

Отримано: 5 травня 2021 р.

Прорецензовано: 31 травня 2021 р.

Прийнято до друку: 31 травня 2021 р.

e-mail: EMedvedskaja@mail.ru

DOI: 10.25264/2415-7384-2021-13-15-19

Медведська О. І. «Хороша» і «погана» людина: особливості категоризації особистості дорослими вебкористувачами. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2021. № 13. С. 15–19.

УДК: 159.95

Медведська Олена Іванівна,
кандидат психологічних наук, доцент,
Брестський державний університет імені О. С. Пушкіна

«ХОРОША» І «ПОГАНА» ЛЮДИНА: ОСОБЛИВОСТІ КАТЕГОРИЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ДОРΟΣЛИМИ ВЕБКОРИСТУВАЧАМИ

Статтю присвячено проблемі впливу цифрових технологій на категоризацію знань про особистість у їхніх користувачів. Висловлено гіпотезу про можливий позитивний вплив інтернету на процеси соціального пізнання дорослих (на відміну від дітей). Схарактеризовано результати емпіричного дослідження, що передбачає порівняльний аналіз категорійних структур свідомості у двох контрастних групах респондентів, диференційованих на підставі власного вибору панівної знакової системи: традиційної / друкованої або цифрової / мультимодальної. Установлено, що любителі традиційного читання мають більшу когнітивну складність для розуміння особистості іншої людини, як порівняти з активними вебкористувачами. Тому для дорослих, як і для дітей, актуально контролювати власну онлайн-активність.

Ключові слова: категоризація, особистість, когнітивна складність, факторний аналіз, семантичний диференціал.

Olena I. Medvedska,
PhD in Psychology, Associate Professor,
Brest State University named after A.S. Pushkin

“GOOD” AND “BAD” PERSON: SPECIFICS OF A CATEGORIZATION OF A PERSON BY ADULT INTERNET USERS

Scientific problem and relevance. The novelty and active introduction of digital technologies make psychological studies of the Internet impact on users of different age groups relevant. The study covers adult and senior age groups, whose psychological formation finished during the pre-digital era.

Aim. The paper aims to reveal the specifics of a categorical structure of adult web-users' consciousness regarding social perception.

Methods. The results of an empirical research carried out in the tradition of the cognitive approach are as follows. The study involved 600 respondents. All the respondents were representatives of the intellectual labor and are from 35 to 60 years. Using an open-ended questionnaire, the respondents were divided into two contrasting groups: “the reading subjects” and “the active Internet users” ($n=100$ each). Modeling of the categorical structure of the respondents' consciousness was carried out through the factor analysis. As the incentive material, the assessments of the features of a “good” and “bad” person were used. The leading criterion of the complexity of consciousness is the quantity of the categories that form the concept.

Main results. The main conclusions are that the reading subjects have a more complex cognitive structure in the categorization of a personality. There are two parameters that indicate this complexity: the quantity of the categories that form the concept, and the quantity of the categories with a bipolar internal organization ($p=0.05$).

Sphere of application. The data can state the rationale of online activity restrictions of adult Internet users.

Conclusion. A simplification of a categorical structure in social cognition among the active Internet users can be a kind of deformation because of Internet impact.

Key words: categorization, cognitive complexity, personality, factor analysis, semantic differential.

Постановка проблеми. Технологічне вдосконалення інтернету призводить до поступових змін у різних сферах життєдіяльності людини, що також зачіпають соціальне пізнання. Процеси онлайн-комунікації неодноразово ставали предметом емпіричного вивчення і теоретичного аналізу [1; 2; 4; 5 та ін.]. Результати більшості з них не виявляють якихось переваг онлайн-спілкування перед офлайн-спілкуванням, скоріше навпаки, вони свідчать про появу певних негативних феноменів (наприклад, формування помилкової ідентичності, редукція і погіршення мовної комунікації і ін.). Цей негативний характер оцінки взаємодії суб'єкта з новими інформаційними технологіями наявний і в ширшому контексті: якщо 1 година, проведена за комп'ютером, скорочує час безпосереднього спілкування на пів години [10], то зрозуміло, що вебактивність автоматично витісняє з досвіду суб'єкта інші види діяльності, зокрема й практику пізнання іншої людини. З урахуванням того, що інша людина – один із найскладніших об'єктів

пізнання, обмеження цієї практики призводить і до звуження функційних можливостей соціального пізнання як інструменту розвитку когнітивної сфери суб'єкта.

Варто відзначити, що переважна більшість досліджень вивчає інтернет-вплив на пізнавальні процеси дітей і молоді. Однак наявні дані досить неоднозначні [3; 11; 12]. Питання про можливі зміни дорослих вебкористувачів залишається відкритим. Імовірно, що для цієї категорії наслідки інтернет-активності мають діаметрально протилежний ефект, ніж для користувачів, які перебувають на більш ранніх стадіях онтогенетичного розвитку. Підставою для висловленої гіпотези є очевидні переваги інтернету, як порівняти з іншими технологіями, що перетворює його в зручний простір для вияву і тренування багатьох цінних здібностей, зокрема й перцептивних. Наприклад, інтерактивність і діалогізм виробництва та споживання інформації на багатьох інтернет-майданчиках припускає активну рефлексію користувача, увімкнення механізму якої на рівні буденної свідомості віддзеркалено в таких питаннях-міркуваннях: «Це реальна людина чи бот?», «Якщо я напишу... коментар, то як відреагує Х...», «А хто це такий, щоб робити подібні заяви?» тощо.

Об'єктом для емпіричної перевірки висловленої гіпотези про позитивний вплив вебпрактик на процеси соціального пізнання дорослих став процес категоризації, який має велику психологічну традицію вивчення, унаслідок чого в академічній спільноті фактично синонімними стали такі фундаментальні поняття, як «сприйняття і пізнання» (Дж. Брунер, С. Гарнад), «сприйняття і розуміння» (А. А. Бодальов) та ін. Предмет вивчення – категорійні структури свідомості, що опосередковують розуміння особистості дорослими, які віддають перевагу різним знаковим системам кодування інформації: традиційній / друкованої, або цифровій.

Мета статті – установити особливості категорійної структури свідомості дорослих активних вебкористувачів у царині соціальної перцепції.

Матеріали та методи. У дослідженні (добровільно й анонімно) взяло участь 600 дорослих (віком від 35 до 60 років), які мають вищу освіту (педагогічну, економічну, юридичну, інженерну, медичну), працюють за фахом, проживають у міській та сільській місцевості Брестської області. Середній вік жінок – 46,7 років, чоловіків – 48,5. Отже, узагальнено вибірку можна схарактеризувати як працівники розумової сфери, які завершили основні етапи соціалізації в соціокультурній ситуації, яку можна назвати доцифровою епохою.

Загальну вибірку диференційовано на дві групи (суб'єктів, що читають, й активних вебкористувачів) на підставі анонімного анкетування, спрямованого на виявлення провідної для респондентів знакової системи інформації і щоденної звички звернення до різних носіїв інформації. Віднесення суб'єкта до групи відбувалося на основі збігу двох критеріїв: 1) однозначний вибір провідної знакової системи у вільний час (традиційна книга або інтернет); 2) велика частина вільного часу, приділеного діяльності з цієї системою. Як інструмент вивчення категорійної структури знань про особистості використано «один із найбільш інформативних і універсальних методів дослідження соціальної перцепції» [8, с. 62] – метод семантичного диференціала.

У використаному в дослідженні варіанті семантичного диференціала матеріалом слугували 40 шкал, що позначають різні особистісні характеристики. Під час відбору шкал-дескрипторів ураховано такі моменти. По-перше, щоб інструмент був валідним, потрібно уникнути «нав'язування» респондентам чужого словника, тому в ньому використано ті особистісні характеристики, які найчастіше застосовують представники цієї вікової категорії та соціального статусу (для вивчення якого було проведено пілотне дослідження у формі асоціативного експерименту, $n = 100$). По-друге, щоб не пропустити будь-якого вимірювання особистості, запропоновані якості розсортовано за чинниками, виділеними в імпліцитній теорії особистості, яка існує в повсякденній свідомості [9]. Окремі чинники (насамперед самоствавлення і самопрезентації) виявилися відсутніми в актуальному словнику, тому їх доповнено найбільш вагомими особистісними характеристиками з тезауруса О. Г. Шмельова (конкретно: креативний, суперечливий). Отже, семантичний диференціал іманентно містив усі шість суперчинників, що позначають провідні особистісні категорії в російськомовній культурі. По-третє, були задані уніполярні шкали, оскільки їх використання «дає додатковий “ступінь свободи” в проєкції когнітивних структур, випробовуваних на експериментальному матеріалі» [6, с. 206].

За заданими шкалами семантичного диференціала за 7-бальною шкалою (від 1 до 7) учасникам дослідження було запропоновано оцінити певних особистостей, зокрема й конкретних учасників, яких вони вважають «хорошими» і «поганими». Вибір такого оцінного стимульного матеріалу обумовлений теоретичним розумінням соціальної перцепції, яка завжди передбачає не тільки сприйняття і розуміння людини людиною, а й має емоційно-насичений характер, який виражається в оцінній інтерпретації [7, с. 274]. Оброблення даних відбувалося за допомогою факторного аналізу за допомогою центроїдного методу, що містить підпрограму повороту факторних структур varimax (програма SPSS v. 16). Утворювачами були тільки ті дескриптори, які мають статистично значуще значення ($r=0,41$ для 40 змінних при $p \leq 0,01$).

Результати та їх обговорення. Оброблення даних анкетування дало змогу розподілити загальну вибірку на три групи:

- 1) суб'єкти, що читають – 100 осіб (17%);
- 2) активні вебкористувачі – 180 осіб (30%);
- 3) змішаний тип або суб'єкти, які не мають переваг знакової системи – 320 осіб (53%).

Мета цього дослідження передбачає порівняльний аналіз, для здійснення якого використано метод контрастних груп. Тому протоколи представників змішаного типу вилучено з подальшого аналізу.

Когнітивна організація знань про особистості «хорошої» людини

Унаслідок факторизації вихідних матриць у групі суб'єктів, що читають, виявлено 10 ортогональних категорій (сукупно 78% загальної дисперсії), у групі активних вебкористувачів – 9 (68% дисперсії). У таблиці 1 подано зміст трьох провідних категорій, які опосередковують розуміння різних вибірок особистості «хорошої» людини, змістовна інтерпретація яких відбувалася з опорою на імпліцитну теорію особистості носія російської мови [9]. Якщо змодельований конструкт має два полюси, то він, відповідно, має дві назви. Поряд із назвою категорії вказано відсоток загальної дисперсії цього чинника.

Таблиця 1

Категорійна організація знань про особистості «хорошої» людини

Суб'єкти, що читають		Активні вебкористувачі	
«Нервово-психічне здоров'я і комфорт – Самоставлення / самоподача» (29,11% загальної дисперсії)		«Морально-етичний вигляд» (29,23% загальної дисперсії)	
відкритий	0,871	чуйний	0,785
товариський	0,846	добрий	0,769
веселий	0,769	чесний	0,737
активний	0,638	турботливий	0,638
цікавий	0,601	порядний	0,636
зарозумілий	-0,447	вірний	0,592
		справедливий	0,572
		відкритий	0,559
«Емоційно-вольова регуляція – Морально-етичний вигляд» (12,58%)		«Інтелектуальний розвиток і духовна сфера» (11,64%)	
акуратний	0,804	здатний	0,805
організований	0,778	розумний	0,796
відповідальний	0,686	креативний	0,718
добрий	0,628	різнобічний	0,704
агресивний	-0,502	тямущий	0,650
егоїстичний	-0,583	цікавий	0,549
жорстокий	-0,773		
«Соціальна поведінка – Морально-етичний вигляд» (6,47%)		«Нервово-психічне здоров'я і комфорт» (5,58%)	
упевнений	0,792	активний	0,778
цілеспрямований	0,749	веселий	0,697
ініціативний	0,608	ініціативний	0,679
самостійний	0,502	товариський	0,659
діяльний	0,397	цікавий	0,514
зздрісний	-0,372	діяльний	0,475

Перше, що звертає на себе увагу під час аналізу даних таблиці 1, – це більш складна, двополюсна організація провідних категорій, наявна у вибірці суб'єктів, що читають. Водночас якості моральності, провідні в оцінці особистості в російськомовній культурі [6; 8; 9], у свідомості респондентів цієї групи мають протилежний полюс у розумінні нервово-психічного здоров'я, емоційно-вольової регуляції і соціальної поведінки особистості. У групі активних вебкористувачів моральну оцінку подано в її позитивному змісті в провідній за суб'єктивною значущістю категорії.

Когнітивна організація знань про особистості «поганої» людини Факторизація даних семантичного диференціала виявила по 10 незалежних факторів-категорій у кожній вибірці респондентів, що й пояснює ідентичний відсоток розподілу значень (по 79%). Зміст трьох категорій, що переважають за своєю валентністю у двох групах учасників дослідження, подано в таблиці 2.

Дані таблиці 2 демонструють деякі змістовні нюанси в розумінні особистості «поганої людини» у двох групах респондентів. Для суб'єктів, що читають, провідним є інтелект, а для активних вебкористувачів більш значущі характеристики, які виявляються в безпосередній міжособистісній взаємодії.

Таблиця 2

Категорійна організація знань про особистості «поганої» людини

Суб'єкти, що читають		Активні вебкористувачі	
«Інтелектуальний розвиток і духовна сфера» (29,8% загальної дисперсії)		«Соціальна поведінка» (30,04 % загальної дисперсії)	
тямущий	0,991	вірний	0,804
здатний	0,857	порядний	0,795
різнобічний	0,842	діяльний	0,787
активний	0,840	тямущий	0,773
розумний	0,749	розумний	0,729
креативний	0,728	ініціативний	0,705
цілеспрямований	0,712	здатний	0,693
		різнобічний	0,630
		цікавий	0,556
«Морально-етичний вигляд – Самоставлення/самоподача» (12,54%)		«Емоційно-вольова регуляція поведінки – Морально-етичний вигляд» (10,71 %)	
порядний	0,901	організований	0,825
вірний	0,786	працьовитий	0,815
вихований	0,749	відповідальний	0,765
турботливий	0,725	акуратний	0,637
справедливий	0,716	активний	0,515
добрий	0,675	цілеспрямований	0,400
терпимий	0,505	жорстокий	-0,325
зарозумілий	-0,347	боязливий	-0,410
«Емоційно-вольова регуляція поведінки» (7%)		«Нервово-психічне здоров'я і комфорт» (9,7%)	
організований	0,771	товариський	0,829
акуратний	0,766	веселий	0,759
відповідальний	0,735	відкритий	0,699
працьовитий	0,620	активний	0,546
		чуйний	0,340
		добрий	0,343

Провідним критерієм когнітивної складності в когнітивному підході до операціоналізації категорій свідомості є кількість факторів-категорій [6; 9]. Однак за одностайності у визнанні цього параметра когнітивної складності/ простоти дискусійним залишається питання про підстави відбору категорій. Найчастіше використовують критерій Кайзера, а також більш суворий критерій Гемфрі. Ще одним вимірюваним параметром когнітивної складності є внутрішня організація категорії, а саме, альтернативний, двополюсний характер структурування її змісту. Їх підрахунок відбувався на матеріалі факторизації, отриманому за допомогою критерію Кайзера. У таблиці 3 відображено результати порівняльного аналізу.

Таблиця 3

Виразність параметрів когнітивної складності

Параметр для порівняння	Група респондентів	Об'єкт оцінювання	
		«Хороша» людина	«Погана» людина
Критерій Кайзера	Суб'єкти, що читають	10	10
	Активні вебкористувачі	9	10
Критерій Гемфрі	Суб'єкти, що читають	6	4
	Активні вебкористувачі	1	3
Кількість біполярних категорій	Суб'єкти, що читають	3	6
	Активні вебкористувачі	2	2

Дані таблиці 3 свідчать, що за більшістю вимірних параметрів активні вебкористувачі не мають жодних переваг перед суб'єктами, що читають. Навпаки, використання критерію Манна-Вітні для оцінки достовірності можливих відмінностей доводить велику когнітивну складність суб'єктів, що читають ($U_{емп} = 6$ при $U_{крт} = 7$ для $p \leq 0,05$).

Висновки. Отримані дані дають змогу зробити такі узагальнення. Гіпотеза про більшу когнітивну складність вебкористувачів у царині соціального пізнання, як порівняти з любителями традиційного читання, емпірично не підтверджена. Це доводять результати як кількісного аналізу (кількість утворюваних поняття категорій і кількість біполярних конструктів вища в суб'єктів, що читають), так і якісного (у свідомості активних вебкористувачів подано менше особистісних категорій, зокрема, 3-поміж панівних не виявлено категорії «Самоставлення і самоподачі»).

Ці результати дають змогу стверджувати, що інтернет навіть для дорослих (причому, з урахуванням вибірки, інтелектуально компетентних осіб) не є інструментом, звернення до якого сприяє збагаченню соціального пізнання. Інакше кажучи, біля монітора не відбувається вдосконалення категоризації, тобто завдяки новим цифровим технологіям у користувачів мимовільно не формуються нові системи кодування сприйнятої інформації про особу.

Імовірно, пояснення цього факту треба шукати не так у можливості інтернету, як у провідній для цієї технології знаковій системі. У цифровій (електронній) культурі, як і в традиційній (друкованій), провідним складником залишається візуальний. Однак змінюється одиниця кодування інформації: якщо традиційно таким було слово, то тепер його витісняє медіаобраз. Основні особливості медіаобразу (точніше, навіть потоку образів) такі: технічність виробництва і передачі; висока швидкість трансляції; мультимодальний режим передавання інформації; переважно іконічний характер інформації; сугестивність впливу. Ці принципи характеристики медіаобразу, як провідного знака кодування інформації в інтернет-технологіях, залишають користувача в наочній ситуації, що не дає процесу категоризації реалізовувати свої основні функції пояснення і передбачення дійсності.

Подальші дослідження в цій царині можуть бути пов'язані з теоретико-емпіричним обґрунтуваннями оптимального режиму онлайн-активностей, які деструктивно не впливають на когнітивну сферу користувача.

Література:

1. Агадуллина Е. Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования. *Современная зарубежная психология*. 2015. Т. 4. № 3. С. 36–46.
2. Айсина Р. М. Психологическая безопасность взрослых интернет-пользователей: анализ современных исследований. *Вестник Омского университета. Сер. «Психология»*. 2019. № 1. С. 28–38.
3. Богачева Н. В., Спивак Е. В. Мифы о «поколении Z». Москва : НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
4. Войскунский А. Е., Евдокменко А. С. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование. *Психология. Журнал ВШЭ*. 2013. № 2. С. 98–121.
5. Кондрашихина О. А., Бодалова М. В., Терентьева А. И. Особенности личностной идентичности пользователей социальных сетей поколений Y и Z. *Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Психология»*. 2020. Т. 31. С. 34–55. DOI: <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2020.31.43>.
6. Петренко В. Ф. Основы психосемантики. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 480 с.
7. Психология. Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. Москва : Политиздат, 1990. 494 с.
8. Шмелев А. Г. Об устойчивости факторной структуры личностного семантического дифференциала. *Вестник МГУ. Сер. 14. «Психология»*. 1982. № 2. С. 62–65.
9. Шмелев А. Г., Похилько В. И., Козловская-Тельнова А. Ю. Практикум по экспериментальной психосемантике. Тезаурус личностных черт. Москва : МГУ, 1988. 208 с.
10. Nie N. H., Hillygus D. S. The impact of Internet use on Sociability. Time-diary finding. *IT & Society*. 2002. № 1. P. 1–20.
11. Przybylski A. K., Weinstein N. A large-scale test of the Goldilocks Hypothesis: Quantifying the relations between digital-screen use and the mental wellbeing of adolescents. *Psychological Science*. 2017. Vol. 28 (2). P. 204–215. DOI: [10.1177/09567976166678438](https://doi.org/10.1177/09567976166678438).
12. Ward A. F. One with the Cloud: Why People Mistake the internet's Knowledge for Their Own. Cambridge : Harvard University, 2013. 112 p.