

Специфика виртуального и реального образов «Я» в студенческой аудитории

Паньшина Светлана Евгеньевна

Студент (магистр)

Российский университет дружбы народов, Филологический факультет, Москва, Россия

E-mail: svetlana120891@yandex.ru

На сегодняшний день развитие компьютерных технологий набирает обороты с неуправляемой скоростью. С одной стороны, это множество возможностей для личностного роста, с другой - список негативных последствий, если данный спектр возможностей используется личностью без адекватной оценки. Интернет - пространство представляет собой площадку для экспериментов со своим Я, но то, какие преобразования на ней происходят, находится в прямой зависимости от психологических особенностей личности. В связи с этим изучение образа «Я» по праву можно считать актуальной сферой исследований в рамках проблемы личностных преобразований в виртуальном пространстве.

В нашем исследовании мы рассматриваем специфику образа «Я» в Интернет - общении с учетом уровня самооценки студенческой аудитории. Данная работа проводилась в 2015 году. В исследовании принимали участие 60 человек. Выборку составили респонденты в возрасте от 18 до 25 лет. Средний возраст участников исследования составил 20,5 лет. Соотношение мужчин и женщин было представлено как 1:2, соответственно.

Участникам исследования предлагалось заполнить бланк, включающий следующие методики:

- Методика семантического дифференциала (СД) Ч.Осгуда;
- Авторская методика по изучению Образа «Я» в ситуации взаимодействия в виртуальном пространстве, разработанная авторами Н.И.Леоновым, Т.А.Наумовой;
- Ассоциативный эксперимент к стимулам «Мой реальный образ» и «Мой виртуальный образ»;
- Методика исследования самооценки личности С.А. Будасси.

Основные задачи, которые мы поставили перед собой, можно представить, как поиск ответов на следующие вопросы: какова специфика особенностей образа «Я» в студенческой аудитории; есть ли различия по параметрам «силы», «активности», «оценки» между основными составляющими образа «Я» (Я - настоящее, Я - идеальное, Я - виртуальное) по всей выборке и между группами респондентов с разным уровнем самооценки; есть ли связь между уровнем самооценки и параметрами «силы», «оценки», «активности» выделенных нами для изучения составляющих структуры образа «Я».

В ходе работы были выявлены значимые различия между виртуальным, идеальным и настоящим Я участников исследования. Результаты сравнительного анализа реального, виртуального и идеального Я позволили отметить возрастание показателей параметров «силы», «активности» и «оценки» от реального Я к идеальному через виртуальное Я. Это может говорить о том, что настоящее Я через виртуальное имеет возможность приблизиться к идеальному Я.

Корреляционный анализ позволил обнаружить связь самооценки с параметрами некоторых выделенных нами для изучения составляющих структуры образа «Я». Результаты корреляционного анализа показали, что есть связь между самооценкой и параметрами таких составляющих образа Я, как «Мое виртуальное Я», «Я глазами другого», «Я в ситуации, когда мне скучно».

В исследовании был проведен качественный анализ, затрагивающий особенности виртуального образа «Я» в молодежной аудитории. Качественная характеристика образа «Я» подкреплялась результатами ассоциативного эксперимента, посвященного изучению структуры представлений реального и виртуального образов «Я». Проведенный эксперимент позволил прийти к заключению о том, что структуры представлений реального и виртуального образов скорее различаются, чем сходятся в содержании, выделяются антонимичные пары между ассоциациями к реальному и виртуальному образам. Более того, если содержание структуры реального образа непротиворечиво, то в виртуальном образе прослеживаются амбивалентные ассоциации, что может говорить о том, что виртуальное пространство воспринимается как площадка для экспериментов - игр со своим образом.

Также в рамках исследования были прослежены особенности виртуального образа Я у респондентов с разным уровнем самооценки. Основные различия касались приоритетов, расставленных респондентами между красотой и динамическими характеристиками образа. Так, на первом месте красота оказывается у респондентов с заниженной по невротическому типу самооценкой, на втором - у лиц с заниженной, адекватной и завышенной по невротическому типу самооценкой, на последнем пятом месте - у респондентов с завышенной самооценкой. Таким образом, можно заметить, как красота теряет свои позиции от оценок группы респондентов с заниженной самооценкой к оценкам группы респондентов с завышенной самооценкой. С динамикой дело обстоит по-другому, респонденты с уровнем самооценки выше адекватного оценивают себя виртуального в большей степени с позиции активности в виртуальном пространстве, чем респонденты с заниженной самооценкой.

Изучение образа Я в рамках виртуальной среды в наш век глобальной информатизации представляет огромную значимость для грамотного построения Интернет - пространства, благоприятствующего развитию личности. Данные нашего исследования могут содействовать решению данной задачи, а также позволяют расширить представление о специфике молодежного общения в Интернет - среде.

Слова благодарности

Выражаю искреннюю благодарность организаторам за возможность принять участие в данном мероприятии!