

ПСИХОЛОГИЯ И ИНТЕРНЕТ

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗА “Я” “ЖИТЕЛЯ ИНТЕРНЕТА”

© 2002 г. Н. В. Чудова

Канд. психол. наук, ст. научный сотр. Института программных систем РАН, Переславль-Залесский

Интернет рассматривается как новое пространство культуры; анализируется специфика его семиосферы. Излагаются результаты исследования особенностей образа “Я” категории пользователей, являющейся основной группой потребителей Интернет-культуры и названной “жителями Интернета”. Особенности коммуникации в Интернете рассматриваются как новые культурные средства, опосредствующие развитие самосознания.

Ключевые слова: образ “Я”, Интернет-культура, развитие самосознания, авторская позиция.

“Иуда, Вы смешной человек...”
(из Интернет-форума)

В нашей стране Интернет появился с опозданием, но темпы роста Рунета оказались выше, чем любой другой части Сети. Согласно масштабному исследованию мотивации обращения к Интернету [1], по мнению пользователей, теперь он помогает удовлетворить большую часть потребностей. Это позволяет взглянуть на возможности, предоставляемые Интернетом, как на новые культурные средства, опосредствующие деятельность современного человека и способные принять участие в формировании его высших психических функций. Сам же Интернет в целом может рассматриваться как феномен культуры, обладающий семиотическими и психологическими особенностями. В настоящей работе анализируются те свойства Интернета, которые делают возможным отношение к нему (объективно, а не в плане сознательного использования) как к инструменту развития самосознания и формирования образа мира и образа “Я” с заданными характеристиками. В задачи исследования входил анализ психологической реальности, порождаемой задачами и инструментарием, ориентированными на Интернет, а также изучение личностных особенностей, побуждающих человека интенсивно пользоваться психологическими средствами, содержащимися в Интернет-культуре.

В данный момент уже не вызывает сомнений тот факт, что воздействие, которое Интернет может оказать на личность пользователя, является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы, в том числе персонального компьютера. А.Е. Войскунский с соавторами [3], подводя итог начальному этапу психологических исследований Интернета, указывает, что влияние на личностное развитие ин-

формационных технологий не может быть однозначно квалифицировано как положительное или отрицательное: наряду с негативными трансформациями личности при так называемой Интернет-аддикции существует возможность позитивного развития отдельных способностей и Я-концепции и мотивационной сферы в целом. Особый интерес представляет собой такое явление, как “игры с идентичностью” [7] или экспериментирование с самопрезентированием, опирающееся на фундаментальное свойство Интернета, задающее ситуацию безопасности – анонимность. Другие свойства Интернета – пространственно-временная неограниченность коммуникации [2] и легкость визуализации ипостасей личности [9] – создают предпосылки для интенсификации общения на личностном уровне. Можно предположить, что Интернет-технологии не просто предоставляют новые возможности для коммуникации, но порождают особое культурное пространство, в котором субъект вовлекается в новые виды деятельности и получает в свое распоряжение орудия, опосредствующие процесс формирования образа “Я”.

Проведенный нами в работе [13] анализ реальных Интернет-среды по описанным Ю.М. Лотманом параметрам семиосферы [10] позволил выделить следующие психологические особенности Интернет-культуры:

– Интернет делит мир на “свое” и “чужое” пространство, причем существуют объективные предпосылки для восприятия мира Интернета и как характеризующегося открытостью, независимостью субъекта и простором для личностного роста, и как навязывающего свои правила, затягивающего, “высасывающего жизненные соки”.

– Пространство Интернета дает возможность для реализации мифологической составляющей образа “Я”: идентификации с культурным героем Интернета – хакером; осуществления действия “перемещения”; “преодоления границ”; партиципации как результата тождества ролей в рамках одной деятельности и соучастия в режиме “реального времени”.

– Интернет стимулирует формирование “чуждесной” картины мира, выполняя по отношению ко всей современной культуре функцию периферии, где происходит накопление информации о случайном, новом, ненормативном, не вписывающемся в жесткие рамки устоявшихся представлений.

– Семиотическое пространство Интернета, содержащее языки двух типов – символического и иконолического, – является средой порождения новых текстов и новых смыслов (о связи смысла, “живого” знания с принципиальной неполнотой перевода см. у В.П. Зинченко [8]).

Эти свойства Интернета должны иметь своего “потребителя” – того, чей образ мира и образ “Я” нуждаются именно в такой “среде обитания”. В настоящий момент сложилось уже достаточно обширное и дифференцированное сообщество пользователей Интернета, в котором наряду со случайными посетителями, постоянными пользователями определенных ресурсов, “работниками Интернета” выделяется и группа людей – их уместнее всего назвать “жителями Интернета”. Это те, кто имеет достаточно высокую мотивацию пребывания в Сети. В частности, они тратят значительные финансовые и временные ресурсы, а также демонстрируют высокую эмоциональную включенность в проблемы Интернета, причем собственно деловых задач, решаемых его средствами, у них или немного, или их решение увязывается с решением иных, чаще коммуникативных задач. Эта группа демонстрирует тенденции, характерные для Интернета в целом: “мотивы коммуникативного, корпоративного и креативного содержания, мотивы личностного общения приобретают все большую представленность в системе мотивационной регуляции” [1, с. 56].

Целью нашего исследования явилось выделение особенностей эмоциональной и коммуникативной сфер, свойственных людям, склонным к превращению Интернет-среды в пространство открытого общения, поиска и самовыражения, в “свое” пространство. Можно предположить, что использование Интернет-ресурсов в качестве средств общения и самораскрытия характерно для тех, кто ощущает некоторую недостаточность, неполноту, ущербность “обычной” реальности. Соответственно образ “Я” и самооценка таких людей, сформировавшись под влиянием столкновений с неудовлетворяющей их реальнос-

тью, должны отличаться определенными особенностями.

МЕТОДИКА

Исследование проводилось на выборке из 67 чел. 40 чел. – группа “жителей Интернета” – были отобраны по обсуждавшимся выше критериям: эмоциональная насыщенность Интернет-взаимодействия, ориентация на общение в Интернете, значительные временные и финансовые затраты на Интернет. 27 чел. вошли в контрольную группу – это те, кто лишь эпизодически обращается к Интернету и только с деловым запросом. Испытуемые в обеих группах принадлежали к одной возрастной и социальной группе – студенты московских вузов.

Использовались проективные методики, в минимальной степени провоцирующие работу защитных механизмов и не вызывающие протеста со стороны испытуемых-интернетчиков. Применялись: восьмицветный тест М. Люшера, “Несуществующее животное”, “Рисунок человека” и методика самооценки Дембо–Рубинштейн.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Рисуночные методики позволили обнаружить, что практически все испытуемые-интернетчики имеют проблемы в сфере общения и образе “Я” (95%, или 38 чел.); в контрольной группе испытуемых с явными проблемами оказалось значительно меньше (14.8%, 4 чел.). Наиболее ярко проявились в рисунках сложности в принятии своего физического “Я” (схематичное или аморфное тело, недорисовка нижней части тела у человека) – 55% (22 чел.) в группе Интернет-жителей и 11.1% (3 чел.) в контрольной группе; сложности в непосредственном общении (закрытые глаза, очки, непрорисованное лицо, вид с затылка) – 35% (14 чел.) и 7.4% (2 чел.) соответственно; склонность к интеллектуализации (непропорционально большая голова при слабом теле) – 30% (12 чел.) и 18.5% (5 чел.); чувство одиночества и недостатка взаимопонимания, возможно связанное со сложностями в общении с противоположным полом (животное уникально, не размножается, живет в одиночку, на далекой планете) – 32.5% (13 чел.) и 18.5% (5 чел.). Эти данные отражены на рисунке. Особо следует отметить низкую агрессивность группы интернетчиков: в рисунках несуществующего животного только у троих испытуемых (7.5%) наблюдаются некоторые признаки речевой агрессии.

Результаты исследования эмоциональной сферы по тесту Люшера указывают на напряженность и некоторую склонность к негативизму у “жителей Интернета”. 85% (35 чел.) имеют хотя бы одну фрустрированную потребность (отвержение одного из основных цветов) и 35% (14 чел.) – не менее двух неудовлетворяемых потребностей, при этом только 25% (10 чел.) не используют неконструктивные компенсации. Какого-либо единообразия в переживаемых проблемах не наблюдается (отвержение каждого из четырех основ-

ных цветов встречается приблизительно равное число раз – от 32.5 до 35%), но компенсация тревоги бунтарством и отказом от общепринятых норм (черный в начале ряда) характерна для 55% (22 чел.) всех испытуемых-интернетчиков.

Данные, полученные с помощью методики изучения самооценки Дембо–Рубинштейн, подтверждают существование определенных особенностей самооценки “жителей Интернета”. Испытуемым были предложены четыре шкалы – ум, общительность, “интересность”, независимость. Обнаружилось, что независимость для них выступает как особая ценность: 40% (16 чел.) считают, что их высокие баллы по этой шкале компенсируют недостаток общительности или “интересности”, а 12.5% (5 чел.) воспринимают свою независимость как чрезмерную (для идеального “Я” баллы по этой шкале ниже, чем для реального “Я”). 47.5% испытуемых (19 чел.) имеют недифференцированные и завышенные представления об идеальном “Я”, еще у 12.5% (5 чел.) эти представления нереалистичны (по сравнению с баллами по реальному “Я”), у 10% (4 чел.) самооценка занижена.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные результаты свидетельствуют о том, что основные проблемы “жителя Интернета” концентрируются в области самопринятия: в этой группе в пять раз чаще, чем в контрольной, встречаются люди, испытывающие сложности в близком общении и самораскрытии, а также в принятии своего физического “Я” и своих телесных потребностей.

Возможной непосредственной причиной этого являются неразвитые, инфантильные механизмы самооценки, порождающие идеалистические требования и препятствующие формированию дифференцированных и адекватных представлений о себе.

В эмоциональной сфере такая ситуация приводит к появлению значительной напряженности, попытки снижения которой – при характерном для этой группы отсутствии личностной агрессивности – осуществляются с помощью трех основных приемов. *Первый* – это стремление решать любые задачи, в том числе личностные и межличностные, только интеллектуальными средствами, что сближает эту группу с группой хакеров и высококвалифицированных программистов (см. [14]). *Второй* прием связан с формированием таких представлений о мире, в которых подчеркивается уникальность, неповторимость каждого, “объясняющая” субъекту невозможность полного и верного взаимопонимания. Внутреннее одиночество в такой картине мира становится системообразующей категорией, а в общении веду-



Результаты исследования образа “Я” с помощью рисуночных методик.

П – наличие проблем, связанных с образом “Я”, в том числе:

- 1 – сложности в принятии своего физического “Я”;
- 2 – сложности в непосредственном общении;
- 3 – переживание одиночества и недостатка понимания со стороны других;
- 4 – склонность к интеллектуализации.

щим оказывается информационный компонент. *Третий* прием – негативизм и отвержение социальных норм. При низкой агрессивности и затрудненности групповой идентификации этот путь связан не с асоциальным поведением, а с индивидуальным уходом из сферы нормативного регулирования.

Обнаруженные особенности “жителя Интернета” дополняются особенностями самой Интернет-коммуникации. Остановимся кратко на этих особенностях с тем, чтобы прояснить, что именно позволяет Интернет-среде удовлетворять потребности своих “жителей”.

Прежде всего, необходимо отметить, что Интернет предоставляет уникальную возможность совместить коммуникацию и автокоммуникацию: тексты, посылаемые другому, одновременно становятся доступными и адресату и адресанту. То, что обычно разнесено во времени и соответственно требует разделения ролей, в Интернете реализуется “здесь и сейчас”. Появление автокоммуникации (в частности, связанное со взрывным возрождением эпистолярного жанра) принципиально меняет психологические условия для пользователя как личности. Согласно Ю.М. Лотману, “если коммуникативная система Я–Он обеспечивает лишь передачу некоторого константного объема информации, то в канале Я–Я происходит ее качественная трансформация, которая приводит к перестройке самого этого Я” [10, с. 26].

Другая особенность Интернет-общения – страсть “жителей Интернета” к дискуссиям, спорам и обсуждениям, что в первую очередь сказыв-

вается на развитии самосознания. Л.С. Выготский вслед за Ж. Пиаже отмечал, что “именно возникновение спора приводит ребенка к систематизации собственных мнений” [6, с. 224].

Следующая особенность коммуникативного процесса в Интернете – использование “ника” – является воплощением опосредствующей функции слова. Как в методике двойной стимуляции псевдослово постепенно наполняется предметным содержанием, так и “ник” выступает средством обобщения текстов, которые им маркируются, и за ним со временем и для собеседников и для самого автора начинает проступать его предметная отнесенность (см., например, эпиграф).

У Интернет-коммуникации есть еще одно свойство (анонимность), неоднократно отмечавшееся в литературе [3, 5, 9]. “Граница личности есть граница семиотическая” [10, с. 186]. В данном случае граница личности “жителя Интернета” не включает ни телесное “Я” человека, ни его свойства как субъекта социальных отношений: и физическое, и социальное “лицо” человека как раз и скрыты в Интернете под маской анонимности.

Итак, три особенности Интернета – *автокоммуникация, дискуссионная практика и традиция псевдонимов* – создают предпосылки для интенсивной работы над образом “Я”. Интернет как особая культурная среда предоставляет дополнительные средства для развития самосознания как высшей психической функции. Выделенные Выготским три ступени в развитии всякой психической функции выглядят здесь следующим образом: “Я” как автор суждений и выборов, зафиксированных в Интернете – “автор в себе”; “Я” как автор, воспринимаемый другими участниками Интернет-общения – “автор для других”; “Я” как автор, осознающий свое авторство и принимающий точку зрения на себя как на автора своих суждений и выборов – “автор для себя”. Это позволяет “жителю Интернета” осуществить себя как личность: “То же, что принято называть личностью, является не чем иным, как самосознанием человека: новое поведение человека становится поведением для себя, человек сам осознает себя как известное единство” [6, с. 227].

Четвертая особенность Интернет-общения – *анонимность* – накладывает ограничения на само понимание личности в этой среде. В Интернете телу отказано в семиотическом статусе [4], точнее – этот статус признан нулевым. В 60-е годы хакеры, как представители молодежного бунта, приравнивали к нулевому семиотический статус социальных достижений человека, заявив о равенстве всех в компьютерном мире независимо от дипломов и должностей. Интернет-культура сделала второй шаг к десемиотизации вещного мира, исключив из свойств своего пользователя при-

родную составляющую. Таким образом, личность в Интернете может пониматься только одним-единственным способом – как субъект культуры. Понятую именно так личность В.В. Петухов определяет как субъекта ответственного и самостоятельного выбора [11].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование эмоциональной и коммуникативной сфер людей, эмоционально вовлеченных в Интернет-коммуникацию, подтвердило выдвинутую гипотезу о наличии у них специфических проблем в образе “Я” и связанным с этим эмоциональным напряжением.

В группе “жителей Интернета” преобладают люди с нереалистическими и недифференцированными требованиями к себе, дискриминирующие собственную телесность, ощущающие некоторую дистанцию между собой и другими и пытающиеся компенсировать отсутствие чувства близости и взаимопонимания преувеличенными представлениями о собственной независимости, а также отказом от следования общепринятым нормам.

Полученные данные об особенностях образа “Я” и самооценки “жителей Интернета” могут быть проинтерпретированы не только как показатель неблагополучия тех, кто стремится в Интернет-среду, и вредоносности самой этой среды (ссылки на такие результаты см. в [5]). Можно рассматривать Интернет как культуру, в рамках которой появились новые средства для личностного развития тех, кому по каким-либо причинам трудно формировать свой образ “Я” с опорой на свои природные данные или социальные достижения.

Появление Интернета не только поставило точку в индустриальном этапе развития общества, но и изменило психологические свойства современной культуры. Для активного участника Интернет-жизни проблема отчуждения в том виде, в котором ее обсуждал Э. Фромм, уже не стоит. “Он не участвует ни в планировании трудового процесса, ни в его результатах, он почти никогда не соприкасается с произведенным продуктом в целом” [12, с. 194]. Вряд ли человек, имеющий свой сайт (личный или корпоративный) или поддерживающий своим присутствием Интернет-сообщество, отнесет эти слова к себе. Да и отмечаемая Лотманом обратная сторона ориентированной на сообщения культуры XX в. – “резкое разделение на передающих и принимающих, возникновение психологической установки на получение истины в качестве готового сообщения о чужом умственном усилии...” [10, с. 44–45] – уже не характерна для ориентированной на автокоммуникацию культуры Интернета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета // 2-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М., 2000.
2. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. Сер. 14. 1996. Вып. 4.
3. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000.
4. Байбурин А.К. Семиотические аспекты функционирования вещей // Этнографическое изучение знаковых средств культуры. Л.: Наука, 1989.
5. Войскунский А.Е. Психологические аспекты деятельности человека в Интернет-среде // 2-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М., 2000.
6. Выготский Л.С. Собр. соч. М.: Педагогика, 1984. Т. 4. С. 227.
7. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета // Труды по социологии образования. М., 2000. Т. 5. Вып. 7.
8. Зинченко В.П. Живое знание. Самара, 1998.
9. Лепский В.Е., Ранута А.Г. Моделирование и поддержка сообществ в Интернете. М., 1999.
10. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. М., 1996.
11. Петухов В.В. Понятие личности // Субъект деятельности. Хрестоматия. М., 1998.
12. Фромм Э. Современное положение человека // Психоанализ и этика. М.: Республика, 1993. С. 194.
13. Чудова Н.В., Евлампиева М.А., Рахимова Н.А. Психологические особенности коммуникативного пространства Интернета // Медианпсихология. М., 2001.
14. Чудова Н.В., Долныкова А.А. Психологические особенности суперпрограммистов // Психол. журн. 1997. Т. 18. № 1.

PECULIARITIES OF SELF-IMAGE OF "INTERNET RESIDENT"

N. V. Chudova

Cand. sci. (psychology), sen. res. ass., Institute of program systems of RAS, Pereslavl-Zalessky

Internet is considered as a new cultural space and its peculiar semiotic sphere is analyzed. There are presented the data obtained in self-image examination in users who are the main consumptive group of Internet culture and are called "Internet residents". Peculiarities of Internet communication are considered as a new cultural means mediating the development of self-consciousness.

Key words: self-image, Internet culture, development of self-consciousness, authorial position.