

УДК 159.95

Е. И. Медведская

Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,
Министерство образования Республики Беларусь, б-р Космонавтов, 21, 224016 Брест, Республика Беларусь
+375 (33) 671 75 55, EMedvedskaja@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ КАТЕГОРИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СУБКУЛЬТУР

Статья посвящена проблеме воздействия цифровых технологий на категоризацию знаний о личности у их пользователей. Теоретически обосновывается психологическая типология информационных субкультур (субкультура слова и субкультура медиаобраза) и их представителей (субъект читающий и субъект просматривающий). Представлены результаты эмпирического изучения категориальной организации знаний о личности у представителей разных информационных субкультур. Установлено, что категориальная структура знаний о собственной личности и о личности идеального человека сложнее у носителей традиционной культуры печатного слова.

Ключевые слова: знаковая система; печатное слово; медиаобраз; категоризация; когнитивная сложность; факторный анализ; семантический дифференциал.

Табл. 3. Библиогр.: 9 назв.

E. I. Medvedskaya

Brest State University named after A.S. Pushkin, Ministry of Education of the Republic of Belarus,
21 Cosmonauts Ave., 224016 Brest, the Republic of Belarus, +375 (33) 671 75 55, EMedvedskaja@mail.ru

PECULIARITIES OF PERSONALITY CATEGORIZATION BY REPRESENTATIVES OF DIFFERENT INFORMATION SUBCULTURES

The article is devoted to the problem of the impact of digital technologies on the categorization of personal knowledge of their users. The psychological typology of informational subcultures (word subculture and media image subculture) and their representatives (reader and viewer) is theoretically substantiated. The results of empirical study of the categorical organization of personal knowledge among representatives of different informational subcultures are presented. It has been established that the representatives of traditional culture of printed word have a more complicated categorical structure of knowledge about one's own personality and about the personality of an ideal person.

Keywords: sign system; printed word; media image; categorization; cognitive complexity; factor analysis; semantic differential.

Table 3. Ref.: 9 titles.

Введение. Современному обществу, которое характеризуют как информационное, или общество высоких технологий, присущ плюрализм носителей информации. Полюса существующего многообразия можно обозначить следующим образом: традиционная печатная книга и цифровые носители информации (новые медиа или Web 2.0). Очевидно, что разные носители оперируют и разными знаковыми системами (соответственно, печатное слово и медиаобраз). Самостоятельный выбор субъектом предпочитаемой знаковой системы может служить основанием для построения типологии представителей информационных субкультур.

Названное положение теоретически обосновано идеей Л. С. Выготского об орудии как средстве формирования высших психических функций. Кроме того, последователями ученого «фактически не уделялось должного внимания принципу свободного обращения индивида к орудию (использование знака или отказ от него, форма обращения со знаком и т. д.). <...> Орудие рассматривалось Выготским как возможная точка приложения сил индивида, а сам индивид выступал как носитель активности» [1, с. 158—159].

Этот выбор в соответствии с культурно-исторической концепцией Л. С. Выготского может рассматриваться как отражение ненормированной социумом активности субъекта по «врастанию» в культуру и по «овладению» собственной психикой. Кроме этого, выбор орудия (слово или медиаобраз) одновременно задает и деятельность с ним (чтение или просмотр). Пересечение двух указанных координат — культурного орудия и деятельности с ним — позволяет выделить несколько типов информационных субкультур и их представителей: 1) субкультура слова, носителей которой можно обозначить как субъектов читающих (*homo legens*); 2) субкультура медиаобраза, и, соответственно, субъекты просматривающие (*homo videns*); 3) смешанная субкультура и смешанный тип.

Опосредствующим знаком для развития всех специфических для человека высших психических функций традиционно выступает слово, «делающее действие человека свободным» [2, с. 891]. Думается, что медиаобраз является не только иным по сущности, но и более слабым орудием, поскольку оперируя им, субъект, как и маленький ребенок, продолжает познавать мир преимущественно «только через свои глаза» [2, с. 854]. Проверка выдвинутой гипотезы в области социальной перцепции является целью настоящего эмпирического исследования.

Организация и методический инструментарий исследования. В исследовании (добровольно и анонимно) приняло участие 600 взрослых (в возрасте от 35 до 60 лет), имеющих высшее образование (экономическое, юридическое, педагогическое, медицинское), работающих по специальности, проживающих в городской и сельской местности Брестской области. Средний по выборке возраст для женщин составил 46,7 лет, для мужчин — 48,5. Сбор данных осуществлялся на протяжении 2017—2018 годов. Таким образом, обобщенно выборку можно охарактеризовать как работников умственного труда, завершивших основные этапы социализации в социокультурной ситуации, которую можно именовать как доцифровую эпоху.

Общая выборка была дифференцирована на две экспериментальные группы на основании анонимного анкетирования, направленного на выявление ведущей для респондентов знаковой системы информации и ежедневной привычки обращения к различным носителям информации. Отнесение субъекта в экспериментальную группу осуществлялось на основе совпадения двух критериев:

– однозначный выбор ведущей знаковой системы в свободное время (традиционная книга или Интернет);

– большая часть свободного времени, уделяемая деятельности с этой системой.

В качестве инструмента изучения знаний о личности носителей субкультуры слова и субкультуры медиаобраза был использован «один из самых информативных и универсальных методов исследования социальной перцепции» [3, с. 62] — метод семантического дифференциала.

В использованном в настоящем исследовании варианте семантического дифференциала экспериментальным материалом выступали 40 шкал, обозначающих различные личностные характеристики. При отборе шкал-дескрипторов были учтены следующие моменты.

Во-первых, чтобы инструмент был валидным, необходимо избежать «навязывания» чуждого респондентам словаря, поэтому в нем использовались те личностные характеристики, которые чаще всего применяют представители данной возрастной категории и социального статуса. Для изучения словаря было проведено пилотажное исследование ($n = 100$), представляющее собой ассоциативный эксперимент на слова-стимулы «хороший человек» и «плохой человек». Во-вторых, чтобы не пропустить какого-либо измерения личности, предлагаемые качества были отсортированы по факторам, выделенным в имплицитной теории личности, существующей в обыденном сознании [4]. Поскольку некоторые факторы (прежде всего самоотношения и самопрезентации) оказались фактически

отсутствующими в актуальном словаре, то они были дополнены наиболее весомыми личностными характеристиками из тезауруса А. Г. Шмелева (конкретно: креативный, противоречивый). Таким образом, семантический дифференциал имманентно включал в себя все шесть суперфакторов, обозначающих ведущие личностные категории в русскоязычной культуре. В-третьих, были заданы униполярные шкалы, поскольку их использование «дает дополнительную “степень свободы” в проекции когнитивных структур испытуемых на экспериментальный материал, так как позволяет выделить субъективную синонимию и антонимию описываемых признаков, не обязательно совпадающую с нормативно-языковой» [5, с. 206].

По заданным шкалам семантического дифференциала по 7-балльной шкале (от 1 до 7) участникам исследования предлагалось оценить несколько личностей, в том числе самого себя и идеального человека. Обработка данных проводилась с помощью факторного анализа, который осуществлялся посредством центроидного метода, включающего подпрограмму поворота факторных структур varimax (программа SPSS v. 16).

Результаты исследования и их обсуждение. Обработка данных анкетирования позволила разделить общую выборку на три группы: 1) субъекты читающие — 100 человек (17 %); 2) субъекты просматривающие — 180 человек (30 %); 3) смешанный тип, субъекты, не имеющие предпочтений знаковой системы, — 320 человек (53 %).

Цель настоящего исследования предполагает сравнительный анализ, для осуществления которого был использован метод контрастных групп. Поэтому протоколы представителей смешанного типа были исключены из дальнейшей обработки. Для обсуждения представлены по три наиболее субъективно значимых для респондентов категории, содержательная интерпретация которых осуществлялась с опорой на имплицитную теорию личности носителя русского языка [4].

Когнитивная организация знаний о собственной личности. Представим содержание ведущих категорий, опосредующих понимание респондентами разных выборок собственной личности (таблица 1).

Т а б л и ц а 1. — Категориальная организация знаний о собственной личности

Группа «субъектов читающих»		Группа «субъектов просматривающих»	
«Эмоционально-волевая регуляция + морально-нравственный облик» (25,82 % общей дисперсии)		«Морально-нравственный облик + эмоционально-волевая регуляция» (28,02 % общей дисперсии)	
целеустремленный	0,874	порядочный	0,892
аккуратный	0,741	воспитанный	0,868
интересный	0,637	организованный	0,559
воспитанный	0,608	ответственный	0,538
трудолюбивый	0,596	верный	0,533
ответственный	0,571	справедливый	0,530
порядочный	0,471	добрый	0,459
справедливый	0,416	отзывчивый	0,403
«Социальное поведение» (12,04 %)		«Социальное поведение» (11,92 %)	
самостоятельный	0,831	деятельный	0,924
инициативный	0,779	инициативный	0,844
уверенный	0,663	способный	0,584
трусливый	-0,726	умный	0,554
		креативный	0,475
		интересный	0,430

Окончание таблицы 1

Группа «субъектов читающих»		Группа «субъектов просматривающих»	
«Морально-нравственный облик + нервно-психическое здоровье» (8,43 %)		«Самомнение + морально-нравственный облик» (7,9 %)	
заботливый	0,805	высокомерный	0,848
активный	0,795	эгоистичный	0,765
веселый	0,625	агрессивный	0,676
разносторонний	0,577	разносторонний	-0,516
		везучий	-0,560
		заботливый	-0,628

Первое, что обращает на себя внимание при анализе данных таблицы 1, это наибольшая представленность в разных по субъективной значимости категориях параметров морально-нравственного облика личности. Результаты предшествующего моделирования [4; 5] свидетельствуют, что наиболее субъективно весомый фактор оценки в характеристике человека имеет значение моральность. Причем одинаково ведущими позициями он обладает у представителей различных культурных групп. Вероятно, что разброс, дублирование морально-нравственных характеристик по различным категориям обусловлены особой значимостью данных характеристик не только в оценке другого, но и себя самого. С учетом того, что принцип классификации значений по эмоциональным основаниям, как это экспериментально доказано А. Р. Лурия [6], является генетически исходным, доступным уже ребенку-дошкольнику, можно говорить о том, что этот принцип продолжает сохраняться и у взрослых для объектов, имеющих особую субъективную значимость (каковой и обладает собственная персона).

Второе, что следует отметить относительно содержания ведущих личностных категорий, это появление в их структуре категории социального поведения, в которой фиксируется автономность личности, направленность на созидательную деятельность и наличие возможностей для ее реализации. Думается, что выделение данного фактора-категории именно в структуре собственной личности объясняется возрастом респондентов. Как уже отмечалось выше, все они выросли в доцифровую эпоху. Наиболее представленными в психологии являются периодизации развития взрослых, опирающиеся на психоаналитическую традицию. В теории психосексуального развития З. Фрейда это период генитального характера, являющийся своеобразным «венцом» личностного развития и определяемый либидинозным вкладом человека в социум. Иначе говоря, на данной стадии развития человек получает большее удовольствие, когда отдает нечто другим людям, чем когда получает от них. Аналогичная содержательная трактовка присутствует и в эпигенетической теории развития личности Э. Г. Эриксона, называющего этот период «продуктивность против застоя/стагнации».

И третье, в обсуждаемой категории «Социальное поведение» дескрипторы, отражающие собственно просоциальное поведение, содержательно более выражены у представителей типа «субъект читающий». В этой же группе данный конструкт более когнитивно сложный, поскольку имеет двухполюсную внутреннюю организацию. Вероятно, данный факт может выступать косвенным подтверждением идеи американского педагога и медиа-эколога Н. Постмана о появлении под все усиливающимся влиянием медиакультуры особого типа человека неопределенного возраста — «взрослого ребенка» [7].

Когнитивная организация знаний о личности идеального человека. Изучение знаний об идеале человека можно считать самостоятельной исследовательской задачей, особенно с учетом общего и важнейшего для психологии «обстоятельства, что между индивидуальным сознанием и объективной реальностью находится такое “опосредствующее звено”, как исторически сложившаяся культура, выступающая как предпосылка и условие индивидуальной психики» [8, с. 264]. В области межличностного познания, как показывают

многочисленные исследования (прежде всего, проводимые в школе А. А. Бодалева [9] и др.), таким «опосредствующим звеном» в понимании конкретного человека выступают стихийно сложившиеся в опыте обобщения или эмоционально-оценочные эталоны. Эти эталоны, или, как их еще называет А. А. Бодалев, «представления-образцы», выполняют роль своеобразной «мерки» при оценивании другой личности.

Представим содержание трех ведущих категорий в двух группах участников исследования (таблица 2).

Т а б л и ц а 2. — Категориальная организация знаний о личности идеального человека

Группа «субъектов читающих»		Группа «субъектов просматривающих»	
«Социальное поведение» (32,8 % общей дисперсии)		«Социальное поведение» (30,04 % общей дисперсии)	
верный	0,866	интересный	0,857
креативный	0,771	уверенный	0,848
организованный	0,767	активный	0,847
самостоятельный	0,722	порядочный	0,782
трудолюбивый	0,700	способный	0,754
уверенный	0,657	воспитанный	0,722
разносторонний	0,529	креативный	0,680
способный	0,513	честный	0,644
		деятельный	0,622
		самостоятельный	0,598
		везучий	0,590
		инициативный	0,579
		верный	0,565
«Морально-нравственный облик» (10,42 %)		«Морально-нравственный облик» (18,61 %)	
честный	0,833	ленивый	0,967
деятельный	0,789	завистливый	0,951
интересный	0,787	жадный	0,931
инициативный	0,725	высокомерный	0,868
заботливый	0,670	жестокий	0,862
воспитанный	0,659	эгоистичный	0,850
порядочный	0,631	трусливый	0,794
везучий	0,628	агрессивный	0,727
справедливый	0,582	противоречивый	0,603
«Нервно-психическое здоровье и комфорт» (9,56 %)		«Эмоционально-волевая регуляция поведения» (7,91 %)	
общительный	0,853	ответственный	0,820
активный	0,694	разносторонний	0,765
веселый	0,691	гибкий	0,753
открытый	0,684	знающий	0,570
гибкий	0,660	аккуратный	0,407
целеустремленный	0,635		
противоречивый	-0,787		

В отличие от представленной выше модели собственной личности, в идеальной личности различные категории оказались менее дифференцированными, более содержательно взаимопроникающими, по сравнению с категориями имплицитной модели личности носителя русского языка. Это можно объяснить как индивидуальными различиями между респондентами, так и различием их жизненного опыта, проявляющегося в том числе в стихийном «вычерпывании» представлений об идеале человека из разных информационных источников. Поэтому для удобства фиксации обнаруженных в итоге факторизации категорий их обозначения в таблице 2 даны с учетом только тех шкал, которые имеют максимальную факторную нагрузку.

При анализе результатов факторизации (см. таблицу 2) обращает на себя внимание факт, что категория «Социальное поведение» в личности идеального человека имеет ведущую субъективную значимость по сравнению с категорией «Морально-нравственный облик». Такое изменение валентности может говорить о присущих представителям как типа «субъект читающий», так и «типа субъект просматривающий» направлений личностного развития в сторону все большей социальной продуктивности.

Ведущим критерием когнитивной сложности в психосемантическом подходе к операционализации категорий сознания является количество факторов-категорий [5]. Однако при единодушии в признании данного параметра когнитивной сложности/простоты дискуссионным остается вопрос об основаниях отбора категорий. Наиболее часто используемыми являются критерий Кайзера (или критерий собственных чисел больше единицы) и критерий Хэмфри (абсолютная величина произведения двух максимальных факторных нагрузок должна быть вдвое больше двойки, деленной на корень квадратный из количества наблюдений). Поэтому отразим количество факторов, полученных на разных критериальных основаниях (таблица 3).

Т а б л и ц а 3. — Количество факторов, организующих знания о личности у представителей разных информационных субкультур

Критерий значимости отбора категорий	Группа респондентов	Объект оценивания	
		Я	Идеальный человек
Критерий Кайзера	Субъект читающий	19	17
	Субъект просматривающий	15	15
Критерий Хэмфри	Субъект читающий	5	5
	Субъект просматривающий	3	2

Данные таблицы 3 демонстрируют, что вне зависимости от критериев отбора факторов, их число (и в оценках собственной личности, и личности идеального человека) больше в группе субъектов просматривающих.

Заключение. Сравнительный анализ результатов моделирования когнитивной организации знаний о личности доказывает, что у представителей разных информационных субкультур содержание категорий фактически идентично, а их количество выше в группе «субъектов читающих».

Установленное различие в когнитивной сложности знаний о личности у носителей разных информационных субкультур подтверждает выдвинутую гипотезу о слове как о более сильном культурном орудии по сравнению с медиаобразом.

Список цитируемых источников

1. *Петровский, А. В.* Психология в России. XX век / А. В. Петровский. — М. : УРАО, 2000. — 312 с.
2. *Выготский, Л. С.* Орудие и знак в развитии ребенка / Л. С. Выготский // Психология. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. — С. 828—891.
3. *Шмелев, А. Г.* Об устойчивости факторной структуры личностного семантического дифференциала / А. Г. Шмелев // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. — 1982. — № 2. — С. 62—65.
4. *Шмелев, А. Г.* Практикум по экспериментальной психосемантике. Тезаурус личностных черт / А. Г. Шмелев, В. И. Похилько, А. Ю. Козловская-Тельнова. — М. : МГУ, 1988. — 208 с.
5. *Петренко, В. Ф.* Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. — СПб. : Питер, 2005. — 480 с.
6. *Лурия, А. Р.* Язык и сознание / А. Р. Лурия. — М. : МГУ, 1979. — 320 с.
7. *Постман, Н.* А теперь... о другом... [Электронный ресурс] / Н. Постман. — Режим доступа: http://media-ecology.blogspot.com.by/2011/02/blog-post_17.html. — Дата доступа: 18.11.2018.
8. *Ильенков, Э. В.* Философия и культура / Э. В. Ильенков. — М. : Политиздат, 1991. — 464 с.
9. *Бодалев, А. А.* Восприятие и понимание человеком человека / А. А. Бодалев. — М. : МГУ, 1982. — 200 с.

Поступила в редакцию 18.02.2019