

Черная Екатерина Евгеньевна

студентка

Козлова Наталия Сергеевна

канд. психол. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

г. Иваново, Ивановская область

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЧАСТОТЫ ВЫСКАЗЫВАНИЯ СУЖДЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ СЕТИ СО СПЕЦИФИКОЙ АКТИВНОСТИ ВНУТРИ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ

***Аннотация:** в статье представлены результаты эмпирического исследования, посвященного анализу пользователей, имеющих потребность высказывать свое мнение в Сети. Определены взаимосвязи между частотой высказываний и специфическими формами активности в интернет-пространстве. В результате анализа исследователями были сделаны выводы относительно коммуникативной сферы данных пользователей и мотивации.*

***Ключевые слова:** суждение, активность, Интернет, мотивация, коммуникация.*

В настоящий момент исследование интернет-среды является одним из самых разрабатываемых направлений в психологической науке. Теме киберпсихологии посвящены многочисленные работы отечественных исследователей. Имеются труды, посвященные особенностям виртуального «Я» [6; 8], коммуникативной сфере [1; 2], социальным качествам [3; 7]. Менее исследованной областью является проблематика реализации мотивационно-потребностной сферы в Сети. Известны исследования относительно социальных мотивов [4; 5]. Мы обратили внимание на потребность в высказывании своего мнения внутри интернет-пространства. Данная работа посвящена анализу взаимосвязи частоты высказываний в Интернете со спецификой осуществления этого акта

Для начала отметим, что пользователи, имеющие склонность к частому высказыванию своего мнения на просторах Интернета характеризуются разнородной активностью. Сфера общения является наиболее актуальной для данных субъектов. Социальные сети ($r = 0.69$, при $p \leq 0.01$), блоги ($r = 0.33$, при $p \leq 0.01$), форумы ($r = 0.41$, при $p \leq 0.01$) являются основными средствами для удовлетворения потребности в суждении. Это говорит нам о том, что такой личности необходим отклик от других людей. Выше обозначенные сайты обычно обладают высокой плотностью человеческого ресурса, что повышает вероятность вступления в контакт. Также рассматриваемые нами индивиды выносят суждения относительно игровой сферы на соответствующих порталах ($r = 0.26$, при $p \leq 0.01$). Вероятно, они вовлечены в виртуальную игровую деятельность. Также имеет место быть высказывание своей точки зрения в сфере информации ($r = 0.42$, при $p \leq 0.01$) и области товаров и услуг ($r = 0.27$, при $p \leq 0.01$). Респонденты склонны оставлять, как позитивные ($r = 0.29$, при $p \leq 0.01$), так и негативные ($r = 0.24$, при $p \leq 0.05$) отзывы о фильмах; положительные ($r = 0.26$, при $p \leq 0.05$) и отрицательные ($r = 0.3$, при $p \leq 0.01$) отзывы о товарах. В результате мы можем сделать вывод, во-первых, о сверх ценности потребности суждения, как таковой. Последнее может быть как следствием фрустрации нужды в реальной жизни, так и устойчивой личностной особенностью. Во-вторых, мы видим, что сферы, относительно которых высказываются суждения, очень разнообразны. Вероятно, такие пользователи сильно вовлечены в виртуальную жизнь и склонны удовлетворять многие потребности посредством Интернета.

Обратимся к мотивации рассматриваемого нами типа «жителя Сети». Сами пользователи указывают, что их побуждает высказывать свое мнение, во-первых, желание поделиться опытом ($r = 0.29$, при $p \leq 0.05$). Этот факт может указывать на потребность быть полезным и получить, таким образом, ощущение значимости своей личности для других. Во – вторых стремление быть услышанным, что явно свидетельствует о недостатке понимания во время общения в реальной жизни. В-третьих, желание опровергнуть мнение другого человека. Такое стремление, на наш взгляд, выражает желание самоутвердиться за счет демонстрации

своей, «более правильной» точки зрения. Именно для этого, по всей видимости, они вступают в дискуссии на форумах ($r = 0.23$, при $p \leq 0.05$). Желания поделиться опытом и опровергнуть мнение другого человека, не смотря на кажущийся разным полюс стремлений, направлены на одно – привлечь внимание других людей и получить от них обратную связь. Мы склонны считать, что процесс коммуникации с «реальными людьми» для таких субъектов не осуществляется полностью удовлетворительно. Мы видим, что основополагающим мотивом является для таких пользователей является контакт с другими пользователями. Это подтверждают следующие факты. Такие испытуемые испытывают разочарование, если не находят отклика на свое высказывание ($r = 0.25$, при $p \leq 0.05$); склонны вступать в диалог, если их запись комментируют ($r = 0.23$, при $p \leq 0.05$); высказываются, если об этом просят ($r = 0.22$, при $p \leq 0.05$). Выражение своего мнения является триггером для дальнейшей коммуникации. Подобная навязчивая реактивность в Сети, подтверждает нашу мысль о фрустрированной потребности суждения в реальной жизни.

Обратимся теперь к анализу эмоциональной составляющей выражения мнений в Сети. Анализируемый нами тип пользователя испытывает бодрость ($r = 0.24$, при $p \leq 0.05$) и азарт ($r = 0.45$, при $p \leq 0.01$) в процессе реализации суждения в интернет-среде. Данные эмоции являются индикатором состояния повышенной мобилизации организма. Из этого следует, что виртуальная активность влияет на реальное состояние индивида. У последнего создается ложное впечатление удовлетворения потребности. Но на самом деле, возникает лишь видимость, мешающая осуществлению настоящей разрядки. Кроме того, присутствие такого эмоционального состояния, как азарт может говорить, об излишней вовлеченности в интернет-пространство. В виду того, что азарт в ряде случаев служит причиной возникновения зависимости.

Сейчас нам бы хотелось рассмотреть, что характерно для процесса выражения своего мнения у интересующей нас группы пользователей в реальной жизни. Тема, относительно которой они предпочитают высказывать суждения это события жизни знакомых и мнение о них ($r = 0.23$, при $p \leq 0.05$). Кроме того, им не

удается промолчать, даже осознавая, что последствия будут негативными ($r = 0.23$, при $p \leq 0.05$). Принимая во внимание эти два факта, мы можем следующий вывод. Субъекты склонны к импульсивным высказываниям относительно личной жизни других людей, что может вызывать негативные эмоции у последних. В результате возникает недопонимание, и процесс коммуникации значительно осложняется. Поэтому рассматриваемые нами личности уходят в виртуальную реальность, где общение протекает субъективно безопасно.

Таким образом, в процессе анализа интересующей нас области, мы сделали ряд выводов. Субъекты, имеющие склонность высказываться на «просторах» Интернета, имеют такую модель поведения и в реальной жизни. Однако, в Сети они реализуют ее более интенсивно. Выражение своего мнения является для таких людей непременной составляющей коммуникативного акта и сопровождается низкой критичностью и повышенной импульсивностью. При общении с «настоящими» людьми, вероятно, возникают проблемы, ввиду выше обозначенных личностных особенностей. Поэтому личность уходит в виртуальный мир, пытается удовлетворить там фрустрированную потребность. Стоит отметить, что выражение своего мнения, в данном случае, является мотивом к реализации коммуникативной потребности. Пользователю важно, чтобы его суждение находило отклик, и он сам активно вступает в диалог. Кроме того, мы выявили, что изложение своей точки зрения в Интернете сопровождается у данных людей характерными эмоциональными реакциями, которые могут служить индикатором формирования интернет-зависимости.

Список литературы

1. Арестова О.Н. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник Московского университета. – 1996. – №4. – С. 14–20.
2. Белинская Е.П. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина // Образование и информационная культура. – 2000. – №7. – С. 395–431.

3. Завьялова З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникациях: Автореф. канд. философ. наук. – Томск, 2011. – 20 с.

4. Козлова Н.С. Интернет как среда реализации социальных мотивов личности // Universum: Психология и образование: Электрон. научн. журн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/1713> (дата обращения: 22.02.2016).

5. Козлова Н.С. Стремление к публичности и самопрезентации как проявление специфических потребностей, реализуемых личностью в интернет-среде / Н.С. Козлова, И.Р. Сушков // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zpujournal.ru/ezpu/2013/6/Kozlova_Sushkov_Publicity-Self-Presentation/ (дата обращения: 22.02.2016).

6. Осипова А.Г. Виртуальная «личность» и реальное «я»: проблема идентичности // Вопросы культурологии. – 2008. – №1. – С. 16–17.

7. Соколов М. Онлайновый дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / М. Соколов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / Под ред. В.Л. Волохонского, Ю.Е. Зайцевой, М.М. Соколова. – СПб.: СПбГУ, 2007. – С. 9–39.

8. Чудова Н.В. Особенности образа «Я» жителя интернета // Психологический журнал. – 2002. – №1. – С. 113–117.