

Секция «Психология интернета и киберпсихология»

**Я-образ и восприятие его другими через графическое изображение в  
Интернете**

**Пименова Анастасия Александровна**

*Студент (специалист)*

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в  
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

*E-mail: anastasia.vegas@bk.ru*

**Я-образ и восприятие его другими через графическое изображение в Ин-  
тернете**

**Пименова Анастасия Александровна**

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова

факультет психологии, Ташкент, Узбекистан

E-mail: anastasia.vegas@bk.ru

В настоящее время с развитием глобальной компьютерной сети в жизни человека появляются новые возможности. Многие сферы деятельности людей (профессиональная, познавательная, игровая, коммуникативная) давно уже реализуются благодаря техническим средствам. Учитывая, что особенности восприятия фотографии являются важной составляющей коммуникативного процесса в Интернете, изучение свойств графического изображения, позволяющих адекватно транслироваться реципиенту «Я- образ» адресата, представляется как шаг на пути повышения эффективности самопрезентации в киберпространстве.

Результаты анализа теории показывают, что «Образ Я» рассматривался исследователями [2,3,4,5] как многоуровневая структура, содержащая в себе несколько компонентов: когнитивный, оценочный, конативный и ведущие жизненные ценности. Данные составляющие обеспечивают внешнюю и внутреннюю согласованность «образа Я». Фотография осуществляется с помощью технических средств, таким образом, давая нам возможность объективно фиксировать внешний облик человека, его значимые события и моменты в жизни [1]. Она позволяет сохранить во времени ощущения тела и опыт покоя и движения. Благодаря этому, мы можем увидеть на фотоизображениях определенные позы, выражения лиц и реакций людей, вызванные теми или иными событиями. Это позволяет нам находить применение фотографии в качестве инструмента исследования телесного «образа Я». О.Ю. Бойцова разделила акт фото- коммуникации на части и допустила аналогию с коммуникацией на естественном языке. Например, в естественном языке мы выделяем то, о чем говорится и то, что говорится (предмет сообщения), т.е. «топик» и «коммент». В фото-сообщении, автор предложил, выделить «топик» - о чем фотография (люди, природа на фотоснимке) и «коммент»- что говорится на изображении (человек в кадре производит определенное действие). Данные компоненты коммуникации создают универсальный механизм выделения признаков или целого на фотоизображении [1].

В рамках данного исследования было выдвинуто предположение, что объективная информация в большей степени передается реципиенту той частью фотографии, которая относится к «топику» (по О.Ю. Бойцовой). Фотографии, в которых «топика» больше, будут восприниматься более однозначно, чем те, в которых большую площадь снимка занимает «коммент». Для эмпирической проверки выдвинутой гипотезы были использованы: **методика личностного дифференциала методика диагностики межличностных отношений.**

Исследование проходило в 2 этапа. На первом (**отборочном**) этапе респонденты заполняли указанные тесты. После чего было отобрано 6 респондентов (3 девушки и 3 парня) с наиболее яркими личностными особенностями (исходя из баллов по методикам), чьи фотографии использовались на втором этапе. **На основном этапе** была сформирована новая выборка респондентов (65 человек), которым предъявлялись в качестве стимульного материала фотографии респондентов, отобранных ранее. Далее заполнялись методика "Диагностика межличностных отношений" (ДМО) Тимоти Лири и методика личностного дифференциала про каждого изображенного человека.

В ходе исследования было получено, что чаще всего фотографии, содержащие в себе больше «топика» воспринимались (оценивались) более однозначно (коэффициент Кэндалла 0,354), чем те, где превалировал «коммент» (коэффициент Кэндалла 0,125). По-нашему мнению, это может объясняться тем, что изображения, где практически нет фона - лучше демонстрируют мимику индивида, что позволяет реципиентам адекватно считывать информацию, так как именно лицо является единственной системой, позволяющей сообщить об испытываемой в данный момент специфической эмоции. Однако, фотография, на которой «коммент» полностью отсутствует не получила высокой согласованности, возможно, по той причине, что определенным образом был использован цвет зеленый фильтр, который может создавать эффект меланхоличного настроения кадру, но при этом «топик» транслирует уверенность в себе, радость, импульсивность, соответственно, из-за несогласованности впечатления от цветового оформления и от того, каким образом запечатлен человек, мнения окружающих могут сильно расходиться. Скорее всего, именно поэтому согласованность оценок экспертов по методике ЛСД, содержащая в себе шкалу активности, была самой высокой по фотографии, где девушка разговаривает по телефону.

Следующий параметр, который заинтересовал нас как исследователей - цветность фотографии. Большую согласованность в экспертных оценках по шкалам ДМО получили изображения, содержащие в себе больше цветов и яркости, а также «топика». Мы полагаем, что это связано с тем, что различные цвета создают более точное представление о содержании фотографии. В случае, когда в изображении использован только один цветовой фильтр, получаемая информация становится односторонней. Также мы отметили, что ношение таких аксессуаров, как очки, создает впечатление об авторе как о скептическом, замкнутом и недоверчивом человеке, в то время как чисто портретное изображение, где глаза устремлены на публику, вызывает у окружающих большее доверие.

Интересными, по нашему мнению, получились результаты, что существуют психологические характеристики, которые по-разному воспринимаются в зависимости от того, кто изображен на фотографии - юноша или девушка. Чаще всего при оценке мужских фотографий отмечались такие характеристики как : уверен в себе, скептик, экстраверт, доминантен, независим, имеет высокую самооценку, а при оценке женских - пассивная, излишне эмоциональная, покорная, застенчивая, послушная, зависимая и т.д . Это можно объясняться влиянием гендерных стереотипов.

### **Литература.**

- 1) Бойцова О. Структура фотографического изображения (на примере любительской фотографии).
- 2) Кон, И.С. В поисках себя: личность и ее самосознание/ И.С.Кон.- М.:Политизат,1984.
- 3) Соколова, Е.Т. Психотерапия. Теория и практика/ Е.Т. Соколова.- М.: Академия,

2010.

- 4) Столин, В.В. Самосознание личности/ В.В. Столин. - М.: Просвещение, 1983.
- 5) Патаки, Ф. Некоторые когнитивные процессы Образа Я/Ф. Патаки// Психологические исследования познавательных процессов и личности/ отв. ред.: Д. Ковач, Б.Ф. Ломов.- М. Наука, 1983.