

**Пилотное исследование особенностей коммуникативного мира личности в условиях формирования нового типа её мобильности // Сибирский психологический журнал. 2018. № 70 С. 34 – 42.**

С помощью методов коммуникативной психологии проанализированы особенности коммуникативных миров формирующихся и развивающихся в условиях роста мобильного сотрудничества и популяризации феномена виртуальных гостевых сетей, на примере проекта Couchsurfing. Представлены результаты исследования транскультуральной группы из 10 стран и 17 городов России.

**Ключевые слова:** каучсерфинг, психология мобильности, доверие, коммуникативный мир личности, онлайн и оффлайн миры.

**Введение в проблему**

Существенные культурно-экономические изменения сегодня начинают захватывать самые различные сферы жизни общества, позволяя переосмыслить персональные и сетевые коммуникативные миры в новых условиях. Если еще несколько лет назад идея обмена вещами с абсолютно незнакомым человеком, не зная толком ничего о нем и не передавая никаких денег из рук в руки могла показаться безумием, то уже сегодня мы насчитываем более 10 крупных интернет сообществ объединяющих миллионы людей, которые готовы не только делиться вещами, но и разделить совместное проживание и быт на абсолютно безвозмездных началах.

При этом меняются и акценты понимания социально-психологических факторов личности в ее персональных и сетевых коммуникативных мирах. Введенный в научный оборот концепт «коммуникативный мир личности» в 1978 г. понимался как система интер- и трансперсональных коммуникативных отношений, формирующих оптимальную среду ее самореализации на основе таких их качеств, как «добровольность», «избирательность», «взаимность» [1]. В дальнейших исследованиях акцент смещается к анализу полноценных партнерских отношений – в сторону «Мы» и «Взаимной со-реализации». Последние исследования ориентированы на анализ К<sup>1</sup>-миров как миров сотворчества и ко-лидерства в контексте макросреды и организации [2]

Путешественники всегда одними из первых тестируют новые коммуникационные технологии. В качестве яркого примера проявления глобального интернет-сообщества, ломающего наши представления о принципах доверия и взаимобмена, можно привести международную сеть гостеприимства Couchsurfing. На сегодняшний день, каучсерфинг является наиболее популярной виртуальной гостевой сетью и объединяет более 14 миллионов человек из 200 тысяч городов планеты, представляет собой веб-сайт, на котором зарегистрированы люди из разных стран мира, готовы бесплатно предоставить жилье и оказать помощь друг другу во время путешествия [3; 4].

Таким образом, феномен рассвета совместного потребления уже не является кратковременным трендом или поверхностной идеей, благодаря интернету теперь мы все живем в глобальной деревне, позволяющей устанавливать связи, которые раньше происходили только “лицом к лицу” в таком масштабе, такими способами и с такой динамикой, которые прежде казались нам просто невыполнимыми. Мы движемся от пассивных потребителей к создателям, от культуры “я” к культуре “мы”, а интернет убирает посредников в нашей коммуникации, коллективное пользование происходит в феноменальных масштабах [3].

Системы услуг, связанные с товарами, существовали годами. Подумайте о библиотеках или прачечных. Однако как нам кажется, они входят в новую эпоху, поскольку технология позволяет сделать обмен беспрепятственным и забавным. Ближайшие пару лет такие выражения, как "совместная работа", "каучсерфинг" и "банки времени" станут частью нашего повседневной речи. Совместный стиль жизни означает намерение делиться такими ресурсами как деньги, умения и время. Другими словами, мне не нужны вещи, меня интересуют потребности, которые они удовлетворяют, и опыт, который они создают. Это подпитывает огромный сдвиг от того, что использование подразумевает владение, размывается граница между тем, что мое, что твое, а что наше.

Мы прошли от традиционного владения автомобилем к кар-шеринговым компаниям, однако интересный момент состоит в том, что для функционирования всех этих систем требуется степень доверия, и ключевой момент в их работе это репутация [5; 6]. В старой потребительской системе репутация не значила так много, потому что наша кредитная история была куда более важна, чем любой вид отзывов о поведении со стороны окружающих. Но теперь в интернете мы оставляем след. С каждым помеченным спамером, с каждой опубликованной идеей, с каждым оставленным комментарием, мы на самом деле показываем, насколько хорошо мы взаимодействуем и можно или нельзя нам доверять. Мы находимся на таком этапе, когда мы

<sup>1</sup>Здесь и далее «К» означает коммуникативный.

просыпаемся после невероятного похмелья пустоты и мусора, и совершаем скачок к созданию более жизнеспособной системы, построенной чтобы служить нашим природным нуждам, социальной (как сообществ) и личной идентичности. Мы находимся на пути к революции, когда общество, перед лицом великих испытаний сделало гигантский сдвиг от индивидуальной добычи и траты к новому открытию коллективного блага.

В этом контексте исследование феномена проекта каучсерфинг и коммуникативные миры его участников приобретает особое прогностическое и культурное значение [7; 8].

### Гипотезы исследования

Феномен возникновения межличностных отношений в каучсерфинге интересен тем, что в нем происходит пересечение виртуального и реального миров. Этим определяются выдвигаемые гипотезы исследования на основании нашей предыдущей работы, в которой был проведен теоретический анализ проблемы [10]:

- общность личных характеристик субъекта коммуникации и особенностей его партнеров- участников проекта каучсерфинг будет выше, чем у контрольной группы.

- отношение каучсерферов к оценке своих переживаний как в отношении интересов так и в отношении партнеров будет характеризоваться большей дифференцированностью.

- смысловые показатели вербализации стресса и транса в интересах и партнерах у каучсерферов и контрольной группы могут быть разнонаправленными в связи с психологической спецификой участников проекта.

### Материалы и методы исследования

Для полноценного исследования транскомуникативного потенциала личностного роста участников виртуальной гостевой сети, оказывающего существенное влияние на изменения коммуникативный мира современной личности, была выбран проективная, психосемантическая исследовательская техника «Метод моделирования коммуникативного мира» (ММКМ). ММКМ построен на достаточно универсальных принципах коммуникативного подхода, в котором межличностная и внутриличностная коммуникации рассматриваются как форма самореализации и саморазвития личности в смысловом творчестве. ММКМ сохраняет единство коммуникативного подхода, теории транскомуникации и концепции коммуникативного мира как модели жизненного мира личности. Поэтому ММКМ реконструирует базовые координаты жизненного мира личности как особый хронотоп (в единстве коммуникативного пространства и времени). Коммуникативное пространство как смыслообразующее имеет интраперсональную («интересы, темы и проблемы» – И) и интерперсональную (партнеры, обозначенные их существенными характеристиками, – П) координаты в единстве с коммуникативным временем («ретроспектива», «актуальность», «перспектива»). Имеется в виду, что все смысловые линии (интересы – партнеры) рассматриваются в контексте прошлого, настоящего и будущего, и наоборот, ретроспектива, актуальность и перспектива представлены в пространстве проблем и партнеров на основе биполярной (семибальной) шкалы семантического дифференциала (SD) потенциала встреч (-3 – очень приятные переживания; +3 – очень приятные переживания), а также комбинаторных соотношений конкретных партнеров, участвующих в каждой теме и наоборот [1].

В данном исследовании были задействованы, во-первых, невербальные количественные показатели: количество интересов в качестве тем общения (психосемантическое пространство К-мира личности); количество партнеров (социосемантическое пространство К-мира личности); оценочные (по SD) показатели значимости переживаний (Ретроспективы – Р; Актуальность – А; Перспективы – П); по интересам (и), партнерам (п). Кроме того, проводился анализ по комплексным показателям – Вектору Роста (ВР) – сумма разностей модальных оценок между Ретроспективой, Актуальностью и Перспективой; Разнообразие Шкальных Типов (РТ) – количество разных комбинаций оценок во времени (Р, А, П) соотнесено с общим количеством шкальных типов по интересам и партнерам.

Во-вторых, представлены вербальные показатели на основе контент-анализа *транса и стресса* (ВТ) и (ВС), стресс-транс-формации (СТФ) и транс-стресс-формации (ТСФ) по интересам, партнерам и в целом. Всего таким образом задействовано 23 показателя из ММКМ. Для статистической оценки достоверности различий применялся непараметрический U-критерий Манна-Уитни (расчет в программе SPSS Statistics 23).

В исследовании приняли участие 100 человек. Экспериментальную группу составили: 35 респондентов из 17 городов России, 4 респондента из Украины, 2 респондента из Казахстана, 1 респондент из Андорры, 1 респондент из Швейцарии, 1 респондент из США, 2 респондента из Латвии, 1 респондент из Турции, 2 из Германии и 1 из Хорватии. Выборку исследования составили 31 женщина в возрасте от 20 до 28 лет и 19 мужчин от 21 до 40 лет. Всего 50 человек. Дата создания присоединения к проекту варьируется от 2009 до 2017 года, средняя продолжительность участия 3,7 года. Среднее количество положительных отзывов на 1 участника 24,5. В среднем на одного человека приходится 7 отзывов от гостей, 8 отзывов от хозяев и 8 личных отзывов. Отрицательных отзывов действительно среди профилей респондентов обнаружено не было, что подтверждает исходную гипотезу. В оценках друг друга пользователи наиболее часто отмечают, что их гость или хозяин был дружелюбный ( $\mu = 5,17$ ), веселый ( $\mu = 3,91$ ), готов пойти на встречу ( $\mu = 2,94$ ), тактичный ( $\mu = 2,69$ ), ответственный ( $\mu = 2,51$ ), хорошо информирован ( $\mu = 1,91$ ), проявлял уважение ( $\mu = 1,74$ ), много знает ( $\mu =$

1,49). В среднем один респондент в той или иной степени владеет тремя языками, и имеет 35 друзей в своем профиле.

Контрольную группу составили 50 человек – 29 женщин в возрасте от 19 до 35 лет и 21 мужчина в возрасте от 19 до 39 лет. Участники не зарегистрированы на сайте проекта, не слышали о нем и не пользовались его услугами.

### Обсуждение результатов исследования

В анализе результатов исследования нами задействован достаточно широкий комплекс характеристик К-мира личности для того, чтобы дифференцировать общие, универсальные и специфические для каучсерферов черты в их социально – психологическом портрете. Анализ достоверности различий между контрольной и «квазиэкспериментальной»<sup>2</sup> группами показал, что почти половина – 10 из 23 показателей К-мира личности – оказались чувствительны к участию её в каучсерфинге. Семь из них показали достоверные различия и еще три – на уровне правдоподобных статистических тенденций.

Из базовых наиболее объективированных показателей *достоверно выше* у каучсерферов оказались: три показателя разнообразия шкальных типов – по интересам (РТи), по партнерам (РТп) и в целом (РТ). Предыдущие исследования показали, что РТ достоверно связан с интеллектуальной продуктивностью, когнитивной сложностью и с аналитической вовлеченностью [2]. Следовательно, здесь он может рассматриваться как характеристика коммуникативной компетентности и культуры, что соответствует исходным гипотезам исследования.

У каучсерферов обнаружено также достоверно большее количество личностно значимых партнеров (пЛ), личные характеристики которых схожи с личными характеристиками респондента (субъекта К-мира). Этот показатель характеризует потенциал близости и взаимности в К-отношениях. При этом есть тенденция и к общему увеличению круга партнеров в их К-мире, что вполне предсказуемо.

Из прямых интуитивно оценочных показателей (количество позитивных негативных переживаний) достоверно менее выраженными оказались лишь негативные переживания (что не только правдоподобно, но и неизбежно для каучсерферов). Из дифференциально смысловых вербальных показателей (контент-анализа) достоверные и дифференцированные (разнонаправленные) различия показала группа первичных (более простых) показателей стресса и транса по интересам и партнерам. Так, вербализация эмоционально акцентированных характеристик транса (ВТи) и стресса (ВСи) оказалась у каучсерферов ниже, чем в контрольной группе. Это в частности, может объясняться большей осторожностью к эмоциональным тратам в связи со спецификой их образа жизни.

В то же время проявления транса и стресса в восприятии *партнеров* оказались достоверно выше. В результате также выглядит правдоподобным тот факт, что каучсерферам естественно необходима большая эмоциональная вовлеченность и внимание к индивидуальным особенностям новых партнеров в новых необычных обстоятельствах для успешности межличностной коммуникации.

Эта тенденция очень похожа на симптомокомплекс «опытного предпринимателя», который мы обозначили как *фактор децентрации* в направлении партнеров, что можно рассматривать как преодоление эгоцентризма с целью более эффективной и успешной межличностной коммуникации [2; 12]. В таком контексте становится понятно, что партнерская децентрация может происходить в ущерб глубины и содержательной вовлеченности в обсуждении интересов и проблем. Это обнаружилось в описании предыдущей особенности участников проекта.

В таких обстоятельствах образа жизни и специфики К-мира каучсерфера становится понятным и объяснимым тот факт, что его особенности касаются базовых, простейших характеристик его К-мира и не затрагивают тонкости креативного поведения и переживаний, отраженных в вербальных показателях стресс-трансформации (СТФ) и ее антипода (ТСФ), как по интересам и партнерам, так и с целом (ВС, ВТ, ВСТ и ВТС).

### Заключение

Результаты проведенного исследования подтверждают и конкретизируют проблематику, новые достоинства и специфические особенности нового типа личности, активно развивающегося и распространяющегося в транскультуральных процессах и в целом в социальной ойкумене начала XXI века. Каучсерферы проявляют себя как «вестники» или «сталкеры» существенных транскультуральных изменений все более глобализирующегося современного общества. Более комплексное и систематическое исследование этого социального движения позволит делать прогнозы развития в этом контексте еще более значимого транскультурального феномена – *образования трансфессионалов* на пересечении сетевых (on-line), интерперсональных (off-line) и трансперсональных коммуникативных миров ближайшего будущего [2; 9].

---

<sup>2</sup> Здесь каучсерферов мы называем квазиэкспериментальной группой, поскольку само явление каучсерфинга можно отнести к типу квазиэкспериментов, поставленных социумом и природой.

### *Литература*

1. Кабрин В. И. Коммуникативный мир и транскоммуникативный потенциал жизни личности: теория, методы, исследования. М.: Смысл, 2005. 248 с.
2. Кабрин В.И., Сметанова Ю.В., Звездина Е.А. Пилотное исследование транскультуральной психосемантики личностно значимых коммуникативных миров инновационно- и предпринимательски ориентированной молодежи // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 394. С. 211–219.
3. Официальный сайт проекта «Couchsurfing» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://couchsurfing.org>. – Дата доступа: 28.01.2018.
4. Steylaerts, Vicky, and Sean O. Dubhghaill. "CouchSurfing and authenticity: Notes towards an understanding of an emerging phenomenon // Hospitality & Society 1.3 (2012): 261-278.
5. Rosen, Devan, Pascale Roy Lafontaine, and Blake Hendrickson. "CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network // New Media & Society 13.6 (2011): 981-998.
6. Belk R. Sharing // Journal of consumer research. – 2009. – Т. 36. – №. 5. – С. 715-734.
7. Луневи́ч, И. Феномен аутентичности в современном индивидуальном туризме на примере проекта «Couchsurfing» / И. Луневи́ч // Европа-2012: глобальное и локальное / под ред. Г.Я. Миненкова. – Вильнюс: ЕГУ, 2013.
8. Русакова О.Ф. Дискурс мобильности в современных коммуникациях // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2014. Т. 22, № 13. С. 245–252.
9. Неклюдова С.В., Кабрин В.И. Формирование нового типа мобильного образа жизни личности в транскультуральной коммуникации // Сибирский психологический журнал. 2017. № 65. С. 66-82.