

ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ К СВОЕМУ ТЕЛУ

FEATURES OF INTERNET-ACTIVE YOUTH RELATIONS TO YOUR BODY

V. Senchenko

Summary. The article analyzes the results of an empirical study of a physical image of the Internet-active person. It is shown that with the growth of Internet activity, users' interest in their own body and appearance decreases. The author focuses on the fact that the respondents received the majority of cognitive attitudes regarding their own body and appearance in various institutions of socialization throughout their lives. It is revealed that the selected groups have differences in ideas about their own body, weight, appearance, health.

Keywords: gender, gender, Internet activity, youth, attitudes, self-esteem, physical self.

Сенченко Владимир Владимирович

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет» (г. Симферополь)
senchenko_n.a@mail.ru

Аннотация. В статье проанализированы результаты эмпирического исследования физического образа Я интернет-активной личности. Показано, что с ростом интернет-активности у пользователей снижается интерес к собственному телу, внешности. Автор акцентирует внимание на том, что большинство когнитивных установок в отношении собственного тела и внешности респонденты получили в различных институтах социализации в течение всей жизни. Выявлено, что у выделенных групп имеются отличия в представлениях о собственном теле, весе, внешности, здоровье.

Ключевые слова: гендер, пол, интернет-активность, молодежь, установки, самооценка, физическая Я.

Постановка проблемы

Развитие интернет-технологий позволило человечеству выйти за пределы реального и попробовать выстроить свою жизнь не только в новом пространстве, но и в новом статусе. Многочисленная репликация образов, изменение хронотопов, размытость ранее незыблемых ценностей добра и зла, жизни и смерти, возможность путешествовать в прошлое и останавливать время привели к формированию нового типа личности — бестелесной и вездесущей. Однако, потеря интереса или вовсе отказ от собственного тела негативно сказывается как на психологическом, так и на физическом здоровье личности. Уничтожение граней меду мужчинами и женщинами может привести в конечном итоге к вымиранию человечества.

Цель статьи заключается в описании гендерных особенностей интернет-активной молодежи.

Обзор последних публикаций по проблеме исследования. В исследованиях А.И. Лучинкиной большое внимание уделяется интернет-активности как интегральной характеристике личности, включающей временные и деятельностные параметры, а также творческую или потребительскую составляющую деятельности [5]. Исследовательницей отмечается, что потеря телесности превращает взаимодействие людей во взаимодействие образов, симулякров, вызывая необходимость привлечения внимания за счет ников, аватаров, статусов [6]. Эксперименты с гендером относятся к этому ряду.

В отечественной психологии существуют различные трактовки понятия «гендер»: 1) социально-психологическая характеристика личности, приобретённая в процессе социализации, формирующая человека как мужчину или женщину; 2) пол как социальное понятие и явление в отличие от биологического пола, сконструированное на основе механизмов социализации, гендерных ролей, стереотипизации, распределения труда[1,2,3,4,7].

Экспериментальный объект исследования

В исследовании приняли участие обучающиеся образовательных организаций высшего образования в возрасте от 18 до 25 лет (408 человек). Из них 213 респондентов — девушки, 195 респондентов — юноши.

Методики исследования

Для определения интернет-активности — анкета интернет-активности (А.И. Лучинкина); для определения типа гендера — опросник «Мускулинность — феминность» (С. Бем); для выявления интегральной самооценки — методика исследования самоотношения С.Р. Пантелеева, методика изучения особенностей самооценки (С.Я. Рубинштейн); для оценки уровня и времени сформированности когнитивных установок — ретроспективная анкета установок для оценки эмоционального отношения испытуемых к различным параметрам своей внешности в реальном пространстве — методика «Исследование самоотношения к об-

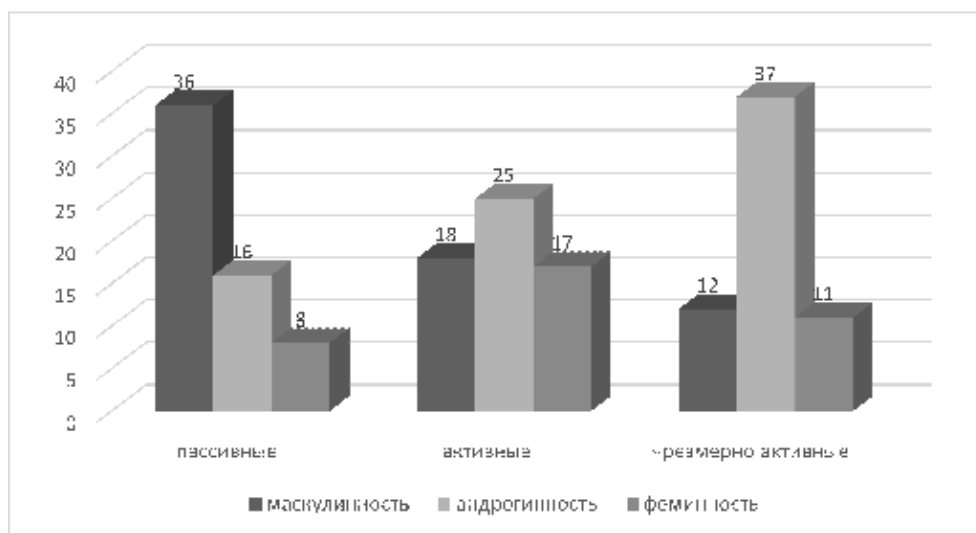


Рис. 1. Распределение гендерных ролей в каждой группе

разу физического Я» А. Г. Черкашиной; для виртуального пространства — анализ аватаров и контента страниц пользователей.

Изложение результатов исследования

Исследование показало, что в группе с низким уровнем интернет-активности (пассивные) наибольшее количество респондентов — юноши — 43 респондента. В то время как в группах интернет-активных и чрезмерно интернет-активных количество девушек и юношей [Рисунок 1].

Как видно на рисунке 1, с возрастанием интернет-активности увеличивается количество андрогинных респондентов в группе. При этом число маскулинных респондентов достоверно снижается (при $p = 0,05$).

В первой группе (интернет-пассивные) наблюдается снижение профиля по шкале феминность-маскулинность у мужчин, что свидетельствует о доминантности и склонности к соперничеству. Следует отметить, что мужчинам первой группы свойственна маскулинность. В информации о себе, респонденты этой группы поясняли, что они занимаются спортом регулярно, являются победителями чисто мужских видов спорта — армрестлинг, борьба, бокс.

В тоже время сниженный профиль у женщин свидетельствует о повышенной сентиментальности и эмоциональности. В первой группе из 17 девушек всего 8 имеют выраженную феминность. Из них — 7 занимаются в настоящее время в танцевальных коллективах, а одна

девушка занималась бальными танцами до недавнего прошлого.

Остальным респондентам первой группы (9 девушек и 7 юношей) характерна андрогинность. Следует отметить, что три девушки занимаются армрестлингом.

Выявлено, что с повышением интернет-активности стремление к соперничеству у мужчин снижается. Во второй группе (активные) выраженную маскулинность имеют 18 человек, из юношей — 14 респондентов.

В тоже время у женщин с повышением уровня интернет-активности растет количество респондентов, которым свойственна уверенность в себе, предприимчивость и последовательность внутренне мотивированного поведения, доминантность и гетероагрессивные тенденции. Из 17 респондентов с высокой феминностью — 13 девушек, остальные 4 — юноши.

В этой группе наблюдается рост количества респондентов с высокой андрогинностью (при $p = 0,05$).

Однако с дальнейшим ростом уровня интернет-активности тенденции возрастания маскулинности и феминности не сохраняются. В третьей группе (чрезмерно активные) достоверно возрастает число респондентов с высокой андрогинностью ($\chi_{эм}^2 = 10,1$, $\chi_{фем}^2 = 9,5$, при $p = 0,05$).

Исследование когнитивной составляющей у респондентов выделенных групп показало существенные отличия в формировании установок в отношении своего тела и внешности.

Таблица 1. Средние значения оценочно-содержательной интерпретации компонентов внешнего облика по группам

Группа	Гендер (по С. Бем)	Лицо	Телосложение	Оформление внешнего облика	Выразительное Поведение
1	м	3,2	4	2,8	3,3
	а	3	3,7	3,7	4
	ф	3,48	4,1	4,3	4,1
2	м	3	3,2	2,8	3,3
	а	3,2	3,1	3,2	3,5
	ф	3,6	3,2	3,5	3,2
3	м	3,4	2,5	2,5	2,6
	а	3,3	2,4	2,8	2,1
	ф	3,4	2,7	2,6	2,5

В первой группе респондентов с низкой интернет-активностью более 78% как девушек, так и юношей отмечают необходимость ухаживать за собой. При этом девушки борются за стройность, а юноши за накачанное тело. Отношение к одежде взвешенное, культы одежды нет, но необходимость выглядеть хорошо и чисто указывают все респонденты этой группы. Установка по отношению здорового образа жизни сформирована у всех респондентов. Нужно отметить, что респонденты указывают в качестве периода формирования таких установок — детство и подростковый возраст. Установки транслировались семьей и учителями. При этом анализ рода деятельности в Сети показал, что юноши с низким уровнем интернет-активности, как правило, используют интернет-пространство для общения (почта, сообщения), поиска информации. Девушки этой группы имеют один аккаунт, общение с которого оживляется перед сессией.

Во второй группе респондентов (с высокой интернет-активностью) отмечается решающая роль личности в формировании своего образа тела. Респонденты отмечают, что в подростковом возрасте их родители часто говорили им о том, что они сами должны выбирать какими быть — красивыми или уродливыми. В 47% случаев родители отмечали, что их дети либо портят свою внешность, издеваются над нею, либо, напротив, творят с нею чудеса. Как правило, взрослые устанавливали жёсткую причинно-следственную связь между красотой и высокой нравственностью, добрым характером. По отношению к одежде респонденты этой группы, как правило, предъявляют только требования удобства и чистоты. Более 40% респондентов данной группы иногда занимается спортом (плавание, теннис, бадминтон), 57% молодежи этой группы не собираются заниматься спортом вообще. Более 60% респондентов прибегало к помощи диет для похудения. Именно в этой группе стратификация по роду деятельности наиболее выражена: 66% юношей второй группы предпочитают игровую деятельность в Сети (стрелялки, бродилки, игры из глаз героя);

27% юношей — в основном заняты поиском информации просмотрам фильмом, 17% юношей — общаются в социальных сетях. В тоже время девушки заняты игровой деятельностью (игры симуляторы) — 17%, общение в социальных сетях — 72%, поиск информации, музыка, фильмы — 11%.

Третья группа респондентов (с чрезмерной интернет-активностью) в качестве установок отмечает неактуальность внешности. Источником таких установок молодежь указывает школу и университет, а возраст — 14–17 лет. Проявляют полное безразличие к телу, одежде, здоровью. Практически все юноши заняты игровой деятельностью — игры из глаз героя, девушки — общением в социальных сетях.

Анализ результатов исследования самооценки молодежи своего физического Я показал, что существуют достоверные различия по всем шкалам между респондентами групп с различной интернет-активностью: красивый-некрасивый ($\chi_{эмн}^2 = 89,123$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,01$), худой-толстый ($\chi_{эмн}^2 = 89,125$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,01$), высокий-низкий ($\chi_{эмн}^2 = 6,63$, $\chi_{крит}^2 = 6$, при $p = 0,05$), стройный-бесформенный ($\chi_{эмн}^2 = 83,852$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,01$), спортивный-неспортивный ($\chi_{эмн}^2 = 76,134$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,01$), модный — немодный ($\chi_{эмн}^2 = 91,118$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,01$), стильный — не стильный ($\chi_{эмн}^2 = 87,371$, $\chi_{крит}^2 = 9,5$, при $p = 0,01$).

Однако, исследование выявило достоверные различия у большинства испытуемых при сравнении самооценки себя в виртуальном пространстве и своего виртуального образа. При этом оценка виртуального образа была выше самооценки себя в реальном пространстве.

Исследование аффективной составляющей показало, что имеются достоверные отличия в оценке значимых деталей и удовлетворённости своей внешностью у респондентов выделенных групп, при $p=0,01$. Следует

отметить, что 89% первой группы выбрали в качестве наиболее значимых деталей волосы, кожу, пропорциональность фигуры, грудь, живот, длину ног, объем талии (девушки), соответствие социальной роли, ногти, верхняя часть руки.

В тоже время для респондентов второй группы наиболее значимыми были следующие детали внешности: волосы, глаза, лоб, рост, вес, форма ног, комфортность одежды.

Респонденты третьей группы акцентировали внимание на глазах, овале лица, передней контурной линии тела (профиль), индивидуальности стиля в одежде. Следует отметить, что гендерной или половой существенной разницы в выборах значимых характеристик не было.

Однако, удовлетворенность собственной внешностью имеет гендерные и половые различия. Так, респонденты первой группы больше внимания обращают на свою внешность, однако девушкам характерен более низкий уровень удовлетворенности по значимым параметрам, чем юношам этой же группы ($\chi_{эмп}^2 = 34,7$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$). Девушки, имеющие выраженную андрогинность, чаще не удовлетворены своей внешностью в отличии от маскулинных или феминных участниц. Маскулинные юноши имеют более высокие показатели удовлетворенности своей внешностью ($\chi_{эмп}^2 = 11,69$, $\chi_{крит}^2 = 6$, при $p = 0,05$), чем андрогинные и тем более феминные.

Как видно из таблицы 1, существуют достоверные различия между респондентами с разным гендером в рамках одной группы. При этом следует отметить существенность отличий между группами в оценке внешнего

облика в целом. Удовлетворенность своим виртуальным образом (аватаром) по всем группам была существенно выше, чем реальным образом.

Исследование корреляционных связей между реальным и виртуальным образом физического Я выявил значимые различия для второй и третьей групп респондентов между реальным и виртуальным рядом.

Исследование конативной составляющей физического Образа Я выявило, что респондентам присущи различные стратегии преобразования собственного тела. Так, респонденты первой группы готовы в реальном пространстве попробовать изменить свое тело. В то время как респонденты второй и третьей групп выбирают либо предположительное действие, либо отказываются от действия вовсе. Исследование возможных причин выбора адаптационных стратегий показало, что респондентам характерны следующие механизмы защиты: для первой группы — отрицание ($\chi_{эмп}^2 = 14,7$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), регрессия ($\chi_{эмп}^2 = 11,17$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), замещение ($\chi_{эмп}^2 = 24,2$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$); для второй группы — вытеснение ($\chi_{эмп}^2 = 16,7$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), проекция ($\chi_{эмп}^2 = 41,1$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), реактивное образование ($\chi_{эмп}^2 = 13,6$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$); в третьей группе — интеллектуализация ($\chi_{эмп}^2 = 17,3$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), проекция ($\chi_{эмп}^2 = 12,9$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$), замещение ($\chi_{эмп}^2 = 23,21$, $\chi_{крит}^2 = 9,2$, при $p = 0,05$).

Вывод. Проведенное исследование показало, что у респондентов выделенных групп имеются отличия в представлениях о своем физическом Я: с повышением уровня интернет-активности наблюдается потеря интереса к собственному телу, весу, внешности, здоровью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алмазова С. Л. Теоретический анализ проблемы изучения образа тела как компонента «Я-концепции» личности / С. Л. Алмазова. — М.: Инфра-М, 2001. — 346 с.
2. Бем С. Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. — М.: РОСПЭН, 2004. — 336 с.
3. Каминская Н. А., Айламазян А. М. Исследования образа физического «Я» различных психологических школах. Национальный психологический журнал. — 2015. — № 3(19). — С. 45–55.
4. Клецина И. С. Теоретические основания психологии гендерных отношений // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Психолого-педагогические науки (педагогика, психология, теория и методика обучения). — СПб., 2003. — № 3. — 471 с.
5. Лучинкина А. И. Особенности формирования виртуальной личности интернет-пользователя // Проблемы современного педагогического образования. — Ялта, 2015. — № 47–2. — С. 280–286.
6. Лучинкина А. И. Психологический анализ отклонений в процессе интернет-социализации личности // Гуманитарные науки. — Ялта, 2016. — № 1 (33). — С. 54–62.
7. Черкашина А. Г., Черкашин В. И. Образ физического Я в самоотношении девушек 17–18 лет // Психология телесности: теоретические и практические исследования. — Пенза, 2008. — С. 127–134.

© Сенченко Владимир Владимирович (senchenko_n.a@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»