

**А. В. Смирнов**

Екатеринбург

## **ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНФОРМАЦИОННО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ У АДДИКТИВНЫХ ЛИЦ**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** аддиктивное поведение; семантическое пространство, аддикция, информационная среда.

**АННОТАЦИЯ.** На основе эмпирического материала рассматриваются особенности психосемантики информационной среды в сознании аддиктов.

**A. V. Smirnov**

Ekaterinburg

## **PSYCHOSEMANTICS CHARACTERISTICS OF INFORMATION-CULTURAL ENVIRONMENT OF ADDICTIVE PERSONS**

**KEY WORDS:** addictive behavior; semantic space; addiction; information environment.

**ABSTRACT.** The article, based on empirical data, considers peculiarities of psycho-semantics of the information-cultural environment in the minds of addicts.

**Зеркальные нейроны и аддиктивное поведение.** Многие исследователи отмечают сегодня существенное увеличение масштабов такого явления, как аддиктивное поведение. Наряду с известными формами зависимостей, описанными в Международной классификации болезней, появляются их новые формы, получающие распространение в течение последних 20-ти лет. Анализ различных научных первоисточников показывает [7. С. 3—11], что исследование аддикций ведется в широком спектре научных дисциплин по 13-ти направлениям, причем сегодня уже четко намечается тенденция к формированию междисциплинарного подхода в изучении аддиктивного поведения. Каждое направление в качестве «первоисточника» развития аддикций рассматривает различные факторы. Так или иначе в качестве таких факторов выступают: эволюционные факторы, генетика и наследственность, нейробиологические и нейропсихологические процессы, социальные факторы, технологические факторы, гендерные и возрастные особенности, личностные особенности и особенности онтогенетического развития. Такая ситуация вполне понятна — феномен аддиктивного поведения подчиняется закону нормального распределения, а следовательно, в его формировании принимает участие множество изначально независимых факторов самой различной природы. Данные современных исследований феномена зеркальных нейронов (mirror neurons), приводимые с 1997 г. группой ученых, возглавляемой Джакомо Ризоллатти (Giacomo Rizzolatti) [9. Р. 397—400; 10. Р. 0001—0002; 13], дают основания полагать, что информационная среда, окружающая аддикта, является одним из таких факторов формирования аддикций. Среди множества результатов, полученных в ходе исследований, обратим внимание на те из них, которые непосредственно важны для изучения аддиктивного поведения.

Во-первых, установлен факт непроизвольности работы системы зеркальных нейронов человека, ее независимости от сознания (automaticity) [10. Р. 0004].

Во-вторых, было установлено, что отдельные сети нейронов, входящие в целую систему зеркальных нейронов человека (Human Mirror Neuron

System), активируются и разряжаются тогда, когда мы выполняем, наблюдаем, слышим, вспоминаем, повторяем, воображаем его или мечтаем о нем. Они активизируются во всех актах нашего социального взаимодействия, при восприятии эмоций другого человека и эмоциональном сопереживании, при предвосхищении действий другого лица [9. Р. 401; 10. Р. 0001—0004; 13. Р. 665].

В-третьих, было установлено, что зеркальная нейронная система человека является нейронным механизмом осуществления широкого спектра явлений от достаточно простых поведенческих актов, таких, как подражание, до высоко разумных действий, таких, например, как воспроизведение при обучении или воспроизведение выученного. Кроме того, она может служить основанием для других фундаментальных когнитивных способностей человека, таких, как понимание языка (речи), понимание мыслей (mind-reading) и предвосхищение действий других людей (action-reading) [8; 12; 13. Р. 668—669].

Результаты исследований группы Ризоллатти открыли нейрофизиологический и нейропсихологический механизм сложных процессов социального научения и поведения [9; 12; 13]. И это уже непосредственно связано с распространением, в том числе и аддиктивного поведения в его многочисленных формах. В свете открытия зеркальных нейронов такие явления, как соблазнение, свращение, наблюдение, участие, фантазирование, воображение отдельных актов или сцен аддиктивного поведения (алкогольная, наркотическая зависимость, сексуальная зависимость, адреналиномания, гэмблинг, любовная зависимость, интернетомания, компьютеромания и даже трудовоголия), могут служить пусковым механизмом к развитию или активизации той или иной аддикции. Поскольку активация и разрядка зеркальных нейронов тесно связана с информационными стимулами [12], со способностью человека к непроизвольной имитации (подражанию) действий [13] и эмоциональным заражением [9; 10], то информационное воздействие и даже простая доступность информации, связанные с аддиктивным поведением, могут служить способом вовлечения определенной части населения в круг зависимого поведения [11].

В этой связи вопрос о том, может ли информационно-культурная среда способствовать развитию или активации аддиктивного поведения становится актуальным и интересным. Ответ на него может дать изучение современной информационно-культурной среды, повсеместно и постоянно окружающей человека и воздействующей на него. Оптимальными методами изучения связей и влияния индивидуального опыта и внешнего информационного воздействия при групповых исследованиях являются методы психосемантики.

2. Информационно-культурная среда как семантическое пространство. Предметом психосемантики является моделирование систем значений как структур репрезентации опыта в сознании. Для построения модели психосемантики априорно постулируется существование семантического пространства, организованного по типу разнообразных метрических пространств [4. С. 6]. На наш взгляд, информационно-культурная среда может выступать в качестве такого семантического пространства.

В психологии под информационно-культурной средой понимается совокупность случайных и целенаправленных воздействий на сознание человека, которое создается различными информационными каналами передачи информации. Постулируется, что, погружаясь в культурно-информационную среду, человек усваивает и формирует систему восприятия и понимания окружающей действительности и отношения к ней. Различают внутренний и внешний контексты этой системы. Внутренний контекст можно определить как специфические для данного человека особенности его индивидуальности, представленные на всех ее уровнях. При этом индивидуальность понимается как уникальная совокупность всех свойств человека как индивида и личности. В качестве внешнего контекста рассматривается система предметных, социальных, социокультурных, пространственно-временных и иных характеристик среды, в которой существует человек [1. С. 55]. На всех уровнях психического отражения внутренний и внешний контексты в их взаимодействии выполняют смыслообразующую функцию всей жизнедеятельности человека [1. С. 55] и на основе принципа единства сознания и деятельности определяют его поведение и деятельность [3. С. 17]. Изучение информационно-культурной среды позволяет определить, какое внутреннее семантическое пространство (система значений) формируется у аддиктов в отношении этой среды и какое побудительное воздействие, данная система значений оказывает.

**Соотношение понятий «смысл» и «значение» в психосемантике.** Понятие «смысл» выступает родовым к понятию «значение». Это обусловлено тем, что отношения человека к объектам окружающего мира, глубинные структуры субъективного опыта представлены для него именно в виде смысловых отношений [4. С. 20]. Каждый испытуемый оценивает значение стимулов исходя из собственного индивидуального субъективного опыта — определяет «значение для себя» (В. П. Серкин) — это ближе именно к понятию «смысл» [Там же]. При групповых исследованиях, напротив, производится именно групповое описание стимулов с последующим статистическим выделением обобщенных интер-

субъективных характеристик оценки стимула — это ближе к понятию «значение» [Там же]. Таким образом, понятием «смысл» оперируют при исследованиях индивидуального субъективного опыта, а понятием «значение» — при групповых оценках [Там же].

Поскольку в данной работе представлены результаты групповых исследований («Аддикты»), то мы оперируем понятием «значение». Значение понимается как единица, имеющая денотативное, операциональное и аффективно-мотивационное содержание, что позволяет рассматривать значение как единицу психологического анализа, способную регулировать деятельность и поведение в соответствии с определенными целями и мотивами.

**Содержание, цели, этапы исследования.** Первичной целью нашего исследования явилось определение психосемантики (системы значений) современной информационно-культурной среды у аддиктивных лиц и моделирование системы значений как структуры репрезентации опыта в сознании аддиктов.

Вторичной целью выступила проверка предположения о том, что информационно-культурная среда способствует у них активации аддиктивного поведения у данных лиц. Основанием к такому предположению служат:

1) наличие действия системы зеркальных нейронов человека, как эволюционного приобретения вида homo sapiens;

2) специфические особенности аддиктивной индивидуальности как совокупности индивидуальных и личностных диспозиций, определяющих наличие аддиктивного поведения и постоянной готовности к манифестации такого поведения;

3) так называемый тройственный морфизм (В. П. Серкин) семантического стимула (значения), регулирующего деятельность в соответствии с определенными целями и мотивами.

Говоря кратко, при наличии аддиктивной индивидуальности и связанной с ней постоянной готовности к реализации аддиктивного поведения семантический стимул может оказывать буквально побуждающее действие к реализации аддикции, опредмечивая аддиктивную потребность, превращая ее в доминирующий мотив аддиктивного поведения. Открытие системы зеркальных нейронов человека и механизмов их работы делает это еще более очевидным.

Общее число участников исследования составило 595 человек, из них 247 мужчин и 348 женщин в возрасте от 18 до 65 лет, принадлежащих к различным социальным и профессиональным стратам.

В связи с тем что нас интересуют особенности психосемантики именно аддиктивной индивидуальности, для продолжения исследования испытуемые из общей выборки (N = 595) подверглись дальнейшему отбору по критерию наличия (отсутствия) аддикции (вне зависимости от формы аддикции). Для отбора испытуемых нами использовались:

1) специализированная авторская диагностическая методика «ОДА-2010» [7];

2) авторская проективная психологическая методика «ГАЛС-2005»;

3) проективный тест Л. Зонди [6; 14];

4) специализированное структурированное интервью, содержащее вопросы, направленные на

диагностику количественно-качественной аддиктивной симптоматики и синдроматики [2];

5) мнение лиц, знающих участников исследования не менее 2,5 года.

Используемые диагностические методы предназначены для диагностики различных форм аддиктивного поведения, они прошли все этапы стандартизации и обладают высокими показателями надежности и различных видов валидности. Информацию об этом можно почерпнуть в соответствующих первоисточниках.

В результате отбора были сформированы три группы испытуемых.

В группу «**Аддикты**» (52%,  $n_1 = 310$ , 154 мужчины и 156 женщин в возрасте от 18 до 65 лет) вошли испытуемые, данные диагностики которых с помощью упомянутых методов однозначно указывали на наличие у них одной или нескольких видов аддикции: алкогольная; наркотическая; гэмблинг; адреналиномания; сексуальная; любовная; аддикция отношений; интернетомания и компьютерная аддикция; трудоголия.

В группу «**Пограничные**» (17%,  $n_2 = 101$ , 33 мужчины и 68 женщин в возрасте от 18 до 65 лет) были включены испытуемые, в отношении которых нельзя было сделать однозначного вывода ни о наличии, ни об отсутствии у них перечисленных выше аддикций.

В группу «**Неаддикты**» (31%,  $n_3 = 184$ , 60 мужчин и 124 женщины в возрасте от 18 до 65 лет) были включены лица с однозначным отсутствием указанных аддикций или хотя бы с частичной их симптоматикой.

Всем участникам исследования предлагалось дать единственную обобщенную характеристику информационно-культурной среды, которая их окружает в различных проявлениях (периодическая пресса, Интернет, телевидение, радио, реклама, книги, журналы, баннеры, витрины магазинов и т. п.) в виде односложной фразы или отдельного слова (прилагательного), а затем оценить выраженность данной характеристики по 7-балльной шкале.

Этапы статистической обработки полученного материала:

1. *Проверка нормальности распределения первичных данных* в каждой группе показала отсутствие нормальности распределения, что обусловило в дальнейшем использование непараметрических статистических критериев.

2. *Первичный отсев категорий*, по которым невозможно высчитать среднее значение, — удаление семантических категорий, указываемых однократно.

3. *Проверка принадлежности оставшихся семантических категорий к определенной группе* была необходимым шагом, поскольку в ряде случаев испытуемые из разных групп присваивали информационной среде схожие категории. Важно было определить, какие категории в оценке информационной среды однозначно принадлежат представителям той или иной группы. Наиболее оптимальным для данной процедуры нами был признан дискриминантный анализ. Он позволил наиболее точно и однозначно дифференцировать принадлежность семантических категорий по трем указанным группам.

4. *Повторная проверка нормальности распределения оставшихся категорий* показала на-

личие нормального распределения категорий в каждой из групп, в том числе и в группах, дифференцированных с учетом пола.

5. *Проверка различий по критерию пола в каждой группе* показала отсутствие половых различий в каждой из трех основных групп, что позволило далее оперировать данными без учета критерия пола.

6. *Проверка различий по критерию возраста в каждой группе* показала отсутствие возрастных различий в каждой из трех основных групп, что позволило далее оперировать данными без учета критерия возраста.

Определение семантических универсалий было следующим этапом статистической обработки данных в каждой из групп с применением квантиль-процентильного способа [3. С. 274–277]. Поскольку в данной публикации речь идет о психосемантике аддиктивных лиц, то дальнейшее повествование касается только группы аддиктов.

Выделенные семантические универсалии подверглись кластеризации с помощью методов, позволяющих обнаружить внутренне согласованную структуру (расстояние Чебышева, кластеризация методом Варда) (см. табл.).

Таблица

Кластерная структура семантического пространства информационно-культурной среды в восприятии аддиктивных лиц ( $n = 310$ )

№ п/п	Переменные	Межпозиционный коэффициент $\gamma$	Название кластера
I	Интерактивная	0,99 $p < 0,000001$	Побуждение к капитализации и потреблению материальных благ
	Коммерческая		
	Необходимая		
II	Развлекательная	0,99 $p < 0,000001$	Побуждение к получению удовольствий
	Агитирующая		
III	Вездесущая	0,98 $p < 0,000001$	Поддержание постоянного психологического напряжения и разрушение табу
	Напрягающая		
	Пропагандирующая		
	Развращающая		
IV	Информирующая	0,98 $p < 0,000001$	Дезориентация и манипулирование сознанием
	Манипулятивная		
	Лживая		
V	Достоверная	0,97 $p < 0,000001$	Мизантропическая направленность информации
	Интригующая		
	Негативная		
	Гуманитарная		
VI	Глупая	0,97 $p < 0,000001$	Интригующий и отвлекающий абсурд
	Гипнотизирующая		
	Познавательная		
VII	Доступная	0,97 $p < 0,000001$	Информационная среда как главный авторитет
	Социально одобряемая		
	Убеждающая		
	Полезная		
VIII	Навязчивая	0,68 $p < 0,000001$	Систематичность воздействия
	Воздействующая неизбежно		

Коэффициент Кронбаха- $\alpha$  подтвердил внутреннюю согласованность, непротиворечивость кластерной структуры и ее принадлежность к сфере семантики информационно-культурной среды в сознании аддиктивных лиц (Ст.  $\alpha = 0,98$ ;  $r = 0,83$ , при  $p < 0,000001$ ).

**Первый кластер** (см. табл.), по нашему мнению, указывает на то, что информационная среда воспринимается аддиктами провозглашающей принципы капиталистической общественной формации, а именно капитализацию — достижение материального могущества, выступающего базовым мерилем бытийной мощи [14. S. 285], и философию потребления. И капитализация, и потребление воспринимаются аддиктами как ведущие и необходимые социальные нормы. В связи с этим именно аддиктивные лица являются наиболее активными проводниками и социальной опорой этих принципов. Интерактивность отмечается ими как важная составляющая информационной среды, которая ускоряет процессы накопления, приобретения, потребления материальных благ, при этом она подменяет собой социальную активность и создает иллюзию свободы выбора.

**Второй кластер** описывает информационную среду как буквально агитирующую аддиктов к реализации аддиктивного поведения во всем многообразии его форм. Известно, что любое развлечение сопряжено с получением удовольствия, которое является целью, в том числе и аддиктивного поведения. Любого рода «Entertainment» — это коммерческая отрасль — индустрия развлечений, где развлечение и удовольствие преподносятся как товар, а конечной ее целью является увеличение прибыли и экспансия числа источников. Поэтому эта индустрия сегодня может предложить весь спектр аддиктивных удовольствий, начиная от разрешенных питейных заведений или Интернет-клубов, до преследуемых публичных домов и наркопритонов. Второй кластер не только идентичен предыдущему по мощности, но и хорошо дополняет его содержательно, привнося в него новый нюанс, а именно культивирование гедонизма и праздности, уводящее аддиктивное население от продуктивной социально полезной деятельности, способствующее социальной пассивности и формированию потребительско-паразитического образа жизни.

**Третий кластер** указывает на то, что информационная среда вызывает и поддерживает у аддиктивных лиц постоянное психологическое напряжение и служит источником постоянных внутренних конфликтов различной модальности. Вероятно, не последнюю роль в продуцировании этих конфликтов выполняет девальвация прежней системы норм и ценностей и пропаганда новых. Подтверждением тому служат такие перемены, как «пропагандирующая» и «развращающая», которые следует понимать в широком смысле именно как побуждение аддиктов к обесцениванию прежних норм и ценностей и принятию новых. То, что вчера было под запретом и осуждалось, сегодня разрешено, признано социальной нормой и пропагандируется как норма. Такое несоответствие внешнего информационного воздействия и прежней (религиозной по сути) системы ценностей, несомненно, порождает конфликты. Перманентность этих конфликтов и со-

провожающего их психологического напряжения ведет к психологической неустойчивости, внушаемости, формированию экстернального локуса контроля и указывает на низкую продуктивность соответствующих механизмов психологической защиты.

**Четвертый кластер**, схожий по мощности с предыдущим, указывает на то, что информационная среда воспринимается аддиктивными лицами как управляющая и манипулирующая их сознанием посредством тенденциозно подаваемой или откровенно лживой информации. Несмотря на это, аддикты остаются активными участниками и реципиентами подобной информационной среды. Это еще один конфликт, который способствует внешней и внутренней дезориентации аддиктов, облегчающий манипулирование их сознанием через информационные каналы, усиливающий зависимость внутренней картины мира и поведения аддиктов от внешних информационных стимулов.

**Пятый кластер**, по-нашему мнению, помимо своего непосредственного мизантропического содержания в скрытой форме описывает процесс разрушения основ социоцентричной культуры, идеи соборности и ее переориентацию в сторону индивидуализма и социальной разобщенности в сознании аддиктов. Так, в качестве вполне достоверных фактов или художественных сюжетов подается информация о криминале, скандалах, аферах, мошенничестве, катастрофах, происшествиях, террористических актах и военных действиях, брошенных детях, гибели населения и иная подобная информация, которая, интригует аддиктивных лиц и связывается в их сознании с так называемым «человеческим фактором». Формируется устойчивая ассоциативная цепочка, в которой все негативное, происходящее в окружающей аддикта действительности, связывается с человеком и социумом. Она направляет аддикта к социальной оппозиционности, индивидуализму, социальной самоизоляции.

**Шестой кластер** характеризует ту часть информации, которую смело можно назвать глупой, абсурдистской, не несущей никакой полезной нагрузки. Примерами такой информации аддиктивные лица отмечают транслируемые сплетни, слухи, скандалы, передачи оккультно-эзотерического, псевдонаучного содержания и т. п. Однако аддикты отмечают, что именно такая информация буквально гипнотизирует их, и более того, они находят ее интересной и познавательной. Подобное стремление к интригующему абсурду хорошо вписывается в картину аддиктивного поведения и его симптоматику. Здесь просматривается и характерное для аддиктов стремление к фантазированию с отрывом от реальности, и стремление к социальной отгороженности.

**Седьмой кластер** охватывает переменные, совокупность которых указывает на то, что информационно-культурная среда постепенно становится для аддиктивных лиц основным «советчиком и наставником», своеобразным «поводырем по жизни». Испытуемые отмечают обилие и доступность полезной для жизни и быта информации, которая является ими востребованной, социально одобряемой и имеющей для них высокий уровень авторитетности. Данный кластер, по сути, показывает, что своеобразные «усилия»

информационной среды по внедрению новых ценностей общества потребления оправдываются, по крайней мере, в отношении аддиктивной части населения. Психологически неустойчивый, дезориентированный аддикт, переживающий различные конфликты, несомненно, стремится устранить диссонансы и неопределенность. И информационная среда «протягивает ему руку помощи» в виде информации действительно полезной для его жизни, закрепляя внешний локус контроля и, как следствие, его управляемость через информационные каналы.

**Восьмой кластер** характеризует интенсивность и методичность информационного воздействия на сознание аддиктов. Отмечается прямое влияние информации на восприятие аддиктами окружающей действительности и неспособность защититься от этого воздействия.

Информационно-культурная среда может способствовать разворачиванию аддиктивного поведения, поскольку активация и разрядка зеркальных нейронов тесно связана с информационными стимулами, со способностью человека к подражанию действиям и эмоциональным заражением. При этом информационно-культурная среда является лишь одним из множества факторов формирования аддикций в ряду других, таких, как наследственность, особенности онтогенеза, процесс личностного развития, социальное окружение, ситуативные факторы.

#### **Выводы**

1. Проведенное исследование позволило определить содержание и структуру психосемантического пространства современной информационно-культурной среды у аддиктивных лиц, которое объединяет всех аддиктов вне зависимости от формы аддиктивного поведения.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. ЖУКОВА Н. В. Информационно-культурная среда и субъект познания // Актуальные проблемы психологии и конфликтологии: сб. науч. ст. / отв. ред. С. А. Минюрова ; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2010.
2. КАПЛЯН Г. И., СЭДОК Б. ДЖ. Клиническая психиатрия. М. : Медицина, 2002. Т. 1.
3. СЕРКИН В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики : учеб. пособие для вузов. М. : Изд-во ПЧЕЛА, 2008.
4. СЕРКИН В. П. Методы психосемантики : учеб. пособие для студентов вузов. М. : АСПЕКТ-ПРЕСС, 2004.
5. СМЕРНОВ А. В. Графологическая психодиагностика личности с использованием методики «ГАЛС-2005». Екатеринбург : Изд-во ООО «ИРА УТК», 2008.
6. СМЕРНОВ А. В. Екатеринбургские лекции по экспериментальной диагностике побуждений Леопольда Зонди. Екатеринбург : Изд-во гуманитарного ун-та, 2005.
7. СМЕРНОВ А. В. Опросник диагностики аддикций «ОДА-2010» : метод. пособие. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2010.
8. ЧЕРНИГОВСКАЯ Т. В. Зеркальный мозг, концепты и язык : цена антропогенеза // Физиологический журнал им. И. М. Сеченова. 2006. Т. 92, №1.
9. GALLESE V., KEYSERS C., RIZZOLATTI G. A unifying view of the basis of social cognition // TRENDS in Cognitive Sciences. 2004. Vol. 8, No. 9 September.
10. IACOBONI M., MOLNAR-SZAKACS I., GALLESE V., BUCCINO G., MAZZIOTTA J., RIZZOLATTI G. Grasping the Intentions of Others with One's Own Mirror Neuron System // PLOS Biology. 2005. Vol. 3.
11. REISMAN J. History & Science : Erototoxic Images drive Sex Trafficking Demand // SALVO. 2010. Vol. 11 (November).
12. RIZZOLATTI G., ARBIB M. Language within our grasp // Trends in Neuroscience (TINS). 1998. №21.
13. RIZZOLATTI G., FOGASSI L., GALLESE V. Neurophysiological mechanisms underlying the understanding and imitation of action // Neuroscience. 2001. Vol. 2.
14. SZONDI L. Lehrbuch der Experimentellen Triebdiagnostik. Bern : Hans-Huber Verlag, 1972.

Статью рекомендует канд. психол. наук, доц. К. В. Злоказов

