

Седунова Анастасия Сергеевна

кандидат психологических наук, доцент  
кафедры психологии и педагогики Ульяновского  
государственного университета

## Я-ИДЕНТИФИКАЦИЯ И РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ У СТУДЕНТОВ ВУЗА [1]

### Аннотация:

*В статье представлены результаты исследования индивидуально-личностных характеристик информационного взаимодействия на основе субъективной оценки модели межличностных отношений и восприятия интернета. Актуальность исследования связана с современной тенденцией к расширенному пониманию коммуникативного и, в более широком плане, информационного пространства в связи с созданием особой, гибкой, субъект-ориентированной образовательной среды. В проведенном эмпирическом исследовании были задействованы три группы показателей: самооценка и идентификационные характеристики личности; субъективная оценка интернет-взаимодействия; характеристики индивидуальной модели коммуникативного пространства. В результате анализа были выявлены структурные взаимосвязи между характеристиками Я-идентификации, репрезентациями интернет-взаимодействия и особенностями межличностных отношений, а также специфика рассматриваемых характеристик для подгрупп с различным уровнем и типом самооценки. Основная гипотеза проверена средствами корреляционного анализа для непараметрических данных.*

### Ключевые слова:

*коммуникативное пространство, Я-идентификация, самооценка личности, межличностные отношения, информационная среда.*

Sedunova Anastasiya Sergeevna

PhD in Psychology, Assistant Professor,  
Department of Psychology and Pedagogy,  
Ulyanovsk State University

## SELF-IDENTIFICATION AND REPRESENTATIONS OF INFORMATION ENVIRONMENT IN UNIVERSITY STUDENTS [1]

### Summary:

*The article presents the results of a study of the individual and personality characteristics of information interaction based on a subjective assessment of the model of interpersonal relationships and perception of the Internet. The relevance of the study is associated with the current trend towards an expanded understanding of the communicative and, more broadly, the information space in connection with the creation of a specific flexible subject-oriented educational environment. The empirical study involved three groups of indicators: self-esteem and personality identification characteristics; subjective assessment of interaction on the Internet; characteristics of an individual model of communicative space. The analysis revealed structural associations between the characteristics of self-identification, representations of Internet interaction, and the characteristics of interpersonal relationships, as well as the features of the characteristics under consideration for the subgroups with different levels and types of self-esteem. The main hypothesis is verified by means of correlation analysis for nonparametric data.*

### Keywords:

*communicative space, self-identification, personal self-esteem, interpersonal relationships, information environment.*

В работе по теме проекта РФФИ в 2018–2019 гг. мы изучали когнитивные характеристики субъекта информационной среды (в частности, пользователей интернета). На основе факторного анализа были выявлены две когнитивные стратегии: ориентированная на гибкий подход к поиску, отбору и апробации данных и ориентированная на работу с информацией с учетом целевого и практического компонентов [2]. Целью дальнейшего исследования стал поиск индивидуально-личностных предпосылок информационного взаимодействия на основе субъективных репрезентаций межличностных отношений и восприятия интернета.

Коммуникативное пространство обозначает в широком смысле характеристики среды, представляемой индивидом во время коммуникации, и является значимым компонентом информационного пространства личности. Механизмы коммуникации в информационной среде (в частности, в интернете) имеют свою специфику по сравнению с процессами в реальной социальной группе. Особенности интернета как компонента информационной среды таковы, что его восприятие обусловлено не только субъективно, процессом познавательной активности, но и объективно. В литературе обсуждается, насколько этот феномен можно рассматривать как упрощенную модель физической и социальной реальности [3]. В качестве ключевого параметра, определяющего целевой аспект коммуникации в интернете, выступают особенности самооценки и Я-идентификации личности [4]. В исследовании О.А. Пикулевой рассмотрена роль интернета как особой социальной реальности, позволяющей пользователям осуществить смену идентичности на основе создания управляемого впечатления о себе [5]. Е.И. Рассказова с соавторами ука-

зывают на две базовые потребности в отношении идентичности: потребность в поиске уникальной аутентичности, в улучшении себя и потребность в социальном признании своей идентичности, – реализация которых определяет целостное представление о себе и переживание самоидентичности и обуславливает личностные параметры коммуникации [6].

Проверка гипотезы о роли характеристик Я-идентификаций в восприятии коммуникативного пространства и особенностей интернет-взаимодействия основывалась на ранее сформулированной модели характеристик субъективного компонента информационной среды [7]. Было задействовано три группы показателей: 1-й блок – самооценка и идентификационные характеристики личности (методика «Кто Я» в модификации Т.В. Румянцевой); 2-й блок – субъективная оценка интернет-взаимодействия (опросный лист «Восприятие интернета» Е.А. Щепиловой); 3-й блок – характеристики индивидуальной модели коммуникативного пространства (опросник межличностных отношений (ОМО) А.А. Рукавишников, разработанный на базе методики FIRO В. Шутца). Выборку составили 92 испытуемых в возрасте от 18 до 25 лет, получающих высшее образование по специальностям: «социальная работа», «лечебное дело», «психология», «туризм», «лингвистика», «нефтегазовое дело», «прикладная математика и информатика».

Анализ конкретных идентификаций социальных и индивидуальных аспектов идентичности был осуществлен с помощью проективной методики «Кто Я». Показатели данной методики позволяют применить современные методы статистического анализа и получить дифференцированную картину индивидуального самовосприятия, что подтверждается примерами исследований характеристик особенностей межличностного взаимодействия и профессиональной идентичности студентов [8; 9].

В выборке студентов характеристики рефлексивности находятся в диапазоне от 3 до 25 самохарактеристик со средним значением 19,9, что соответствует широкому арсеналу ролевого поведения, высокой субъективной легкости в описании своей индивидуальности. Сравнение показателей показало, что у девушек выше уровень рефлексивности, объемнее списки самоописаний (критерий Манна – Уитни  $U = 280,5$ ,  $p < 0,01$ ).

Особенности самооценки студентов рассмотрены по двум показателям: уровень и тип. Адекватный уровень самооценки встречается у 43,6 % студентов, что говорит об их способности достаточно реалистично осознавать и оценивать свои качества, позитивном самоотношении, умении ставить реалистичные цели, ответственности, уверенности в себе, способности к самореализации, удовлетворенности и успешности в общении. В то же время 17,7 % испытуемых имеют завышенную, 8,1 % неустойчивую, 3,23 % заниженную самооценку. Почти треть студентов недооценивают роль своих положительных качеств, сомневаются в определении валентности самохарактеристик (27,4 %). Уровень «неустойчивая самооценка» чаще наблюдается у юношей (критерий Фишера  $\varphi^* = 2,508$ ,  $p < 0,01$ ), они в большей степени испытывают дискомфорт при самоописании, переживания по поводу ситуации обследования.

По типу самооценки в общей выборке преобладает уравновешенный тип (46,77 %). Он присущ людям достаточно стрессоустойчивым, направленным на конструктивное совладание, открытым к общению, терпимым к чужим недостаткам. На втором месте эмоционально-полярный тип (27,42 %), предпочтительными для которого являются крайние оценки (положительные или отрицательные); затем сомневающийся тип (19,35%) с нейтральными самооценками (в качестве причин могут быть нерешительность как черта характера или состояние внутриличностного конфликта); последнее место по частоте встречаемости занимает «кризисное состояние», характеризующееся затруднениями в оценке валентностей самохарактеристик (6,45 %). Указанная пропорция характерна для девушек. У юношей первые три типа присутствуют примерно в равной мере (около 30 % для каждого). Наибольшие различия для юношей и девушек получены по «уравновешенному» типу ( $\varphi^* = 1,725$ ,  $p < 0,05$ ). Девушки в большей степени проявляют конструктивные стратегии в поведении, открыты и расположены к коммуникации, быстрее справляются с конфликтными ситуациями.

Ряд особенностей выявлен по параметру профессиональной идентификации: девушки активно называют будущие профессиональные роли («будущий психолог», «начинающий врач», «педагог») наряду с самоописанием актуальной роли («студент», «учащийся»). У юношей профессиональные роли не используются, хотя присутствует характеристика себя как студента. Сравнительный анализ подгрупп показал, что у представителей социомических специальностей («социальная работа», «психология», «туризм» и другие) чаще встречается уравновешенный тип самооценивания ( $\varphi^* = 2,214$ ,  $p < 0,05$ ). Они чаще упоминают профессиональные роли ( $\varphi^* = 1,945$ ,  $p < 0,05$ ) и роль «студента» (54,8 %), чем представители техномических специальностей (36,8 %). Можно сделать вывод, что представителям специальностей, предметом взаи-

модействия и преобразования в которых является социальная сфера, в большей степени при-  
суще стремление к осмыслению своих профессиональных ролей и качеств, уверенность в себе  
и конструктивные стратегии поведения.

Временная идентичность представлена описаниями себя в настоящем (96 % по выборке).  
Только у 0,3 % студентов упоминается прошлое, и только у 2 % испытуемых встречаются Я-ха-  
рактеристики, связанные с будущим, и образ «перспективного Я». На первом месте упоминания  
характеристик профессионального будущего, на втором – семейные роли («Я – будущая жена»,  
«Я – будущая мать»), причем эти тенденции носят гендерный аспект: преобладание в частоте  
использования характеристик настоящего и будущего, а также образа «перспективного Я» де-  
вушками является статистически значимым ( $U_{\text{настоящее}} = 499,0$ ;  $U_{\text{будущее}} = 477,0$ ;  
 $U_{\text{перспективное}} = 522,0$ ,  $p < 0,05$ ).

Индивидуальное соотношение социальных ролей и индивидуальных характеристик отра-  
жает степень саморефлексии и самопринятия, значимость определенных социальных связей и  
групповой принадлежности. В выборке наибольшая частота встречаемости идентификационных  
характеристик Я-образа соотносится с личностной идентичностью («рефлексивное Я», 54,6 %),  
подчеркивается направленность познания на раскрытие собственной уникальности. На втором  
месте – характеристики «социального Я» (21,6 %). Как правило, эти характеристики «открывают»  
список ответов испытуемого, находятся на его первых позициях. На третьем – упоминания «дея-  
тельного Я» (12,4 %). Деятельная идентичность позволяет выразить самооценку своих способ-  
ностей, знаний, навыков, интересов и регуляционных качеств. Полученные пропорции наблюда-  
ются в подгруппах как юношей, так и девушек.

Представители социономических специальностей, направленных на общение и взаимо-  
действие, реже используют упоминания о навыках коммуникации по сравнению с техническими  
( $U = 67,5$ ,  $p < 0,05$ ) и сигнономическими ( $U = 304,5$ ,  $p < 0,01$ ) специальностями и чаще – характе-  
ристики социального, деятельного и рефлексивного Я.

Исследование репрезентаций интернет-взаимодействия строилось на основе опросного  
листа Е.А. Щепиной «Восприятие Интернета». Однако методика проходит стандартизацию, по-  
этому данные по опроснику могут рассматриваться только на уровне степени предпочтения (ран-  
говой шкалы) [10].

По фактору «мотивация использования интернета» респонденты высказываются о том, что  
выбор одного из трех вариантов ответа представляется сложным. Большинство делали выбор  
условно, дописывая «все варианты». Отметим, что представители социономических специаль-  
ностей чаще воспринимают интернет как проективную реальность ( $U = 270,0$ ,  $p < 0,01$ ), что ха-  
рактеризуется «погружением» в сетевое взаимодействие, неоднозначностью рефлексии функци-  
онального состояния, склонностью к «одушевлению», персонификации партнера по взаимодей-  
ствию и др. Это подтверждается значимыми различиями по шкале «одушевленность интернета»  
( $U = 357,0$ ,  $p < 0,05$ ).

Сравнительный попарный анализ независимых выборок с различным уровнем самооценки  
показал, что студентов с адекватной самооценкой отличает более высокий уровень «риска» по  
шкалам нецеленаправленности поведения ( $U = 69,5$ ,  $p < 0,01$ ) и потребности в сенсорной стиму-  
ляции ( $U = 88$ ,  $p < 0,05$ ) от студентов с неадекватно завышенной самооценкой. Им присуща боль-  
шая потеря цели поиска, сложность в структурировании получаемой информации, трата времени  
на ненужную информацию и большая потребность в яркой, насыщенной, интерактивной среде.  
Молодые люди с завышенной самооценкой характеризуются более высоким уровнем, чем сту-  
денты, затрудняющиеся с оценкой валентности своих Я-высказываний, по шкалам «Изменение  
состояния сознания в результате использования» ( $U = 50$ ,  $p < 0,05$ ), «Восприятие интернета как  
проективной реальности» ( $U = 51,5$ ,  $p < 0,05$ ), «Стремление перенести нормы виртуального мира  
в реальный» ( $U = 52$ ,  $p < 0,05$ ), а также от студентов с неустойчивой самооценкой по показателю  
«Восприятие интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью»  
( $U = 9$ ,  $p < 0,05$ ). Для них в большей степени выражена субъективная трансформация и даже ис-  
кажение образа интернета.

Студенты с эмоционально-полярным типом самооценки воспринимают пространство в ин-  
тернете как безграничное, многомерное, они склонны к «одушевлению», персонализации во вза-  
имодействии с техническими средствами и переносу норм интернет-взаимодействия в реальную  
жизнь. В то же время у них менее выражены показатели по шкале «время в интернете»  
( $U = 161,0$ ,  $p < 0,05$ ), чем у студентов с уравновешенным типом самооценки. Последние пола-  
гают, что в сети «время идет не так, как в реальной жизни».

С помощью методики «Опросник межличностных отношений» выполнен анализ по трем базовым поведенческим проявлениям в межличностных отношениях: «включенность» (интенсивность контактов); «контроль» (стремление к проявлению силы и доминирования в отношениях); «эмоции» («аффект») – степень открытости и готовности делиться чувствами).

Попарное сравнение независимых выборок с различным уровнем самооценки показало, что студентам с адекватной самооценкой в большей степени присуще стремление быть в доверительных, близких отношениях, они достаточно открыты к проявлению теплых, дружеских чувств ( $U = 96,5$ ,  $p < 0,01$ ), индекс объема интеракций у них выше, чем у студентов с низкой самооценкой, затрудняющихся с определением валентности своих качеств ( $U = 145,5$ ,  $p < 0,05$ ). Испытуемые с завышенным уровнем самооценки характеризуются высоким стремлением быть привлеченным к групповому взаимодействию, быть востребованным группой ( $U = 52,5$ ,  $p < 0,05$ ), чем студенты с низкой самооценкой.

Представителей эмоционально-полярного типа самооценки от «сомневающихся» студентов отличают такие характеристики коммуникации, как ожидание внешнего контроля и нежелание брать на себя ответственность ( $U = 53,5$ ,  $p < 0,05$ ), открытость к проявлению теплых, дружеских чувств ( $U = 54,0$ ,  $p < 0,05$ ), у них менее выражен показатель противоречивости межличностного поведения в области контроля ( $U = 55,5$ ,  $p < 0,05$ ). Представителей «сомневающегося» типа от студентов с уравновешенным типом самооценки отличают более низкая открытость к проявлению теплых, дружеских чувств ( $U = 101,0$ ,  $p < 0,05$ ) и более высокая противоречивость межличностного поведения в области контроля ( $U = 103,5$ ,  $p < 0,05$ ).

Студенты с кризисным типом самооценки отличаются более низким уровнем потребности создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, на основе которых возникают взаимодействие и сотрудничество ( $U = 18,5$ ,  $p < 0,05$ ), от студентов с уравновешенным типом.

Корреляционный анализ для характеристик идентичности, представленных в порядковой шкале, был проведен методом ранговой корреляции по Ч. Спирмену (IBM SPSS Statistic) с целью проверки предположения о роли характеристик Я-идентификации в восприятии коммуникативного пространства и особенностей интернет-взаимодействия. Направленность на активность, реализацию потребностей в настоящий момент (Я-идентификация «настоящее») положительно взаимосвязана с репрезентацией привлекательности интернета как насыщенной стимулами, разнообразной и захватывающей среды ( $r_s = 0,230$ ,  $p < 0,05$ ), изменением психического состояния в результате интернет-взаимодействия ( $r_s = 0,207$ ,  $p < 0,05$ ), репрезентацией интернет-среды как предпочтительной по сравнению с реальной ( $r_s = 0,243$ ,  $p < 0,01$ ). «Будущее» взаимосвязано с этими шкалами обратной корреляцией, видимо, здесь проявляется отрицание необходимости планирования или недостаточная сформированность, импульсивность целеполагания. Персонализация интернета положительно коррелирует с показателем «проблемной идентичности» ( $r_s = 0,207$ ,  $p < 0,05$ ), т. е. свойственна людям, испытывающим трудность в самоидентификации. Характеристика «социальное Я» коррелирует со шкалами «восприятие интернета как предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ( $r_s = -0,319$ ,  $p < 0,01$ ) и «общение» ( $r_s = -0,232$ ,  $p < 0,05$ ). «Рефлексивное Я» положительно коррелирует со шкалой «восприятие интернета как предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ( $r_s = 0,229$ ,  $p < 0,05$ ), а «физическое Я» – с параметром «восприятие интернета как проективной реальности» ( $r_s = 0,207$ ,  $p < 0,05$ ).

Потребность человека в принадлежности к социальной группе, включении в активный социальный контакт положительно взаимосвязана с частотой упоминания «коммуникативного Я» ( $r_s = 0,281$ ,  $p < 0,01$ ). В то же время наблюдается отрицательная корреляция с представлениями о будущем ( $r_s = -0,214$ ,  $p < 0,05$ ) и частотой упоминаний «перспективного Я» ( $r_s = -0,220$ ,  $p < 0,05$ ), что также может объясняться недостаточным развитием целеполагания и предпочтением актуальной активности, стремлением «жить настоящим». Данное предположение подтверждается корреляционными взаимосвязями индекса объема интеракций по данной шкале и характеристиками «настоящее» ( $r_s = 0,217$ ,  $p < 0,05$ ), «будущее» ( $r_s = -0,219$ ,  $p < 0,05$ ), «коммуникативное Я» ( $r_s = 0,255$ ,  $p < 0,05$ ), «перспективное Я» ( $r_s = -0,220$ ,  $p < 0,05$ ). Частота упоминаний «деятельного Я» положительно коррелирует со шкалой «требуемое поведение в области контроля» ( $r_s = 0,217$ ,  $p < 0,05$ ) и отрицательно с индексом объема интеракций в области аффекта ( $r_s = -0,291$ ,  $p < 0,01$ ).

Таким образом, предположение о субъективных предпосылках взаимодействия в информационной среде находит частичное подтверждение. Обнаружены структурные взаимосвязи между характеристиками Я-идентификации, репрезентациями интернет-взаимодействия и особенностями межличностных отношений. Результаты представляются перспективными в аспекте моделирования эргономичной системы конструирования коммуникативного пространства: его функций, уровней, управляемости и т. д. Выявленное соотношение недостаточного целеполага-

ния и несформированности временной перспективы с риском формирования интернет-зависимости также может послужить предметом отдельного анализа. Практическая значимость исследования заключается в обосновании индивидуально-личностных предпосылок информационного взаимодействия, что может способствовать повышению качества организации образовательного процесса в вузе и развитию информационной компетентности его участников.

#### Ссылки и примечания:

1. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и областного бюджета Ульяновской области, грант № 18-413-730015 «Когнитивные атрибуты групповых феноменов информационной среды в контексте социокультурных вызовов на территории Ульяновской области».
2. Седунова А.С. Когнитивные предпосылки взаимодействия в информационной среде у студентов вуза // *Общество: социология, психология, педагогика*. 2018. № 9. С. 63–66. <https://doi.org/10.24158/spp.2018.9.12>.
3. Шабшин И.И. О психологических особенностях общения в интернете // *Московский психотерапевтический журнал*. 2005. № 1. С. 162–164.
4. Седунова А.С. Психологические характеристики субъекта взаимодействия в информационной среде : программа эмпирического исследования // *Инновационный потенциал молодежи – 2019 : сб. по результатам Всерос. фестиваля науч. творчества / сост. и отв. ред. И.В. Михайлова. Ульяновск, 2019. С. 187–190.*
5. Пикулёва О.А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет // *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*. 2013. № 4. С. 77–81.
6. Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш., Емелин В.А. Идентичность как самоощущенность: индивидуальные вариации ценности завершенности, развития и социального признания идентичности. Сообщение 1 // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология*. 2014. Т. 7. № 4. С. 13–18.
7. Седунова А.С. Когнитивные характеристики субъекта взаимодействия в информационной среде // *Современные тенденции прикладных исследований в психологии и педагогике : сб. тр. Всерос. НПК / сост. и отв. ред. И.В. Михайлова. Ульяновск, 2018. С. 93–98.*
8. Морозова Г.В. Исследование идентичности как компонента рефлексии у студентов // *Современные проблемы науки и образования*. 2012. № 2. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=5977> (дата обращения: 22.10.2019).
9. Панченко Л.Л., Богатырь У.А. Психологическая зрелость выпускников вузов: гендерный аспект // *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 353–357.
10. Соломина Л.Ю. Методические аспекты психологического исследования интернет-зависимости // *Царскосельские чтения*. 2011. Вып. XV. С. 331–336.

#### References:

- Morozova, GV 2012, 'The Study of Identity as a Component of Reflection in Students', *Sovremenniyе problemy nauki i obrazovaniya*, no. 2, pp. 184, viewed 22 October 2019, < <http://science-education.ru/ru/article/view?id=5977> >, (in Russian).
- Panchenko, LL & Bogatyr, UA 2017, 'Psychological Maturity of University Graduates: Gender Aspect', *Azimut nauchnikh issledovaniy: pedagogika i psikhologiya*, vol. 6, no. 4 (21), pp. 353-357, (in Russian).
- Pikulёva, OA 2013, 'Self-Presentation of Personality of Internet Users', *Vestnik LSU im. A.S. Pushkina*, no. 4, pp. 77-81, (in Russian).
- Rasskazova, EI, Tkhostov, Ash & Emelin, VA 2014, 'Identity as Self-Identity: Individual Variations of the Value of Completeness, Development and Social Recognition of Identity. Part 1', *Vestnik YuUrGU. Seriya: Psikhologiya*, vol. 7, no. 4, pp. 5-16, (in Russian).
- Sedunova, AS 2018, 'Cognitive Characteristics of the Subject of Interaction in the Information Environment', in IV Mikhailova (comp. and ed.), *Modern Trends in Applied Research in Psychology and Pedagogy: a Collection of Works of the All-Russian Applied Research Conference*, Ulyanovsk, 259 p., pp. 93-98, (in Russian).
- Sedunova, AS 2018, 'Cognitive Prerequisites for Interaction in the Information Environment Among University Students', *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*, no. 9, pp. 63-66, <https://doi.org/10.24158/spp.2018.9.12>, (in Russian).
- Sedunova, AS 2019, 'Psychological Characteristics of the Subject of Interaction in the Information Environment: an Empirical Research Program', in IV Mikhailova (comp. and ed), *Youth Innovative Potential – 2019: a Collection of the Results of the All-Russian Festival of Scientific Work*, Ulyanovsk, pp. 187-190, (in Russian).
- Shabshin, II 2005, 'On the Psychological Characteristics of Communication on the Internet', *Moskovsky psikhologicheskiy zhurnal*, no. 1, pp. 162-164, (in Russian).
- Solomina, LYu 2011, 'Methodological Aspects of the Psychological Study of Internet Addiction', *Tsarskoselskiye chteniya*, iss. XV, pp. 331-336, (in Russian).

Редактор: Смирнова Светлана Леонидовна  
Переводчик: Жбан Екатерина Сергеевна