

5. ПСИХОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ И КОРРЕКЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ



5.1. КНИГА И ЭКРАН: АНАЛИЗ ВЫБОРА ВЗРОСЛЫМИ ЗНАКОВОЙ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИИ

Медиа, появившиеся в середине XVIII в. в форме газет, благодаря техническому прогрессу к концу прошедшего века породили Интернет и продолжают быстро совершенствоваться. В настоящее время речь уже идет о «новых медиа», для обозначения которых используются также термины «веб нового поколения», «Web 2.0», «онлайн-медиа», «сетевые медиа». В эту группу объединяются все медиа, содержание которых может быть оцифровано и размещено в сети Интернет. Эти быстро произошедшие изменения опередили самые смелые прогнозы выдающегося мыслителя Э. Тоффлера [1] о третьей информационной революции в истории человечества. Современный американский футуролог К. Келли [2] полагает, что технологии (искусственный интеллект – это только одна из них) достигли такой мощи, что их развитие осуществляется по собственной логике, власть над которой человек уже утратил. Британский теоретик культуры А. Кирби предлагает обозначать современную культурную парадигму как дигимодернизм (или диджимодернизм), фиксируя в данном понятии влияние компьютеров на все сферы культуры [3]. Ученый считает оцифровывание преобладающим культурным фактором нашего времени, который постепенно все затягивает в свою орбиту и выдает уже отформатированным и отредактированным по своему образу.

Один из идеологов «новых медиа», американский издатель Т. О. Рейли, наряду с их техническими преимуществами (оцифровка любого содержания и мгновенность его передачи на любые расстояния), отмечает и собственно психологический момент усиления веб-технологии посредством «коллективной активности» и «коллективного разума» их пользователей [4]. Это возможно благодаря таким ведущим характеристикам Web-2, как гипертекстовость, интерактивность (диалоговый характер потребления информации), децентрализация источников информации и, как следствие, демократизация общества в целом и сознания отдельного индивида в частности.

Однако наряду с обозначенными позитивными возможностями Интернета, в самой технологии с появлением персонализированного поиска произошла еще одна неафишируемая революция, принципиально изменившая характер потребления информации. Американский интернет-

делец Э. Паризер описывает ее следующим образом: «Многие думают, что когда «мы «гуглим» те или иные слова, мы все видим одни и те же результаты: страницы, которые знаменитый Google PageRank считает наиболее авторитетными исходя из ссылок на них на других страницах. Но с декабря 2009 г. это не так. Теперь вы видите результат, который по представлению алгоритма Google, оптимален для вас. Другой человек может увидеть совсем иное. Иными словами, никакого стандартного Google больше нет» [5, с. 12]. По мнению названного специалиста, в настоящее время сеть – это огромная бизнес-индустрия, занимающаяся погоней за личными данными. Таким образом, свобода и персонализация web довольно эфемерные его характеристики, поскольку очень эффективно работают как механизм извлечения личной информации, так и механизм селектирования информации в соответствии с полученными личными данными. Все это, по метафорическому выражению Э. Паризера, создает «пузырь фильтров», как раз лишаящий человека свободы поиска информации, оставляющий его в рамках сложившихся у него интересов, взглядов и т. п.

Неоднозначность оценок новой технологии не мешает ее повсеместному распространению, которое настолько быстро изменяет профессиональную и повседневную жизнь, что результатов строгих научных исследований в данной области пока существует довольно ограниченное количество. Однако практики более оперативно, чем ученые, реагируют на трансформации реальности. В этом плане представляют интерес результаты анализа, проведенного авторитетной британской газетой «The Daily Telegraph» [6]. По мнению журналистов, с появлением web из обихода практически исчезли многие вещи (телефонные справочники, наручные часы, бумажные книги и др.). Остановимся подробнее на собственно психологических последствиях, названных в их аналитическом обзоре:

- потеря возможности наслаждаться музыкой (мир Интернета – это царство фрагмента – одного видео на You Tube, одной песни и т. п.);
- ухудшение памяти (пользователь все может найти в Google, включая и маршруты движения);
- потеря доверия к врачам и другим специалистам (еще до обращения к профессионалу изучается разнообразная информация по интересующему вопросу на сайтах и в соцсетях);
- снижение уважения к ученым (науку заменила Википедия);
- увеличение трудностей при концентрации на работе (автоматическая sms-рассылка, всплывающая реклама на экране монитора, информация о самообновляющихся приложениях и т. п.);
- утрата спокойствия и возможности уединения.

Некоторые из указанных последствий уже подтверждаются результатами научных исследований. Например, относительно памяти выявлен так называемый Google-эффект, заключающийся в том, что пользователь запоминает не содержание информации, а ее местоположение в Web [7]. Другие пока не становились предметом эмпирического изучения.

Для осмысления происходящих трансформаций жизнедеятельности ученые все чаще обращаются к анализу знаковых систем. В настоящее время одной из самых популярных среди различных специалистов типологий цивилизаций является типология канадского социолога М. Маклюэна, построенная на основании ведущего типа семиозиса. М. Маклюэн выделяет четыре типа цивилизаций: 1) эпоха дописьменного варварства, 2) тысячелетия фонетического письма; 3) галактика Гуттенберга – полтысячи лет книгопечатания и 4) галактика Маркони – современная электронная цивилизация. По его мнению, именно фонетический алфавит выступил средством создания «цивилизованного человека». Но, поскольку «любая технология – это продолжение человека вовне... внешняя проекция, или самоампутация, наших физических тел» [8, с. 54], то, являясь «интенсификацией и расширением зрительной функции, фонетический алфавит уменьшает в любой письменной культуре роль других чувств: слуха, осязания и вкуса» [8, с. 95]. Относительно наступившего нового этапа развития культуры М. Маклюэн довольно оптимистичен: «Электрическая эпоха – в буквальном смысле эпоха освещения. Как свет есть одновременно энергия и информация, так и электрическая автоматизация объединяет в единый и неразрывный процесс производство, потребление и обучение» [8, с. 403]. Однако продолжая его же идею о технологии как некотором психофизическом ограничении, необходимо отметить, что электронные технологии – тоже в первую очередь «расширение зрительной функции», а значит, это ранее начавшаяся и ныне продолжающаяся редукция других параметров психофизической организации человека. Ж. Бодрийяр еще более категоричен в этом вопросе: «Мы упрощаем себя посредством технической манипуляции. И это упрощение доходит до безумия, когда появляется цифровая манипуляция» [9]. Заметно происходящее упрощение в первую очередь по редукции речевого кода.

Э. Тоффлер еще полвека назад (другими словами, во времена телевидения, и даже еще некабельного) отметил отличия медиасообщений как «бомбардировку сознания образами» от закодированных сообщений (получаемых органами чувств из внешней среды) и случайных закодированных сообщений (возникающих в процессе непосредственного,

свободного взаимодействия субъектов), обозначив их как «закодированные заранее составленные сообщения», отличающиеся целенаправленным характером воздействия и высокой информационной плотностью. «Если... механизм передачи образа набирает скорость, то аналогичным образом меняются и сами коды, которые мы используем» [10, с. 130]. И эти изменения относятся к способам кодировки информации, которые все более от вербальных сдвигаются к образным, технически сконструированным. В настоящее время психологи фиксируют ослабление речевого кода в информационном потоке следующим образом: «Информация перестала быть пропозиционной и сделалась репрезентативной: в отличие от высказывания, изображение нельзя ни подтвердить, ни опровергнуть – оно физически предъявляется зрителю и никак не ориентировано относительно истины. Иконическая информация, обращенная к максимально широкой, а значит анонимной аудитории, не требует селективной, логической и концептуализирующей работы разума, она апеллирует непосредственно к эмоциям и к способности сознания мгновенно распознавать паттерны» [11, с. 269–270].

Таким образом, эпоха печатного слова, эпоха Гуттенберга в настоящее время трансформируется в эпоху электронных информационных технологий, которая обозначается как визуальная цивилизация, электронная культура, экранная культура, клип-культура, цифровое общество и др. Этот тип культуры представляет собой интенсивный информационный поток, заключающийся в трансляции динамических образов, получаемых и передаваемых техническими средствами.

Относительно основной единицы кодирования информации в новом типе культуры пока единодушие среди специалистов отсутствует. И. Б. Кирилова таковой считает кадр, обладающий свойствами знаковой универсальности (или возможность использования в различных формах создания информации) и событийности (или сопричастность реципиента к воспринимаемой им информации) [12]. А. Е. Войскунский, продолжая развивать идеи О. К. Тихомирова относительно компьютерно-опосредованной деятельности, отмечает следующее: «С психологической точки зрения Интернет представляется современным этапом знакового опосредствования деятельности; для приверженцев культурно-исторической школы Л. С. Выготского существенным стимулом для психического развития является внешняя орудийная деятельность человека, опосредствованная инструментами и орудиями деятельности. Наиболее значимое место среди них занимают семиотические орудия или знаки. Между тем, основой компьютеров, смартфонов, айпадов, га-

джетов являются микрочипы, т. е. знаковые элементы. Тем самым Интернет как продукт цифровых технологий опирается на знаковые системы, способствует их количественному усложнению и качественному преобразованию. Тем самым в соответствии с положениями культурно-исторической теории развития психики, усложняющиеся семиотические системы, как следует полагать, способствуют развитию и трансформации высших психических функций» [13, с. 82–83].

Таким образом, основные типы информационных культур определяются на основании ведущей знаковой системы кодировки информации, а именно: традиционная культура печатного слова и формирующая электронная или культура кадра/микрочипа. Происходящие с распространением новых медиа изменения знаковой системы несомненны. Однако более точным представляется все-таки считать ведущей единицей кодирования информации электронной культуры медиаобраз, а не кадр/микрочип по следующим причинам.

Во-первых, термины «кадр/микрочип» хорошо подчеркивают искусственность, сложную технологичность производства медиаобраза (фр. *cadre* – рама [14, с. 243] и англ. *chip* – полупроводниковый кристалл с интегральной схемой в микропроцессоре [14, с. 657]). Однако они «оставляют за скобками» самого субъекта. Например, глядя на телевизор, мы все-таки воспринимаем не смену кадров, а смену образов; тем более что и кадры как таковые быстро исчезают с развитием цифровых технологий. То же и относительно компьютеров, воспринимается информация на экране монитора, а о том, что сложной работой программы управляет чип, задумываются только профессионалы.

Во-вторых, если говорить о слове (как о ведущем знаке традиционной культуры) и об образе (как об основном знаке электронной культуры), то их можно привести к общему знаменателю, каковым является их включенность в психическую организацию субъекта. Слово, как это доказано в многочисленных теоретико-эмпирических исследованиях Л. С. Выготского и представителей его школы, выступает основным опосредствующим средством, преобразующим натуральные психические функции в культурные. Образ также является составляющим восприятия, памяти, представлений, мышления, воображения, самосознания. И слово, и образ являются не только компонентами в структуре различных психических процессов, их объединяет также функция посредников между объективным и субъективным миром. Таким образом, кадр/чип, безусловно, выступают в терминологии Л. С. Выготского «техническим орудием», но не знаками как «психологическими орудия-

ми», поскольку не они участвуют в человеческом действии и опосредуют его, а создаваемые ими образы.

В-третьих, и слово, и медиаобраз – это, безусловно, «искусственные стимулы», являющиеся итогом долгого социального развития, которые могут выполнять роль культурного знака в силу, как уже отмечалось, включенности в психическую организацию субъекта (кадр, чип этой субъективной реальности никак не принадлежат). Знак перестраивает элементарные психические функции, в частности восприятие, в «произвольные или логические формы» [15, с. 864], на основе которых субъект может осуществлять «организованное приспособление к ситуации с предварительным овладением собственным поведением» [15, с. 865]. Знак дает возможности разрыва, остановки, для преобразования примитивных структур психики, «для которых характерна слитность в один комплекс всей ситуации и реакции на нее» [16, с. 395]. Знак дает возможность «вклинивания» между восприятием и действием, которая позволила бы расстаться этому исходному тождеству.

Опосредствующим знаком для развития всех специфических для человека высших психических функций традиционно выступает слово, «делающее действие человека свободным» [15, 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» [15, с. 854].

Центральное положение культурно-исторической психологии о слове как ведущем культурном знаке, перестраивающем действия и высшие психические функции, является почти аксиоматичным и очень редко становится предметом критики. Но она также присутствует. Например, свой упрек в этноцентристском уклоне идей Л. С. Выготского и его последователей Дж. Верч аргументирует следующим образом: «Предпочтение вербальных форм опосредования имеет, видимо, две главные причины. Во-первых, здесь отразился собственный культурный фон Выготского: он вырос в России в семье евреев-интеллектуалов, где высоко ценились вербальная постановка и разрешение проблем, а будучи взрослым, он продолжал жить и работать в такой профессиональной обстановке, где предпочитались устные способы и вербальные описания. Во-вторых, в период, когда он создал большинство своих работ, формальное обучение грамотности было центральным среди его теоретических и практических интересов, а одним из признаков формального образования опять-таки является строгое предпочтение вербальных медиа-

торов при описании и разрешении самых разных задач» [17, с. 19]. О том, что слово в определенных условиях может «проигрывать» образу, говорят и некоторые эмпирические данные. Так, Д. Киринс в серии исследований осуществляла сравнительный анализ решения задач на зрительную пространственную память [18; 19]. Согласно полученным ею данным австралийские дети-аборигены фактически не использовали стратегии вербального опосредования, опираясь на привычные им визуальные средства, но при этом выполняли задания намного лучше, чем австралийские дети-европейцы. В контексте настоящего исследования представленные выше теоретико-эмпирические данные могут выступить своеобразным упреком автору в формулировке самой гипотезы о больших возможностях слова как культурного орудия, поскольку он относится к представителям поколения «цифровых эмигрантов» [20].

Для эмпирической проверки высказанной гипотезы о разной мощности слова/медиаобраза как культурных орудий и построенной на основании выбора субъектом ведущей знаковой системы типологии представителей информационных субкультур представляется целесообразным обратиться к непосредственному опыту самих пользователей информационных систем. Этот опыт представлен в имплицитных теориях, которые все чаще становятся самостоятельным предметом научного изучения, что обусловлено признанием их роли в процессах познания человеком окружающей действительности и в организации собственной жизнедеятельности. Это признание достигнуто благодаря работам в области когнитивной психологии, в первую очередь конструктивистского направления [21–23]. Основой, объединяющей сторонников данного направления, выступает отвержение подхода к познанию как к отражению реальности и принятие идеи о базовой, изначальной активности познания: «... познающий субъект, подобно ученому, выдвигает и проверяет альтернативные гипотезы о мире, и поведение субъекта рассматривается не как реакция на внешние стимулы, а, скорее, как вопрос, поставленный миру» [24, с. 115]. Таким образом, познающий субъект сам конструирует систему знаний о мире: «Если что-то и управляет нашими мыслями и действиями, так это созданная нами структура» [22, с. 32]. И основу этой структуры составляют конструкторы (или категории в трактовке Дж. Брунера) как некие классификационные шаблоны, способы понимания, через которые субъект воспринимает происходящее с ним. Общее понимание познания как процесса созидания знаний, воплощенных в конструкторах, конкретизировано в понятии имплицитные теории.

Имплицитные теории или наивные концепции представляют собой совокупность обыденных знаний и выступают малоосознаваемой формой обобщения жизненного опыта. Несмотря на стихийный характер их формирования, именно они опосредуют взаимодействие познающего субъекта с окружающей действительностью, т. е. выступают знанием не декларативным – «знать что», а процедурным – «знать как» [23; 24]. Само по себе употребление термина «теория» по отношению к понятию «имплицитная» довольно условно, поскольку данные когнитивные образования не имеют какого-то структурированного вида. Они могут быть «вербализованными или невербальными, с жесткой и гибкой структурой, они могут быть идиосинкритическими или общепринятыми» [25, с. 31]. Важно отметить, что, несмотря на отличия в исходных источниках для имплицитных (опыт, интуиция) и эксплицитных (результаты научной деятельности, систематизация теоретических и эмпирических данных) теорий, выполняемые ими функции общие – это конструирование реальности, объяснение происходящих событий и их предсказание. И разные формы знания не обязательно противоречат друг другу. Это было отмечено еще Л. С. Выготским, который считал, что научные знания опираются на житейские и ими же проверяются [26, с. 263].

В контексте настоящего исследования имплицитная модель выбора – это конструкт (точнее, некоторая иерархия конструктов) сформулированный самим индивидом относительно оснований собственных предпочтений знаковой системы. Иначе – это то знание, которое регулирует непосредственную, повседневную практику обращения с различными информационными носителями. И с учетом стихийного характера приобретения данного знания, очевидно, что в нем будут одновременно представлены как общекультурная оценка различных информационных систем, так и индивидуальный опыт взаимодействия с ними.

В исследовании принимало участие 250 взрослых в возрасте от 35 до 58 лет (мужчины $n = 112$, женщины $n = 138$). Все респонденты имеют высшее образование, работают по специальности, поэтому могут быть отнесены к категории работников умственного труда (педагоги различных специализаций, медики, юристы, психологи, экономисты, менеджеры). Исследование проводилось добровольно и анонимно.

Участникам предлагалась комбинированная анкета. Одна часть вопросов представляла собой незаконченные предложения, относящиеся как к причинам выбора «Я люблю/не люблю читать книги, потому что...», так и к обоснованию его внешних («Для чтения мне важно, что-

бы вокруг...») и внутренних условий («Для чтения мне важно, чтобы я...»). Аналогичные вопросы относились и к цифровым источникам. Другая часть вопросов анкеты представляла собой вопросы закрытого типа, направленные на выявление некоторых читательских привычек. Для обработки полученных в итоге опроса данных использовались частотный и корреляционный анализы.

Конструирование имплицитных моделей детерминант выбора взрослых осуществлялось посредством традиционной для данного типа исследований процедуры факторного анализа (метод varimax-вращения, программа SPSS v. 16) [29, с. 61]. В качестве исходного материала для факторизации выступает бинарная матрица, в которой фиксируются варианты ответов каждого участника (если вариант ответа представлен, то он шифруется цифрой 1, если отсутствует, соответственно, 0). Как правило, в итоге вторичной обработки такого исходного материала возможно выявление множества взаимосвязанных между собой факторов, имеющих низкий процент дисперсии или низкую субъективную значимость, что выступает серьезным препятствием для их последующей интерпретации, поэтому в данном случае проводится повторная факторизация.

В исследованной выборке ответы относительно выбора респондентами знаковой системы распределились следующим образом:

- 15 % (85 человек) заявляет, что любит читать и читать именно книги, при последующей интерпретации результатов данная группа обозначена как «субъект читающий»;

- 33 % категорично высказывается против чтения и отдает свой выбор электронным устройствам (ТВ, Интернет); соответственно, эта группа, будет обозначаться как «субъект просматривающий»;

- 52 % опрошенных утверждает, что позитивно относится как к чтению бумажного текста, так и к просмотру информации на экране. Эту группу можно отнести к смешанному типу.

Следует отметить, что в группе «субъектов читающих» не было незаполненных анкет. В группе «субъектов просматривающих» в 30 анкетах (примерно пятая часть) было обозначено только «не люблю читать» и «люблю смотреть (ТВ, Интернет)» без каких-либо дополнительных пояснений, что уже является свидетельством меньшей рефлексивности представителей данной группы на основании собственной деятельности.

Наиболее часто называемые взрослыми разных групп причины собственного выбора определенной знаковой системы содержатся в таблице 1.

Таблица 1 – Детерминанты выбора взрослыми доминирующей знаковой системы (%)

Субъект читающий		Субъект просматривающий	
Нужна тишина	74	Всегда с собой (все под рукой)	54
Люблю узнавать новое	34	Все есть в Интернете	47
Нужен уют	32	Для книги надо особое настроение	37
Важно, чтобы не отвлекали	30	Легко искать информацию	31
Можно погрузиться в другую атмосферу. Развитие речи (словарного запаса, грамматики)	27	Краткая (сжатая, компактная) информация. Может быть любая обстановка	28

Как демонстрируют данные таблицы 1, для большинства участников исследования, которые причисляют себя к любителям чтения книг, наиболее важными выступают внешние условия осуществления данной деятельности (тишина, комфорт и возможность сосредоточения). Затем респонденты этой группы отмечают мотивационные причины, связанные как с характером самого читаемого материала, так и с его позитивным «вкладом» в изменения субъекта. В группе «субъектов просматривающих» доминирующими факторами выбора знаковой системы выступают доступность и удобство обращения с электронными устройствами. Причем, в отличие от «субъектов читающих», для осуществления просмотра никаких особых ни внешних, ни внутренних условий не требуется.

В группе респондентов смешанного типа, как и следовало ожидать, представлены комбинации основных детерминант, уже названных представителями других выборок. Необходимо отметить, что для этих респондентов ведущими выступают собственно познавательные мотивы обращения к чтению («люблю узнавать новое» – 55 % и «читать интересно» – 44 % ответов).

Следует также отметить, что в группе «субъектов просматривающих» количество ответов существенно меньше, чем в группе «субъектов читающих». Как уже указывалось выше, в пятой части анкет были отмечены только вопросы закрытого типа. Всего было названо 18 оснований выбора. При этом в группе «субъектов просматривающих» в среднем указывались 2–3 причины ($M = 3,2$), а в группе «субъектов читающих» почти в два раза больше ($M = 5,9$). Это служит дополнительным подтверждением большей рефлексивности носителей культуры слова. Кроме того, это свидетельствует об использовании ими активной стратегии описания. Е. Ю. Артемьевой установлено, что при свободном описании интересного для них объекта испытуемые активной стратегии использовали в среднем 5,5 характеристик, а пассивной – 3,5 [30, с. 73–74], что полностью сопоставимо с настоящими результатами.

В таблице 2 отражены причины, по которым представители разных групп отвергают определенную знаковую систему.

Таблица 2 – Детерминанты отказа взрослых от знаковой системы (%)

«Не люблю воспринимать с экрана, потому что...»		«Не люблю читать, потому что...»	
Болят глаза (устают, тяжелая нагрузка)	73	Это большие затраты времени (не хватает времени)	25
Плохо воспринимаю (понимаю) информацию	41	Просто не люблю читать	16
Не удобно	28	Скучно	14
Болят голова	12	Трудно найти нужную (интересную, понятную) информацию. Есть другие увлечения	12
Люблю живую книгу	11	Слишком большой объем информации	11

Как следует из представленных в таблице 2 данных обработки анкетирования, у большей части «субъектов читающих» взаимодействие с цифровыми устройствами вызывает физический дискомфорт, не позволяющий полноценно перерабатывать воспринимаемую информацию. Для представителей типа «субъект просматривающий» причины отказа в основном обусловлены различного рода трудностями: организационными (нехватка времени) и аналитическими (трудности поиска и ориентации в большом информационном массиве). Здесь также носители культуры слова оказались более рефлексивными (называя в среднем 3,2 причины) в противовес носителям экранной культуры (указавшим в среднем 1,36 детерминанты собственного выбор).

Наличие достаточного массива эмпирических данных позволило также построить факторную модель детерминации выбора печатного слова в качестве предпочитаемой знаковой системы. В итоге факторизации исходной матрицы данных (44 параметра выбора на 85 респондентов) было выделено 18 факторов с дисперсией от 9 до 2 %, среди которых не все являются ортогональными. Поэтому была проведена повторная процедура факторизации, в итоге которой было обнаружено уже 8 категорий, объясняющих причины выбора печатного источника информации, и в совокупности описывающих 44 % общей дисперсии.

Первый фактор включает следующие полярные параметры:

- возможность обдумать – 0,533;
- можно вернуться назад – 0,533;
- возможность делать заметки – 0,533;
- люблю делать закладки – 0,533;

- подробное изложение – 0,564;
- люблю самостоятельно;
- представлять образы (ситуаций, сюжетов) – 0,564.

Таким образом, в содержании данного фактора очевидно прослеживается дихотомия разных видов деятельности: размышления и фантазирования (или «мышление – воображение»), что, вероятно, обусловлено содержательной дифференциацией разных типов литературы (учебной/профессиональной и художественной). Вместе с тем, на двух полюсах присутствуют указания на возможности самоуправления читателем своим ритмом понимания прочитанного. Это позволяет обозначить выявленный конструкт как «Самостоятельная активность».

Второй фактор, также двухполюсной по своей внутренней организации, образован шкалами:

- книга всегда под рукой – 0,472;
- могу читать в любой обстановке – 0,472;
- лучше одиночество – 0,461;
- нужна тишина – 0,560.

Содержание данного фактора довольно легко интерпретируется как внешние условия чтения, отражающие разные стилевые характеристики этой деятельности. При этом для большинства (согласно результатам частотного анализа, отраженным в таблице 1) все-таки необходимы особые условия.

Третий, однополярный фактор, представлен следующими образующими:

- изменение сознания – 0,548;
- узнаешь новое – 0,548;
- расширение кругозора – 0,538;
- получаешь достоверную информацию – 0,538.

Содержание данного фактора довольно однородно, что позволяет обозначить его как «Приращение знаний». Его наполнение фактически отражает характеристику, данную книгам У. Эко как «машинам для провоцирования собственных мыслей» [31].

Четвертый фактор описан следующими параметрами:

- развитие воображения – 0,734;
- развитие речи – 0,734;
- обогащение словарного запаса – 0,432;
- повышение грамотности – 0,432;
- развитие памяти 0,432.

Содержание выделенного конструкта без затруднений обобщается как «Развитие познавательных процессов».

Пятый фактор включает в себя следующие ответы:

- возможность погружения в иную атмосферу – 0,708;
- понимание переживаний других людей – 0,708;
- можно почувствовать себя другим человеком – 0,708;
- возможность отвлечься от будней (проблем) – 0,708.

Данный фактор отвечает фактору воображения, выявленному при изучении имплицитных теорий чтения, который «вбирает в себя признаки, связанные с порождением образов и с эмоциональными ассоциациями» [32, с. 114].

Шестой фактор образован такими объяснениями выбора печатного слова как:

- настроенность на чтение – 0,659;
- нравится запах – 0,511;
- люблю ощущать (держать в руках) книгу – 0,511;
- удобный шрифт 0,481.

Ведущая шкала этой категории фиксирует необходимость некоторого внутреннего состояния готовности к чтению, другие шкалы отражают ощущения различной модальности и положительной валентности. В целом выделенный конструкт можно обозначить как «Физический комфорт».

Седьмой фактор представлен двумя полюсами:

- упорядочивание мыслей – 0,639;
- интерес к материалу – 0,639;
- надо, чтобы не отвлекали – 0,691;
- сосредоточенность – 0,691;
- свободное время – 0,691.

В данном факторе присутствуют, с одной стороны, субъективные позитивные последствия чтения (структурирование и обогащение знаний) и, с другой стороны, препятствующие данному процессу внешние условия. Поскольку именно последние имеют более высокие факторные нагрузки, то это позволяет обозначить обнаруженную категорию как «Внешние препятствия для чтения».

И восьмой фактор образован тремя параметрами:

- отдых – 0,641;
- удовольствие – 0,641;
- уютная обстановка – 0,641.

Этот конструкт близок по своему содержанию одному из полюсов первого фактора, обнаруженного в изучении имплицитных теорий чтения [32, с. 117], а именно, степени, отражающей общий положительный эмоциональный фон данной деятельности. Он также может быть обозначен «Чтение как релаксация».

В группе «субъектов просматривающих» факторный анализ проводился на матрице 18 вариантов ответов на 85 респондентов, отобранных из общей группы путем рандомизация с целью уравнивания количественного состава с контрастной группой «субъектов читающих». В итоге первичной факторизации было обнаружено 10 зависимых факторов, описывающих от 14 до 5 % общей дисперсии. Поскольку выявленные факторы оказались не ортогональными, то также была проведена процедура повторной факторизации, установившая 5 категорий (каждая из которых объясняет по 10 % дисперсии).

Первый фактор, полярный по внутренней структуре, включает в себя шкалы:

- круглосуточная доступность – 0,669;
- легкость поиска нужной информации – 0,669;
- можно быстро найти нужную информацию – 0,669;
- большой объем информации – 0,439.

Содержание данного фактора отражает те преимущества Интернета, которые обусловили повсеместное признание данной технологии. Однако обращает на себя внимание противопоставление в сознании «субъектов просматривающих» потенциально безграничного объема информации с другими достоинствами Web-2. Это означает, что преимущества Интернета (доступность, легкость и скорость поиска информации) оцениваются как инструменты овладения информацией, как сокращающие ее массив (точнее создающие подобную иллюзию). В целом содержание обсуждаемого конструкта можно интерпретировать как «Характеристики Интернета».

Второй фактор представлен следующими составляющими:

- все есть в Интернете – 0,732;
- удобно – 0,732;
- красивый фон и музыкальное сопровождение – 0,504.

В этом конструкте представлены эргономика и эстетика интернет-пространства.

Третий фактор образуют такие ответы как:

- краткая, сжатая информация – 0,833;
- простая информация – 0,833;
- может быть любая обстановка – 0,413.

В его содержании в основном отражены аспекты личного опыта, поскольку информация может быть любого объема (и это прекрасно известно, как говорит содержание первого фактора), но предпочтения отдаются именно ее компактному виду, для восприятия и понимания ко-

торых не требуется особых условий. Это позволяет назвать обнаруженный фактор как «Компактность информации».

Четвертый конструкт объединяет в себе следующие ответы респондентов:

- возможность настройки параметров – 0,763;
- быстрый доступ к информации – 0,763;
- нужно, чтобы не отвлекали – 0,469.

В данном факторе содержится намек на необходимость владения некими определенными техническими навыками (или информационными компетенциями). Обращает на себя внимание, что когда речь идет о неких навыках, то для их реализации (так же как и для чтения) необходимы определенные условия (чтобы не отвлекали). Хотя в первом – третьем факторах тоже речь идет об информации, содержательно они скорее фиксируют потенциал погружения в некоторый информационный поток. Здесь же появляется необходимость если не переработки информации, то, как минимум, работы с ней, для чего требуются определенные внешние условия и сознательные действия. В целом данный конструкт можно обозначить «Работа с информацией».

И пятый фактор образован всего двумя шкалами:

- никому не мешаешь – 0,771;
- всегда с собой – 0,658.

Из-за небольшого количества шкал интерпретация содержания данного фактора довольно затруднительна, поэтому обобщенно его можно обозначить как «Персональность» или «Интимность» взаимодействия пользователя с электронным устройством.

Таким образом, эмпирические факты показывают, что представители типа «субъект читающий» являются более рефлексивными на основании собственного выбора знаковой системы (называя в три раза больше причин выбора книги) и использующими активные стратегии описания. В объяснении своего выбора «субъекты просматривающие» преимущественно ограничены причинами технологического характера и более пассивны.

В группе «субъектов читающих» разнообразные детерминанты выбора печатного слова объединены в восемь факторов-категорий. Основной среди них выступает возможность проявлений самостоятельной активности, собственного темпа освоения материала. Большинство категорий указывает на саморазвитие («Приращение знаний», «Развитие познавательных процессов», «Развитие воображения»). В двух категориях описываются внешние условия чтения (свободное время, сосредоточенность); еще в двух – внутренние условия (физический комфорт и

состояние удовольствия от этого процесса). В группе «субъектов просматривающих» имплицитная модель несколько проще и состоит из 5 конструктов. Три из них отражают характеристики информационного потока, в одной фиксируются внешние условия для организации работы с информацией и в одной – персональный характер взаимодействия с цифровым устройством. В содержании всех конструктов представлены известные, рекламируемые технические параметры Интернета. Но полностью отсутствуют указания на какие-либо собственные изменения (интеллектуальные, операциональные и др.), расширение своих возможностей при обращении к сетевым медиа.

Сконструированные факторные модели демонстрируют, что печатное слово по оценкам «субъектов читающих» действительно выступает орудием «овладения» ими собственной психикой. Указания на такие возможности медиаобразов полностью отсутствуют в группе «субъектов просматривающих». Представленные эмпирические данные можно считать эмпирическим подтверждением высказанной гипотезы о том, что слово является более «сильной» знаковой системой, по сравнению с медиаобразами.

В заключение необходимо обратить внимание на гомогенность исследованной общей выборки по двум параметрам: все респонденты завершили основные циклы своего психофизиологического развития в доцифровую эпоху и являются представителями интеллектуальных профессий, т. е. даже по «долгу службы» они систематически пользуются различными информационными носителями. Но при этом, как показали результаты настоящего исследования, более активные интернет-пользователи становятся менее интеллектуально активными и более когнитивно простыми. И это зафиксированное снижение познавательного потенциала у «субъектов просматривающих» по сравнению с «субъектами читающими» позволяет высказать две идеи.

Первая относится к перспективам дальнейших исследований. Не исключено, что феномен клипового мышления, которое характеризуется как дискретное, мозаичное, неререфлективное, быстрое, непродуктивное, присутствует не только у представителей поколения Z или цифровых аборигенов. Скорее всего, активная интернет-практика приводит к аналогичным когнитивным сдвигам и взрослых цифровых иммигрантов. Высказанную идею эмпирически обосновывают полученные в настоящем исследовании ответы о необходимости быстрого получения сжатой информации и указание на трудности/скуку в работе с большими текстами. Теоретически она вполне оправдана в контексте последовательности этапов развития мышления в онтогенезе. Если высший вид вер-

бально-логического мышления требует для своей реализации слова, а объем последнего в опыте субъекта минимизируется, то, очевидно, что постепенно мышление начинает сдвигаться на более раннюю ступень развития. Однако, если в традиционной печатной культуре наглядно-образное мышление представляло собой мышление самостоятельно сконструированными образами, то при активной интернет-практике – это поглощение образов, созданных другими пользователями, своеобразное жонглирование воспринятыми картинками. Думается, что в строгом смысле слова клиповое мышление – это не мышление как процесс обобщенного и опосредованного познания действительности. Недаром обсуждаются методологические проблемы самого концепта [33; 34] и отсутствуют результаты его эмпирических психологических исследований. Скорее всего то, что называется клиповым мышлением – это специфическая реакция психики на изменения окружающей среды, способ интеллектуальной адаптации человека в эпоху информационной перестимуляции. Это восприятие, имитирующее мышление, создающее его иллюзию.

Другая идея относится непосредственно к практике. В соответствии с общим законом о большей уязвимости для деструктивных воздействий исторически и онтогенетически наиболее сложных, поздно созревающих образований, вполне оправдано, что высшие психические структуры, являющиеся результатом собственно культурного развития человека, необходимо охранять. Никто не против искусственного интеллекта, но это не означает, что надо отказаться от собственного. А в настоящее время лучшим, проверенным способом его сознательного поддержания остается чтение, причем эффективнее такую защитную функцию выполняет чтение традиционное, чтение текста на бумажном носителе.

Библиографический список

1. Тоффлер, Э. Третья волна : пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 783 с.
2. Келли, К. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее : пер. с англ. / К. Келли. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 260 с.
3. Kirby, A. Digimodernism : How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture / A. Kirby. – New-York : Continuum Publishing Corporation, 2009. – 282 с.
4. О'Рейли, Т. Что такое Веб 2.0? [Электронный ресурс] / Т. О'Рейли. – Режим доступа: <http://www.computer.ru/think/234100/>. – Дата доступа: 20.05.2018.
5. Паризер, Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? : пер. с англ. / Э. Паризер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с.

6. Названы 50 вещей, которые исчезли в эпоху Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nm2000.kz. – Дата доступа: 15.02.2012.
7. Ward, A. F. One with the Cloid: Why People Mistake the internet's Klowledge for Their Own / A. F. Ward. – Cambridge : Harvard University, 2013. – 112 p.
8. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека : пер. с англ. / М. Маклюэн. – М. : Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 464 с.
9. Бодрийяр, Ж. Почему все еще не исчезло? : пер. с фр. [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: <http://syg.ma/@alesya-bolgova/zhanbodriiiaar-pochiemu-vsie-ieshchie-nie-ischiezlo>. – Дата доступа: 05.05.2015.
10. Тоффлер, Э. Футурошок : пер. с англ. / Э. Тоффлер. – СПб. : Лань, 1997. – 464 с.
11. Ершова, Р. В. Искусственный интеллект как психологический вызов / Р. В. Ершова // Философия искусственного интеллекта : труды всерос. междуц. конф., Москва, 16–17 марта 2016 г. – М. : Интел, 2017. – С. 268–274.
12. Кирилова, Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кирилова. – М. : Академ. проект : Культура, 2008. – 469 с.
13. Войскунский, А. Е. Психология и сетевые соединения / А. Е. Войскунский // Цифровое общество как культурный контекст развития человека : сб. науч. ст. и материалов Междунар. конф., Коломна, 14–17 февр. 2018 г. / под общ. ред. Р. В. Ершовой. – Коломна : Гос. соц.-гуманит. ун-т, 2018. – С. 81–85.
14. Булыко, А. Н. Большой словарь иностранных слов. 35 тысяч слов / А. Н. Булыко. – 2-е изд., испр. – М. : Мартин, 2007. – 704 с.
15. Выготский, Л. С. Орудие и знак в развитии ребенка / Л. С. Выготский // Психология. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – С. 828–891.
16. Выготский, Л. С. История развития высших психических функций / Л. С. Выготский // Психология. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – С. 512–755.
17. Верч, Дж. Социокультурный подход к опосредованному действию / Дж. Верч // Психологическая наука и образование. – 1997. – № 13. – С. 18–26.
18. Kearins, J. M. Visual spatial memory in Aboriginal and white Australian children / J. M. Kearins // Australian Journal of Psychology. – 1986. – № 38 (3). – P. 203–214.
19. Kearins, J. M. Visual spatial memory in Australian Aboriginal children of desert regions / J. M. Kearins // Cognitive Psychology. – 1981. – V. 13. – P. 434–460.
20. Пренски, М. Аборигены и иммигранты цифрового мира : пер. с англ. [Электронный ресурс] / М. Пренски. – Режим доступа: <http://www.gime.ru/content/statya-marka-prenski-aborigeny-i-immigranty-cifro-vogo-mira>. – Дата доступа: 11.06.2016.
21. Брунер, Дж. Психология познания : пер. с англ. / Дж. Брунер. – М. : Прогресс, 1977. – 414 с.
22. Келли, Дж. А. Психология личности: теория личностных конструкторов : пер. с англ. / Дж. А. Келли. – СПб. : Речь, 2000. – 256 с.
23. Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben? Beiträge zum Konstruktivismus / heraus gegeben von P. Watzlawick. – Munchen : Verlag GmdH, 2002. – 326 s.

24. Петренко, В. Ф. Конструктивистская парадигма в психологической науке / В. Ф. Петренко // Психологический журнал. – 2002. – Т. 23, № 3. – С. 113–121.

25. Андерсон, Дж. Р. Когнитивная психология : пер. с англ. / Дж. Р. Андерсон. – СПб. : Питер, 2002. – 496 с.

26. Мохова, С. Б. Психологические исследования имплицитных знаний / С. Б. Мохова // Психологическая наука и образование. – 2004. – № 4. – С. 28–34.

27. Франселла, Ф. Новый метод исследования личности: Руководство по репертуарным личностным методикам : пер. с англ. / Ф. Франселла, Д. Баннистер. – М. : Прогресс, 1987. – 236 с.

28. Выготский, Л. С. Проблемы общей психологии / Л. С. Выготский // Собр. соч. : в 6 т. Т. 2. – М. : Педагогика, 1982. – 504 с.

29. Петренко, В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – СПб. : Питер, 2005. – 480 с.

30. Артемьева, Е. Ю. Психология субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева. – М. : МГУ, 1980. – 128 с.

31. Эко, У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст (отрывки из публичной лекции У. Эко на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 г.) [Электронный ресурс] / У. Эко. – Режим доступа: <http://vzms.org/umberto.html>. – Дата доступа: 14.05.2016.

32. Кондаков, И. М. Экспериментальное исследование имплицитных теорий чтения / И. М. Кондаков, С. В. Ушнев // Вопросы психологии. – 1996. – № 6. – С. 110–117.

33. Гиренок, Ф. И. Клиповое сознание / Ф. И. Гиренок. – М. : Проспект, 2016. – 256 с.

34. Березовская, И. П. Проблема методологического обоснования концепта «клиповое мышление» / И. П. Березовская // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2015. – № 2 (220). – С. 133–138.

5.2. ФЕНОМЕН ВНУТРЕННЕЙ КАРТИНЫ ДЕФЕКТА НА ЭТАПЕ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА: СОДЕРЖАНИЕ, ДИНАМИКА, ВАРИАНТЫ⁵

Современная социальная ситуация, динамичные изменения в общественном устройстве ставят перед человеком задачу активного включения в жизнь общества, самореализации и полноценной жизни. В связи с этим изменяется и отношение общества к людям (детям и взрослым) с ограниченными возможностями здоровья, которые воспринимаются не столько как объекты, реципиенты социальной помощи и заботы, но как

⁵Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-013-00768А «Внутренняя картина дефекта лиц с ограниченными возможностями здоровья в структуре Я-концепции: детерминанты и эффекты в прогнозе рисков развития и успешности адаптации»).