

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ О ЧЕЛОВЕКЕ В ИНТЕРНЕТЕ И ОБЩЕНИИ С НИМ

Работа представлена кафедрой психологической помощи.

Научный руководитель – доктор психологических наук, доцент Е. П. Короблина

В статье описываются результаты исследования представлений студентов об Интернете, собеседнике в Интернете и общении с ним, анализируются различия в представлениях, связанные с полом, возрастом, специальностью, опытом использования Интернета и общения в нем.

The article presents some results of students' ideas about the Internet, interlocutor in the Internet and communication with him/her. The author analyses differences in ideas, connected with sex, age, speciality, and experience in the Internet use and communication.

Виртуальное коммуникационное пространство Интернета обладает рядом особенностей, которые оказывают существенное влияние на поведение человека в нем. К основным таким особенностям относятся: анонимность, специфичность выразительных средств, изменения в пространстве и времени и др.¹ В частности, эти факторы сказываются на особенностях взаимодействия людей в Интернете.

Учитывая хорошо известную в социологии знания и психологии социального познания зависимость поведения человека в конкретной ситуации от того, как он эту ситуацию определяет, мы полагаем, что важнейшим направлением психологических исследований Интернета является изучение представлений различных субъектов о виртуальной коммуникационной среде Интернета и поведении личности в ней.

В 2006 г. нами было проведено исследование, целью которого являлось выявление представлений студентов об Интернете, особенностях общения в Интернете и особенностях собеседника в Интернете.

Объектом исследования выступили студенты 3-го и 5-го курсов, обучающиеся на математических и гуманитарных специальностях. В исследовании приняли участие 467 человек из разных городов в возрасте от 17 до 25 лет. В качестве метода сбора данных было использовано анкетирование.

Первичный анализ данных показал, что Интернет представляют как информационную среду 66,3%, коммуникационную среду – 26,1%, рекреационную среду – 12,8% и как деловую среду – 1,7% респондентов. Большинство респондентов (76%) полагает, что собеседник в Интернете отличается от собеседника в обычном общении, меньшая часть (17%) считает, что не отличается.

Анализируя характер отличий собеседника, можно сделать следующие выводы: 25,9% респондентов полагают, что общение в Интернете предоставляет личности определенные возможности, связанные с анонимностью, свободой, раскрепощенностью, легкостью установления контакта с собеседником из любой части света и т. д. На ограничения такого общения, связанные в основном с бедностью выразительных средств, техническими особенностями канала связи, указывают 28,6% респондентов. Мнения еще 9% респондентов можно определить как «несимметричность возможностей»². 17,6% респондентов указывают на возможность лжи со стороны собеседника, которую в условиях общения в Интернете невозможно проверить, 15% отмечают его раскрепощенность и раскованность, 9,8% – открытость и искренность. На анонимность собеседника указывают 18,7% респондентов. Недостаток визуальных стимулов от-

мечает 24,3% респондентов; недостаток аудиальных и кинестетических – лишь 2,6%.

Представления студентов об особенностях восприятия другого в Интернете отражены в табл. 1. Необходимо отметить, что варианты ответов, включенные в таблицу, не являются взаимоисключающими. Наоборот, большинство из них имеют общую основу – отсутствие визуального контакта с собеседником.

Таблица 1
Восприятие и понимание при общении в Интернете

Нельзя видеть внешность собеседника (глаз, лица и т. д.)	17,3%	Нельзя слышать голоса или дотрагиваться или чувствовать запах	3,2%
Нельзя понять намерений собеседника, насколько он искренен	16,7%	Нельзя понять чувств собеседника	3,1%
Нельзя видеть выражения эмоций	7,2%	Собеседник может лучше передать свои мысли	1,8%
Нельзя видеть поведения и реакций	5,1%	Восприятие не отличается	1,4%
Нельзя понять внутренний мир собеседника	4,6%	Не видно отношения собеседника ко мне	0,4%

Большинство студентов считает, что может лучше самореализоваться в обычном общении (47,6%) и что проявить свою индивидуальность человек может как в обычном общении, так и в Интернете (42,8%). Лишь 4,6% респондентов считает, что личность может лучше самореализоваться, общаясь в Интернете. Мнения о влиянии общения в Интернете на человека распределились следующим образом: влияет положительно – 27,3%, влияет отрицательно – 15,6%, не влияет – 29,9%, «на всех по-разному» (16,9%) и «не знаю» (4,5%).

Далее мы выявили различия в представлениях, связанные с различными характеристиками студентов, такими как пол, возраст, специальность, опыт и цели использования Интернета и т. д. В качестве статистического критерия использовался коэффициент ассоциации по Пирсону (для дихотомических переменных) – χ^2 -Пирсона³.

В качестве статистически значимых связей принимались зависимости на уровне значимости 0,05 и более.

Представления студентов об Интернете, собеседнике в Интернете и общении в нем зависят от пола, возраста, специальности, опыта использования Интернета, в том числе для общения. Наибольшее количество отличий в представлениях связано с опытом использования Интернета для общения, а наименьшее – с полом респондентов. В целом представления об особенностях общения в Интернете студентов, не имеющих опыта использования Интернета, носят более стереотипный характер, они чаще высказывают крайние мнения. Студенты гуманитарных специальностей чаще, чем студенты математических специальностей, указывают, что собеседник в Интернете тем или иным образом отличается от собеседника в обычном общении, а также чаще отмечают возможности общения в Интернете и в то же время – трудности в восприятии и передаче эмоциональных состояний при общении в Интернете. Студенты математических специальностей чаще указывают на информационные аспекты интернет-пространства и чаще считают, что общение в Интернете не оказывает на личность никакого влияния. Студенты, имеющие опыт общения в Интернете, чаще выделяют коммуникационные и деловые аспекты интернет-пространства, чаще полагают, что общение в Интернете по-разному влияет на людей в зависимости от их личностных особенностей и особенностей поведения. Студенты, не имеющие опыта общения в Интернете, чаще указывают на ограничения такого общения и на сложности в выражении и восприятии эмоций.

Среди студентов, имеющих опыт использования Интернета, выявлены различия в представлениях о собеседнике в Интернете и общении с ним, связанные с интенсивностью общения, целями использования Интернета, видом и количеством ресурсов, используемых для общения. В частности, использование для общения двух-

трех ресурсов положительно коррелирует с указанием на информационные аспекты интернет-пространства, а использование четырех и более ресурсов – отрицательно. Выявлена отрицательная корреляционная связь между указанием на анонимность собеседника, с одной стороны, и интенсивностью общения в Интернете и использованием для общения ICQ – с другой. Содержательно это можно интерпретировать следующим образом: студенты, интенсивно общающиеся в Интернете, чаще используют для общения ICQ, чем те, кто общается мало. Отрицательную связь между частотой общения и использованием для общения ICQ, с одной стороны, и указанием на анонимность собеседника – с другой можно объяснить тем, что ICQ обычно используется для общения с достаточно хорошо знакомыми людьми. Что касается частоты общения, то пользователи, много общающиеся в Интернете, обычно не склонны заводить новые знакомства и предпочитают поддерживать контакты с хорошо знакомыми людьми.

Было выделено два фактора, влияющих на оценку влияния общения в Интернете на личность. Первый фактор – «привлекательность использования Интернета в качестве средства общения» – определяется местом, которое занимает общение в структуре видов деятельности в Интернете, второй – «частота использования Интернета в качестве средства общения» – количеством времени, которое респондент тратит на общение в Интернете. Количество положительных оценок влияния общения в Интернете

на личность достигает максимума в группе респондентов, часто использующих Интернет для общения, но не испытывающих большого интереса к такому способу его использования. Минимальное количество положительных оценок дается в группе респондентов, мало общающихся в Интернете, но в структуре деятельности которых в Интернете общение занимает важное место. Наоборот, в группе студентов, которые редко общаются в Интернете, но для которых этот вид деятельности довольно привлекателен, чаще, чем в других группах, встречается представление о том, что общение в Интернете влияет на людей по-разному. Респонденты, общающиеся более интенсивно, но предпочитающие другие виды деятельности в Интернете, реже других дают такой вариант ответа.

Таким образом, Интернет осмысливается студентами в терминах информационного и коммуникационного пространства, общение с другими людьми в котором обладает рядом специфических особенностей и в силу этого способно так или иначе сказываться на личности общающегося человека. Во-первых, сам человек, общающийся в Интернете, действует и воспринимается иначе, чем в обычном общении, во-вторых, длительное общение в специфических условиях Интернета преобразует, меняет личность общающегося. На особенности этих представлений влияют в первую очередь такие факторы, как опыт использования Интернета и особенности коммуникативной деятельности в нем.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Балымов И. Л. Представления студентов о межличностном общении в Интернет-пространстве: опыт эмпирического исследования: Сб. научных трудов КФ ПетрГУ. Апатиты: Изд. ПетрГУ, 2006. Вып. 2. С. 163–166; Манеров В. Х. Мирообразование и личностные феномены Интернет-коммуникации: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006.

² Несимметричность нами понимается как ситуация, в которой дополнительная возможность одного участника общения одновременно рассматривается как ограничение для другого, например, «собеседник может лгать». Возможность лжи – это определенное преимущество для одного партнера и ограничение для другого.

³ Сапегин А. Г. Психологический анализ в среде Excel. Математические методы и инструментальные средства. М.: Ось-89, 2005.