**Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении**

**Введение**

С появлением и все более активным использованием международной компьютерной сети Интернет возник новый предмет гуманитарных и в частности психологических исследований - так называемая Интернет-среда. Под этим термином понимается особый элемент информационной среды, в рамках которого осуществляются специфические формы человеческого поведения. Такого рода "средовое" поведение не ограничивается поиском, обработкой и передачей информации, приобретением и трансляцией знаний. В "киберпространстве" как элементе информационной среды осуществляется целый конгломерат человеческих деятельностей, основу которых составляют познавательная, игровая и коммуникативная деятельность [1].

В посвященных Интернету и WWW трудах представителей гуманитарных наук мировая информационная сеть представляется в первую очередь как некая "социальная виртуальная реальность", основу которой созидает сообщество пользователей, активно действующих в новой среде. Исследуются явления, связанные с общением и взаимодействием пользователей в сети; принципы самовыражения личности и изменения "сетевой" идентичности; закономерности формирования и характеристики функционирования складывающихся виртуальных общностей; вероятность возникновения "наркотического" типа зависимости от Интернета (т.н. Интернет-аддикции) и способы терапии "аддиктов"; стереотипы создания и восприятия социальных объектов в "киберпространстве"; стратегии осуществления познавательной деятельности в условиях оперирования гипертекстовыми структурами; перспективы переноса в реальную деятельность приобретенных в виртуальной реальности навыков и умений и т. д. и т. п.

Интернет привлекает внимание психологов не только как среда, порождающая уникальные психологические явления, требующие отдельного научного изучения, но и как инструмент для быстрого и качественного проведения разнообразных экспериментальных исследований [2].

Технические возможности мировой информационной сети задают условия, ранее не доступные и не существовавшие в сфере человеческой деятельности, которые определяют некоторую специфичность деятельности и общения пользователей Интернета. Интернет как уникальная по заданным в ней условиям и возможностям среда позволяет нам исследовать психические явления, которые не были актуализированы или столь доступны эмпирическому изучению в иной среде деятельности и взаимодействия.

Одним из таких явлений можно считать разнообразие, динамичность самопрезентаций личности в различных условиях и ситуациях общения. Под самопрезентацией (или самопредъявлением) понимается сознательная управляемая передача собеседнику некой информации о себе. При этом используются различные стратегии и тактики с целью произвести определенное впечатление на окружающих [3].

Исследователи Интернета не раз отмечали такие особенности формирования "виртуальной идентичности" как ее потенциальная и актуальная множественность, продуктом которой являются многообразные самопрезентации личности в условиях Интернет-общения. Широкие возможности управления впечатлением о себе в Интернет-среде по сравнению с самопрезентацией в реальном социальном взаимодействии обусловлены некоторыми особенностями коммуникации пользователей мировой сети.

Эти особенности не раз отмечались исследователями в работах, посвященных психологии Интернет-общения.

В не "виртуальном" социальном взаимодействии человек более ограничен в возможностях управления информацией о себе рамками реально воспринимаемого собеседником пола, внешности, признаков социального статуса, профессии, национальности, возраста. В Интернете же, по словам самих пользователей, "все зависит от твоего умения быть разным, и от желания быть таковым".

Действительно, само наличие возможности для "игр с идентичностями", для изменения образов самопрезентации еще не вынуждает всех пользователей создавать "виртуальные личности". Как показал опрос пользователей сети (мужчины и женщины в возрасте 25-35 лет), 37 % не создают в Интернете новые презентативные образы, не смотря на то, что в среде интернетчиков это является принимаемым и, в некотором роде, одобряемым.

Таким образом, невозможно рассматривать явление множественности, динамичности самопрезентаций в Интернет-общении как исключительно внешне детерминированное, напрямую обусловленное ситуационными факторами.

Следуя принципу детерминизма личности и деятельности С.Л.Рубинштейна, который утверждает взаимовлияние, взаимодействие внешних и внутренних детерминант, при решении проблемы динамичности самопрезентации необходимо учитывать не только ситуацию общения, но и индивидуально-личностные особенности участников общения. С.Л.Рубинштейн отмечает, что специфика человеческого способа существования определяется мерой соотношения самоопределения человека и зависимостей его от того, что вне человека, является по отношению к нему иным [4].

**Задачи исследования**

В результате выбора динамичности самопрезентации в Интернет-общении как объекта исследования наметились наиболее важные вопросы и проблемы, связанные с факторами, определяющими степень подвижности и разнообразия предъявляемой пользователями информации о себе. В качестве основных вопросов были рассмотрены следующие:

Какие особенности и условия коммуникации посредством Интернета могут являться детерминирующими относительно возможности более свободного конструирования образов самопрезентации, управления впечатлением о себе, чем в "реальном" непосредственном общении?

Какие индивидуально-личностные особенности могут определять выбор той или иной стратегии поведения в рамках самопрезентации в опосредованном анонимном общении?

Каковы внутренние детерминанты, факторы степени динамичности, то есть разнообразия, образов самопрезентаций пользователя мировой сети в различных коммуникативных ситуациях в пределах "виртуального социального пространства"?

**Схема исследования**

Исследование состояло из нескольких этапов. На первом этапе в результате наблюдения, бесед с пользователями Интернета как средства общения, открытого опроса были выделены и обобщены характерные особенности Интернет-коммуникации, отличающие ее от других форм общения. При этом особое значение придавалось тем характеристикам, которые могут обусловить возможность изменения, разнообразия самопрезентаций. В составлении списка подобных ситуативных, внешних особенностей были использованы и материалы, изложенные другими исследователями в работах по Интернет-коммуникации и другим видам опосредованного общения. Также на первом этапе производился подбор данных и критериев для составления опросника, который позволил бы оценить степень, уровень динамичности самопрезентаций в сетевом общении. При их выборе предполагалось, что субъект может относительно адекватно оценить свои действия в процессе самопрезентации как сознательного управления впечатлением о себе.

Целью второго этапа было составление предварительной классификации характерных для пользователей сети стратегий поведения в общении. Эмпирическую основу для классификации составили проведенные нами интервью и беседы с пользователями. Полученные данные позволили предположить что, вероятно, можно выделить следующие причины отказа от множественности различных образов самопрезентации:

Неумение создавать и функционировать в образе, отличном от привычного, ограниченные ролевые стереотипы.

Умение, но нежелание или отсутствие потребности в продуцировании новых образов самопрезентаций.

Проблема мотивации выбора той или иной стратегии самопрезентации в данном случае остается актуальной, но не являлась объектом данного исследования.

Таким образом, мы посчитали возможным определить следующие предполагаемые группы испытуемых:

пользователи, не обладающие подвижностью, динамичностью самопрезентаций в интернет-общении;

пользователи, актуально обладающие динамичностью самопрезентаций;

пользователи, потенциально обладающие динамичностью самопрезентаций как возможной стратегией поведения в интернет-общении, но актуально не проявляющие ее.

На третьем этапе с учетом предполагаемых групп пользователей формулировались вопросы, направленные на выявление степени причастности испытуемых к той или иной группе. На основании этих вопросов был составлен опросник. Впоследствии он был подвергнут экспертной оценке и корректировке группой пользователей Интернета, которым было предложено ответить на него и прокомментировать содержание вопросов.

На четвертом этапе разрабатывалась схема проведения эмпирического исследования, проводился подбор дополнительных методик, определялись принципы формирования выборки респондентов.

Группа выборки составила 50 человек, мужчин и женщин в возрасте 25 - 35 лет, с высшим образованием и достаточным "стажем" общения в Интернете. Подобные критерии были выделены с целью избежать влияния феномена юношеского "кризиса идентичности" и феномена первоначальной увлеченности возможностями Интернет-общения только что включившимися в него пользователями. Небольшое число выборки связано с задачей проведения предварительного поискового исследования. Участие в исследовании было добровольным. Выборка формировалась путем случайного выбора пользователей Интернет-приложений, служащих для опосредованного общения (ICQ, Chat).

В качестве дополнительных диагностических методик были использованы методика ИТО (автор Л.Н.Собчик) [5] и САМОАЛ (адаптированный опросник Шострем) [6]. Методика ИТО представляет собой индивидуально-типологический опросник, который позволяет определить ведущие тенденции и базисные свойства личности. Опросник САМОАЛ направлен на измерение уровня самоактуализации, а также на измерение некоторых качеств, присущих самоактуализированному человеку (таких как аутосимпатия, спонтанность, гибкость в общении и т.д.)

**Результаты**

Особенности Интернет-общения как коммуникативной ситуации процесса самопрезентации.

Мы посчитали необходимым обобщить, и еще раз обозначить специфические условия взаимодействия и восприятия человека человеком в ситуации удаленного общения, опосредованного мировой информационной сетью.

Итак, подводя итог некоторым размышлениям других исследователей и собственным данным, можно выделить следующие характеристики Интернет-общения:

1.Анонимность. Несмотря на то, что иногда пользователь имеет возможность получить некоторую информацию анкетного характера и даже фотографию собеседника, эти данные, тем не менее, не только недостаточны для более или менее адекватного восприятия адресата, но вообще не могут быть восприняты как обладающие той или иной мерой истинности, так как зачастую наблюдается сокрытие или презентация ложных сведений. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения, отсутствием внешней невербальной оценки - аффективная раскрепощенность, ненормативность поведения и некоторая "безответственность" участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален.

2.Добровольность и желательность контактов. Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент. Возможность управления медиатором приводит к принципиальной возможности управления каналом передачи сообщения и, следственно, обратной связью посредством изменения состояний медиатора. Пользователь также обладает неограниченным числом выборов среди потенциальных коммуникантов, возможностью одновременного изолированного общения с несколькими адресатами.

3.Отсутствие паралингвистических, невербальных компонентов общения. Интернет-общение, по содержанию являясь личным и неофициальным, ограничено по форме передачи информации (только в виде печатного текста). Эта особенность задает вариативность и наибольшую субъективность интерпретаций высказываний собеседника.

4.Затрудненность передачи и восприятия аффективного компонента общения и, в то же время, стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных конвенциональных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках, после основного текста послания).

5.Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации. С одной стороны, отсутствием непосредственного восприятия собеседника и информации о его статусе стирается влияние процессов стереотипизации. С другой стороны, представление о собеседнике складывается под влиянием установки на собеседника как ожидания и приписывания желаемых качеств в партнере, то есть некоторой "имплицитной теории личности", а также механизмов "эффекта инерционности" (как тенденции к сохранению однажды созданного представления о человеке) и "эффекта последовательности", то есть влияния на восприятие последовательности получения сведений о человеке. Суждение о другом человеке может складываться и по аналогии с собой - как бессознательный перенос на других собственных свойств, мыслей или переживаний.

6.Снятие жестких социальных конвенций, границ культур. Условия нестрогой соотнесенности коммуникантов с той или иной возрастной, половой, социальной, профессиональной группой способствуют стиранию границ и форм конвенционального социального поведения и общения. Интернет-пространство в силу своей всемирной представленности является поликультурным, в общении могут принимать участие представители различных этнических и социальных культур.

Все вышеперечисленные особенности Интернет-общения создают условия и возможности для разнообразия самопрезентаций, "многоликости" пользователей в сети. В реальном социальном взаимодействии человек более ограничен в возможностях управления информацией о себе рамками реально воспринимаемого собеседником пола, внешности, признаков социального статуса, профессии, национальности, возраста. В Интернете же, по словам самих пользователей, "все зависит от твоего умения быть разным, и от желания быть таковым".

Индивидуально-личностные особенности коммуникантов как факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении.

В результате проведенного исследования и дальнейшей статистической обработки данных были получены следующие значимые показатели:

Устойчивость, низкая динамичность самопрезентаций в Интернет-общении значимо положительно связана с ригидностью (r = 0,643), а также имеет положительную корреляцию с такими особенностями как лидерство (свойство, в норме проявляющееся как самостоятельность и стремление быть ведущим, а не ведомым, но при более высоких показателях способное переходить в самоуверенность и неспособность соблюдать субординацию в отношениях) и спонтанность. Спонтанность понимается в данном случае как раскованное самоутверждение, наступательность, стремление к лидированию. Корреляция между критерием "лидерство" и устойчивостью самопрезентаций составила r = 0,4482, с критерием "спонтанность" r = 0,521.

Актуальная динамичность самопрезентаций более присуща пользователям с низким уровнем ригидности (r = - 0,696) При этом они обладают относительно высокой степенью аутосимпатии, то есть уверенностью в себе, низкой тревожностью и хорошо осознаваемой позитивной Я-концепцией, служащей источником устойчивой адекватной самооценки. Такие люди не боятся быть разными в разных ситуациях, открыты новому опыту в познании себя и расширении ролевого репертуара. Аутосимпатия является одним из показателей психического здоровья и цельности личности в понимании гуманистической психологии (коэффициент корреляции между аутосимпатией и динамичностью самопрезентаций r = 0,5686). Этой группе пользователей также присущ низкий "индивидуализм", который обычно проявляется устойчивостью собственного, временами достаточно самобытного и субъективного мнения (r = - 0,598).

Предположение о том, что критерий экстраверсия-интроверсия будет значимо определять степень динамичности самопрезентаций, не подтверждается. Наблюдается лишь некая тенденция к позитивной связи критерия "динамичность" с экстраверсией, и отрицательной с интраверсией, которая не может считаться значимой.

Пользователи, признающие для себя потенциальную возможность продуцирования различных образов самопрезентации в условиях Интернет-общения, но не использующие подобные стратегии поведения, демонстрируют тенденции к низким показателям лидерства, экстраверсии (коэффициент корреляции со шкалой "лидерство" r = - 0,5354, со шкалой "экстраверсия" - r = - 0,4955). Это объясняется вероятным отсутствием стремления к занятию жизненного пространства, к активному влиянию на внешнюю ситуацию, к проявлению себя вовне. Также наблюдается тенденция к более низкому уровню аутосимпатии и автономности, чем у группы пользователей, активно продуцирующих различные образы самопрезентаций. показатель потенциальной динамичности самопрезентаций значимо отрицательно коррелирует и со шкалой "спонтанность" опросника САМОАЛ (r = - 0,5992).

**Обсуждение результатов**

В результате исследования выделяются следующие зависимости между стратегиями управления впечатлением о себе и индивидуально-личностными характеристиками участников Интернет-общения:

1.Низкая динамичность самопрезентаций определенной группы пользователей связана с ригидностью, то есть инертностью установок. Это приводит к невозможности или затрудненности смены устойчивых представлений о себе и усвоенных ролей, стереотипных образов самопрезентации.

2.Упорное нежелание изменять информацию о себе в разнообразных ситуациях общения может быть связано с такими индивидуально-типологическими особенностями как лидерство, спонтанность (по ИТО) и агрессивность. Большие показатели по указанным шкалам характерны для субъектов, склонных не адаптироваться к внешним условиям, а изменять, управлять ситуацией. Эта склонность, вероятно, проявляется и в ситуации Интернет-общения.

3.Пользователи, актуально меняющие образы самопрезентаций в общении, обладают низкой ригидностью, тревожностью и индивидуализмом. Они достаточно подвижны в формировании установок на себя и собеседника, легко восприимчивы и открыты к новому опыту, не испытывают излишних страхов и опасений. Эта группа пользователей обладает также высокой степенью аутосимпатии, что позволяет говорить о высокой степени принятия себя и своего опыта, позитивного отношения к своей деятельности и стратегий общения. При этом они не обладают высокими показателями индивидуализма, то есть не всегда способны иметь собственное самобытное мнение или отношение.

4.Пользователи, потенциально способные к продуцированию различных образов самопрезентаций, но сохраняющие в актуальном общении относительную устойчивость предъявляемой информации о себе, обладают более низкими показателями лидерства и значениями по шкале "спонтанность" опросника САМОАЛ. Словом спонтанность в данном случае определяют "способность к спонтанному поведению не фрустрированному культурными нормами" [6]. Следовательно, для того чтобы актуально разнообразить содержание образов самопрезентаций, необходимо обладать некоторой спонтанностью, свойством, присущим самоактуализировавшимся людям и выражающимся в способности к спонтанному поведению, которое соотносится с такими ценностями, как свобода, естественность, игра, легкость без усилия, относительная свобода от культурных норм. Связь данной группы испытуемых с низкими показателями лидерства, а также с более высокой тревожностью и низкой аутосимпатией объясняется вероятным отсутствием стремления к занятию жизненного пространства, к активному влиянию на внешнюю ситуацию, к проявлению себя вовне, а также большим недоверием к новому опыту, к новым образам себя и непривычным ролям.

**Выводы**

Данное исследование является пилотажным, и его результаты не могут окончательно ответить на поставленный вопрос о факторах, определяющих степень разнообразия образов самопрезентаций, создаваемых пользователями в процессе Интернет-общения. Но эти данные позволяют нам определить некие тенденции, попытаться рассмотреть проблему "виртуальной идентичности" не только с внешне-ситуативных позиций, но и с точки зрения индивидуальных различий.

Таким образом, динамичность, многообразие самопрезентаций в Интернет-общении не является феноменом только лишь ситуативно обусловленным. Необходимо выделять внешние и внутренние детерминанты степени динамичности образов самопредъявления. Внешними факторами в данном случае являются уникальные особенности коммуникации, обеспеченные техническими возможностями Интернета. Внутренними детерминантами явились индивидуально-личностные особенности коммуникантов. Среди таких особенностей можно назвать ригидность, стремление к лидерству и агрессивность, тревожность, индивидуализм, аутосимпатию и спонтанность.

Полученные результаты говорят о связанности привычного выбора стратегии поведения в общении и управления впечатлением о себе с индивидуально-личностными характеристиками участников общения.

**Список литературы**

Войскунский А.Е. Психологические аспекты деятельности человека в интернет-среде.

Жичкина А.Е. О возможностях психологических исследований в сети Интернет. Психологический Журнал. том 21. 2000/ с. 75-78

Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении. // Личность. Общение. Групповые процессы. Современные направления теоретических и прикладных исследований в зарубежной психологии. Сборник обзоров. М. 1991.

Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений материального мира. М. 1957.

Собчик Л.Н. Введение в психологию индивидуальности. М. 1998.

Маслоу. А. Психология бытия. Изд-во "Ваклер". 1997.

Шевченко И.С. Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении