

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

УДК 159.9.075

Баранов Антон Александрович,

магистрант кафедры «Общая психология»,
ФГБОУ ВО «Пензенский Государственный Университет»,
г. Пенза

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ И НЕПОСРЕДСТВЕННОМ ОБЩЕНИИ В ФОРМАТЕ ДИАЛОГА

Аннотация. Стремительное развитие Интернета и киберпространства, приводит к тому, что уже новое информационное пространство считают реальностью – виртуальной реальностью. Так же и всяческие разновидности общения социума, сопереживание, сочувствие, проявление и восприятие эмоций начинают переходить в сферу Интернета. Таким образом, виртуальная реальность повлияла на выше перечисленные аспекты общения, изменив их под новую вежу киберпространства. Данная статья описывает результаты исследования социальной перцепции в двух реальностях: виртуальной и объективной.

Ключевые слова: социальная перцепция, Интернет-дискурс, виртуальная реальность, исследование общения.

Социальная перцепция – это процесс социального восприятия, опирающийся на имеющийся опыт деятельности субъекта, его целевые ориентиры, осознанное отношение к проблеме и важность ситуации. Термин «социальная перцепция» впервые был введен Дж. Брунером в 1947 г. Вначале рассматривалось, что социальная перцепция является социальной детерминацией перцептивных процессов. Позже исследователи, в частности в социальные психологи, придали понятию близкий по значению смысл: социальной перцепцией стали называть процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности [3, с. 78].

Этот термин имеет широкое применение в современном мире. При развитии процесса социальной перцепции происходит обязательное оценивание другого человека.

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

Этот процесс неизбежен и необходим. Он позволяет человеку понять, какие физические, нравственные, духовные свойства ему присущи. В результате оценки осуществляется формирование впечатления, служащее фундаментом развития того или иного отношения к данному человеку.

Рождением Интернета в привычном для нас понимании (просматривать сайты и обмениваться информацией) можно считать 1991 год, а уже в конце 1990-х годов начали изучать социально-психологические особенности личности и групп в киберпространстве. Общение выход на новый уровень. По Войскунскому, Электронное общение (далее ЭО) – опосредованные Интернетом формы общения [1].

На сегодняшний день тенденция ЭО обретает форму массового пользования человечеством. Как можно заметить, с появлением таких столпов Интернет-коммуникации и ЭО, как Facebook, ВКонтакте, Одноклассники – началась внедрение технологии «виртуальных текстовых сообщений». Буквально 5 лет назад в любой компании оставляли номер телефона для записи на прием, оставить заявку на товар или консультацию. Теперь же все информационное общество переходит на мобильные приложения, где во главе угла стоит «написать сообщение», а уже потом «позвонить», и потом адрес, по которому можно в случае необходимости обратиться.

Даже в сфере психологического консультирования клиент в 9 случаях из 10 напишет сообщение в одной из множества социальных сетей, нежели будет звонить психологу. Технологии способов ЭО стали приближаться к реальному и живому общению, но в любом случае остается неизмеримая пропасть между современным общением и ЭО. Имеется в виду WhatsApp, Telegram, Instagram, Viber, Messenger for Facebook. В данном случае можно уйти от понятия социальной сети в ее классическом понимании, по Градосельской: «Сеть характеризуется как особый тип связей между позициями индивидов, объектов или событий, которые отбираются в зависимости от целей построения сети» [2, с. 13].

Таким образом, сегодня можно заметить, что социальная сеть разделяется на классическую социальную сеть (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Instagram, В17) и

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram). Человек зачастую общается или начинает общение с тем, о котором не знает ничего, кроме миниатюрной фотографии аватара, при условии, если там настоящее лицо контакта-пользователя.

Причиной проведения психологического исследования послужил профессионально-практический интерес. Если социальная перцепция основывается на визуальном и информационном компонентах, то, как преобразуется этот механизм с отсутствием одного компонента. Как изменяется социальный и психологический образ человека без одного компонента?

В исследовании было принято решение нивелировать визуальный компонент, т.е. общение осуществлялось между людьми в мессенджерах Telegram, WhatsApp. Таким образом, получились выборка из 40 респондентов, 20 мужчин и 20 женщин, разделенная на 2 группы по 20 человек, соответственно 10 мужчин и 10 женщин. в возрасте от 18-27 лет. Далее респонденты внутри группы разделялись на пары случайным образом. В итоге, получилось 10 пар, которые общались в Интернете, и 10 пар, которые общаются непосредственно. Гипотеза исследования звучала так: испытуемые в группе непосредственного общения более качественно воспринимают социально-психологические особенности личности партнера чем при Интернет-дискурсе.

Условия исследования:

- респонденты в паре не знакомы друг с другом, среди них отсутствуют лица с психическими заболеваниями;
- узнавать информацию о собеседнике до психологического исследования запрещалось;
- диалог длился 60 минут, тема – пандемия COVID-19.
- всеми испытуемыми был выполнен блок диагностических материалов (Ценностный опросник Шварца; Ориентировочная анкета Басса-Смекала-Кучера; Опросник Цель-Средство-Результат; Лocus контроля Роттера);
- для проверки статистических данных был выбран метод математической обработки данных – t-критерий Стьюдента.

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

Психодиагностический блок материалов был подобран таким образом, чтобы можно было составить представление об испытуемом в исследовательской паре на основе его ценностных ориентаций и направленности личности; ориентации деятельности на цель, средства или результат; и на кого испытуемый привык возлагать ответственность в различных жизненных ситуациях. Таким образом, такие и схожие характеристики может отследить у партнера человек в процессе общения.

Каждый испытуемый проходил диагностический блок дважды. Первый раз, давая ответы за себя, второй – давая ответы так, как бы отвечал бы его партнер по диалогу. Так была получена информация о том, насколько испытуемые смогли составить для себя образ партнера по средствам социальной перцепции. Важным аспектом для подтверждения или опровержения гипотезы было статистическая разница между тем насколько совпадали ответы испытуемых с ответами их партнеров непосредственного и ЭО в рамках диагностического блока методик.

По результатам психодиагностического исследования можно сделать вывод, что социально психологический облик группы живого общения состоит в преобладании мотива стремления к новизне и глубоким переживаниям. Ценят собственную самостоятельность и терпимость к другим. В деятельности направлены на взаимодействие с другими и на поставленную задачу. Постановка целей не всегда обоснована, довольно часто сталкиваются с проблемами и стараются занимать руководящую позицию, но трезво оценивают собственные результаты работы. Свойственно убеждение в неслучайности их успехов или неудач. Социально психологический облик группы Интернет-дискурса состоит в преобладании мотива стремления к новизне и глубоким переживаниям. В деятельности направлены на взаимодействие с другими. Постановка целей не всегда обоснована, испытуемые обладают спонтанностью в поведении, но трезво оценивают собственные результаты работы. Большинству свойственно убеждение в неслучайности их успехов или неудач.

Математический анализ результатов исследования показал, что в группе ЭО р-значение (0,015) меньше уровня значимости равному 0,05. Данный факт говорит, что

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

между результатами диагностики испытуемых и ответами партнера существуют различия. О величине различий может говорить сравнение дисперсий и значения средних. Числовое значение различий варьируется от 3,1-10,7. В группе непосредственного общения было получено р-значение (0,0554) больше уровня значимости равному 0,05. В данном случае можно утверждать о том, что различий нет. Если обратиться к сравнению значения средних и дисперсий, то можно увидеть, что числовое значение различий варьируется от 0,5-2,4.

На основе результатов математического анализа данных исследования, можно сделать вывод о том, что в условиях ЭО, где опускается визуальный компонент общения между людьми, механизм социальной перцепции не раскрывает эмпатийные способности человека так, как это происходит в условиях реального общения. Но стоит признать, что несущественные различия между этими группами, могут указывать на то, что социальная перцепция не исчезнет в Интернете, она лишь преобразуется.

Список литературы

1. Войскунский Александр Евгеньевич Социальная перцепция в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2014. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-pertsepsiya-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения 20.02.2021).
2. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: учеб. пособие. – М.: Феникс, 2004. – 184 с.
3. Социальная психология: учебник / Г.М. Андреева. – Издание 5-е, исправленное и дополненное. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 363 с. – (Учебник для вузов). – ISBN 978-5-7567-0274-3.