

УДК 159.95

Елена Ивановна Медведская

канд. психол. наук, доц., доц. каф. психологии

Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

Yelena Medvedskaya

Candidate of Psychological Sciences, Assistant Professor,

Assistant Professor of the Department of Psychology

of Brest State A. S. Pushkin University

e-mail: emedvedskaja@mail.ru**СПЕЦИФИКА КАТЕГОРИЗАЦИИ ПОНЯТИЯ «МИР»
ВЗРОСЛЫМИ АКТИВНЫМИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ**

Анализируется проблема изменения когнитивных процессов взрослых людей вследствие реализуемых ими интернет-практик. Теоретически можно предполагать, что объем, разнообразие и доступность интернет-информации гарантируют пользователям Сети и больший объем знаний, выражающийся в большей когнитивной сложности их сознания. Эмпирическая проверка данной гипотезы осуществлялась на основе сравнительного анализа структуры и содержания понятия «мир» в группах активных читателей и активных интернет-пользователей. Результаты исследования доказывают большую когнитивную сложность в понимании «мира» субъектами читающими. Данные позволяют обозначить «уплощение» категориальной сетки сознания активных интернет-пользователей как вариант когнитивной деформации.

Specifics of Categorization of the Concept of «World» by Adult Active Web Users

The main objective of the analysis is a problem of changes in the cognitive processes of adults due to their Internet activity. Theoretically, it can be assumed that the amount, variety, and availability of information on the Internet guarantee web users a greater amount of knowledge, expressed in greater cognitive complexity of their consciousness. An empirical test of this hypothesis was carried out based on a comparative analysis. The main subjects of the comparison were the structure and content of the concept of «world» in groups of active readers and active web users. The results of the study indicate a greater cognitive complexity in the perception of the concept of «world» among reading subjects. The data allows designating the «flattening» of the categorical grid of consciousness of active web users as a variant of cognitive deformation.

Введение

Современная наука признает наличие в психической реальности субъекта неких интегральных образований, определяющих его способы понимания окружающего мира и взаимодействия с ним. Для их фиксации используются различные термины: «картина мира» (В. В. Абраменкова, 2007; Л. Витгенштейн, 2005; В. С. Степин, 1994; М. Хайдеггер, 1997), «жизненный мир» (Э. Гуссерль, 2004), «мыслящий мир» (Ю. М. Лотман, 2004), «образ мира» (А. Н. Леонтьев, 1979; В. В. Петухов, 1984), «когнитивные репрезентации», или «когнитивные карты» (Дж. Брунер, 1977; Б. М. Величковский, 2006; У. Найссер, 1981; М. А. Холодная, 2004), «субъективная картина мира» (Е. Ю. Артемьева, Е. Е. Сапогова, 2004), «индивидуальная картина мира» (М. В. Новикова-Грунд, 2015) и др. Указанные различия можно объяснить тем, что данное понятие не только разрабатывается в рам-

ках разных наук (философия, антропология, культурология, семиотика, психология), но даже в рамках одной науки существуют различные методологические основания для его интерпретации и операционализации. Например, в психологии сложилось два основных подхода – деятельностный (анализирующий образ мира через переживания, ценности, мотивы, значения, личностные смыслы) и когнитивный (исследующий это образование посредством выявления представлений, стереотипов, ожиданий, установок). Однако есть еще и иные теоретические (экзистенциальный, конструктивистский и др.).

В интерпретации концепта «картина мира» психологи во многом опираются на позицию М. Хайдеггера [1], который провел параллель между процессами превращения мира в его картину и преобразования человека в субъекта, овладевающего действительностью; т. е. картина мира – это не

столько изображение мира, сколько его понимание. Иначе говоря, картина мира – это еще один мир, сконструированный человеком для себя и поставленный им между собой и реальностью.

Близкой точки зрения, придерживался и К. Г. Юнг: «Не надо думать, что наше мировоззрение есть некое единственно правильное, “объективное” отражение действительности. Это всего лишь суеверие. На самом деле оно является не средством, с помощью которого мы постигаем истину, а лишь картиной, которую мы рисуем ради нашей души» [2, с. 12].

Иные акценты расставляет Э. Фромм: «Конечно, люди могут отрицать, что у них есть всеобъемлющая картина мира, и, тем не менее, можно с легкостью показать, что все их представления основываются на общепринятой, разделяемой членами их групп картине мира» [3, с. 22]. Помимо конвенционального происхождения картины мира ученый указывает две ее ведущие функции: ориентация в действительности и упорядочивание «обрушивающихся на каждого индивида впечатлений» [3, с. 23].

В советской психологии изучение картины мира началось в 1980-х гг. с фундаментальной работы А. Н. Леонтьева «Психология образа» [4], в которой решалась среди прочих задача определения методических направлений моделирования субъективного мира человека. Основатель теории деятельности трактует образ мира (или образ реальности) как основу жизнедеятельности человека, как целостный образ объективного мира, интерпретацию человеком действительности, позволяющий ему ориентироваться в ней (что в целом совпадает с представленными выше позициями зарубежных ученых).

По мнению А. Н. Леонтьева, образ мира – многомерное психическое образование, образуемое пятью «квазиизмерениями»: координаты пространства-времени и система значений (или смысловое поле). Образ мира образован тремя составляющими: чувственная ткань (впечатления различных модальностей), индивидуальное значение (присвоенное индивидом содержание общественного сознания) и личностный смысл («значение-для-меня»).

Можно выделить ряд базовых идей, которые объединяют представителей раз-

ных подходов к изучению картины мира. Во-первых, это понимание данного образования одновременно как результата жизнедеятельности субъекта и инструмента организации его взаимодействия с окружением. Во-вторых, наличие у картины мира многослойного, иерархического строения. В-третьих, признание двух основных источников ее происхождения: общественной практики и индивидуального опыта.

Сделанные обобщения позволяют предполагать, что происходящие в последние десятилетия изменения общественной практики, обусловленные широким распространением различных информационных устройств и технологий, которые фиксируются, например, как «дигимодернизм» (А. Кирби, 2009) или «цифровая повседневность» (М. С. Гусельцева, 2018), и, соответственно, накопление обширного индивидуального опыта взаимодействия с различными интернет-ресурсами будут вызывать определенные изменения и в картине мира пользователя этих ресурсов.

Целью настоящего исследования является проверка высказанной гипотезы, которая осуществляется в рамках когнитивного подхода к анализу обсуждаемого феномена. Категоризация как базовый познавательный процесс восприятия и понимания субъектом мира, в качестве своего итога реализуется в категориальных структурах сознания. Эти структуры имеют количественный параметр своего выражения, которым выступает когнитивная простота-сложность, т. е. большее количество категорий демонстрирует и больший объем знаний о мире. С учетом неограниченного объема интернет-информации можно конкретизировать высказанную гипотезу следующим образом: более активные web-пользователи будут обладать и большей когнитивной сложностью сознания.

Организация исследования

В исследовании, проводившемся на протяжении 2018–2020 гг., принимали участие 720 респондентов, среди которых 402 женщины и 318 мужчин. Возрастной диапазон выборки составил от 37 до 62 лет. Все участники исследования имеют высшее образование и являются работниками умственного труда (педагоги, медики, экономисты, юристы). Таким образом, выборка яв-

ляется гомогенной по двум параметрам: по возрасту и типу социализации, основные этапы которой всеми респондентами были завершены в «доцифровую» эпоху, и по характеру повседневного профессионального использования различных информационных источников (как печатных, так и электронных). Участие в исследовании было добровольным и анонимным.

С целью изучения личных предпочтений взрослых в выборе информационных носителей была использована анкета с вопросами открытого типа, основными среди которых выступали следующие. Во-первых, это выбор ведущей знаковой информационной системы (печатный носитель или Интернет) в свободное время. Во-вторых, это количество свободного времени, уделяемое деятельности с данной системой.

Обработка данных анкетирования ожидаемо продемонстрировала, что большую часть выборки (360 взрослых) составляют респонденты, не имеющие каких-либо однозначных приоритетов в выборе источников информации. Это люди, которые с легкостью и удовольствием и читают книги, и пользуются цифровыми носителями.

Только незначительная часть выборки, а именно 15 % респондентов (108 человек), остаются приверженцами традиционной книги как носителя информации. Выбирают представители данной группы чтение по разным причинам: развивает мышление, речь, память, обогащает словарный запас, увлекает и др. Они отмечают не только физический дискомфорт у экрана (усталость глаз, укачивание), но и сравнительно худшее усвоение информации. В дальнейшем данная группа будет обозначаться как «субъекты читающие».

35 % (252 опрошенных) отдадут свой выбор Интернету, объясняя его разнообразием информации, большей доступностью содержания и его компактностью, «сжатостью» изложения материала и указывают при обращении к печатному тексту (особенно книге) на необходимость сосредоточения, сложности поиска информации, переживания скуки или тревоги. При последующем обсуждении представители этой группы будут фиксироваться как «активные интернет-пользователи».

Для проверки высказанной гипотезы о большей когнитивной сложности актив-

ных интернет-пользователей исследование категоризации понятия «мир» осуществлялось в двух полярных группах – субъектов читающих и активных интернет-пользователей. В качестве инструмента получения данных была использована методика семантического дифференциала в авторском варианте, поскольку и создатель данного метода Ч. Осгуд и другие ученые неоднократно подчеркивали, что не существует некоторого универсального набора дескрипторов (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957; В. Ф. Петренко, 2005; А. Г. Шмелев, 1982 и др.).

В использованном варианте семантического дифференциала экспериментальным материалом выступали 40 шкал, отбор которых в первую очередь был направлен на контроль субъективизма исследователя, риски которого в данном случае выражаются в возможности навязывания участникам исследования собственного словаря. Поэтому для снижения данных рисков были использованы 16 прилагательных, представленных в классическом предметном дифференциале Е. Ю. Артемьевой [5, с. 37] и 24 прилагательных, полученных в масштабном исследовании В. Ф. Петренко [6]. Данное исследование частично повторяло исследование Ч. Осгуда и его коллег (1957), П. Бентлера и А. Лавойе (1972) и представляло собой шкалирование 50 понятий из разных семантических классов по 45 шкалам семантического дифференциала. В итоге помимо классических факторов «Оценка», «Сила», «Активность» были воспроизведены факторы, аналогичные полученным Бентлером и Лавойе («Сложность», «Упорядоченность», «Реальность» и «Обычность»), а также специфический оценочный фактор «Комфортность» [6, с. 91–97].

Состав дескрипторов для каждой категории был уравновешен количественно: для универсальных факторов «Оценка», «Сила» и «Активность» по 7–8 прилагательных и по 4–5 для других факторов.

Были заданы униполярные шкалы, поскольку их использование «дает дополнительную “степень свободы” в проекции когнитивных структур испытуемых на экспериментальный материал, т. к. позволяет выделить субъективную синонимию и антонимию описываемых признаков, не обязательно совпадающую с нормативно-языковой» [6, с. 206].

По заданным шкалам семантического дифференциала по 7-балльной шкале (от 1 до 7) участникам исследования предлагалось оценить несколько предметов и абстрактных понятий, среди которых было и понятие «мир».

Обработка данных, полученных с помощью семантического дифференциала, осуществлялась посредством факторного анализа. Для решения задачи моделирования категориальной структуры понятия «свобода» осуществлялось построение матрицы сходства дескрипторов при оценке одного объекта отдельно для разных экспериментальных групп (40 шкал на 100 испытуемых). Затем исходные матрицы (всего 8) подвергались процедуре факторного анализа. Факторный анализ во всех случаях осуществлялся посредством принятой в психо-семантике процедуры [6, с. 91, 98, 191, 225]: центроидный метод с извлечением главных компонент, включающий подпрограмму поворота факторных структур *varimax* (про-

грамма SPSS v. 16). Образующими факторами выступали только те дескрипторы, нагрузка которых имела высокую степень статистической значимости (для 40 переменных $r = 0,4$ при $p \leq 0,01$). Качественная интерпретация полученных данных проводилась на основании категорий, легших в основу семантического дифференциала.

Результаты и их обсуждение

Первичная обработка данных, заключающаяся в построении усредненных профилей оценок по двум выборкам – субъектов читающих и активных интернет-пользователей, показала, что результаты оказались статистически достоверно идентичными ($t = 0,89$ при критическом $t = 2,02$ для $p \leq 0,05$).

В таблицах 1 и 2 представлены те характеристики «мира», которые были наиболее высоко и наиболее низко оценены представителями разных групп.

Таблица 1. – Максимальные оценки понятия «мир»

Субъекты читающие		Активные интернет-пользователи	
красивый	6,18	красивый	6,95
энергичный	5,19	изменчивый	5,91
быстрый	5,8	активный	5,78
изменчивый	5,63	энергичный	5,63
активный	5,62	полезный	5,39

Данные таблицы 1 демонстрируют фактическое совпадение характеристик «мира», наиболее высоко оцениваемых представителями разных выборок.

В этих оценках акцентируются категории «Оценка» (красивый) и «Активность» (изменчивый, энергичный, активный, быстрый).

Таблица 2. – Минимальные оценки понятия «мир»

Субъекты читающие		Активные интернет-пользователи	
противный	2,13	противный	2,53
монотонный	2,6	глупый	2,9
глупый	2,72	горький	3,2
банальный	2,91	монотонный	3,24
сытый	3,26	банальный	3,5

Вполне ожидаемо, как показывает сравнительный анализ данных таблицы 2, оказались близки в разных группах и наименее присущие миру характеристики, среди которых опять доминируют оценочная категория (противный, горький) и категория активности (монотонный, сытый).

В итоге факторного анализа в двух группах респондентов было установлено разное количество факторов, значимых по

критерию Кайзера, а именно: в группе «субъектов читающих» – 14, а в группе активных интернет-пользователей – 12. Подобные результаты были получены и при использовании психометрического приема расщепления выборки пополам: у «субъектов читающих» при обоих расщеплениях присутствовало большее число факторов-категорий. Эти данные опровергают предположение о наличии определенных когни-

тивных преимуществ, обеспечиваемых более интенсивными интернет-практиками.

Большинство из выявленных факторов-категорий описывают очень низкий процент общей дисперсии, поэтому для дальнейшего анализа представляется целесообразным оставить только ведущие по валентности факторы-категории. Таких факторов, превышающих порог случайности по объясняемому разбросу значений, в разных вы-

борках оказалось одинаковое количество. Для удобства сравнительного анализа результаты факторизации содержатся в таблице 3, в которой рядом с названием фактора представлен процент его дисперсии, напротив дескриптора – его вес по фактору (отражены только статистически значимые нагрузки: $r = 0,31$ для $p \leq 0,05$, $r = 0,4$ для $p \leq 0,01$).

Таблица 3. – Категориальная структура понятия «мир»

№	Субъекты читающие		Активные интернет-пользователи	
1	Общая оценка (15,4 %)		Оценка негативная (18,99 %)	
	добрый	0,817	горький	0,852
	чистый	0,756	несчастный	0,808
	организованный	0,532	глупый	0,783
	приятный	0,516	монотонный	0,428
	прочный	0,376		
	полезный	0,320		
	доступный	0,316		
	горький	-0,322		
	несчастный	-0,373		
противный	-0,612			
2	Активность (10,31%)		Активность (10,79%)	
	энергичный	0,756	массивный	0,703
	быстрый	0,685	активный	0,669
	активный	0,650	энергичный	0,660
	смелый	0,528		
	возбуждающий	0,381		
3	Необычная сложность (7,8%)		Обычность (6,97%)	
	креативный	0,753	креативный	0,830
	редкий	0,650	универсальный	0,802
	изменчивый	0,367	возбуждающий	0,572
	простой	-0,440	редкий	0,474
4	Сила (6,07%)		Реальность (5,85%)	
	новый	0,832	очевидный	0,770
	сильный	0,468	банальный	0,651
	абстрактный	0,393	монотонный	0,636
			новый	0,554
		доступный	0,484	
5	Стабильность (5,6%)		Оценка позитивная (5,8%)	
	длительный	0,783	добрый	0,779
	полезный	0,707	приятный	0,704
	универсальный	0,584	чистый	0,548
	монотонный	-0,388	сытый	0,529
		сильный	0,380	

При анализе данных факторного анализа, представленных в таблице 3, в первую очередь необходимо обратить внимание на наличие двух полюсных категорий в группе «субъектов читающих» (1, 3 и 5). Подобная внутренняя организация конструкторов также свидетельствует о большей когнитивной сложности и гибкости сознания в данной группе респондентов [6–8].

Первый, наиболее субъективно значимый фактор в двух выборках взрослых, представляет собой фактор «Оценки», которая в группе активных интернет-пользователей оказалась расщеплена на две категории: негативной оценки (1-й фактор) и позитивной (5-й фактор). Почему ведущим является именно отрицательное мировосприятие, еще нуждается в дополнительных

исследованиях. Второй фактор активности фактически является идентичным. Третий по валентности фактор также близок по содержанию. Однако в силу своей полярной структуры в группе «субъектов читающих» он представляет собой соединение двух категорий «Обычность» и «Сложность».

Заключение

Теоретически высказанная гипотеза о большей когнитивной сложности знаний о мире у активных интернет-пользователей в силу их большей включенности в поток объемной и разноплановой информации эмпирически не подтвердилась. Во-первых,

они обладают менее разветвленной категориальной сеткой сознания в данной области по сравнению с «субъектами читающими».

Во-вторых, все категории обладают простой однополярной структурой.

Указанные фактические данные позволяют говорить об определенной редукции, или уплощении, категориальной сетки сознания активных интернет-пользователей как о проблеме деформации в результате интернет-воздействия.

Объяснение такого деформирующего воздействия выступает перспективной дальнейших исследований в обозначенной проблемной области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хайдеггер, М. Время картины мира : пер. с нем. / М. Хайдеггер // Время и бытие : сб. ст. и выступлений. – М. : Республика, 1993. – С. 41–63.
2. Юнг, К. Г. Проблемы души нашего времени : пер. с нем. / К. Г. Юнг. – М. : Прогресс, 1993. – 112 с.
3. Фромм, Э. Иметь или быть : пер. с англ. / Э. Фромм. – М. : Прогресс, 1990. – 282 с.
4. Леонтьев, А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. – 1979. – № 2. – С. 3–13.
5. Артемьева, Е. Ю. Психология субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева. – М. : МГУ, 1980. – 128 с.
6. Петренко, В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – СПб. : Питер, 2005. – 480 с.
7. Harnad, S. To cognize is to categorize: cognition is categorization / S. Harnad, H. Cohen, C. Lefebvre // Handbook of categorization in cognitive science. – Montreal : Elsevier, 2005. – P. 20–42.
8. Osgood, C. E. The measurement of meaning / C. E. Osgood, G. Suci, P. Tannenbaum. – Chicago : London : Un-ty of Illinois Press, 1957. – 342 p.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 21.12.2020