін є широка розповсюдженість в інформаційному просторі фейкової інформації, яка тривалий час розглядалася і інтерпретувалася переважно в негативному ракурсі.

3. Виходячи з базового положення теорії особистості, що самопрезентація є дуже важливою для кожної людини, варто проаналізувати процес створення фейкової онлайн-ідентичності як якісно особливого засобу психологічного захисту, враховуючи наступні закономірності: а) як і в реальному так і в віртуальному просторі, зазвичай люди намагаються створити свій образ більш вигідним для себе; б) людина може намагатися створити штучний, або фейковий образ, з різних на то причин; в) незважаючи на захисну функцію цього образу, фейки в Інтернеті все ж таки певною мірою негативно впливають на людей, адже створення штучного образу може допомогти людині відкрити себе з іншої сторони лише в віртуальному, а не реальному просторі. Проте, навички самопрезентації, що були отримані в віртуальному просторі, надалі можуть переноситися в реальне життя, людини, розширюючи потенціал її самопрезентації в безпосередньому міжособистісному спілкуванні.

4. Постановка проблеми щодо потенційно можливого захисного характеру фейкової інформації, яка продукується людиною, висуває перед практичними психологами завдання враховувати цей аспект при наданні психологічної допомоги людям.

Важливими напрямками наукових досліджень є: визначення методичної бази відповідних досліджень; виявлення ставлень людей різних вікових груп і соціальних статусів до фейкової інформації; виявлення ступеню розповсюдження практики створення фейкової онлайн-ідентичності серед сучасної молоді; розробка методів подолання фейкової залежності особистості, повернення її з віртуальної реальності до реального світу. А також окремим завданням може стати оволодіння людиною прийомами перенесення конструктивних навичок самопрезентації, отриманих завдяки створенню фейкових особистостей, в реальне життя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Белинская, Е. П., & Гавриченко, О. В. (2018). Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности // *Психологические исследования* [Электронный ресурс]. 11, 60. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения 30 октября 2018).

Гавриченко, О.В. (2018). Особенности самопрезентации в реальном и виртуальном пространстве представителей творческих профессий / О.В.Гавриченко // *Вестник РГГУ. Серия "Психология. Педагогика. Образование"*. 4 (14), 96-114.

Жичкина, А. Е., & Белинская, Е. П. (2017). Стратегии самопрезентации в Интернете и их связь с реальной идентичностью // *CYBERPSY.RU* [Электронный ресурс]. URL: http://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity (дата обращения 30 октября 2018).

Марцинковская, Т. Д. (2015). Современная психология - вызовы транзитивности // *Психологические исследования* [Электронный ресурс]. 8 (42). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения 30 ноября 2018).

Михайлова, Е. В. (2006). Обучение самопрезентации. М.: ГУ ВШЭ, 167 с.

Нечай, О. Как создать фальшивую личность в интернете и зачем вам это надо [Электронный ресурс].

Режим доступа: <https://www.computerra.ru/182141/kak-sozdat-falshivuyu-lichnost-v-internete-i-zachem-vam-eto-nado/>

Психологическая энциклопедия (2006). 2-е изд. / Под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. — СПб.: Питер, 1096 с:

Телешина, Н. Н. (2011). Виртуальное пространство как объект контрольной деятельности государства: автореф. дис. ... канд. юр. наук: 11.11.2011, 14.12.2011 / Телешина Н. Н. Муром, 27 с.

Фрейд Анна (1993). «Психология Я и защитные механизмы» Пер с англ.- М.: Педагогика, 144 с.

REFERENCES

1. Mihaylova, E. V. (2006). Obuchenie samoprezentatsii. [Self-presentation training.] M.: GU VShE, 167 s.

2. Martsinkovskaya, T. D. (2015). Sovremennaya psihologiya - vyizovyi tranzitivnosti // *Psihologicheskie issledovaniya* [Modern psychology - the challenges of transitivity // *Psychological research*.] [Elektronnyiy resurs]. 8 (42). URL: <http://psystudy.ru> (data obrascheniya 30 noyabrya 2018).

3. Zhichkina, A. E., & Belinskaya, E. P. (2017, 30 avg.). Strategii samoprezentatsii v Internete i ih svyaz s realnoy identichnostyu [Strategies of self-presentation on the Internet and their connection with real identity.] // *CYBERPSY.RU* [Elektronnyiy resurs]. URL: http://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity (data obrascheniya 30 oktyabrya 2018).

4. Belinskaya, E. P., & Gavrichenko, O. V. (2018). Samoprezentatsiya v virtualnom prostranstve: fenomenologiya i zakonomernosti // *Psihologicheskie*

issledovaniya [Self-presentation in virtual space: phenomenology and patterns // Psychological research.] [Elektronnyiy resurs]. 11. # 60.

URL: <http://psystudy.ru> (data obrascheniya 30 oktyabrya 2018).

5. Psihologicheskaya entsiklopediya (2006). [Psychological encyclopedia.] 2-e izd. / Pod red. R. Korsini, A. Auerbaha. — SPb.: Piter, 1096 s:

6. Freyd Anna (1993). «Psihologiya Ya i zaschitnyie mehanizmyi» [Psychology of I and protective mechanisms.] Per s angl.- M.: Pedagogika, 144 s.

7. Gavrichenko, O.V. (2018). Osobennosti samoprezentatsii v realnom i virtualnom prostranstve predstaviteley tvorcheskikh professiy [Peculiarities of self-presentation in the real and virtual space of representatives of creative professions.] / O.V.Gavrichenko // Vestnik RGGU. Seriya "Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie". 4 (14), 96-114.

8. Nechay, O. Kak sozdat falshivuyu lichnost v internete i zachem vam eto nado [How to create a fake person on the Internet and why you need it.] [Elektronnyiy resurs]. — Rezhim dostupa: <https://www.computerra.ru/182141/kak-sozdat-falshivuyu-lichnost-v-internete-i-zachem-vam-eto-nado/>

9. Teleshina, N. N. (2011). Virtualnoe prostranstvo kak ob'ekt kontrolnoy deyatelnosti gosudarstva: avtoref. [Virtual space as an object of control activity of the state: author's ref.] dis. ... kand. yur. nauk: 11.11.2011, 14.12.2011 / Teleshina N. N. Murom, 27 s.

K. Artiushyna

FAKE SUBSTITUTION OF PERSONALITY: THE SEARCH FOR BENEFITS OR A WAY OF PSYCHOLOGICAL PROTECTION

Abstract

*The article considers the **problem** of determining the psychological consequences of such a phenomenon as increasing the impact of the virtual environment on the life of modern man, one of the manifestations of which is the widespread dissemination of fake information in the information environment. The **purpose** of the study is to reveal the need to identify the attitudes of young people to fake information, to specify the reasons that cause young people to turn to the procedure of designing their online identity. The **objectives** of the study are to identify and analyze modern theoretical views on this problem, to build a theoretical model of the motives for creating fake accounts by students, to develop an appropriate questionnaire based on it. **Research methods** were: theoretical analysis, content analysis, theoretical modeling, discussion, conversations, surveys.*

*As a **result** of the analysis of modern works on the relevant topics and the real practice of such information, it was found that, in addition to clearly negative manifestations, today the problem of substituting natural processes of personal identity formation with online identity is becoming increasingly important. Designing an online identity, which becomes the basis of self-presentation, is a means of psychological protection that allows a particular person to overcome their psychological problems. Therefore, today it is important to create a methodological framework for the study of this process, conducting special studies to identify the attitudes of people of different ages and social groups to fake information, training*

practical psychologists to work with people with online identity. As a result of the conducted search experiment the initial methodical means of carrying out such researches among modern youth are defined.

Keywords: *virtual reality, fake information, personal self-identification, self-presentation, online identity*