

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ ОБЩЕНИЯ ПОДРОСТКОВ В ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ

Рассказывается о стратегиях общения подростков в Интернет-сообществах. Автор определяет составляющие стратегии общения. Рассматривает различия стратегий общения подростков в реальном мире и общения в Интернет-сообществах.

Ключевые слова: социальная реальность, коммуникация, Интернет, стратегия общения.

Постановка проблемы

Вступление. Пользование Интернетом получило свое распространение относительно недавно и стало одним из наиболее динамично развивающихся явлений современного общества. Основная функция Интернета, связанная с получением информации, сегодня перестает быть ведущей, такую роль берет на себя функция коммуникации. В последние годы виртуальное общение, виртуальная коммуникация всё чаще заменяет коммуникацию реальную, однако эта проблема мало изучена современными исследователями.

Активными пользователями Интернета являются подростки. Примерно с 11 лет они начинают активно общаться со сверстниками, и ставят родителей на второй план. Интернет-сообщества предоставляют возможность познакомиться с новыми людьми, узнать новую информацию и перестать чувствовать себя одиноким, так как именно это чувство испытывают дети в этом возрасте. В ходе проведения исследования нам интересен сам процесс общения подростков в социальных сетях и его особенности, которые нередко совпадают с особенностями реального общения. Одной из таких особенностей является стратегия общения. Авторами, изучавшими эту проблему, выделено множество классификаций стратегий общения. Однако важно заметить, что пользователи Интернета в ходе дружеского общения, также используют определенные стратегии общения. Мы считаем, что не всегда стратегии общения в реальном общении такие же, как и стратегии общения в Интернет-общении.

Обзор предшествующих исследований. Социальная реальность является формой существования общества и совершения событий в социальном мире [2]. Социальная реальность — действительность социального мира: существующие в действительности социальные явления и процессы [8]. Социальная реальность строится на взаимоотношениях и взаимодействии индивидов в социуме. Социальная реальность — это реальность коммуникативная. В понятии коммуникации (от латинского «communicatio» — сообщение, передача) заостряется и акцентируется момент изменчивости и динамичности социальной реальности [6].

В учениях авторов XIX–XX вв. коммуникация рассматривалась исключительно как средство трансляции информации, поэтому это явление считалось следствием основных социальных процессов, а потому изначально понятным и простым, что не привлекало внимания исследователей. В 20–30-х годах ситуация изменяется. Философия начинает обращаться к проблемам языка, популярностью пользуются лингвистические исследования, в связи с чем в социальной проблематике, прежде всего после работ М. Хайдеггера и М. Бахтина, вновь происходит обращение к проблемам коммуникации. При этом коммуникация постепенно становится самостоятельной реальностью, перестает быть «посредником» социального действия, а становится самим действием. В результате коммуникация начинает пониматься как социальная реальность, поскольку социальность есть взаимодействие, а любое взаимодействие можно рассматривать как коммуникацию.

В настоящее время широкое распространение получил новый вид коммуникации — Интернет. Среда Интернета — это не только и не столько взаимосвязанные компьютеры и компьютерные сети, сколько взаимосвязанные и активно действующие

в этой среде люди вместе с продуктами их активности — сообщениями, web-страничками, записями (текстовыми, звуковыми, изобразительными, мультимодальными и др.), каталогами и архивами записей, навигационными маршрутами, компьютерными вирусами и т.п.[1]. Психологи считают, что человек в Интернете удовлетворяет три основных вида потребностей: *в общении* — (электронная почта, синхронные и асинхронные "чаты", конференции, листы рассылки, ньюсгруппы, "гостевые книги", форумы и т.п.), *познании* (навигация по Сети, чтение сетевой прессы, поиск конкретной информации или знакомство с текущими новостями, дистантное образование, выявление уязвимых веб-серверов с целью последующего "взлома" и т.п.) и *игре* (примерами могут служить индивидуальное сражение с удаленным компьютером в традиционные спортивные игры типа шахмат и др., сражение в групповые традиционные азартные игры типа карточных, традиционная игра в шахматы, карты и др. с реальными партнерами посредством Интернета, индивидуальная или групповая игра в не имеющие традиционного аналога компьютерные игры — как азартные, так и интеллектуальные, игра в групповые ролевые игры и т.п.).

Исследователи выделяют следующие психологические особенности Интернет-общения: автокоммуникация (тексты, посылаемые другому, одновременно становятся доступны и адресату, и адресанту); дискуссионная практика (споры и обсуждения на форумах, что, в первую очередь, сказывается на развитии самосознания); использование «Ника» (использование «слова» для маскировки, что впоследствии выступает как предметная отнесенность); анонимность (скрытие физического и социального «лица» человека) [11].

Автор статьи «Подросток попался «в сеть» утверждает, что в последние годы в числе пользователей Интернета становится все больше подростков. Подростковый возраст — возраст общения, возраст наибольшего стремления к получению одобрения со стороны сверстников и той группы, которая является значимой для подростка [5]. Подростки исполняют роли, которые привязывает им их социальное окружение: семья, друзья, школа и т.д. Интернет — это тоже своего рода социальная среда, но она является виртуальной. Интернет помогает подросткам определить, что следует принять, а что следует отвергнуть из тех ценностей, установок и идеалов, которые предполагает определенная роль. Важно отметить, что подростки, которые регулярно используют Интернет, склонны проводить время в сети с целью общения со сверстниками или за играми. Они уделяют много времени тому, чтобы «посидеть» в социальных сетях, а также различных чатах.

Чаще всего подростки пользуются социальной сетью «ВКонтакте». На данный момент «ВКонтакте» является самой популярной сетью среди молодежи Украины, так как помимо общения присутствует много дополнительных функций, например, просмотр фильмов, клипов, прослушивание музыки, онлайн игры и приложения различного рода [3].

Также отметим, что значительная доля подростков не просто общается в интернет-сообществах, но и создают свои микро-блоги, ведут интернет-дневники. Подростки являются инициативными пользователями Интернета, которые не стесняются высказывать свое мнение.

Целью статьи является анализ стратегий общения подростков в реальном и виртуальном пространстве.

Изложение основного материала

Общение как коммуникативная деятельность характеризуется, в частности, с помощью определения стратегий. Под стратегией общения понимают общую схему

действий участников коммуникативного процесса, общий план достижения цели, к которой стремятся собеседники. К. Хорни, А.К. Михальская, М. Портер и др. определяют различные классификации стратегий и типов общения. Отличающиеся на первый взгляд, эти классификации имеют общие характеристики — основные три позиции человека в общении: ориентация только на свои чувства и мнение (эгоизм, индивидуализм, агрессия); ориентация на мнение собеседника и полное «игнорирование себя» (альтруизм, закрытое общение); общение, предполагающее выражение своих эмоций и мнения, при котором следует учитывать и уважать то, о чем говорит собеседник (компромисс, сотрудничество, равенство) [4; 9; 10].

Как отмечалось, основными пользователями Интернета и социальных сетей являются подростки 13–14 лет. В виртуальном общении у каждого из них также выработаны свои стратегии общения. Они могут быть такие же, как и в реальной жизни, а могут быть совершенно другими. Однако важно отметить, что существует проблема в определении составляющих стратегии общения и этот факт не был рассмотрен ранее другими исследователями. Следовательно, для начала нам следует определить составляющие такого феномена как стратегия общения.

Мы считаем необходимым выделить такие составляющие стратегии общения: коммуникативные установки личности (характеризуют особенности поведения личности в различных ситуациях общения, а также возможности ее самореализации в общении); доминирующая стратегия психологической защиты личности (определяет факторы коммуникативных барьеров, связанные со стратегиями взаимодействия, а также особенности поведения человека в различных ситуациях); направленность (характеризует склонность человека к таким видам поведения как: просоциальность, асоциальность, антисоциальность).

Таким образом, Интернет — это новая социальная реальность, которая помогает людям, в первую очередь, удовлетворить свои коммуникативные потребности. Интернет-общение привлекает нас своей доступностью, анонимностью, возможностью «найти себя». Такие особенности Интернет-общения привлекают в особенности аудиторию подростков, которые проводят время за компьютером, посещая различные сайты, форумы, блоги, а также социальные сети (например: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Мой мир» и т.д.). Существуют стратегии общения, которые свойственны пользователям Интернета и проявляют себя как в реальной, так и виртуальной жизни человека. Именно это и стало предметом нашего исследования. Мы считаем необходимым определить отличия стратегии общения подростков в реальном и виртуальном общении.

Эмпирическое исследование. Исследование проводилось на базе 8–9 классов УВК «школы-лицея» № 3 им. А. Макаренко. Выборка состояла из 30 человек возрастом 13–14 лет.

В ходе исследования использовались следующие методики: «Методика исследования коммуникативных установок личности» А. Ивашовой, Е. Заики; «Методика диагностики доминирующей стратегии психологической защиты в общении» по В. Бойко; «Дилеммы» Л. Колберга; опросник «Виртуальная идентичность личности», шкала «направленность» А. Лучинкиной.

Для определения коммуникативных установок подростков нами использовалась методика А. Ивашовой, Е. Заика. Методика содержит шесть шкал, определяющих степень установления глубоких отношений у подростков: 1) не устанавливаю глубоких взаимоотношений, так как не вижу в этом смысла, не хочу даже задумываться; 2) в общем-то, не против установить, но не представляю, как это сделать конкретно; 3) не устанавливаю глубоких взаимоотношений, так как не решаюсь реализовать свой план

без полной информации, вдохновения или подходящего случая; 4 вступаю в глубокие взаимоотношения, но ненадолго, так как не хватает взаимности или желания сохранять их постоянно; 5) вступаю в глубокие взаимоотношения и развиваю их, несмотря на трудности и исходя из взаимных обязательств; 6) вступаю в глубокие взаимоотношения, и постоянно черпаю из них силы и радость, мне легко и свободно.

Анализ результатов методики показал, что большинство подростков в реальном общении не устанавливают глубоких отношений с людьми, так как не видят в этом смысла. Лишь немногие из них вступают в глубокие отношения и чувствуют себя легко и свободно. Также отметим, что подростки при общении в «ВКонтакте» не устанавливают глубоких отношений, так как не знают, как это сделать конкретно, а также потому что не имеют полной информации о человеке, вдохновения или подходящего случая. Итак, мы видим, что подростки не вступают в доверительные отношения с незнакомыми людьми, не доверяют той информации, которую могут получить в Интернет-сообществах о своих собеседниках. Такие результаты не соответствуют общепринятому мнению о доверчивости подростков в виртуальном пространстве.

Количественный анализ результатов реального общения и общения в «ВКонтакте» показал, что значимые статистические различия имеются только по шкале «так как не решаюсь реализовать свой план без полной информации, вдохновения или подходящего случая» $U_{теор.}=432$, $U_{критич.}=440$, т.е., $U_{критич.} \geq U_{теор.}$ для уровня значимости 0,05. Это подтверждает различия между коммуникативными установками реального и виртуального общения.

Для определения доминирующей стратегии психологической защиты нами применялась методика В. Бойко, которая предполагает выявление трех видов психологической защиты: миролюбивой, избегания, агрессии. Исследование предполагало два этапа. На первом этапе подросткам предлагалось ответить на вопросы, выбрав ответ, который им больше подходит при общении в реальной жизни. На втором этапе следовало сделать то же самое, но в общении в «ВКонтакте».

Анализ результатов показал, что при общении в реальной жизни у 12 человек преобладает стратегия «Агрессия», у 9 — «Миролюбие», и у 3 — «Избегание». При общении в «ВКонтакте» у 12 человек выражена стратегия «Миролюбие», у 10 человек — «Агрессия», у 7 — «Избегание». Также 4 человека при общении в реальной жизни используют такие психологические защиты как «Миролюбие» и «Избегание»; 2 человека в равной степени используют «Миролюбие» и «Агрессию». При общении в сети «ВКонтакте» лишь один человек активно использует две психологические защиты — «Миролюбие» и «Избегание».

Важно отметить, что 9 человек при переходе из реального общения в общение в «ВКонтакте» меняют свою стратегию психологической защиты; 15 человек не меняют своих стратегий защиты в разных видах общения; 5 человек, которые активно использовали в своем реальном общении две стратегии защиты, используют в общении в «ВКонтакте» одну стратегию общения; 1 человек при общении в реальной жизни и в общении в «ВКонтакте» использует два типа стратегий защиты. Количественный анализ показал, что для уровня значимости ($P = 0.05$) $U_{теор.} = 317$, $U_{крит.} = 435$ $U_{крит.} \geq U_{теор.}$, что подтверждает достоверность различий между стратегиями психологической защиты в реальном общении и общении в Интернете.

Для исследования направленности личности, а именно, просоциальность — асоциальность — антисоциальность, мы использовали методику А. Лучинкиной и методику Л. Колберга. Методика диагностики направленности определяет пять уровней моральности в реальной жизни, которые соотносятся к трем шкалам: просоциальность, асоциальность, антисоциальность. Эти же шкалы выделяются и в методике

определения виртуальной идентичности, однако они выявляют направленность личности в Интернет-общении.

В ходе исследования определялся доминирующий уровень моральности по Колбергу. Для исследования статистической достоверности различий применялся критерий Крускаллы-Уоллиса. Статистически достоверными являются преобладания первого, второго и третьего уровней моральности у подростков в реальной жизни, которые соответствуют преконвенциональному и конвенциональному уровням по Колбергу [7].

Преко́нвенциональный уровень отличается направленностью моральных суждений на собственную индивидуальность. Поступки оцениваются по принципу выгоды и по их физическим последствиям. Хорошо то, что доставляет удовольствие (например, одобрение); плохо то, что причиняет неудовольствие (например, наказание) [7]. Данный уровень соответствует первому и второму уровню моральности у подростков. Здесь возможно проявление асоциальности и антисоциальности.

Конвенциональный уровень развития моральных суждений проявляется тогда, когда ребенок принимает оценки своих окружающих и близких. Моральные нормы этой группы усваиваются и соблюдаются некритично, воспринимаются как истина. Действуя в соответствии с установленными правилами, становишься «хорошим». Эти правила не выработаны самим человеком в результате его свободного выбора, а принимаются как внешние ограничители или как норма той общности, с которой человек себя идентифицирует [7]. Этот уровень соответствует третьему уровню моральности. В этом случае возможна склонность к асоциальности.

Постконвенциональный уровень развития моральных суждений, по мнению автора, встречается редко. Это уровень развития личных нравственных принципов, которые могут отличаться от норм общества, но при этом имеют общечеловеческую широту и универсальность. В данном случае речь идет о поиске всеобщих оснований нравственности [7]. Этот уровень соответствует четвертому и пятому уровням моральности, а также определяет направленность личности — просоциальность.

Исследования направленности личности в виртуальном общении показали, что просоциальность выражена у 5 человек, склонность к асоциальному поведению в социальной сети — у 23 человек, к антисоциальному — у 2 человек.

Количественный анализ направленности личности в реальном общении и в общении в «ВКонтакте» показал, что статистически достоверных различий нет. Существенно уровень моральности не меняется.

Выводы

Таким образом, стратегия общения включает в себя коммуникативные установки, стратегии психологической защиты и направленность личности.

Стратегии общения подростков в Интернет-общении отличны от стратегий реального общения. Так, коммуникативные установки подростков направлены на избегание глубоких доверительных отношений с окружающими. В реальном общении дети не видят смысла в близких отношениях, а в виртуальном общении не вступают в глубокие отношения из-за отсутствия полной информации о человеке. Это говорит о том, что подростки не такие доверчивые, как о них привыкли думать. Доминирующая стратегия психологической защиты также меняется при переходе из реального в виртуальное общение. Подростки меняют «агрессию» на «миролюбие» или «избегание», это говорит о том, что при общении в социальных сетях они чувствуют себя увереннее и безопаснее. Исследование направленности личности показало, что уровень моральности у подростков существенно не меняется. Подростки склонны к асоциальному поведению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Войскунский А.Е. Интернет — новая область исследований в психологической науке / А.Е. Войскунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. — М.: Смысл, 2002. — Вып. 1. — С. 82–101.
2. Горошко Е.И. Коммуникативное пространство Интернета как объект социокультурного анализа / Е.И. Горошко // Вісник Одеського національного університету. — Одеса, 2010. — Т. 15 вип. 14. — С. 130–136. — (Серія «Соціологія і політичні науки»).
3. Катък Д. ИНТЕРНЕТ: абсолютно безопасное пространство Д. Катък, Ю. Голодникова [электронный режим]. — Режим доступа : [www.studinfo.crimea.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=234:2012-10-11-20-17-45&catid=23:2012-09-25-18-00-00&Itemid=105]
4. Коваленко И.В. Роль гендерного фактора в коммуникативном поведении мужчин и женщин / И.В.Коваленко [электронный режим]. — Режим доступа : [http://www.ahmerov.com/book_1033_chapter_9_1.3.Strategii_i_taktiki_rechevogo_obshhenija.html]
5. Крамаренко Н.С. Подросток попался «в сеть» / Н.С. Крамаренко, М.И. Тылкина // Журнал «Виноград». — 2010. — №36. — 42 с.
6. Леонтьева Э.О. Социальная философия / Э.О. Леонтьева [электронный режим]. — Режим доступа : [http://www.kultu-rolog.ru/library/socziologiya/eo-leonteva-soczialnaya-filosofiya/]
7. Мораль: краткая справка [электронный режим]. — Режим доступа : [http://knjazna.dreamwidth.org/2008/02/13/]
8. Смирнова Р.А. Социальная реальность / Р.А. Смирнова // Социология: энциклопедия ; сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко [электронный режим]. — Режим доступа : [http://voluntary.ru/dictionary/568/word/socialnaja-realnost, 2003]
9. Стратегии и тактики общения [электронный режим]. — Режим доступа : [http://mysiholog.com/psychology-communication/242-strategii-i-taktiki-obscheniya.html]
10. Чайка Г.Л. Культура делового общения менеджера / Г.Л. Чайка. — К. : Знание, 2005. — 442 с.
11. Чудова Н.В. Психологические особенности коммуникативного пространства Интернета / Н.В.Чудова, М.А.Евлампиева, Н.А.Рахимова [электронный режим]. — Режим доступа : [http://evartist.narod.ru/text7/47.htm]

Isaeva S. I.

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ СПІЛКУВАННЯ ПІДЛІТКІВ В ІНТЕРНЕТ-СПІВТОВАРИСТВІ

Розповідається про стратегії спілкування підлітків в Інтернет-спільнотах. Автор визначає складові стратегії спілкування. Розглядає відмінності стратегій спілкування підлітків в реальному світі і спілкування в Інтернет-спільнотах.

Ключові слова: *соціальна реальність, комунікація, Інтернет, стратегія спілкування.*

Isaeva S. I.

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF COMMUNICATION STRATEGIES TEENAGERS IN ONLINE COMMUNITIES

The paper deals with the communication strategies of adolescents in online communities. The author defines the components of the communication strategy. Examines differences communication strategies teenagers in the real world and communicate in the online community.

Key words: *social reality, communication, Internet, communications strategy.*