

- reflexive nature of ecological consciousness;
- internal dialogism and others.

Thus, under the ecological consciousness of the person we will understand the highest level of the reflection of reality by the person, the reflection of the environment, providing a harmonious co-existence and interaction of Man and Nature. The ecological consciousness of the subject allows him/her to perceive the world around himself/herself, to understand the world as part of a single ecosystem with the purpose to interact the qualities of nature with the maximum of satisfaction of human needs as well as requirements of the entire surrounding area.

Key words: ecological consciousness, ecological outlook, knowledge about surrounding world, serving nature skills, the reflection of the surrounding world.

Отримано: 26.07.2014 р.

УДК 159.923: 004.738.5

Немеш О.М.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕЗІНГІБІЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Немеш О.М. Психологічні особливості дезінгібіції в інтернет-середовищі. У статті розглядається таксономія оточень в Інтернеті – від соціальних мереж до інтерактивних відео-додатків. Вивчаються істотні особливості дезінгібованої поведінки при комп'ютерно-опосередковане спілкування. Дезінгібіція аналізується з точки зору різних підходів: теорії деіндивідуації, теорії зменшення соціального впливу, теорії соціальної присутності, двокомпонентної моделі самоконтролю та теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності.

Ключові слова: таксономія, Інтернет-середовище, дезінгібіція, деіндивідуація, самоконтроль, соціальна ідентичність.

Nemes A.N. Psychological characteristics desings in the Internet environment. В статье рассматривается таксономия окружений в Интернетe – от социальных сетей до интерактивных видео-приложений. Изучаются существенные особенности дезингибированного поведения при компьютерно опосредованном общении. Дезингибиция анализируется с точки зрения разных подходов: теории деиндивидуации, теории уменьшенного социального влияния, теории социального присутствия, двухкомпонентной модели самоконтроля и теории объяснения эффекта деиндивидуации с помощью социальной идентичности.

Ключевые слова: таксономия, Интернет-среда (окружение), дезингибиция (расторможение), деиндивидуация, самоконтроль, социальная идентичность.

Таксономія Інтернет включає декілька неоднорідних оточень. Соціальна мережа (social network) – це середовище Інтернет, в якому

засновуються і розвиваються взаємини, що існують на основі соціальних зв'язків між реальними учасниками. Саме тому в соціальних мережах, на відміну від інших оточень, заохочується (або навіть є обов'язковим) вказування реального імені і надання якомога повнішої особистої інформації.

Електронна пошта (е-пошта, е-мейл, e-mail) стала життєво необхідним Інтернет-середовищем для користувачів, що вважають зараз її незамінною технологією. Найбільш часто використовувані сервери е-пошти – безкоштовні для кінцевого користувача, але при цьому йому доводиться проглядати рекламу.

WWW, або всесвітня павутина, може використовуватися як вид бібліотеки, засоби медіа, довідник і також для просування власної інформації.

Ще одним середовищем в Інтернеті є асинхронний дискусійний форум, що виник і розвинувся з сервісу Інтернет-оголошень. Відмінною рисою форуму є тематичне розбиття публікованих повідомлень і можливість для користувача створювати нову тему, доповнювати, видаляти, проглядати повідомлення і відповідати на них. Середовище форуму є асинхронним в тому сенсі, що учасник може приєднатися до обговорення у будь-який час, тому темп обговорення може бути як дуже повільним, так і швидким.

Іншим середовищем, відмінним від форуму, є синхронний чат, в якому учасники обмінюються повідомленнями в режимі реального часу або ж із незначними затримками, до декількох хвилин. Учасники друкують свої короткі повідомлення і одночасно читають інформацію від інших на екрані.

Розважальним середовищем є, зокрема, розраховані на багатьох користувачів онлайн-ігри, багато з них включені у функціонал соціальних мереж. І. Хейзінга писав про те, що спільна ігрова діяльність є могутнім стимулом для створення і підтримки подальших соціальних зв'язків. "Ігрове співтовариство наділене, власне кажучи, здатністю зберігати свій постійний склад і після того, як гра вже кінчилася. Зрозуміло, не кожна гра в камінчики або партія в бридж призведе до виникнення клубу. Та все ж властиве учасникам гри відчуття, що вони спільно перебувають в якомусь винятковому положенні, спільно роблять одну важливу справу, відособлюючись від інших і пориваючи із загальними для всіх нормами, простягає свої чари далеко за межі тривалості окремої гри"[3].

Нарешті, істотним Інтернет-середовищем сучасного світу є інтерактивні голосові і відео-додатки (наприклад, Skype, Youtube). Багато психологічних чинників, що впливають на нашу поведінку онлайн,

можуть значно змінитися через ефект публічності, що виникає в цьому середовищі.

Виділення вищеназваних категорій, їх психологічний вплив підкоряється логіці особливостей нашої поведінки в будь-якій обстановці, зокрема онлайн. Надзвичайно важливим є ступінь анонімності, яка може сильно змінюватися залежно від того, де знаходиться і що робить користувач. Дослідження підтверджують думку про те, що ступінь анонімності значно впливає на нашу поведінку, зокрема на зняття соціально встановлених обмежень. Користувач відчуває себе більш чи менш анонімним в різних Інтернет-оточеннях, і це може впливати на його поведінку. Одним з різновидів такої поведінки є розгальмована, або дезінгібована, активність.

Розгальмування (дезінгібіція) як термін серед Інтернет-користувачів часто позначається субкультурним виразом "флейм". Жмуров Д.В. визначає дезінгібіцію як "неусвідомлюване ослаблення стримуючої дії соціальних санкцій і заборон" [1]. Дезінгібіція включає різноманітні види поведінки, від банальної неввічливості до використання великих букв і знаків окликів, і "переходу на особистості" щодо іншого мережевого користувача.

Якщо інгібіція (гальмування) має місце, коли поведінка обмежується або регулюється самосвідомістю, неспокоєм щодо соціальних ситуацій, зважанням на оцінки з боку оточуючих і т.д., то дезінгібіція може бути охарактеризована відсутністю таких чинників або їх протилежною дією. Прентіс-Данн і Роджерс [7] описують дезінгібіцію як продукт низької уваги до публічної поведінки, що призводить до подальшого зменшення важливості оціночних думок з боку оточуючих. Тобто дезінгібіція не зводиться виключно до флеймінгу або інших проявів недружнього спілкування, але скоріше розглядається як будь-яка поведінка, яка характеризується очевидним зменшенням значущості самопрезентації і оціночних думок інших.

Більшість досліджень з комп'ютерно опосередкованих комунікацій розглядають групи з двох або більше людей, що обговорюють які-небудь питання з використанням синхронної або ж асинхронної системи обміну повідомленнями. Окрему групу досліджень складають такі експерименти, в яких учасникам дається завдання знайти вирішення проблеми, а не просто досягти згоди з приводу тієї або іншої моральної дилеми або спірного питання. Це називається спільною діяльністю за допомогою комп'ютера.

Кеслер і співавтори вказують: "Люди використовують комп'ютери для спілкування, яке розмиває встановлені часові межі, що розді-

ляють роботу і дім; вони змішують службове і особисте спілкування; вони поперемінно використовують стиль мови, відповідний для залу засідань і для бейсбольного поля; і вони абсолютно не беруть до уваги звичайні норми, що стосуються сфери особистого" [5, с.1126]. Сігал, Дубровський, Кеслер і Макгуайер [11] порівняли рівні незагальмованої словесної поведінки в спілкуванні "лицем до лица", на анонімному форумі, на форумі з указуванням особистих даних учасників і за допомогою е-мейл листування. Формат експерименту був однаковим для кожного з експериментів. Перед групою з трьох людей було поставлене завдання досягти консенсусу, виконуючи завдання з дилемою вибору. Коли Сігал і її колеги порівняли рівень незагальмованого спілкування (визначуваного як недружні коментарі, репліки або інші прояви на зразок лайки, обзивання та образ), вони зафіксували вищий рівень розгальмованої словесної поведінки в кожному з експериментів, коли люди використовували комп'ютери для спілкування. Найвищий рівень розгальмованої словесної поведінки був зафіксований серед користувачів анонімного форуму. Селф і Мейер писали: "Гаряче, емоційне, часто анонімне, бурхливе обговорення є спільною, якщо не універсальною, властивістю спілкування за допомогою комп'ютера"[12, с. 170].

Хоча переважання флеймінгу та інших розгальмованих комунікаційних патернів у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні часто сприймається як даність, деякі дослідники ставлять це під сумнів. Наприклад, Ліа стверджує, що хоча флеймінг може часто згадуватися в дослідженнях, це явище насправді досить рідкісне. Ліа і співавтори вважають, що флеймінг зустрічається менш ніж у п'яти відсотках повідомлень в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні. Вони приходять до наступного висновку: "Флеймінг фактично є радикально залежним від контексту; він порівняно рідко зустрічається в комп'ютерному опосередкованому спілкуванні, але з багатьох причин ці особливі випадки спостерігають або запам'ятовують великі маси людей, таким чином створюючи ілюзію універсальності" [6, с. 108].

Чи є флеймінг рідкістю або ж ні, це може бути просто одним з проявів дезінгібіції в Інтернеті. Наприклад, Рейнгольд стверджує, що нові значущі відносини можуть бути сформовані у віртуальному просторі саме завдяки, а не всупереч обмеженням останнього. Він далі заявляє: "Середовище буде за своєю природою місцем, де люди часто раптово виявляються здатними розкриватися набагато більш глибоко, чим вони б мали намір зробити без посередництва екранів і псевдонімів" [10, с. 27].

У одному з досліджень вивчалось заповнення опитувальників по Інтернету. Як указувалося вище, саморозкриття може бути вищим

у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, ніж при взаємодії "лицем до лица". У цьому експерименті учасники тестувалися за шкалами "самосвідомості", "соціальної тривожності", "самооцінки" і "соціальної бажаності", використовуючи Інтернет або ручку і папір. Головною умовою було те, чи були учасники анонімними, чи ні. Результати показали, що учасники були менш соціально тривожними і набрали менше балів за шкалою "соціальної бажаності" при заповненні Інтернет-опитувальника в порівнянні з паперовою версією. Цей ефект не зник навіть тоді, коли обидві групи учасників не були анонімними. Дезінгібіція у формі вищого саморозкриття, таким чином, може бути очевидною в Інтернет-поведінці так само, як і в будь-якому іншому комп'ютерно опосередкованому спілкуванні.

Причини дезінгібіції в Інтернеті можуть бути пояснені такими групами теорій: теорією деіндивідуації, теорією зменшеного соціального впливу, теорією соціальної присутності.

Концепт деіндивідуації одним з перших запропонував французький дослідник Гюстав Лебон в 1895 році. Лебон вважав, що людина, перебуваючи в натовпі, прагне до злиття, тобто до стану, де усуваються звичайні обмеження індивідуальної поведінки. У сучасній експериментальній соціальній психології термін "деіндивідуація" використовувався Фестінгером, Пеппітоном і Ньюкомбом для пояснення того, чому чоловіки, які пам'ятають менш індивідуальну інформацію, проявляють більше ворожості до своїх батьків. За Фестінгером, коли людина не відособлена в групі, "у такого члена групи існує велика вірогідність ослаблення внутрішніх обмежень" [4, с.382]. Цей підхід був розширений дослідженням Зімбардо. Згідно із працями Зімбардо, анонімність, збудження, сенсорне переважання, психоактивні речовини і зменшення самоконтролю призводять до деіндивідуації і до подальшої розгальмованої ворожої поведінки. Пізніше до теорії деіндивідуації були внесені деякі доповнення, зокрема, щодо ролі зменшення внутрішнього самоконтролю і зменшеного впливу оточення на поведінку людини. Прентіс-Данн і Роджерс [8] вважають, що деіндивідуацію породжують два чинники: зменшення відстежуваності (наприклад, анонімність або членство в групі призводить до зменшення важливості реакцій інших людей) і зменшення уваги до власної поведінки (і звідси зниження самоконтролю та використання нижчих внутрішніх стандартів). Згідно із деякими дослідниками комп'ютерно опосередкованого спілкування, люди, що спілкуються за допомогою комп'ютерів, можуть бути деіндивідуалізовані.

Ще одне пояснення розгальмованої онлайн-поведінки виходить із положення про обмежену пропускну спроможність комп'ютерних

мереж і каналів зв'язку. Відповідно, зменшуються соціальні впливи під час взаємодії, що призводить до зменшення впливу соціальних норм і обмежень, а тому сприяє антинормативній і нерегульованій поведінці.

Згідно із теорією зменшеного соціального впливу нижчий рівень соціального і ситуативного впливу призводить до: а) зсуву фокусу уваги з одержувача повідомлення на вирішувану задачу; б) зменшення впливу звичайної соціальної ієрархії шляхом ігнорування статусного впливу, лідерства, матеріального становища, віку і т.д.; в) деіндивідуалізації, що виникає на перетині анонімності, відсутності самоконтролю і контролю з боку оточення, низької саморегуляції.

Прихильники теорії соціальної присутності вважають, що різні засоби комунікації припускають різні рівні соціальної присутності. А саме, спілкування "лицем до лица" характеризується найвищим рівнем соціальної присутності, а комп'ютерно опосередковане спілкування – значно нижчим. За Шортом, Вільямсом і Крісті, соціальна присутність – "це якість комунікаційного середовища" [13, с. 65]. Тобто, хоча соціальна присутність впливає на те, як учасники спілкування сприймають дискусію, соціальна присутність є якістю самого середовища спілкування.

Двокомпонентна модель самоконтролю. Часто висловлювалася думка, що дезінгібіція, спостережувана в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, може бути слідством вищого, а не нижчого самоконтролю. Згідно із Дювалем і Віклендом, напруженість свідомості може бути спрямована на оточення (публічний самоконтроль) або на самого себе (особистий самоконтроль). Публічний самоконтроль виявляється в ситуаціях, в яких індивід припускає можливість зовнішньої оцінки (наприклад, коли передбачається відеозйомка або оцінювання), або коли ситуації є соціально незвичайними (наприклад, коли індивід належить до меншини в групі). Особистий самоконтроль виникає тоді, коли на індивіда впливають його внутрішні мотиви, установки, цілі і т.д., і може виявлятися, наприклад, коли люди дивляться на себе в дзеркало. Особистий самоконтроль призводить до поведінки, яка регулюється індивідуальними цілями, потребами і стандартами. За Метсоном і Занна, особистий і публічний самоконтроль є такими, що "відносно протистоять" [7, с. 222]. Тобто, людина може брати до уваги "обидва, один з або ніякий з цих аспектів Я" [7, с. 222]. Метсон і Занна стверджують, що матеріали досліджень комп'ютерно опосередкованого спілкування свідчать на користь того, що люди можуть мати вищий рівень особистого самоконтролю і разом з тим нижчий рівень публічного самоконтролю. Наприклад, пацієнти відзначають більшу кількість симптомів і в той же час більшу кількість актів соціально несхвалюваної поведінки,

коли заповнюють анкети на комп'ютері. Оскільки вищий рівень само-розкриття асоціюється з високим особистим самоконтролем, ці дані підтверджують, що комп'ютерні користувачі відчують вищий рівень особистого самоконтролю. Більш того, люди демонструють стійку тенденцію до надання менш соціально схвалюваних варіантів відповіді, коли заповнюють тест за допомогою комп'ютера, в порівнянні з традиційним паперовим варіантом тесту. Притому, як відзначає Джонсон, на це збільшення мало впливає рівень анонімності респондентів. Метсон і Занна перевірили це положення, порівнюючи рівень самоконтролю, вивчаючи групу з 27 студентів, які обговорювали тему за допомогою комп'ютерів, і іншу групу з 28 студентів, що обговорювали ту ж тему "лицем до лица". Дослідники виявили, що "користувачі комп'ютерно опосередкованого спілкування показали вищий рівень приватного самоконтролю і неймовірно низький рівень публічного самоконтролю в порівнянні з учасниками, що спілкувалися "лицем до лица" [7, с. 228]. Комп'ютерно опосередкована комунікація призводить до збільшення приватного самоконтролю, є важливим теоретичним кроком, який дає можливість припустити, що люди, які використовують комп'ютерно опосередковане спілкування, є не деіндивідуалізованими, але скоріше, саморегульованими і такими, що чинять згідно з їх власними внутрішніми думками, установками і цілями. Це положення підводить до останнього підходу – теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності.

Згідно з положеннями цієї теорії, більшість ефектів деіндивідуації, відзначених Зімбардо, можуть бути пояснені без використання концепту деіндивідуації. Анонімність, унаслідок відсутності зосередженості на собі як на особистості, призводить скоріше до активації соціальних ідентичностей, ніж до активації індивідуальних ідентичностей. Це стимулює регуляцію поведінки на основі норм, пов'язаних із чітко відособленою соціальною групою.

Модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності краще пояснює групову поляризацію, аніж саму по собі дезінгібіцію. Наприклад, Рейхер повідомляє про дослідження групової поляризації, в якому змінювалися чіткість членства в групі (в цьому випадку статус студента психологічного факультету) і вираженість анонімності. Рейхер і співавтори припустили, що існує зв'язок між відособленістю групи і анонімністю. Іншими словами, коли учасники були очевидно анонімними і їх членство в групі було чітким, то спостерігалася висока поляризація установок під час групового обговорення, оскільки учасники використовували норми групи як орієнтир для влас-

ної поведінки. Коли учасники групи не анонімні, і членство в групі чітке, дослідники припускали, що групова поляризація не матиме місця. Це припущення підтвердилося, тому дослідники зробили висновок, що "поєднання психологічного членства в групі і анонімності призводить до підвищеної конформності до групових норм і нижчого прояву анти-нормативної поведінки" [9, с. 182].

Таким чином, нами була розглянута таксономія оточень в Інтернеті і основні психологічні особливості дезінгібованої поведінки, розглянутої з погляду різних концепцій: теорії деіндивідуації, теорії зменшеного соціального впливу, теорією соціальної присутності, двокомпонентної моделі самоконтролю і теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності.

Дезінгібіція в Інтернеті часто ґрунтується на припущенні, що онлайн-стосунки можуть розвиватися не так, як у реальному житті. Очевидною причиною для цього є відсутність безпосередньої взаємодії "лицем до лица" і збільшена кількість інформації, яку людина хоче дізнатися про свого співрозмовника (для компенсації відсутнього візуального чинника). Більше того, вищий рівень саморозкриття в онлайн-стосунках припускає, що деякі з цих стосунків можуть розвиватися швидше і ставати глибшими за короткий проміжок часу, ніж аналогічні стосунки у реальному світі.

Ще один набір значень включає взаємодії між соціальними групами. Рейхер вважає, що за умов анонімності соціальні компоненти ідентичності індивіда стають більш чітко вираженими, ніж особистісні компоненти [9]. Згідно з теорією пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності, самооцінка, заснована на членстві в соціальній групі, збільшується у порівнянні з зовнішніми групами. Якщо використання Інтернету призводить до саморегуляції, заснованої на соціальних компонентах ідентичності, люди можуть бути менш схильними до толерантності, а більш схильними до дескримінації онлайн, ніж у реальному житті.

Дезінгібіція в мережі розглядалася в минулому як причина флеймінгу та інших етично несхвалюваних практик. Однак Джойнсон і Харріс вважають, що бажання людей мати доступ до потенційно неприємної інформації у мережі Інтернет може мати низку вигідних наслідків. Однією з таких вигод є те, що люди можуть бути більш мотивованими на пошук самопомоги та інформації щодо здоров'я в Інтернеті, аніж у реальному житті. Існують переконливі свідчення того, що багато людей уникають неприємної інформації, навіть якщо це відкриває можливості покращення їх життя у майбутньому.

Наступний аспект практичного значення дезінгібіції – онлайн-освіта. Багато викладачів як шкільних, так і університетських, відзначають небажання студентів брати активну участь в аудиторних обговореннях. Студенти можуть виявляти більше бажання спілкуватися з викладачами за допомогою е-мейл та соціальних мереж. Використання Інтернет для фасилітації групової дискусії також було досліджено серед студентів. Старр пише: "Інтернет забезпечує не просто публікацію матеріалів, а цілий кібер-простір – розсилки новин, форуми та інші способи дискусії, для того, щоб студенти могли практикувати свої навички в соціальних взаємодіях". Тейлор і Сміт зазначають: "Студентська участь в онлайн-дискусіях є жвавішою, ніж у будь-якій з наших аудиторних дискусій "лицем до лица"" [цит. за: 14, с. 56].

Пов'язаним з попереднім використанням дезінгібіції в Інтернеті є припущення, що дослідження, зокрема психологічне, з використанням комп'ютерних технологій, може спонукати респондентів надавати більш чесні відповіді, ніж дослідження з використанням традиційних методів.

Штерн і Фабер використовували техніку "загубленого е-мейла" для відтворення в кібер-просторі методології експерименту "загубленого листа" Мілграма. Вони з'ясували, що здебільшого замість того, щоб надіслати повідомлення належному отримувачу, учасники повертали його відправнику. Джойнсон зазначає, що хоч співвідношення між психологічними змінними онлайн можуть бути аналогічними до змінних у реальному житті, але значущість деяких змінних, наприклад соціальної бажаності, може бути нижчою. Явна вигода використання Інтернету для відбору даних полягає в тому, що люди відповідають онлайн більш чесно, ніж у реальному житті, навіть якщо не забезпечується анонімність.

Найбільш важливе застосування дезінгібіції в мережі пов'язане з електронною комерцією. Електронна комерція – це сфера в Інтернеті, що швидко зростає; все більше людей купують товари в Інтернет-магазинах. Цьому не в останню чергу сприяє те, що продавці мають змогу збирати велику кількість інформації про своїх потенційних клієнтів з Інтернету, зокрема з соціальних мереж. Люди можуть поводитися онлайн по-іншому, ніж у реальному світі, і це відкриває велику кількість можливостей для електронної комерції. Якщо люди зосереджені на виконанні якоїсь задачі, то вони можуть бути більш піддатливими до переконуючої інформації. Однак, якщо люди переживають збільшений особистий самоконтроль (і зосереджуються на особистій ідентичності, на противагу груповій), як про це стверджують Метсон і Занна [6], то такі заклики до групової ідентичності можуть бути набагато менш переконливі, ніж реклама, заснована на особистій ідентичності. Люди можуть набагато охоч-

іше купувати онлайн ті речі, які вони не будуть купувати в реальному житті, ймовірно через стурбованість судженнями з боку інших людей (наприклад, ті чи інші речі в секс-шопах онлайн).

Два головні аргументи були озвучені в нашій статті. Перше, що поведінка в мережі – чи то двостороння комунікація, чи блукання, чи дописування в Інтернеті – є соціальною. Ми переконані, що навіть у випадку, коли вся аудиторія цієї поведінки зводиться до самого себе, це не десоціалізує поведінку, не робить її несоціальною, але радше поміщає її між соціальною і особистою ідентичностями. Другий аргумент – це те, що поведінка в Інтернеті може бути визначена як дезінгібована, і ця дезінгібіція втілюється у формах саморозкриття, флеймінгу або пошуку інформації / товарів, які у нормальному житті зазвичай уникаються [2].

Причини цієї дезінгібіції можуть бути дещо різними для двосторонньої комунікації, блукання і одностороннього публікування інформації. Ми припускаємо, що спільна активність сприяє дезінгібіції. Відчуття анонімності і пов'язаний з цим відчуттям зменшений публічний самоконтроль, зосередження на завданні (що теж може сприяти зменшеному публічному самоконтролю), і соціальні норми, пов'язані з онлайн-поведінкою – важливі фактори, які сприяють дезінгібіції.

Інші фактори, що впливають на дезінгібіцію, можуть бути специфічними для певної форми онлайн-поведінки, і залежати від контексту, в якому ця поведінка відбувається. Наприклад, поширеною є думка, що легше написати незнайомій людині е-мейл, аніж зв'язатися з нею по телефону або сконтактувати "лицем до лица". Це може бути пов'язане з тим, що соціальні норми онлайн-поведінки дозволяють учасникам звертатися до тих, кого вони не знають, у неформальний спосіб.

Однак, коли люди не вмотивовані тим, щоб справити гарне враження, залишаються анонімними, або поведінка не має наслідком якусь наступну оцінку з боку інших людей, ми припускаємо, що ці люди будуть слідувати поведінковим патернам, що характеризуються зменшеним публічним самоконтролем і збільшеним особистісним самоконтролем. Незважаючи на це, така поведінка буде регулюватися нормами, асоційованими з комунікативним середовищем. У випадку поведінки в Інтернеті ці норми спрямовані у бік дезінгібіції, яка може виявлятися у формах флеймінгу чи саморозкриття.

Потенційну проблему для такого пояснення може становити модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності. Рейхер стверджує, що за умов анонімності соціальна ідентичність людини стає більш вираженою, ніж її особистісна ідентичність. Це значить, що люди стають менш зосереджені на собі як на особис-

тості і більше зосереджені на собі як на учасникові певної соціальної групи. Крім того, Метсон і Занна [7] з'ясували, що учасники комп'ютерно опосередкованих комунікацій демонструють більший фокус на собі як на індивідах, ніж учасники в ситуаціях "лицем до лица". Хоча поведінка регулюється нормами, пов'язаними з певною чітко вираженою соціальною групою, зміст будь-якого саморозкриття буде становити особиста інформація. Однак така дезінгібіція має місце навіть тоді, коли людям явно наказано зосередитись на собі, з чого випливає припущення, що дезінгібіція може мати місце без активації соціальної ідентичності, або ж під впливом лише загальносуспільних, а не групових соціальних норм. Варто провести широке дослідження змісту комп'ютерно опосередкованих групових дискусій на предмет того, чи персональна інформація, яку розкривають люди у таких дискусіях, є більш індивідуалізованою, чи вона містить якийсь компонент соціальної ідентичності; і яким є співвідношення між цими двома складниками того, що люди розкривають про себе.

Таким чином, дезінгібіція в Інтернеті є продуктом водночас фокусу самоконтролю та контексту, в якому індивід діє. В деяких ситуаціях, наприклад е-мейл незнайомій людині, норми онлайн-поведінки дозволяють неформальний, дезінгібований початок комунікації, але зміст такої комунікації може бути ретельно і наперед сконструйований. В інших ситуаціях (наприклад, коли люди не вмотивовані тим, щоб справити гарне враження, залишаються анонімними, або поведінка не має наслідком якусь наступну оцінку з боку інших людей) це може призводити до того, що вся комунікація буде дезінгібованою; іншими словами, дезінгібіція впливає не тільки на початок комунікації, але на весь її процес. Це також може призводити до розкриття інформації, яка в реальному житті приховується через страх засудження з боку інших.

Список використаних джерел

1. Жмуров Д. В. Дезингибиция [Электронный ресурс] / Д. В. Жмуров // Словарь терминов агрессии Д. В. Жмурова. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/>

2. Максименко С. Д. Генетическая психология (методологическая рефлексия проблем развития в психологии) / С. Д. Максименко. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2000. – 320 с.

3. Хейзинга И. Homo Ludens: статьи по истории культуры / И. Хейзинга ; пер., сост. и вступ. ст. Д. В. Сильвестрова ; коммент. Д. Э. Харитоновича. – М. : Прогресс – Традиция, 1997. – 416 с.

4. Festinger, L. Some consequences of deindividuation in a group / L. Festinger, A. Pepitone, T. Newcomb // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. -1952. – № 47. – P. 382-389.

5. Kiesler, S. Social psychological aspects of computer mediated communication / S. Kiesler, J. Siegal, T. W. McGuire // *American Psychologist*. -1984. – № 39. – P. 1123-1134.

6. Lea, M. "Flaming" in computer-mediated communication / M. Lea, T. O'Shea, P. Fung, R. Spears // *Contexts in computer-mediated communication*. ed. by M. Lea. – London, 1992. – P. 89-112.

7. Matheson, K. The impact of computer-mediated communication on self-awareness / K. Matheson, M.P. Zanna // *Computers in Human behavior*. – 1988. – №4. – P. 221-233.

8. Prentice-Dunn, S. Effects of public and private self-awareness on deindividuation and aggression / S. Prentice-Dunn, R. W. Rogers // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1982. – № 43. – P. 503-513.

9. Reicher, S.D Social identity model of deindividuation phenomena / S.D. Reicher, R. Spears, T. A. Postmes // *European Review of Social Psychology* / ed. by W. Stroebe, M. Hewstone. – Chichester: Wiley, 1995. – Vol. 6. – P. 161-198.

10. Reingold, H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier / H. Reingold. – MA : Addison-Wesley, 1993. – P. 324.

11. Siegal, J. Group process in computer-mediated communication / J. Siegal, V. Dubrovsky, S. Kiesler, T. McGuire // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. -1986. – № 37. – P. 157-187.

12. Selfe, C. L. Testing claims for on-line conferences / C. L. Selfe, P. R. Meyer // *Written Communication*. – 1991. – № 8. – P. 163-192.

13. The social psychology of telecommunication / Short J.A./ J. A. Short, E. Williams, B. Christie. – Chichester : John Wiley, 1976.

14. Starr, P. Computing our way to educational reform / P. Starr // *The American Prospect*. – 1997. – № 27. – P. 50-60.

Spisok vikoristanix dzherel

1. Zhmurov D. V. Dezingibicija [Jelektronnyj resurs] / D. V. Zhmurov // *Slovar' terminov agressii* D. V. Zhmurova. – Rezhim dostupa : <http://vocabulary.ru/>

2. Maksimenko S. D. Geneticheskaja psihologija (metodologicheskaja refleksija problem razvitija v psihologioji) / C. D. Maksimenko. – M. : Refl-buk ; K. : Vakler, 2000. – 320 s.

3. Hejzinga I. Homo Ludens: stat'i po istorii kul'tury / I. Hejzinga ; per., sost. i vstup. st. D. V. Sil'vestrova ; komment. D. Je. Haritonovicha. – M. : Progress – Tradicija, 1997. – 416 s.

4. Festinger, L. Some consequences of deindividuation in a group / L. Festinger, A. Pepitone, T. Newcomb // Journal of Abnormal and Social Psychology. -1952. – № 47. – P. 382-389.

5. Kiesler, S. Social psychological aspects of computer mediated communication / S. Kiesler, J. Siegal, T. W. McGuire // American Psychologist. -1984. – № 39. – P. 1123-1134.

6. Lea, M. "Flaming" in computer-mediated communication / M. Lea, T. O'Shea, P. Fung, R. Spears // Contexts in computer-mediated communication. ed. by M. Lea. – London, 1992. – P. 89-112.

7. Matheson, K. The impact of computer-mediated communication on self-awareness / K. Matheson, M.P. Zanna // Computers in Human behavior. – 1988. – №4. – P. 221-233.

8. Prentice-Dunn, S. Effects of public and private self-awareness on deindividuation and aggression / S. Prentice-Dunn, R. W. Rogers // Journal of Personality and Social Psychology. – 1982. – № 43. – P. 503-513.

9. Reicher, S.D Social identity model of deindividuation phenomena / S.D. Reicher, R. Spears, T. A. Postmes // European Review of Social Psychology / ed. by W. Stroebe, M. Hewstone. – Chschester: Wiley, 1995. – Vol. 6. – P. 161-198.

10. Reingold, H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier / H. Reingold. – MA : Addison-Wesley, 1993. – P. 324.

11. Siegal, J. Group process in computer-mediated communication / J. Siegal, V. Dubrovsky, S. Kiesler, T. McGuire // Organizational Behavior and Human Decision Processes. – 1986. – № 37. – P. 157-187.

12. Selfe, C. L. Testing claims for on-line conferences / C. L. Selfe, P. R. Meyer // Written Communication. – 1991. – № 8. – P. 163-192.

13. The social psychology of telecommunication / Short J.A./ J. A. Short, E. Williams, B. Christie. – Chichester : John Wiley, 1976.

14. Starr, P. Computing our way to educational reform / P. Starr // The American Prospect. – 1997. – № 27. – P. 50-60.

Nemesh O.M. Psychological characteristics disinhibition in the internet environment. Considered taxonomy environments on the Internet – from social networks to interactive video applications. Studied the essential features disinhibition behavior in computer-mediated communication. Disinhibition analyzed in terms of different approaches: deindividuation theory, the theory of reduction of social influence, social presence theory, a two-component model and the theory of self-explanation effect deindividuation using social identity. It was found that the term disinhibition among Internet users often affects subcultural expression "Flame".

Disinhibition defined as unconscious weakening deterrent action of social sanctions and prohibitions. It is noted that disinhibition includes a variety of behaviors, from the banal bad manners display to use capital letters and exclamation points, and "go to person" in relation to other network users. We found that inhibition occurs when the behavior is limited or regulated by self-consciousness, anxiety about social situations, paying attention to evaluation by others, disinhibition can be characterized in the absence of such factors or their opposite effect.

Key words: *taxonomy, Internet-environment, disinhibition, deindividuation, self-awareness, social identity.*

УДК 159.923:001

Носенко Д.В.

ШКАЛА САМОІНВАЛІДИЗАЦІЇ: ПСИХОМЕТРИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ НА ВИБІРЦІ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

Носенко Д.В. Шкала самоінвалідизації: психометричні властивості українського перекладу на вибірці студентів університету. *Наведено адаптацію україномовної версії шкали самоінвалідизації (Self-handicapping Scale, Jones & Rhodewalt, 1982), яку запропоновано інтерпретувати як неконструктивну копінг-стратегію. Шкала призначена для оцінювання схильності до самоспричинення перешкод власній успішній діяльності з метою отримання виправдання за очікуваний неуспіх. На вибірці студентів університету (N=120) отримано прийнятний рівень внутрішньої узгодженості (α -Кронбаха $r(120) = 0.65$) та надійності (тестова-ретестова надійність після 2 місяців складала $r(70)=0.72$). Порівняння факторного аналізу шкали методом головних компонент з оригіналом виявило майже ідентичну структуру пунктів шкали, що опосередковано вказує на збереження основного змісту українського перекладу шкали. Встановлено значущий додатний зв'язок з нейротизмом, та від'ємні зв'язки із проактивною копінг-стратегією та впевненістю у самоефективності.*

Ключові слова: *шкала самоінвалідизації, проактивна копінг-стратегія, україномовна адаптація.*

Носенко Д.В. Шкала самоінвалідизації: психометрические свойства украинского перевода на выборке студентов университета. *Изучается феномен самоинвалидации, который предложено концептуализировать как неконструктивную проактивную копинг-стратегию, а также приводится адаптация шкалы самоинвалидации (Self-handicapping Scale, Jones & Rhodewalt, 1982) на украинский язык. Шкала предназначена для оценки склонности к созданию неблагоприятных обстоятельств собственной успешной деятельности с целью получения оправдания ожидаемого неуспеха. На выборке студентов университета (N = 120) получен приемлемый уровень внутренней согласованности*