

Раздел 7. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

УДК 316.776.23

ІНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГІЯ: НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Мироненко Г.В., Климчук Н.В.

Інститут соціальної та політичної психології АПН України, м. Київ

У статті проаналізовано фундаментальні та прикладні психологічні дослідження інтернету. Описано феномени «мережевого спілкування», віртуальної особистості, інтернет-аддикції. Окреслено перспективні напрями розвитку інтернет-психології.

Ключові слова: інтернет, психологічні дослідження інтернету, поведінка on-line

Постановка проблеми

Видається досить банальним обґрунтовувати значущість інтернету, оскільки ця приголомшливо потужна мережа вже давно займає помітне місце у житті як окремої людини, так і соціуму загалом. Вибухове зростання числа інтернет-користувачів триває, при цьому ролі та можливості самої мережі постійно розширюються за рахунок вражаючого інноваційного поповнення інтернет-технологій.

Сучасний інтернет – це не просто конгломерат комп'ютерних мереж, але і (що особливо важливо) новостворена спільнота пов'язаних кібер-соціальними мережами людей, які активно діють у новому інтернет-середовищі. Інтернет – одна з найбільш перспективних на сьогодні технічних можливостей забезпечення міжкультурної взаємодії і співробітництва. Саме тому психологічні, гуманітарно зорієнтовані дослідження мають розгортатися у руслі вивчення інтернету насамперед як явища культури.

Сьогодні у науковій спільноті постійно відбуваються дискусії щодо переваг і недоліків, ресурсів і ризиків цього нового засобу масової комунікації. Дослідники намагаються описати способи поведінки людини у режимі on line та спрогнозувати ефекти впливу інтернету на особистість та соціум. Які напрями досліджень обирають при цьому науковці, з якими проблемами зустрічаються, як їх розв'язують та які перспективи вбачають? Пошук відповідей на ці запитання власне і є метою даної статті.

Результати теоретичного аналізу

Видається доцільним систематизувати дослідження інтернету відповідно до традиційного поділу на фундаментальні та прикладні дослідження.

У контексті фундаментальних психологічних інтернет-досліджень науковці звертаються до різноманітних його аспектів, але загалом виділяють два класи проблем:

- психологічні дослідження в інтернеті;
- інтернет як (новий) об'єкт психологічних досліджень.

У першому випадку інтернет розглядається і використовується як покращене середовище для проведення експериментальних (емпіричних) досліджень, оскільки досить легко стандартизувати методики щодо формату проведення дослідження і, що найголовніше, з мінімальними витратами та за короткий термін отримати величезні об'єми вибірок. Проблемним аспектом, вартим уваги у даному разі, виступає те, що людина відповідає на питання в інтернеті не від свого імені, а від певної віртуальної особистості [1, с. 262].

Другий клас проблем пов'язаний безпосередньо з аспектами психології особистості та соціальної психології. Тут існує ціла низка досліджень, зокрема:

- проблема мережевої ідентичності (віртуальна особистість, on-line персона);
- особливості мережевого спілкування;
- вивчення групової динаміки в інтернеті;
- розвиток особистості в мережі інтернет;
- патологічне використання інтернету або феномен інтернет-адикції;
- вивчення інтернету як поглиначу часу;
- аналіз гендерних особливостей on-line поведінки;
- розробка етичних принципів використання інтернету.

Проблема «мережевої ідентичності» (віртуальної особистості) пов'язана з дослідженнями рольових ігор та експериментів з ідентичністю у контексті on-line персон. Йдеться про своєрідне «розщеплення» особистості в інтернеті, коли людина може приміряти будь-які маски, блукаючи у вигляді певної віртуальної субстанції і певним чином реалізувати себе [2]. Слід наголосити, що йдеться саме про різні «маски», а не різні «особистості». Людина, яка реалізує різні варіанти своєї ідентичності, навряд чи може моделювати ними цілісну і унікальну особистість. Скоріш за все вона використовує знайомі їй зразки соціальних практик. Ймовірно, йдеться про вибір певного стилю, стратегії відносин, або ж певної ролі, яка обумовлена цілями інтернет-діяльності, тими практиками, які реалізуються в даний момент. Наприклад, користувач може взяти участь у форумі професійної спільноти, там в нього буде одна ідентичність, а потім перейти на ігровий ресурс, де також спілкуються люди, і там поводити себе зовсім по-іншому.

Феномен «мережевого спілкування» насамперед цікавий тим, що в інтернеті практично редуковані невербальні компоненти (канали) комунікації, що породжує низку проблем. По-перше, постає питання, як можна (і чи можливо взагалі) зрозуміти емоції співрозмовника, особливо якщо йдеться про особисте, інтимне спілкування з близькою людиною? Намагання передати емоції за допомогою так званих «смайликів» не вирішують проблеми, оскільки останні є скоріше артефактами, аніж емоційними проявами емоцій. По-друге, виникає проблема

оперативної передачі смислу, адже іноді просто незрозуміло, про що запитує твій віртуальний співрозмовник, або ж чому він затримується із відповіддю, що в свою чергу створює хибну атрибуцію.

Існує й інший аспект взаємозв'язку емоцій і мережевої комунікації. Певною мірою віртуальне спілкування більш продуктивне, ніж реальне, оскільки існує можливість відстроченої відповіді, певний часовий інтервал, за який можна встигнути зосередитись, ґрунтовно продумати відповідь. Адже в реальному спілкуванні ми зазвичай реагуємо ситуативно і не завжди обдуманно. В цьому сенсі «мережеве» спілкування може бути більш привабливим, ніж «реальне», насамперед через полегшення самопрезентації.

Ще однією цікавою, але практично не дослідженою особливістю мережевого спілкування є «штучна афектованість» віртуальних текстів, які є набагато експресивнішими та агресивнішими порівняно з реальними. Ймовірно, з одного боку, така афектованість слугує компенсацією низького емоційного фону інтернет-спілкування і дозволяє підтримувати необхідний рівень залученості до нього. З іншого боку, вражає те, наскільки позбавленими «комплексів» можуть ставати люди в мережі, який яскравий спалах може давати взаємодія їхніх темпераментів. У цьому сенсі досить перспективним видається вивчення мережевої агресії, пошуки коріння агресивної поведінки on-line [4, с. 25].

У контексті розгляду групової динаміки в інтернеті дослідники намагаються з'ясувати, наскільки психологічні явища щодо груп (наприклад, конформність, групова поляризація, мозкові штурми, групові конфлікти, групова співпраця тощо) по-іншому виявляються в on-line режимі. Ці дослідження особливо важливі тим, що робочі групи все частіше просуються до віртуального світу, і можна припустити, що вони будуть більш продуктивними, ніж їх двійники у реальному світі.

Поряд з цим існує думка, що в інтернеті немає групового спілкування як такого. Фактично «мережеве» спілкування – це велика кількість комунікативних актів один на один. У зв'язку з цим ряд дослідників описують ще один інтернет-феномен – так званий «діалог на площі», зазначаючи, що у реальному житті переважна більшість діалогів має дуже обмежену кількість слухачів, тоді як «мережевий діалог» спрямований та здійснює вплив на величезну аудиторію. Саме в цьому сенсі інтернет вважається новим феноменом, оскільки подібного засобу масової комунікації ще не було. Зазначена дослідницька позиція видається доволі дискусійною, відтак потребує додаткової наукової експертизи [1, с. 249].

Ідея дослідження розвитку особистості в інтернеті також є дискусійною і поки що не презентована у реальних психологічних дослідженнях. Висловлюється припущення, що інтернет-користувач, який входить до певної мережевої спільноти, перебуває у досить концентрованому середовищі, яке надає йому всі можливості для особистісного зростання. Водночас проблема розвитку особистості має зворотню сторону – розвиток патології особистості, одним з факторів якого є патологічне використання інтернет. Мова йде про так звану «інтернет-залежність» (синоніми: інтернет-аддикція (Internet Addiction Disorder – IAD), віртуальна аддикція), з якою першими зіткнулися психотерапевти, коли з'явилися скарги клієнтів на неможливість обмежити свою присутність у мережі, а також організації, які

використовують у своїй діяльності інтернет і потерпають від захопленості працівниками електронним спілкуванням та інтернет-пошуками. Так, в окремих дослідженнях висловлюється припущення, що працівники проводять у середньому від п'яти до десяти годин на тиждень за вирішенням особистих питань через інтернет.

Загалом же наявність інтернету змінює звичне використання людиною її власного часу, дозволяючи, розмиває межу між роботою та не роботою [4, с. 6].

Актуальним і перспективним є питання розробки певних етичних принципів використання інтернету. Насамперед це стосується тих, хто організовує мережу, хто наповнює її інформацією, яка не буває у чистому вигляді, а завжди має певний виховний ефект. Тому дуже важливо, наскільки якісною, насамперед в етичному плані, вона буде. Ймовірно, що такі етичні принципи можуть підтримуватися тільки певними спільнотами, громадськими організаціями, які, з одного боку, сприятимуть веб-дизайнерам, контент-провайдерам, з іншого боку будуть встановлювати певні норми поведінки організаторів мережі, насамперед з метою уникнення зловживання тими чи іншими віковими особливостями, відкритістю користувачів до інформації.

Науково обгрунтованої інформації щодо прикладних досліджень інтернету дуже мало, але це не означає, що вони не відбуваються зовсім. Зазвичай результати таких досліджень є комерційною таємницею, тому вони не публікуються. При цьому теми, які вивчаються у цьому руслі, дуже різноманітні. Найбільш поширеними серед них є такі:

- маркетингові інтернет-дослідження;
- проблеми інженерної психології, ергономічного проектування, Usability (у перекладі з англ. – споживацька якість продукту) в інтернеті;
- психологічне консультування в режимі on-line.

У контексті проведення маркетингових програм на базі інтернету було встановлено, що користувачів мережі адекватніше розглядати не як покупців, а як розповсюджувачів певних уявлень, метою яких є отримання інформації про товар чи послугу не для того, щоб купити, а для того, щоб про це розповісти [1, с. 263]. При цьому часто створюється імітація інтересу щодо певної тематики, яка викликає ілюзію, відчуття, що відбувається продуктивне спілкування. Технічно ж практично неможливо відслідкувати, яка реальна людина стоїть за тим чи іншим віртуальним персонажем.

Розвиток інтернету як технічної системи актуалізує потребу в інженерно-психологічних, ергономічних дослідженнях, основною метою яких є врахування людського фактору. Роботи у цьому напрямі розгортаються на кількох рівнях, найнижчим з яких є дизайн конкретного web-документу, а найвищим – забезпечення інтернет-системи максимально високими споживацькими властивостями (зручність, комфорт, легкість у використанні, продуктивність і ефективність). Основною проблемою у даному разі виступає те, що критерії ефективності та зручності часто суперечать один одному. Так програміст особливо не переймається проблемами користувача, його цікавлять насамперед внутрішні функції системи. Тому потрібен спеціаліст (наприклад, інженерний психолог), який більше займає сторону користувача, а не системи, і який повинен забезпечити адекватний контакт

користувача і технічного засобу. Вирішення проблеми вбачається у продуктивному діалозі між програмістами, інтернет-дизайнерами та usability-спеціалістами, якого поки що, на жаль, не існує [1, с. 256]

Висновки. Звичайно, ми не претендуємо на повноту теоретичного викладу усіх аспектів досліджень в сфері інтернет-психології. Представлені напрями можуть виявитися занадто загальними, або ж навпаки, занадто конкретними, чи просто неповними. Загалом ми намагалися розставити акценти та виявити найбільш проблемні моменти з метою визначення перспектив розвитку інтернет-психології. Розуміння психологічних феноменів інтернету створює можливості для формування стратегій власної поведінки і взаємодії з іншими інтернет-користувачами, конструктивного освоєння цього нового середовища. Зрозуміло, що заповнити прогалини теоретичного аналізу можна лише шляхом набуття практичного досвіду, проведення емпіричних досліджень та встановлення науково обґрунтованих фактів і закономірностей.

Список літератури

1. 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, 12-14 апреля, 2000 г.). – М.: Экопсицентр РОСС, 2000.
2. Жичкина Е.А., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.flogiston.ru/projects/articles/strategy.shtml>
3. Методологические проблемы и практика изучения Интернета: Сб. науч. ст. / Под ред. А. Шарикова. – М.: ВГТРК. – 1999.
4. Wallace P. The Psychology of the Internet. – Cambridge University Press, New York, 2001.

Мироненко А.В., Климчук Н.В. Интернет-психология: направления исследований и перспективы развития

В статье проанализированы фундаментальные и прикладные психологические исследования интернета. Описаны феномены «сетевого общения», виртуальной личности, интернет-аддикции. Определены перспективные направления развития интернет-психологии.

Ключевые слова: интернет, психологические исследования интернета, поведение on-line

Mironenko G.V., Klimhuk N.V. The psychology of the internet: research trends and development outlook

Fundamental and applied psychological research of the Internet has been analyzed in the article. The “net communication”, virtual personality, and Internet addiction phenomena have been described. Prospective trends of the psychology of the Internet have been outlined.

Key words: the Internet, psychological research of the Internet, on-line behavior

Пост упила до редакції 14.08.2008 р.