

Социально психологические характеристики активных пользователей  
социальных сетей

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Теоретические основы социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей .....	6
1.1. Понятие социальная сеть в современных источниках .....	6
1.2. Интернет зависимость и психологические особенности активных пользователей социальных сетей .....	14
1.3. Взаимосвязь социально-психологических характеристик пользователей социальных сетей с особенностями их активности в сети .....	22
Выводы по главе.....	29
Глава 2. Эмпирическое исследование социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей .....	30
2.1. Организация исследования, выборка, методики .....	30
2.2. Результаты полученных данных.....	36
Выводы по главе.....	58
Заключение .....	60
Список литературы .....	64

## Введение

Одним из основных признаков развития современного общества является стремительное развитие компьютерных информационных технологий, который дает возможность современному человеку учиться, обсуждать проблемы, которые беспокоят, знакомиться и общаться с друзьями, а также перенестись в любую страну мира, узнать о ее культуре и традициях, используя неограниченные возможности всемирной сети Интернет. Сегодня Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Однако следует отметить, что сеть Интернет дает не только возможность для развития способностей, улучшения знаний и расширения круга интересов, но и содержит в себе реальные угрозы как для взрослых, так и для детей. Наряду с положительными сторонами, социальные сети имеют и отрицательные последствия - это интернет-зависимость, экономия или отсутствие времени на живое общения. Социальные сети, отодвигая на второй план традиционные институты социализации - семью, школу, друзей, - занимают все более доминирующую роль в процессе социализации личности и оказывают непосредственное влияние на ее ценностные ориентации.

Опрос среди 1600 человек в 130 населенных пунктах показал, что наиболее часто используемыми социальными сетями в нашей стране являются «ВКонтакте» и «Одноклассники». По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, (ВЦИОМ), 42 % пользователей практически ежедневно посещают «ВКонтакте», а 27 % – «Одноклассники». В общей сложности на эти ресурсы заходят 61 % и 54 % опрошенных. Далее в рейтинге популярности следуют Instagram (25 %) и Facebook (20 %).

Потребность наших граждан в параллельной виртуальной жизни носит массовый характер и не может не вызывать тревогу у различных специалистов. Виртуальная жизнь имеет свои особенности и законы и отражается на развитии реальной личности. У активных пользователей социальных сетей можно выделить общие психологические особенности,

которые располагают к формированию компьютерной зависимости от виртуальной реальности. Эти черты становятся общими для большинства граждан нашей страны и дают нам возможность говорить о тенденциях к формированию нового образа современного гражданина России.

Объект исследования – активные пользователи социальных сетей.

Предмет исследования - социально-психологические особенности активных пользователей социальных сайтов.

Цель - теоретически обосновать и эмпирически исследовать социально-психологические характеристики активных пользователей социальных сетей.

Гипотеза исследования: активные пользователи социальных сетей характеризуются следующими социально-психологическими характеристиками личности, а именно: ориентированы на социальное взаимодействие, готовы к экспериментам и творческому преобразованию действительности с целью удовлетворения своих интересов и стремлений, ориентированы на ожидание включенности и аффектации со стороны других, чем на собственную активность в этом отношении, способны производить заведомо одобряемое впечатление, получая желаемое подкрепление от других, что отражает коммуникативную компетентность испытуемых или демонстративность, неискренность поведения.

Задачи исследования:

1. Проанализировать понятие социальной сети в современных психологических источниках;
2. Рассмотреть психологические особенности активных пользователей социальных сетей
3. Изучить взаимосвязь социально-психологических характеристик пользователей социальных сетей с особенностями их активности в сети;
4. Организовать и провести эмпирическое исследование социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей;

5. Проанализировать полученные результаты эмпирического исследования, разработать практические рекомендации.

Теоретико-методологическая основа исследования - изучением психологических особенностей активных пользователей социальных сетей занимаются: К.Ю. Галкин, И.Л. Мартылова, Т.С. Середина, А.Е. Войскунский, О.Н. Арестова, М.Ю. Горбунова, Е.А. Раевская, А.С. Харитонов и др.

Методы и методики исследования. Нами применялись следующие методы: теоретический анализ литературы, в которой характеризуют психологические особенности активных пользователей сети Интернет; метод анкетирования; психодиагностические методы (Анкета «Активность личности в виртуальной социальной сети» (Косивченко Е.И.); 16-факторный опросник личности (форма А, 187 вопросов) Р.Б. Кеттелла. Методика «Диагностика самоактуализации личности» (САМОАЛ) А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калиной. Адаптированная версия опросника FIRO-B В. Шутца (Опросник межличностных отношений (ОМО) А.А. Рукавишниковой). Опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратовой), методы математической статистики (описательная статистика, Т-критерий Стьюдента).

Научная новизна исследования - работы заключается в разработке и описании исследовательской процедуры выявления социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей.

Практическая значимость – результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности педагогов, психологов.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена логикой исследования и включает в себя: введение, две главы, заключение и список литературы.

# **Глава 1. Теоретические основы социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей**

## **1.1. Понятие социальная сеть в современных источниках**

В современном мире огромное количество контактов осуществляется через Интернет. Благодаря социальным сетям люди с разных частей мира получили возможность общаться друг с другом. Социальные сети становятся пространством формирования и закрепления различных культурных стереотипов. В конце прошлого века принципиально изменился стиль жизни человека, которая получила возможность налаживать те контакты, которые являются важными и ценными для нее, в наибольшей степени отвечают ее интересам. Теперь для того, чтобы взаимодействовать с представителями других культур, ему не обязательно даже выходить из дома.

В Интернет-среде формируется своя специфическая среда, которая изменяет характер взаимодействия между индивидами. Социальные сети практически не поддаются внешнему контролю, не имеют единого центра, а поэтому каждый в праве действовать в них так, как считает нужным. Интернет как современное средство массовой коммуникации формирует из пассивного слушателя в активного соучастника. Современный человек не просто стремится узнавать о событиях, он стремится их создавать.

Феномен Интернета и социальной сети рассматривали в своих исследованиях Н. Кастельс, А.В. Назарчук, И.А.Ачкурин. вопросу коммуникации в Интернет-среде посвящены труды С.В. Паляя, А.А. Шапиро. При анализе социальных сетей нами было использовано также взгляды, освещенные в трудах А.Е. Жичкиной, И.Л. Мясникова

Социальная сеть является структурой, которая отражает отношения индивидов и связи между ними через разнообразные социальные взаимоотношения.

Термин «социальная сеть» в контексте информационной среды впервые использовал в 1954 году социолог Джеймс Барнс. Сегодня под этим термином чаще всего понимают виртуальную платформу, Интернет-сайт, веб-сервис, портал в Интернете, цель которого – объединить как можно большее количество людей, предоставив им максимум возможностей коммуникации между собой [7, 153].

Социальные сети существовали всегда, однако последние технические разработки в сфере коммуникации сделали их доминирующей формой социальной организации. Мы стали свидетелями прихода новой, информационной эры, для которой характерной является самостоятельность культуры по отношению к материальной основе нашего существования.

Истоки онлайн-обществ можно проследить, начиная с 1970-х годов. По своей сути они были близки к альтернативным движениям, которые начали зарождаться в конце 1960-х. По мнению исследователя Кастельса, такие первые онлайн-конференции возникли вследствие потребности в создании определенной коммунальной атмосферы после неудачных экспериментов на почве контркультуры в материальном мире [4].

Вследствие изменения социокультурной ситуации и расширения сферы влияния виртуальных сообществ их первоначальные связи с контркультурой становятся заметно слабее. Социальные сети становятся источниками самых разнообразных ценностей и интересов. Они функционируют, основываясь на двух принципах: свободной коммуникации организации сети.

Согласно первому принципу, общему для всех пользователей социальных сетей являются фундаментальная ценность свободы слова и свободного выражения мнения. Следующий принцип провозглашает возможность каждого найти собственное место в сети. В Интернете вы будете тем, кем себя называете, поскольку именно на основе этого ожидания со временем формируется сеть социального взаимодействия.

Исследователь И.А. Ачкурин выделяет следующие архетипические характеристики, которые использовались при построении виртуального мира:

- 1) основное отличие в мире – разделение на «наших» и «не наших»;
- 2) нежелание отсрочить удовольствие;
- 3) выдвижение на передний план личностных отношений;
- 4) амбивалентное отношение к власти;
- 5) плохое знание реальности (а не мифов о ней);
- 6) враждебное отношение ко всему новому;
- 7) фатализм;
- 8) вера в ограниченность каких-либо благ;
- 9) неумение представить и оценить перспективы;
- 10) плохое чувство эмпатии [1, 17].

Человеческая коммуникация все в большей степени охватывается сетью технических стандартов, которые опосредуют все социальные взаимодействия и замыкают их в специфический технологический каркас, который можно назвать сетевой моделью [6, 65].

Общение людей сегодня является организованным через программу сетевых процессов. Основной характеристикой социальной сети является многоканальность. Если один из элементов выпадает из процесса коммуникации, она находит альтернативные пути передачи информации.

Сеть – полимагистральная структура, в которой две точки всегда связываются множеством магистралей, а каждая магистраль состоит из множества отрезков и путей. Сети представляют собой открытые структуры, которые могут неограниченно распространяться путем включения новых узлов, если те склонны к коммуникации в рамках данной сети, то есть используют аналогичные коммуникационные коды (например, ценности).

Сеть имеет ячеистую структуру. Эта структура сводится к повторению одного и того же элемента. Благодаря этому принципу становится возможно охватить как можно большее пространство.



Согласно статистическим данным, среди рожденных в конце XX века, 96% людей зарегистрированы хотя бы в одной социальной сети.

Социальные сети никогда не сводятся к коммуникационным сетям, к перемещению имеющейся информации. Любой социальный субъект может свободно обрабатывать, накапливать, создавать новую информацию, быть субъектом свободного волеизъявления и действия.

Социальные сети представляют собой сложную проекцию общества на интернет-пространство, основанное на началах публичности, общедоступности, всеобщего равенства. Социальные сети нивелируют ролевые характеристики адресата и адресанта, каждый участник коммуникации имеет равное право голоса.

Теория сетей определяет понимание социальности, трактуя социальный контакт как бинарную коммуникацию, коммуникацию между тем, кто передает, и тем, кто принимает информацию [6, 67].

Социальные сети представляют собой пространство виртуальной коммуникации и является механизмом сетевой трансляции информации с такими характерными особенностями, как многослойность коммуникативных и метакоммуникативных актов, с размыванием границ между типом высказываний и коммуникативных действий и действенным механизмом преобразования авторских высказываний на общие интернет-темы [8, 58].

Личные данные пользователей социальных сетей (их фотографии, биографические данные и предпочтения) становятся почвой для их интерпретации коммуникативных актов. Коммуникации в социальных сетях могут осуществляться несколькими способами: при помощи личных сообщений, комментариев, общение в группах и записей на «стене», а также косвенным, пассивным путем: в виде распространений и «лайков».

Характерной для общения в социальных сетях является значительная визуализация текста, то есть использование разнообразных «смайликов», картинок и «гифок» которые отражают эмоции или отношение человека,

частично или полностью заменяющие текст. Используется также употребление акронимов – сокращенных фраз или слов, образованных путем упущения гласных или аббревиатур. Это все объясняется тем, что главным в общении – донести свою мысль, передать эмоции. Традиционные правила грамматики и нормы общения отходят на второй план.

Важным способом общения в социальных сетях является обмен ссылками. Вместо того, чтобы рассказывать что-то своему оппоненту достаточным становится просто отправить ему ссылки на тот сайт или пост в социальной сети, где об этом говорится.

Особенностями социальных сетей является то, что информационное наполнение является неструктурированным, дискуссии возникают спонтанно. Продолжительность хранения информации является неопределенной, поскольку ее носитель или модератор группы может удалить ее в любой момент.

Общение в социальных сетях вызывает изменение восприятия времени и пространства. Если раньше основой человеческого общества была привязанность человека к конкретному месту работы и среды обитания, то сегодня, в силу новых коммуникативных возможностей, связь с локальным средой заметно ослабевает. Географически удаленные друг от друга регионы могут быть в плане поведения значительно ближе друг к другу, чем соседние. Люди стремятся реализовать, прежде всего, личные потребности, они имеют возможность строить группы, согласно собственных интересов и цели, без учета определенных географических границ.

Социальные сети помогают человеку не привязываться к той культурной среде, в которой он находится непосредственно. Даже попадая в инокультурную среду, человек получает возможность поддерживать постоянные связи с представителями своей культуры, оставаясь в пределах привычного ему дискурса. Таким образом, социальные сети могут замедлять или нивелировать процессы ассимиляции.

Обмен информации происходит практически моментально, причина и следствие реализуются практически одновременно. Однако информация попадает к получателю не тогда, когда непосредственно ему направлено, а тогда, когда есть прочитанной.

Сущность сети целесообразно описать через понятие ризомы, разработанного в трудах Ж. Делеза и Ф. Гватари. Социальные сети построены по ризоматичному принципу и их характеристики соответствуют основным характеристикам ризомы. Согласно этой концепции, ризома не имеет исходной точки своего развития, она принципиально децентрализована. Любая точка может быть объединена с любой другой, ни одна из них не имеет преимуществ над другими. Разрыв в ризоме может произойти в любом месте, при чем, это происходит без всякого вреда для системы [2].

В ризоме каждая черта не отсылает с необходимостью к лингвистической черте: семиотические звенья любой природы сочетаются здесь с самыми различными способами кодирования. Ризома соединяет семиотические звенья, организации и обстоятельства, отсылающие к искусству, науке или социальной борьбе.

Понятие единства появляется только тогда, когда в множественности власть захватывает означаемое или, когда в ней происходит определенный процесс, который отвечает субъективизации.

В ризоматичной системе коммуникация осуществляется от одного соседа к другому, все индивиды взаимосвязаны и определяются только по состоянию в конкретный момент, так что локальные операции координируются, а глобальный конечный результат синхронизируется независимо от центральной инстанции. Ризома является ацентрированной, неиерархичной и неоднозначной системой, без организаторской памяти или центрального автомата, уникально определяемых только циркуляцией состояний.

Структура социальных сетей соответствует структуре и запросам современного общества, которое является таким же децентрализованным и

ризомным. Изменение в обществе было обусловлена потребностью получать сегментированную информацию. Публичность становится интерактивной, люди перестают быть просто пассивными слушателями, собственно поэтому принцип социальных сетей сегодня является как никогда актуальным.

В виртуальном мире центр есть везде, тогда как окраина вообще отсутствует. Как отмечает Н. Маклюэн: «С появлением спутника, планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры [...]. На космическом корабле «Земля» нет пассажиров, здесь каждый является членом экипажа» [5, 28]. Люди сегодня больше занимаются производством, чем потреблением, особенно это касается информации, они стремятся создавать события, чем быть их свидетелями.

В основе социальной сети лежит коммуникация индивидов. Современный человек окружен сетью социальных контактов, которые становятся все более безличностными и мимолетными. Контакт должен легко завязываться и быстро завершаться. Социальные сети создают пространство, в котором человек может наиболее полно реализовать свои потребности в такой образ, которого требует современное общество. Интернет сделал возможным придания устойчивости межличностным, часто случайным контактам.

В общении в социальных сетях реализуются несколько видов коммуникации: межличностная, межгрупповая, межсоциумная, коммуникация между собой и группой, между группой и обществом, между личностью и обществом [3, 132].

В коммуникативной ситуации сетевого общения существуют такие формы речи: монолог, диалог и полилог, в условиях общения в Интернет-среде приобретают новых специфических признаков.

Монологическую речь в условиях общения в социальных сетях приобретает направленности на диалог. Монолог как подвид диалогической речи, поскольку он является репликой большого диалога, а, следовательно, является ориентированным на ответ. Сочиня сообщения, статусы или посты

человек осознает, что они будут прочитаны другими, а потому использует различные риторические вопросы, обращения к потенциальным собеседникам.

Такие сообщения, а также сообщения с цитатами или ссылками является подвидом монологического вещания, однако направлены на стремление поделиться информацией, а, следовательно, имеют потенцию к превращению в диалог или полилог, при условии заинтересованности со стороны других и их замученности путем комментирования или распространение.

Отличием от диалога полилога является то, что он направляется не на конкретного адресата, а на широкую аудиторию. Диалогические сообщения могут направляться частно, оставаться на персональной странице или создаваться с указанием конкретного адресата [3, 136].

Аллюзией на невербальное общение в социальных сетях могут выступать «лайки» и «распространение», а также замена вербальных сообщений картинками или «гифками». Своеобразным привлечением других к общению является загрузка новых фотографий или замена главной фотографии профиля.

В полилогическом общении все участники являются равноправными, каждый имеет право высказать свое мнение и быть услышанным. Такое общение инициируется адресатом, который создает сообщение, которое имеет формальную структуру монологического вещания. Если эта тема интересна другим, они высказывают свое мнение, комментируют, в процессе комментирования могут зарождаются споры, в рамках полилога могут формироваться диалоги, если двое из участников коммуникации имеют противоположные мнения и разворачивают тему в интересном для них направлении.

Жизнь индивидов состоит из сообщений, которые становятся основными в социальных сетях. Не важно, кто является носителем сообщения, главное – информация, которая в нем содержится.

Социальные сети в большой степени обуславливают процессы глобализации, поскольку лежат в основе сжатия пространства, увеличения взаимозависимости между различными частями мира.

Особенностью социальных сетей является их относительная закрытость относительно общей Интернет сети. Она заключается в том, что доступ к информации в социальной сети может получить только ее участник и лишь тогда, если ее владелец откроет к ней доступ. В таких сообществах основным объектом является не информация, а люди. Поэтому проанализировать структурированность информации, ее адекватность и сохранность трудно. Рядом с закрытыми социальными сетями существуют также открытые, доступ к которым является открытым для пользователей Интернета не зависимо от того, есть в них зарегистрированными. Примером такой социальной сети может считаться TWITTER.

Итак, социальные сети являются способом организации межчеловеческих контактов, минимально зависимым от времени и пространства. Для них характерно отсутствие четкой структуры и единого центра. Каждый участник социальной сети является соавтором общей Интернет-среды.

## **1.2. Интернет зависимость и психологические особенности активных пользователей социальных сетей**

Компьютеризация нашего общества в последнее время приобрела лавинообразный характер, практически невозможно найти учебное заведение, организацию без наличия в них компьютеров и компьютерных сетей. Большой поток новой информации, применение компьютерных технологий повлияли на развитие личности современного человека. В психологической литературе появляются исследования, которые касаются влияния и последствий компьютеризации общества.

Первыми о пользовании компьютером, как проблеме заговорили американские журналисты, как только новые технологии вышли за пределы лабораторий и стали доступными широкой общественности – в начале 80х гг. XX ст. Немногочисленные исследования в области Интернет-зависимости носят пока пилотажный характер, скорее намечают цели и задачи, стоящие перед исследователями, столкнувшимися с новой проблемой. В одном исследователи единодушны: Интернет-зависимость является проблемой почти всегда людей молодого поколения.

Также с ней столкнулись врачи-психотерапевты, а также компании, использующие в своей деятельности Интернет и несущие убытки в случае, если у сотрудников появляется патологическое влечение к пребыванию онлайн. Так, согласно опросам, проведенным различными компаниями, в среднем 45% работников вместо работы «блуждают» в сети, 23% общаются с коллегами, а 7% занимаются собственными делами.

Британская газета Sunday Times приводит данные американских адвокатов, которые утверждают, что ПК стал самой большой угрозой брака за последние 30 лет. И это еще далеко не все проблемы, вызванные компьютером.

В 1994 году американский психолог Питтсбургского университета в Брэдфорде Кимберли Янг разработала анкету-опросник компьютерной зависимости и поместила ее на web-сайт, который посетили 500 человек, 400 из которых, согласно ее заключению, были признаны зависимыми (что составляет 80%! выборки). Это исследование вызвало волну дискуссий относительно вопроса «наркотической страсти» к Интернету. Но поскольку на вопросник К. Янг отвечали люди, которые явно имели определенные проблемы, выборка не может считаться валидной для всей популяции Интернет-сети. Критикуется и сам набор вопросов психолога.

В результате более позднего исследования К. Янг, которое опирается на ответы 196 человек, зависящими было названо лишь 10%. Так, 25% зависимых респондентов ответили, что попали на крючок в течение первых

шести месяцев активной работы в сети, еще 58% стали зависимыми в течение года. При этом 52% опрошенных проходили курс терапии, связанный с другими зависимостями (алкоголь, наркомания, лудомания – страсть к азартным играм), а 54% находились в депрессивном состоянии.

С цифрой в 10% согласны и другие американские психологи (Кол. Суррат и Дж. Суллер – 1996-98 гг.). Один из ведущих американских исследователей проблемы Интернет-зависимости, автор первой монографии по этому вопросу Дэвид Гринфилд (1999) делает вывод, что показатель количества зависимых пользователей составляет на сегодня 6%.

Российский психолог Александр Войскунский обвиняет американских коллег в необъективности, утверждая, что определение чрезмерного пользования компьютером зависимостью и отнесение его в ряд психических заболеваний им материально выгодно вследствие особенностей страхования американских граждан. Сам же А. Войскунский отмечает, что при достоверном лонгитюдном исследовании количества Интернет-зависимых, эта цифра не превысит 2%, и говорит о пользовании компьютером не как о зависимости, а пока что как о феномене взаимодействия.

С ним согласен российский психолог Елена Шепилина, которая значительное внимание уделяет мотивации пользователей и исследованию целей, с которыми человек обращается к компьютеру. Она рассматривает Интернет-зависимость не как психическое отклонение, а как поведенческую реакцию, и говорит, что «зависимый» пользователь отличается от «нормального» наличием компульсивной деятельности – навязчивой безцелевой навигацией по сети (19).

Другие психологи (А. Жичкина и О. Белинская) склонны считать, что из всех пользователей зависимыми должны быть все те же 10%.

Однако в 1996 году в американской официальной классификации психических болезней DSM-V появился новый раздел – кибернетические расстройства, под которыми понимают потерю ощущения времени и реальности в ситуации захвата компьютером. Их начали сравнивать с



наркотической или алкогольной зависимостью. Но отнесение этого отклонения в ряд болезней в мире до сих пор дискутируется. Зависимость от компьютера является нехимической, хотя и возбуждает те же отделы головного мозга, что и психотропные вещества. Поэтому ее уместнее сравнивать с увлеченностью работой или учебой.

В то же время, некоторые психологи вообще не считают Интернет-зависимость самостоятельным диагнозом, а привыкание к компьютеру называют симптомом других серьезных проблем в жизни личности (депрессия, трудности в общении). С другой стороны, практики считают использование компьютера эффективным средством преодоления трудностей личностного развития. Так, в клиниках Европы компьютерные программы успешно используются в лечении депрессий.

Сам термин «зависимость» был заимствован из профессионального лексикона психиатров для облегчения идентификации проблемы Интернета путем ассоциации ее с характерными социальными и психологическими проблемами. Впервые термин Internet-addiction использовал американский психолог Айвен Голдберг в 1996 году для описания неправдоподобно долгого, возможно патологического, пребывания в сети, и определил ее как формула без химических компонентов зависимость от пользования компьютером. К. Янг называет Интернет-зависимость навязчивое желание войти в Интернет, находясь вне связи (offline), и неспособность выйти из Интернета, находясь на связи (online).

Приведем некоторые определения понятия «зависимость» с точки зрения ее воздействия на личность:

зависимость бывает физиологической, если сам организм нуждается в данном веществе для нормального (скорее, привычного) функционирования, или психологической, если эта потребность имеет аффективную природу (Шапарь);

зависимость – неадекватно высокая восприимчивость к тому или иному внешнему воздействию, как правило, в связи с личностной неспособностью отказаться от влияния как результата подобного воздействия (Ушаков);

зависимость – непреодолимая тяга к чему-либо;

зависимость – результат расстройства мышления и восприятия, в результате которых мозг теряет способность адекватно оценивать реальность: некоторые факты он преувеличивает, другие недооценивает или игнорирует (44);

зависимость – особое внутреннее состояние человека, которое характеризуется утратой личностью свободы воли;

патологическая зависимость – такая, что ограничивает свободу личности и негативно влияет на здоровье (Нарицын).

К «группе риска» К. Янг относит людей, «которые часто в одиночестве сидят дома, например, домохозяйки». А. Шепилина говорит, что под угрозой люди, которые «внутренне одинокие». Так или иначе, большинство психологов согласна, что около 91% пользователей, склонных к зависимости, ищут в сети именно общение.

Основным пунктом «за» в таком случае является анонимность такого взаимодействия: сидя за компьютером, можно быть таким, каким хочется. А. Шепилина говорит о дезадаптации как о следствии «зависания в сети». Мы считаем целесообразным говорить о «зависании в сети» как следствия дезадаптации, а в уместном пользовании компьютером видим терапевтический эффект.

Стоит отличать «зависание в сети» от игромании: во втором случае к первой добавляется нервное и физическое возбуждение. По данным Лукеша почти все подростки в возрасте 13-16 лет играли в компьютерные игры, однако около половины опрошенных подростков играют довольно редко, 6% играют каждый день. Шпанхель пришел к выводу, что процент заядлых игроков несколько выше – 10-14. Ребята значительно более увлечены игрой, чем девушки, при этом частота и продолжительность игры снижается с

возрастом и увеличением уровня образованности игрока. Функ опросил 357 американских подростков и пришел к выводу, что две трети американских девушек и 90% парней в разной степени увлечены компьютерными играми. К тому же ребята проводят за этим занятием вдвое больше времени.

Однако опасения взрослых, что игры провоцируют или усиливают агрессию, пока не подтверждаются исследованиями. Наряду с этим появляются исследования, которые доказывают полезность разумного применения компьютерных игр. Профессор психологии университета Вашингтон в Сент-Луисе Алан Кастелл говорит, что у студентов-геймеров лучше развито визуальное внимание. Мозг, натренированный на играх, работает так же, не создавая особых стратегий, но обработка процессов проходит быстрее и качественнее.

Немецкий ученый Клаус Матиак исследовал 13 человек, которые проводят за играми не менее 2 часов ежедневно, и пришел к выводу, что мозг геймера, воспринимая игру как реальность, привлекает только когнитивные функции (память, внимание, речь, целостное восприятие и целенаправленную двигательную активность), не включая эмоций. Правда, здесь возникает проблема обеднения эмоционального мира игроков и постепенного воспитания в них равнодушия.

Австралийские медики из госпиталя Аделаиды провели эксперимент с использованием виртуальной реальности как обезболивающего для детей с ожогами в возрасте от 5 до 18 лет. Добавление компьютерных игр обезболивающего снизило показатель болевых ощущений с 4,1 до 1,3 баллов из возможных 10. Эффект объясняется тем, что мозг человека воспринимает виртуальный мир как реальный, и это не позволяет концентрироваться на собственных болевых ощущениях.

Стоит отметить, что однозначно пагубно влияет компьютерная игра на личность ребенка в возрасте до 12-14 лет: он теряет ощущение границы между реальной и виртуальной реальностью быстрее, чем старшие пользователи, идентифицируя себя со своим героем. Следствием этого

является перенос варианта «запасной жизни» в реальную реальность. Также детьми, увлеченными компьютерными играми, жестокость воспринимается как норма.

Также сам процесс пользования компьютером оказывает негативное влияние на здоровье. По классификации ВОЗ здоровье – физическое, психическое и социальное благополучие. Физические изменения в организме человека, особенно подростка, скелет и ведущие системы организма (сердечно-сосудистая, эндокринная, нервная) которого находятся на стадии активного формирования, колеблются от проблем с осанкой и зрением вплоть до изменения гипофиза. Наблюдались даже случаи так называемого абстинентного синдрома, когда люди начинали потеть и дрожать при виде компьютера. В сфере психического здоровья вследствие диссонанса между «Я-реальным» и «Я-идеальным», который возникает как результат способности человеческого мозга достраивать несовершенную виртуальную реальность таким образом, что она воспринимается как целостная система, меняется представление о себе и окружающих. Вследствие физического утомления снижается настроение, активность; также теряется ощущение реального времени в ситуации увлеченности работой или другим занятием за компьютером. На социальном уровне это может привести к проблемам в общении, формализации знаний и адинамии.

Как упоминалось ранее, К. Янг и О. Шепилина говорят, что основным фактором склонности к погружению в глубину является одиночество. Большинство из тех, кто считает себя зависимым, до 30 лет. В основном, это люди с высшим образованием, при чем чаще гуманитарии. Среди специалистов сети (программистов, наладчиков и др.) зависимость практически не встречается.

Социологи из Калифорнийского университета в Лос-Анжелесе составили портрет типичного обитателя сети: «вечно холостые молодые люди, которые не имеют никаких контактов с окружающей средой».

Согласно опросу, проведенному в 40 странах мира, житель сети «много читает книг, больше, чем «неподключенный к сети», времени уделяет общественной жизни и проводит перед телевизором не более 5 часов в неделю». Также было определено, что Интернет действительно имеет положительное, хотя и слабое влияние на общественные функции.

Российская исследовательница А. Шайдулина выявила некоторые общие черты подростков-пользователей – своих пациентов. Как правило, для них были характерны дисгармония функционирования эмоциональной сферы, которая проявлялась в неспособности к четкой дифференциации своих чувств, невозможности спонтанно отреагировать их в коммуникативных ситуациях. Это часто формировалось в результате псевдосолидарного типа семейных отношений, где выражение чувств считалось лишним или вообще относилось к проявлениям слабости.

Отношения в семьях носили формальный характер, отсутствовала искренняя вовлеченность родителей к делам ребенка, что способствовало возникновению у него ощущения изолированности, и в дальнейшем приводило к проблемам адаптации в коллективе сверстников. Даже при наличии широкого круга общения, дружеские отношения возникали очень редко, не было и эмоциональной привязанности к кому-либо из окружающих. С одной стороны – сами пациенты объясняли это отсутствием потребности в эмоционально близких отношениях, с другой стороны, были обнаружены явные паттерны алекситимичного синдрома, характерного для аддикций вообще. При этом и без того узкий круг общения, по мере развития Интернет-зависимости приводил фактически к формальной изоляции подростка.

Чаще всего, сами подростки не понимали того, что их увлечение вариантами компьютерных развлечений стало чрезмерным. Инициаторами обращения за помощью были родственники, случайно обнаружившие значительные проблемы в процессе обучения в школе или институте. Не случайно время обращения за помощью совпадало с началом весны.

Опираясь на собственные исследования, К. Янг пришла к выводу, что наибольшие потери в карьерном росте, семейных и дружеских отношениях наносит увеличение количества времени, которое пользователь проводит в сети и, как следствие, вытесняет реальную жизнь на задний план. Несколько расширили эту трактовку украинские психологи Н. Верховод и Л. Коргун. Они предлагают такие признаки компьютерной зависимости, в частности, для подростков: увеличение времени, проводимого за компьютером; потеря реального чувства времени; отход реального общения, обучение, выполнение поручений на задний план; бегство от проблем в виртуальный мир.

Обобщая сказанное выше, повторим, что в психотерапии существует термин «Интернет-зависимость», который отражает патологическую страсть к использованию электронных ресурсов. В психологии вопрос зависимости остается нерешенным; большинство исследователей этой проблемы акцентируют внимание на особенностях личностного развития пользователей, социального взаимодействия их с окружением, специфики интеллектуального развития.

### **1.3. Взаимосвязь социально-психологических характеристик пользователей социальных сетей с особенностями их активности в сети**

Одним из самых значительных факторов развития современного общества, которое переходит на новую - информационную - стадию своего развития, выступает обмен информацией, модернизируется вместе с научным и культурным прогрессом человечества [7].

Итак, эффективный обмен информации в мультимедийном пространстве является одним из факторов, которые способны обеспечить интенсивное развитие общества. Одна из типичных и основных репрезентаций мультимедийного пространства - глобальная информационная сеть Интернет, состоящий из своих ячеек - интернет-сайтов. Особое значение

приобретает общение пользователей сети Интернет друг с другом, что осуществляется с использованием компьютерных технологий, [13], [2].

Закономерно предположить, что существует психологическое влияние интернет-общения его участников, в процессе и результате которого у них формируются определенные личностные и социально-психологические особенности. Это можно объяснить на основе того, что поскольку процесс интернет-общения является определенной человеческой деятельностью с собственной спецификой, то закономерным и необходимым образом последняя влияет на определенные личностные особенности субъектов этой деятельности. Отсюда следует научная проблема необходимости исследования специфики психологического воздействия интернет-общения на ее участников [16].

Исследование соответствующей научной проблемы позволяет, во-первых, основательно и полно разработать понятие интернет-общения и психологического воздействия интернет-общения его участников, во-вторых - более глубоко и всесторонне разработать понятие формирования определенных социально-психологических особенностей (в частности, имеющих ценное педагогическое значение) в процессе и в результате интернет-общения, в-третьих - продолжать научно-психологические исследования, используя для этого современные дистантные средства, не требующие наглядной взаимодействия с исследуемыми и используют для этого электронную информационную сеть Интернет [11].

Анализируя последние исследования и публикации, посвященные проблеме психологического воздействия интернет-общения на формирование определенных социально-психологических особенностей пользователей сети Интернет, необходимо отметить, что их недостаточно.

В частности, в некоторых из них обращается внимание на то, что, открывая новые возможности, сетевые коммуникации порождают и новые проблемы, заставляют задуматься над ранее очевидным, инициируют переоценку ценностей, в частности в отношении межличностного восприятия

и понимания, которые в психологии принято называть социальной перцепции. Интернет-общение стимулирует развитие коммуникативной мотивации, а также определенным образом изменяет восприятие других участников общения вообще [9], [23].

В другом исследовании подчеркивается, что отчуждение человека от человека становится практически нормой сегодняшней жизни, в связи с развитием новых дистанционных форм электронных средств связи, все чаще переводят реальное общение между людьми в виртуальную. Парадоксальность ситуации заключается в том, что, с одной стороны, интернет-технологии способствуют развитию отчужденности между людьми и одиночества, а с другой стороны, они являются оперативным способом поиска информации, установление контактов, развития коммуникативной мотивации и поэтому широко используются людьми, страдающими от одиночества, для общения. Также интернет-общения вызывает определенные личностные изменения [14].

По мнению некоторых авторов, данные психологических исследований общения в сети Интернет позволяют рассматривать Интернет как среду скорее социальную, чем безлично-информационную. Особенности интернет-общения (неопределенность, анонимность, безопасность, невидимость субъекта, значительное разнообразие сред общения и деятельности) влияют на формирование определенных социально-психологических особенностей, пользователи, позволяют говорить об Интернете как о среде, в которой поведение определяется в большей степени личностными, чем ситуационными переменными [5].

В другом исследовании осуществляется выявление связи между интроверсией, коммуникативной установкой и тенденцией к интернет-зависимости, в частности чрезмерному интернет-общению. Особенности протекания коммуникативных процессов в сети Интернет, продуктом которых является интернет-зависимость, взаимосвязаны с определенными



личностными особенностями пользователей: интроверсией и негативной коммуникативной установкой [8].

Анализируя личностные особенности интернет-общения, отмечается, что в условиях коммуникативно-бесконтактного общения отсутствует чувство тела как такового, преобладает состояние «растворенного телесности», поэтому может формироваться искаженное восприятие собственного физического тела [4]. Некоторые авторы особо подчеркивают, что сетевое общение необходимо рассматривать именно в контексте поведения в киберпространстве целом, осуществляющее определенное влияние на личность человека, формирует или подавляет те или иные социально-психологические особенности.

Исследуя социально-психологические особенности, возникающие у пользователей сети Интернет, в частности в процессе интернет-общения, обращается внимание на следующие из них (как положительные, так и отрицательные): упорство, настойчивость в достижении цели, независимость мышления и поведения, склонность к принятию решений на основании самостоятельно выработанных критериев, пренебрежение социальными нормами, достаточно высокий интеллект, склонность к творческой деятельности, предпочтение процесса работы над получением результата, а также интровертированность, погружение в собственные переживания, холодность и незэмоциональность в общении, недостаток эмпатии, склонность к конфликтам, эгоцентризм, недостаток ответственности [4], [19].

Психологические последствия применения интернет-общения носят амбивалентный характер: с одной стороны, есть положительные воздействия на участников - расширяется сфера контактов, активное общение со многими людьми позволяет быстро находить нужную информацию по интересующим вопросам, знакомиться с разными точками зрения, стимулирует творческий потенциал, свою активность, способствует изменению авторитарного стиля общения на демократический (такой, который ориентирован на обучение, знакомство с различными точками зрения, формирование собственного

мнения и т.д.), на фоне растущей изолированности и низкой коммуникабельности жителей современных мегаполисов информационные технологии позволяют легко устанавливать контакты и развивать общение, в общении через компьютерную виртуальную реальность отсутствует давление стереотипов восприятия того или иного диалога, состоящие в близком социальном окружении.

С другой стороны, существуют негативные воздействия на участников интернет-общения - при взаимодействии человека с информационными технологиями происходит опосредование деятельности новыми знаковыми системами и средствами, при которых наблюдается изменение самой личности в новой знаковой среде, что может приводить к изменению ее мотивационно-личностной сферы и проявляться в чрезмерной увлеченности информационными технологиями, потере интереса к обычному общению с близким социальным окружением, формировании компьютерной зависимости и т.д. [4], [1].

Интернет-общение способно приводить к уменьшению значимости навыков социального взаимодействия по сравнению со сверстниками, в меньшей осведомленности во всех тонкостях человеческих взаимоотношений, к увеличению склонности оценивать все происходящее, логично, рационально, с помощью мыслительных операций. Предоставляя развивающее воздействие на интеллектуальные способности, способности к деятельности, интернет-общение может подавлять сферу межличностного взаимодействия, ограничивая реальные социальные контакты, приводить к упрощению системы отношений «человек - человек» у пользователей сети Интернет, особенно у подростков и молодежи, включенных в компьютеризированную деятельность [12], [10], [17].

Итак, подчеркивая нерешенные ранее части общей проблемы социально-психологических особенностей интернет-общения, нужно отметить формирование определенных социально-психологических

особенностей в процессе и в результате интернет-общения как следствие психологического воздействия интернет-общения его участников [18].

В «реальном» социальном взаимодействии человек более ограничен в возможностях управления информацией о себе рамками пола, внешности, признаков социального статуса, профессии, национальности, возраста, реально воспринимаются собеседником и практически отсутствует в интернет-общении. Новая коммуникационная форма - компьютерно-опосредованное общение - начинает активно использоваться различными интернет-сообществами и отдельными пользователями сети Интернет [21].

Механизм психологического воздействия интернет-общения на своих участников связан с его применением как определенной деятельности в киберпространстве, что может оказывать влияние на другие виды деятельности, на определенные личностные особенности человека или даже на всю личность в целом. В общем, информационные технологии виртуальной реальности рассматриваются как один из примеров психологических орудий, овладение которыми оказывает влияние на формирование и функционирование высших психических функций

Интернет-общение может формировать как положительные личностные особенности (настойчивость в достижении цели, независимость мышления и поведения, склонность к принятию решений на основе самостоятельно выработанных критериев, тенденция к стимулированию интеллектуального развития и развития творческого потенциала, склонность к творческой деятельности, расширение сферы контактов, формирования демократического стиля общения, освобождение от стереотипов восприятия собеседников и др.), так и отрицательные (чрезмерная увлеченность информационными технологиями, потеря интереса к обычному общению с близким социальным окружением, формирование компьютерной зависимости, погружение в собственные переживания, холодность и неэмоциональность в общении, недостаток эмпатии, склонность к конфликтам, эгоцентризм, недостаток ответственности и т.п.) [4], [18].

Можно предполагать, что существует психологическое влияние интернет-общения на формирование определенных социально-психологических особенностей пользователей сети Интернет. Это влияние может носить как положительный, так и негативный характер. Соответствующая проблема требует своего дальнейшего основательной разработки.

Интернет-общение имеет важное психолого-педагогическое значение, что связано, во-первых, с возможностями самой сети Интернет быстро, легко и экономично отправлять и получать огромные массивы различных данных, во-вторых - с возможностями психологического воздействия интернет-общения его участников вообще, в-третьих - с целенаправленным учебным влиянием ее участников друг на друга (например, педагога на обучающихся). Несомненно, интернет-общение открывает новые горизонты в области обучения и образования, адаптируя соответствующие процессы под условия информационной стадии развития общества.

## **Выводы по главе**

Проведенный нами теоретический анализ специализированной литературы по проблеме исследования позволил прийти к ряду выводов:

Социальные сети являются способом организации межлических контактов, минимально зависимым от времени и пространства. Для них характерно отсутствие четкой структуры и единого центра. Каждый участник социальной сети является соавтором общей Интернет-среды.

Термин «Интернет-зависимость», который отражает патологическую страсть к использованию электронных ресурсов. В психологии вопрос зависимости остается нерешенным; большинство исследователей этой проблемы акцентируют внимание на особенностях личностного развития пользователей (упорство, настойчивость в достижении цели, независимость мышления и поведения, склонность к принятию решений на основании самостоятельно выработанных критериев, пренебрежение социальными нормами, достаточно высокий интеллект, склонность к творческой деятельности, предпочтение процесса работы над получением результата, а также интровертированность, погружение в собственные переживания, холодность и незэмоциональность в общении, недостаток эмпатии, склонность к конфликтам, эгоцентризм, недостаток ответственности), социального взаимодействия их с окружением, особенностей интеллектуального развития.

Можно предполагать, что существует психологическое влияние интернет-общения на формирование определенных социально-психологических особенностей пользователей сети Интернет. Это влияние может носить как положительный, так и негативный характер. Существует актуальная потребность в том, чтобы закономерности психологического влияния интернет-общения, которое охватывает все большее количество пользователей сети Интернет, на своих участников были исследованы и описаны, что может быть сделано на основе соответствующих исследований.

## **Глава 2. Эмпирическое исследование социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей**

### **2.1. Организация исследования, выборка, методики**

Цель исследования – в рамках исследовательской гипотезы выявить социально-психологические характеристики активных пользователей социальных сетей.

Задачи исследования:

1. Подготовить выборку испытуемых;
2. Подготовить психодиагностический инструментарий, позволяющий исследовать социально-психологические характеристики активных пользователей социальных сетей;
3. Выявить особенности взаимосвязи социально-психологических характеристик личности пользователей социальных сетей с особенностями их активности в сети Интернет;
4. Проанализировать полученные эмпирические данные.

Исследование было проведено в период с сентября 2017 года по март 2018 года. Всего в исследовании приняли участие 60 респондентов в возрасте от 18 до 23 лет (36 девушек, 24 юноши). Все респонденты являются пользователями социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, WhatsApp).

В ходе эмпирического исследования нами были использованы следующие психодиагностические методики:

Анкета «Активность личности в виртуальной социальной сети» (Е.И. Косивченко);

Цель – исследование степени интенсивности виртуальной коммуникации посредством виртуальных социальных сетей Интернета и качества их активности.

Анкета включает в себя 14 открытых и закрытых вопросов, направленных на изучение уровня активности пользователей в социальных сетях.

16-факторный опросник личности (форма А, 187 вопросов) Р.Б. Кеттелла.

Цель - исследование характерологических и поведенческих особенностей пользователей с разной степенью активности в социальной сети Интернета.

Включает в себя 16 основных факторов, каждый из которых имеет две полярности:

1. Фактор А: «замкнутость - общительность»
2. Фактор В: интеллект
3. Фактор С: «эмоциональная нестабильность - эмоциональная стабильность»
4. Фактор Е: «подчиненность-доминантность»
5. Фактор F: «сдержанность - экспрессивность»
6. Фактор G: «низкая нормативность поведения – высокая нормативность поведения»
7. Фактор Н: «робость - смелость»
8. Фактор I: «жесткость – чувствительность»
9. Фактор L: «доверчивость - подозрительность»
10. Фактор М: «практичность - мечтательность»
11. Фактор N: «прямолинейность - дипломатичность»
12. Фактор О: «спокойствие - тревожность»
13. Фактор Q1: «консерватизм - радикализм»
14. Фактор Q2: «конформизм - нонконформизм»
15. Фактор Q3: «низкий самоконтроль - высокий самоконтроль»
16. Фактор Q4: «расслабленность - напряженность»

Парные сочетания первичных факторов, разбитые на блоки (интеллектуальный, эмоционально-волевой, коммуникативный, группа регуляторных свойств).

Методика «Диагностика самоактуализации личности» (САМОАЛ) А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калиной.

Цель – выявление уровня самоактуализации пользователей социальных сетей.

В данной методике представлены 11 шкал:

1. Ориентация во времени – способность жить настоящим, не откладывая жизнь «на потом» или живя прошлым. Высокий результат получают люди, способные наслаждаться актуальным моментом. Низкие результат имеют люди, погруженные в прошлые переживания, с завышенным стремлением к достижениям, мнительные и неуверенные в себе;

2. Ценности – способность разделять ценности самоактуализирующейся личности (истина, добро, красота, целостность, жизненность, уникальность, справедливость, порядок, самодостаточность и т.д.). Стремление к гармоничному бытию и здоровым отношениям с людьми без стремления манипулировать ими в собственных интересах;

3. Взгляд на природу человека – высокая оценка описывает веру в людей и могущество человеческих возможностей, естественная симпатия и доверие к людям, честность, непредвзятость, доброжелательность. Т.е. основание для искренних и гармоничных межличностных отношений. Низкая характеризует неуверенность в людях и недоверие к ним, убежденность в их неискренности и, соответственно, неискреннее отношение к ним.

4. Потребность в познании – высокая оценка характерна для самоактуализирующейся личности, открытой новому, интересующейся окружающим миром. Бытийное познание, согласно Маслоу, более



эффективно, поскольку его процесс не искажается желаниями или влечениями. Способность ценить мир таким, какой он есть.

5. Стремление к творчеству (креативность) – отражает творческое отражение к жизни, стремление к новизне, избегание консерватизма, желание преобразовать и изменить к лучшему мир вокруг себя;

6. Автономность – является одним из главных критериев психологического здоровья личности, ее целостности. Самоактуализирующаяся личность автономна, независима, свободна, но не стремится к одиночеству. Человек свободен для жизни.

7. Спонтанность – напрямую связано с уверенностью в себе и доверием к окружающим. Высокий показатель свидетельствует о том, что самоактуализация стала образом жизни, а не простым стремлением.

8. Самопонимание – высокий показатель свидетельствует о чувствительности, сензитивности человека к своим потребностям и желаниям, свободе от психологической защиты. Низкий балл свойственен людям неуверенным, ориентированным на мнение окружающих.

9. Аутосимпатия – хорошо сознаваемая позитивная Я-концепция, служащая основой адекватной самооценки. Низкие показатели имеют люди тревожные, неуверенные в себе. Шкалы самопонимание, спонтанность и аутосимпатия связаны между собой.

10. Контактность – общительность личности, способность к установлению прочных и доброжелательных отношений с другими людьми. Это общая предрасположенность к взаимно полезным и приятным контактам с другими, необходимой для установки и поддержания гармоничных отношений.

11. Гибкость в общении – говорит о наличии или отсутствии социальных стереотипов, способности к адекватному самовыражению в общении. Высокие показатели свидетельствуют об аутентичном взаимодействии с окружающими, ориентированности на личностное общение, не приемлющие фальшь и манипуляции. Они не смешивают

самораскрытие личности с самопредъявлением (стратегией и тактикой управления производимым впечатлением). Низкие показатели характерны для ригидных людей, неуверенных в себе.

Адаптированная версия опросника FIRO-B В. Шутца (Опросник межличностных отношений (ОМО) А.А. Рукавишникова).

Цель - выявление особенностей направленности межличностного поведения пользователей социальных сетей и характера их межличностной ориентации.

Опросник предназначен для оценки поведения человека в трех основных областях межличностных потребностей:

включения (I) – потребность в создании и поддержании удовлетворительных взаимоотношений с другими людьми;

контроля (C) – потребность в контролировании характера и особенностей отношений с другими;

аффекта (A) – потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, опираясь на любовь и близкие эмоциональные контакты.

Внутри каждой области принимают во внимание два направления межличностного поведения:

выраженное поведение индивида (e) - мнение индивида об интенсивности собственного поведения в данной области;

поведение, требуемое и ожидание индивидом от окружающих (w), с той интенсивностью, которая является оптимальной для него.

Таким образом, ответы оцениваются по шести шкалам:

1. Ie – выраженное поведение индивида в области включения;
2. Iw – требуемое поведение в области включения;
3. Ce – выраженное поведение индивида в области контроля;
4. Cw – ожидаемое от других поведение в области контроля;
5. Ae – выраженное поведение личности в области аффекта;
6. Aw – требуемое поведение в области аффекта.

Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой.

Цель – исследование характера самопредъявления личности пользователя социальных сетей в межличностном общении.

В данную методику включены семь шкал, соответствующие семи стратегиям самопредъявления личности в процессе общения. Первые пять шкал соответствуют стилям самопредъявления, описанным Э. Джонсом и Т. Питтманом. По их мнению, самопрезентация позволяет человеку использовать различные источники власти, расширяя и поддерживая влияние в межличностных отношениях:

1. Стремление понравиться (инграция) - стратегия рассчитана на власть обаяния. Тактика - угождать другим людям, льстить и соглашаться, предъявлять социально-одобряемые качества. Цель – казаться привлекательным.

2. Самопродвижение – демонстрация компетентности, которая предоставляет власть эксперта. Тактика - доказательство своего превосходства и хвастовство. Цель – казаться компетентным.

3. Примерность – стремление служить примером для других людей, что дает власть наставника. Тактика - демонстрация духовного превосходства, в сочетании с хвастовством и стремлением обсуждать и осуждать других людей. Цель - казаться морально безупречным.

4. Запугивание – демонстрация силы, которая заставляет окружающих подчиняться и дает власть страха. Тактика - угроза. Цель - казаться опасным.

5. Демонстрация слабости или мольба - обязывает окружающих оказывать помощь, что дает власть сострадания. Тактика – просить о помощи, умолять. Цель - казаться слабым.

6. Отслеживание производимого впечатления – с одной стороны заключается в стремлении производить определенное впечатление на окружающих, большем контроле собственное поведение и ответных реакций партнеров. Это говорит о большей социальной компетентности человека. С

другой стороны - избыточный контроль за производимым впечатлением связан с демонстративным поведением.

7. Вариативность поведения человека - проявляется в способности предъявлять разные образы в разных ситуациях межличностного взаимодействия. Необходимость выглядеть и действовать по-разному связана, во-первых, с большим количеством ролей, которые исполняет человек, во-вторых, с изменчивостью ситуаций, в которых протекает его общение. С одной стороны, склонность к вариативности поведения многими расценивается как свидетельство стремления управлять впечатлением, производимым на окружающих (М. Снайдер). С другой стороны ее можно расценивать как проявление социальной компетентности.

Представим основные результаты исследования.

## **2.2. Результаты полученных данных**

Для изучения уровня активности респондентов в социальных сетях нами была проведена анкета Е.И. Косивченко. При обработке полученных результатов всем предложенным вариантам ответов для осуществления подсчетов присвоены соответствующие баллы. Баллы были объединены в интервалы, отражающие минимальное, среднее и максимальное значение по рассматриваемым показателям с целью формирования «интенсивностных» индикаторов активности личности в социальных сетях и деления выборки на группы в соответствии с особенностями активности пользователей социальных сетей.

В результате проведенного анализа выделены следующие «интенсивностные» индикаторы активности личности в социальной сети:

- а) количество поддерживаемых аккаунтов (в одной или разных социальных сетях);
- б) частота посещений своих страниц и зависимость от них;

в) степень увлеченности различными видами деятельности в социальных сетях, помимо общения (обмен контентом, участие в жизни групп, участие в мероприятиях, публикация личной информации и т.д.);

г) коммуникативность в сети (общение, поддержание контактов, общение в сообществах, поиск новых знакомых, организация встреч и мероприятий и т.д.);

д) степень публичности личной информации в сети (количество личной информации и данных, доступных другим пользователям социальной сети, просмотр страниц интересующих пользователей (наблюдение за пользователями) и т.д.).

В результате обработки данных анкеты мы выделили две группы в соответствии с уровнем активности пользователей социальных сетей.

В первую группу вошли респонденты с высокими значениями индикаторов активности (пользователи с высокой активностью).

Во вторую вошли пользователи, получившие низкие значения активности (пользователи с низкой активностью);

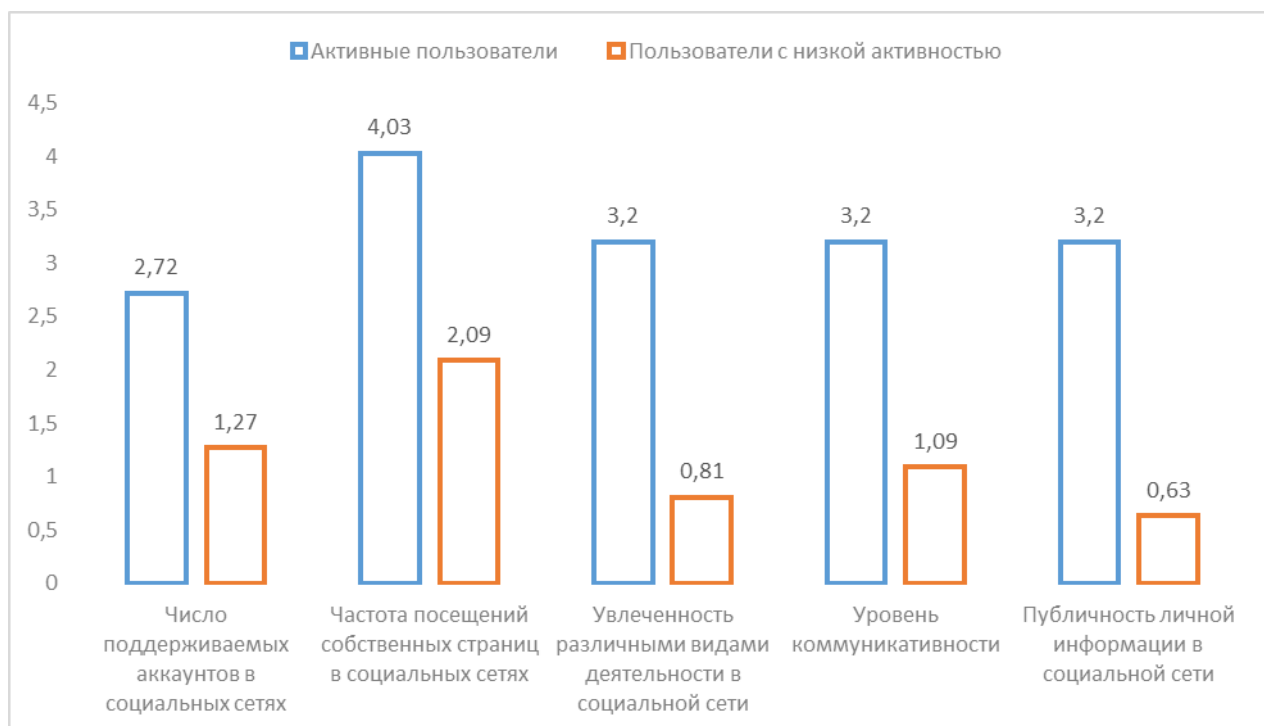


Рис. 1. Средние показатели анкеты активных и неактивных пользователей социальных сетей.

В соответствии с рисунком 1 мы можем увидеть, что активные пользователи социальных сетей характеризуются более высокими средними показателями по всем шкалам анкеты в сравнении с менее активными пользователями сети Интернет.

У активных пользователей социальных сетей наблюдается:

- больше число поддерживаемых аккаунтов в разных социальных сетях ( $m = 2,72$ );
- высокая частота посещений своих страниц ( $m = 4,03$ );
- высокая степень увлеченности различными видами деятельности в социальной сети ( $m = 3,2$ );
- большая коммуникативность ( $m = 3,2$ );
- большая публичность личной информации в социальной сети ( $m = 3,2$ );

У респондентов с низкой активностью (группа 2) выявлены значения ниже по всем рассматриваемым позициям:

- меньше поддерживаемых аккаунтов в социальных сетях ( $m = 1,27$ );
- редкие посещения своих страниц в сети ( $m = 2,09$ );
- сниженная увлеченность различными видами деятельности в социальной сети ( $m = 0,81$ );
- сниженная коммуникативность в сети ( $m = 1,09$ );
- закрытость, непубличность личной информации в сети ( $m = 0,63$ ).

Далее представим результаты, полученные нами в ходе обследования респондентов с помощью методики Р. Кеттелла.

Таблица 1

Социально-психологические характеристики активных пользователей социальных сетей и пользователей с низкой активностью

Фактор	Активные пользователи социальных сетей	Пользователи с низкой активностью в социальных сетях	p	p≤
А	11.89	8.09	<b>0.00</b>	p≤0.05

B	6.6	8	<b>0.04</b>	$p \leq 0.05$
C	13.24	15.09	<b>0.03</b>	$p \leq 0.05$
E	10.75	13.18	<b>0.00</b>	$p \leq 0.05$
F	11.48	11.45	0.97	$p \geq 0.05$
G	12.37	14.27	<b>0.03</b>	$p \leq 0.05$
H	12.96	11.63	<b>0.01</b>	$p \leq 0.05$
I	9.41	6.81	<b>0.02</b>	$p \leq 0.05$
L	11.10	11.72	0.43	$p \geq 0.05$
M	9.68	9.09	0.83	$p \geq 0.05$
N	10.27	11.27	0.10	$p \geq 0.05$
O	12.13	10.36	<b>0.03</b>	$p \leq 0.05$
Q1	9.55	7.27	<b>0.01</b>	$p \leq 0.05$
Q2	8.58	12.09	<b>0.03</b>	$p \leq 0.05$
Q3	11.48	14.18	<b>0.02</b>	$p \leq 0.05$
Q4	10.68	9.81	0.83	$p \geq 0.05$

В соответствии с таблицей 1 мы видим, что активные пользователи социальных сетей получили более высокие результаты по факторам А, Н, I, О, Q1 и низкие показатели по факторам В, С, Е, G, N, Q2, Q3.

Активные пользователи социальных сетей легче в общении, открыты и естественны, легки в установлении межличностных контактов, достаточно ориентированы на получение социального одобрения (фактор А:  $m = 11,89$ ,  $p < 0,05$ ). Они социально смелы, активны в коммуникации (фактор Н:  $m = 12,96$ ,  $p < 0,05$ ). У них достаточно развито абстрактное мышление (фактор В:  $m = 6,68$ ,  $p < 0,05$ ). Неконсервативны, склонны к экспериментированию, восприимчивы к переменам (фактор Q1:  $m = 9,55$ ,  $p < 0,05$ ). Чувствительны, эмоционально менее устойчивы, легко расстраиваются, импульсивны, экспрессивны (фактор С:  $m = 13,24$ ,  $p < 0,05$ ). Слабо сдерживают свои эмоции и обладают низким самоконтролем, могут быть конфликтны (фактор Q3:  $m =$

11,48,  $p < 0,05$ ). Самонадеянны и жизнерадостны, склонны к обеспокоенности и тревожности (фактор O:  $m = 12,13$ ,  $p < 0,05$ ). Уступчивы и податливы, склонны приспосабливаться к ситуации (фактор E:  $m = 10,75$ ,  $p < 0,05$ ), ведомы и зависимы от мнения группы, обладают низкой самостоятельностью, недостаточно решительны в вопросе принятия решений (фактор Q2:  $m = 8,58$ ,  $p < 0,05$ ), (фактор I:  $m = 9,41$ ,  $p < 0,05$ ). Малообязательны и непостоянны, склонны потворствовать своим желаниям и стремятся искать выгоду в ситуациях (фактор G:  $m = 12,37$ ,  $p < 0,05$ ).

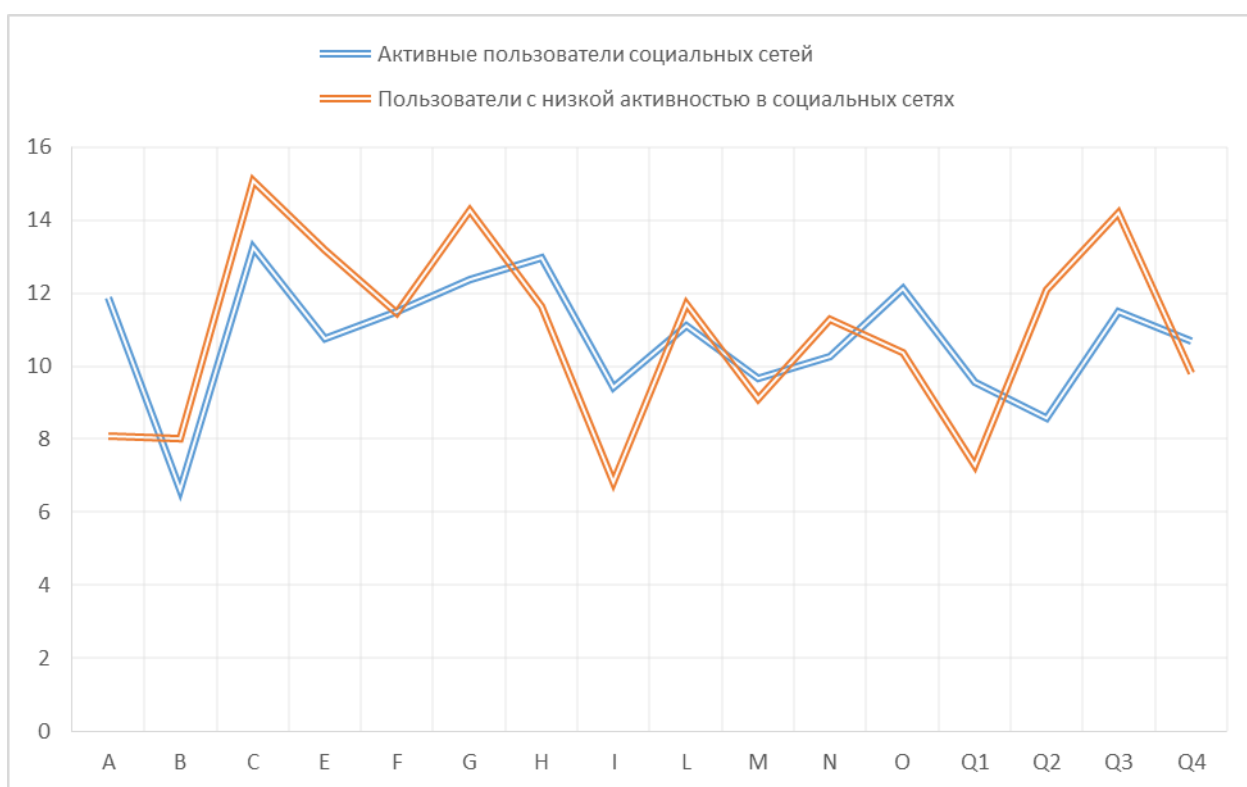


Рис. 2. Средние показатели по факторам методики Р. Кеттела в группах активных и менее активных пользователей социальных сетей.

Несколько иные социально-психологические характеристики были получены нами у пользователей с низкой активностью, они получили более высокие показатели по факторам B, C, E, G, N, Q2, Q3 и низкие показатели по факторам A, H, I, O, Q1.

Пользователи данной исследуемой группы более интеллектуально развиты, более обучаемы (фактор B:  $m = 8$ ,  $p < 0,05$ ). Они скрытны и обособлены от других; недоверчивы, критичны по отношению к людям.



Склонны к изолированности от группы (фактор А:  $m = 8,09$ ,  $p < 0,05$ ). Спокойны и сдержаны в отношениях с другими, уверены в себе и своих силах (фактор О:  $m = 10,36$ ,  $p < 0,05$ ), упрямы в отношениях с другими, склонны проявлять доминантность поведения, способны противопоставлять себя группе, инициативны и самостоятельны в принятии решений (фактор Е:  $m = 13,18$ ,  $p < 0,05$ ), могут игнорировать при этом мнение и ожидания окружающих (фактор Q2:  $m = 12,09$ ,  $p < 0,05$ ), демонстрируя независимость от группы (фактор I:  $m = 6,81$ ,  $p < 0,05$ ).

Респонденты застенчивы, сдержаны в отношениях с другими (особенно незнакомыми) людьми (фактор Н:  $m = 11,63$ ,  $p < 0,05$ ). Эмоционально устойчивы и выдержаны, склонны трезво оценивать действительность (фактор С:  $m = 15,09$ ,  $p < 0,05$ ); обладают сильной волей, социально точны, стараются следовать своему образу-Я (обладают высокой интеграцией) (фактор Q3:  $m = 14,18$ ,  $p < 0,05$ ). Более сознательны и настойчивы, добросовестны и ответственны, способны внушать доверие (фактор G:  $m = 14,27$ ,  $p < 0,05$ ). Консервативны, весьма принципиальны, терпимы к традициям и склонны сопротивляться переменам (фактор Q1:  $m = 7,27$ ,  $p < 0,05$ ).

Обратим внимание на блоки показателей в рассматриваемых группах. Сопоставление значений факторов в блоках осуществляется по стенам.

Коммуникативный блок. Группу коммуникативного блока составляют следующие факторы: А, Н, Е, L, N, Q2.

Сочетание факторов А – Н отражает потребность личности в общении и ее умение общаться с людьми. Сочетание факторов L – N характеризует отношение человека к другим людям. Сочетание факторов Е – Q2 отражает лидерский потенциал личности.

Показатели в паре шкал А ( $m = 11,89$ ) и Н ( $m = 12,96$ ) характеризуют пользователей с высокой активностью в социальных сетях как не избегающих взаимоотношений с людьми, но отличающихся невысокой собственной инициативностью в установлении и сохранении контактов. Испытуемые ориентированы на выстраивание взаимно удовлетворительных

отношений с новыми людьми, сохраняя при этом четкие границы истинных дружеских отношений и регламентируя характер взаимоотношений с новыми знакомыми, проявляя высокую избирательность в общении.

Средние значения факторов E ( $m = 10,75$ ) и Q2 ( $m = 8,58$ ) говорят об умеренно выраженном лидерском потенциале личности. У испытуемых существует собственная точка зрения по многим вопросам, но они не навязывают ее группе. Лидерские функции проявляются преимущественно в привычных ситуациях, развитие которых можно предвидеть, а появление трудностей можно предотвратить. Испытуемые уважают мнение группы так же, как и свое, учитывая его, могут изменить собственное.

У пользователей с низкой активностью показатели факторов A ( $m = 8,09$ ) и H ( $m = 11,63$ ) свидетельствуют о предпочтении взаимодействовать с небольшим кругом знакомых и друзей, близкими по интересам и ценностям, в котором они чувствуют себя комфортно; к новым контактам относятся настороженно, без доверительности, редко проявляют инициативу в отношениях с незнакомыми людьми.

Высокие значения факторов E ( $m = 13,18$ ) и Q2 ( $m = 12,09$ ) характеризуют их как людей, активно стремящихся занять лидерское положение в группе. Они имеют собственную точку зрения по многим вопросам, стремятся утвердить ее среди окружающих, а также изменить их поведение в соответствии с собственным видением и пониманием ситуации. К мнению других относятся критично, принимают самостоятельные решения, которые не меняют даже под давлением группы.

Группа регуляторных свойств личности. В группу регуляторных свойств личности входят следующие факторы: Q3, G.

Пользователи с высокой активностью по результатам в паре шкал Q3 ( $m = 11,48$ ) и G ( $m = 12,37$ ) в случае неожиданного появления дополнительной нагрузки могут действовать хаотично, неорганизованно. Они довольно избирательно относятся к общегрупповым нормам и требованиям. Совестьливость, ответственность в лично значимых ситуациях

могут сочетаться с формальным выполнением обязанностей тогда, когда ситуация не затрагивает личных интересов.

Пользователи с низкой активностью по результатам факторов Q3 ( $m = 14,18$ ) и G ( $m = 14,27$ ) выявили организованность и настойчивость прежде всего в ситуациях, в которых они уже адаптировалась. Пользователи с низкой активностью обладают высоким самоконтролем и нормативностью поведения, что свидетельствует об их организованности и структурированности.

Далее обратим внимание на вторичные факторы данной методики: F1 – «тревожность», F2 – «экстраверсия», F3 – «эмоциональная лабильность», F4 – «доминантность». Вторичные факторы вычисляются только по стенам.

Таблица 2

Вторичные факторы 16-факторного опросника Р.Б. Кеттелла пользователей с высокой и низкой активностью в социальных сетях

Фактор	Активные пользователи	Пользователи с низкой активностью
F1	10	9.7
F2	4.9	4.2
F3	4.7	7.5
F4	5.5	6.7

Пользователи с высокой активностью в социальных сетях испытывают затруднения в связи с собственной эмоциональностью. Они больше опираются на эмоции и чувства в решении проблем, поэтому какие-то действия требуют от них много размышлений. Данную группу можно отнести к типу недовольных и фрустрированных людей ( $F3 = 4,7$ ). Они больше склонны к зависимому и подчиняющемуся поведению, поиску поддержки у других, ориентируясь на ожидания и требования группы ( $F4 = 5,5$ ).

Пользователи с низкой активностью стабильны и решительны. Они не замечают жизненных нюансов и тонкостей, в случае возникновения

трудностей склонны без лишних раздумий действовать, что может привести к трудностям ( $F3 = 7,5$ ). Демонстрируют агрессивность, самостоятельность, независимость и инициативность в поведении, проявляя быстроту принятия решений ( $F4 = 6,7$ ).

Таким образом, в соответствии с результатами данной методики, мы установили, что активные пользователи социальных сетей отличаются следующими социально-психологическими характеристиками: ориентированы на социальное взаимодействие, ориентированы на выстраивание и поддержание взаимно удовлетворительных отношений с людьми, сохраняя при этом четкие границы истинных дружеских отношений, четко регламентируя характер взаимоотношений, что отражает достаточную избирательность в выборе контактов. Направлены на получение социального одобрения, что обуславливает их гибкость в общении. В отношениях с окружающими могут демонстрировать неустойчивость настроения, экспрессивность поведения.

Далее представим результаты, полученные по методике «САМОАЛ».

Таблица 3

Средние показатели по методике «САМОАЛ» в группах пользователей социальных сетей

Шкалы методики	Активные пользователи социальных сетей	Пользователи с низкой активностью в социальных сетях	p	$p \leq$
Ориентация во времени	5.10	4.36	0.13	$p \geq 0.05$
Ценности	8.37	8.90	0.88	$p \geq 0.05$
Взгляд на природу человека	3.79	3.54	0.65	$p \geq 0.05$
Потребность в познании	4.93	4.09	0.07	$p \geq 0.05$

Стремление к творчеству	7.96	6.18	<b>0.01</b>	$p \leq 0.05$
Автономность	6.27	6.54	0.78	$p \geq 0.05$
Спонтанность	7	5.90	<b>0.03</b>	$p \leq 0.05$
Самопонимание	4.20	4.27	0.78	$p \geq 0.05$
Аутосимпатия	7.65	5.72	<b>0.02</b>	$p \leq 0.05$
Контактность	6.44	4.09	<b>0.00</b>	$p \leq 0.05$
Гибкость в общении	6.41	4.54	<b>0.01</b>	$p \leq 0.05$

Проведенная нами методика показала, что пользователи с высокой активностью в социальных сетях наибольшие результаты получили по шкалам «Стремление к творчеству», «Аутосимпатия», «Спонтанность», «Контактность», «Гибкость в общении».

Такие пользователи творчески относятся к жизни, стремятся экспериментировать, преобразовывать, испытывать новые эмоции и чувства, избегают консерватизма («Стремление к творчеству» –  $m = 7,96$ ). Самоактуализация стала для них образом жизни, в ходе которой они активно ищут пути максимальной реализации своих потенциальных возможностей и способностей («Спонтанность» –  $m = 7$ ). Это отражает их высокую степень уверенности в себе и своих возможностях, готовность применять имеющиеся ресурсы себе на пользу.

Также они обладают адекватной самооценкой и позитивной Я-концепцией («Аутосимпатия» –  $m = 7,65$ ); способны устанавливать прочные связи с Другими, компетентны в области общения, ориентированы на установление гармоничных межличностных отношений («Контактность» –  $m = 6,44$ ).

Пользователи не имеют социальных стереотипов, способны к адекватному самовыражению в общении («Гибкость в общении» –  $m = 6,41$ ); ориентированы на аутентичное взаимодействие с окружающими, на

личностное общение и полноценное раскрытие в гармоничных межличностных контактах.

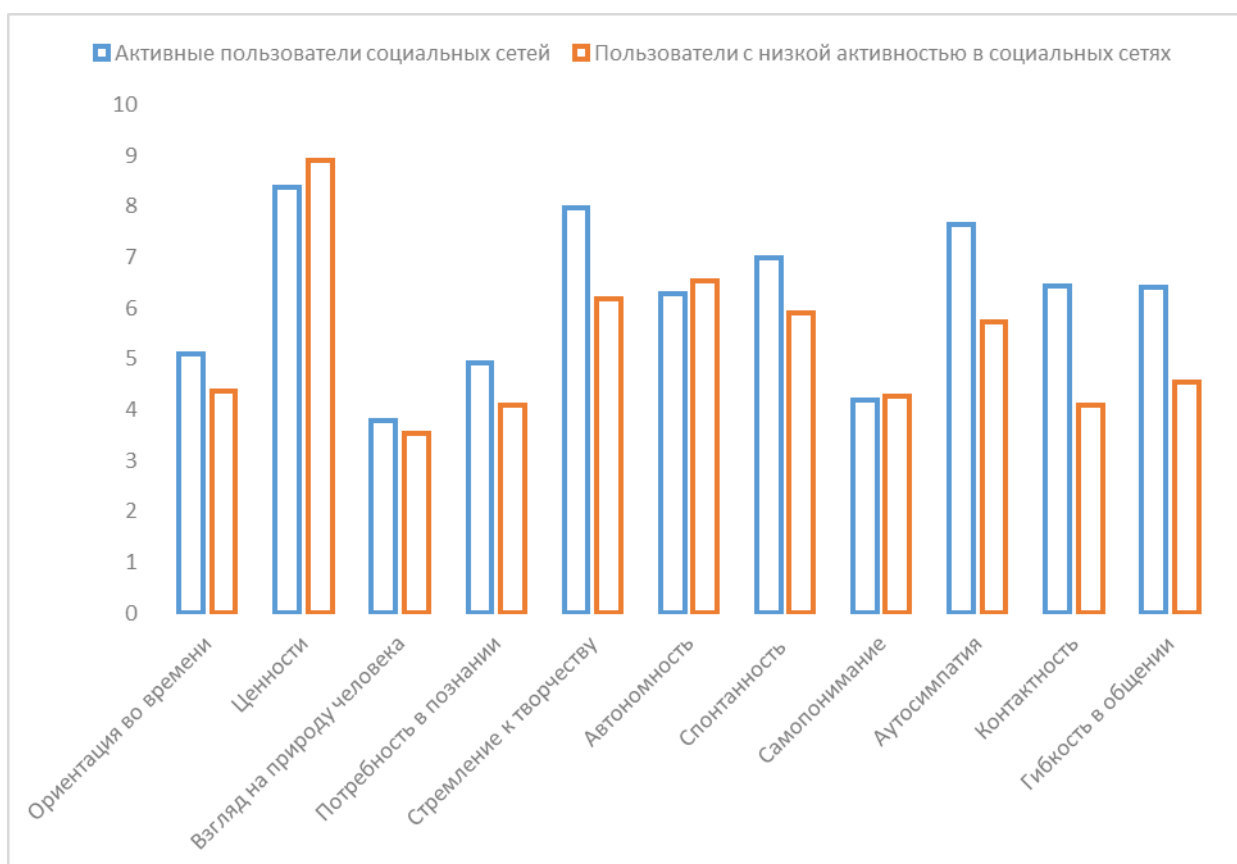


Рис. 3. Средние показатели по методике «САМОАЛ» в группах испытуемых.

Напротив, пользователи с низкой активностью по шкалам «Стремление к творчеству», «Аутосимпатия», «Спонтанность», «Контактность», «Гибкость в общении» получили меньшие значения, чем пользователи с высокой активностью.

Для них экспериментирование связано с риском, они стараются придерживаться устоявшихся традиций и привычек, новое вселяет им тревогу («Стремление к творчеству» –  $m = 6,18$ ). Они не склонны к спонтанности, авантюристичности, решительности поведения и в большей степени стремятся к стабильности («Спонтанность» –  $m = 5,9$ ). Им комфортнее в знакомых условиях, знакомом окружении, которое для них представляется более безопасным и в котором они могут максимально раскрыться.

Следовательно, более полной самоактуализации может препятствовать неуверенность в себе в сфере межличностных коммуникаций. Высокая тревожность в этой области отражает возникающие у них трудности с выстраиванием гармоничных межличностных отношений («Аутосимпатия» –  $m = 5,72$ ). Им труднее удается установление контактов по причине их сомнения в том, что они могут быть интересны новым незнакомым людям. При этом в знакомой компании они уверены, спокойны и естественны («Контактность» –  $m = 4,09$ ). Склонны к ригидности и непластичности в коммуникации с разными людьми. Сложнее находят общий язык с другими и труднее подстраиваются под ситуацию и под людей («Гибкость в общении» –  $m = 4,54$ ).

Таким образом, в соответствии с проведенной методикой «САМОАЛ» мы установили, что пользователи с высокой активностью в социальной сети готовы к экспериментам и творческому преобразованию действительности с целью удовлетворения своих интересов и стремлений. Самоактуализация стала для них образом жизни, в ходе которой они активно ищут пути воплощения в жизнь своих потенциальных возможностей. Они уверены в себе и своих способностях.

Далее представим результаты по методике FIRO-B В. Шутца.

Таблица 4

Средние показатели в группах респондентов по методике FIRO-B В.

Шутца

Шкалы методики	Активные пользователи социальных сетей	Пользователи с низкой активностью в социальных сетях	p	$p \leq$
Ie	4.96	5.18	0.85	$p \geq 0.05$
Iw	6.13	3.54	<b>0.00</b>	$p \geq 0.05$
Ce	5.37	6.18	0.55	$p \geq 0.05$
Cw	5.41	4.27	0.29	$p \geq 0.05$
Fe	4.31	2.63	<b>0.01</b>	$p \leq 0.05$

Aw	7.20	4.27	<b>0.00</b>	$p \leq 0.05$
----	------	------	-------------	---------------

В результате диагностики по данной методике мы установили, что пользователи с высоким уровнем активности в социальных сетях ожидают инициативности окружающих в привлечении их к участию в общей деятельности. Собственная пассивность во включенности может выражаться в страхе отвержения, неуверенности в том, что они могут представлять интерес для окружающих. Они ориентированы на более выраженное стремление других быть в их обществе, чем наоборот ( $Iw - m = 6,13$ ).

Также у данных респондентов отсутствует доверие к людям ( $Ie - m = 4,96$ ). Пользователи с высокой активностью очень осторожны и избирательны в ходе установления близких взаимоотношений. В тоже время их можно характеризовать как чувственно чрезмерных ( $Aw - m = 7,2$ ). Это выражается в стремлении и желании быть любимым Другими, страхе отвержения. Одобрение и расположение людей стремятся завоевать через чуткость и внимательность к ним. Они испытывают сильную потребность в привязанности ( $Ae - m = 4,31$ ).



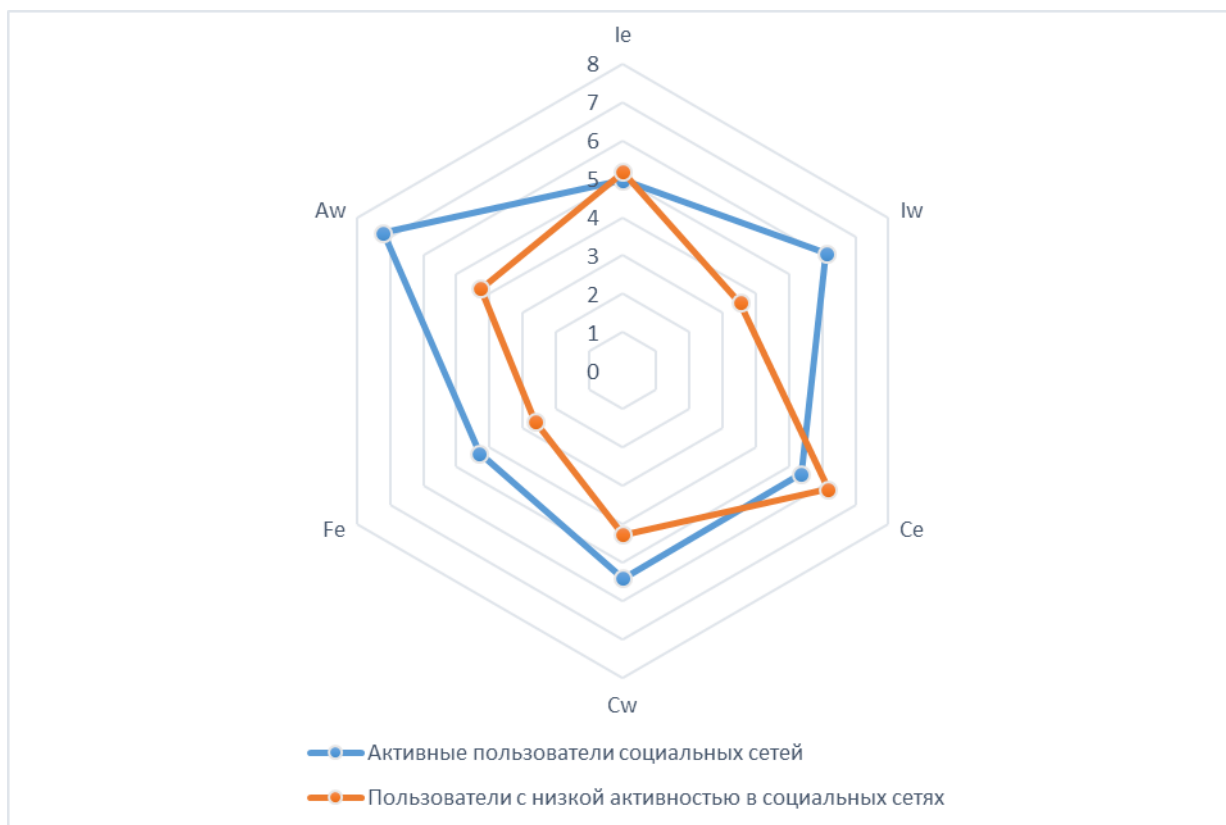


Рис. 4. Направленность межличностного поведения пользователей социальных сетей.

В тоже время пользователи с низкой активностью в социальных сетях наиболее высокие результаты дали по шкалам Ie, Ce, Cw, Aw.

Пользователи с низкой активностью ориентированы на здоровые межличностные отношения, на принятие других и принятие другими, на то, чтобы окружающие проявляли к ним интерес. Они ощущают себя способными людьми с чувством ответственности, которых уважают окружающие, которым они доверяют; не испытывают потребности постоянно доказывать свою компетентность и постоянно ориентироваться на реакцию и принятие/не принятие группы ( $Ie - m = 5,18$ ). Они общаются с меньшим количеством людей, не ориентированы на поиск контактов и не стремятся принадлежать к группам и общностям ( $Iw - m = 3,54$ ). Они стремятся превосходить интеллектуально, физически.

Пользователи с низкой активностью выявили определенную степень стремления контролировать и влиять на окружающих, брать в свои руки руководство и принимать решение за себя и остальных. Выраженное

поведение пользователей данной группы в области контроля выше требуемого – они не принимают контроля над собой ( $Ce - m = 6,18$ ;  $Cw - m = 4,27$ ). Они видят себя в этой активности в большей степени субъектами, чем допускают субъектность у партнера.

Пользователи с низкой активностью стремятся быть принятыми другими, аффективное поведение в отношении них от других людей имеет ценность, но не является всепоглощающей ( $Aw - m = 4,27$ ). Непринятие групп они переживают спокойно. Они чрезмерно осторожны и недоверчивы к людям, очень осторожны в выборе тех, с кем устанавливают близкие и интимные отношения, чувствуют себя комфортнее, соблюдая дистанцию.

Таким образом, мы установили, что активные пользователи социальных сетей больше ориентированы на ожидание включенности и аффектации со стороны других, чем на собственную активность в этом отношении. Их пассивность в этих областях может отражать страх неприятия и стремление переложить ответственность за отношения на партнеров, делегируя им субъектность. Стремясь избежать зависимости от принятия группы, они могут проявлять агрессивность и доминантность поведения, стараясь всесторонне контролировать партнеров по общению.

Далее рассмотрим основные результаты, которые были получены нами по методике И.П. Шкуратовой.

Таблица 5

Шкалы методики	Активные пользователи социальных сетей	Пользователи с низкой активностью в социальных сетях	p	p≤
Стремление понравиться	10.89	8.72	<b>0.00</b>	p≤0.05
Самопродвижение	10.44	10.81	0.51	p≥0.05
Примерность	8.82	10.54	0.05	p≤0.05
Запугивание	8.65	8.45	0.67	p≥0.05
Демонстрация слабости	10.41	8.27	<b>0.00</b>	p≤0.05

Отслеживание производимого впечатления	11.41	9.54	<b>0.00</b>	$p \leq 0.05$
Вариативность поведения	11.37	10.54	0.25	$p \geq 0.05$

В соответствии с таблицей 5 мы видим, что пользователи с высокой активностью в социальных сетях чаще всего используют стратегии «Отслеживание производимого поведения», «Вариативность поведения» и «Стремление понравиться».

С одной стороны, они могут стараться производить заведомо одобряемое впечатление, получать подкрепление от других, контролируя при этом собственное поведение и ответные реакции. С другой стороны, поведение может граничить с демонстративностью. Можно утверждать о коммуникативной компетентности, умении вести себя соответственно ситуации, окружению и стремлении не вызывать при этом конфликтных реакций и непонимания («Отслеживание производимого поведения» –  $m = 11,41$ ).

Также способны применять разные образы в разных ситуациях, что свидетельствует об их социальной компетентности, свойственной современной личности, коммуницирующей в разных обстоятельствах, общностях и с разными людьми («Вариативность поведения» –  $m = 11,37$ ). Это связано с большим количеством ролей, проигрываемых современной личностью. Речь может идти и о стремлении управлять производимым впечатлением с целью получения желаемого результата, реакции. Стремясь понравиться собеседникам, они, с одной стороны, действуют через лесть и угождение с целью получения одобрения. С другой стороны, стремятся быть принятым группой, занять в ней более комфортное место, установить благоприятные гармоничные отношения («Стремление понравиться» –  $m = 10,89$ ). С целью получения внимания и поддержки может транслироваться

поведение, вынуждающее партнеров ее оказать («Демонстрация слабости» –  $m = 10,41$ ), тем самым испытуемые делегируют ответственность за свое бытие Другим.

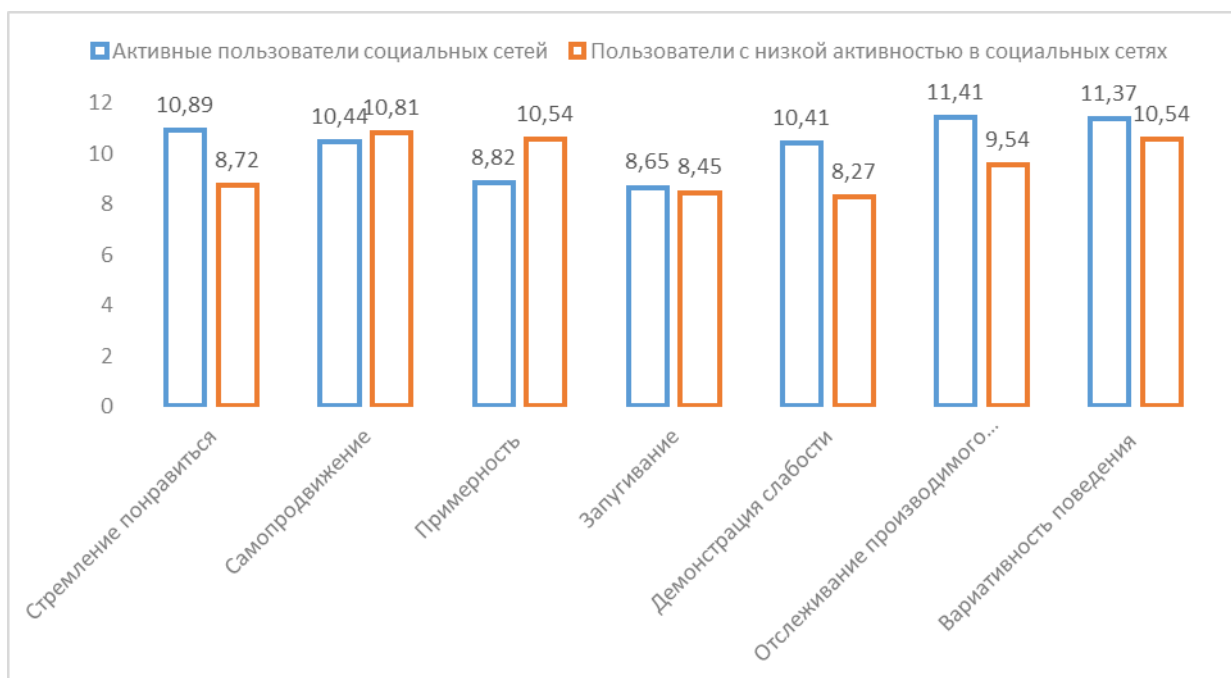


Рис. 5. Средние показатели стратегий поведения респондентов пользователей социальных сетей.

Пользователи с низкой активностью чаще используют стратегии «Самопродвижение», «Примерность» и «Вариативность поведения».

Они склонны злоупотреблять хвастовством с целью проявления компетентности. Данная стратегия направлена на достижение превосходящей позиции знающего, опытного человека с авторитетным мнением. Они стремятся приобрести статус среди своего окружения, но не всегда за счет знания или особых достижений, но и за счет принижения других («Самопродвижение» –  $m = 10,81$ ).

Данные пользователи стремятся служить примером и приобрести власть наставника. Могут с этой целью обсуждать и осуждать других людей и их поступки. С другой стороны, могут стремиться стать лучше, чтобы завоевать обоснованное признание («Примерность» –  $m = 10,54$ ). Пользователи с низкой активностью способны по-разному представлять при

разных обстоятельствах и окружении, но им не всегда это по душе. Взаимодействуя с разными людьми в различных бытийных пространствах, они умеют подстраиваться под них, но они менее гибки в коммуникации и стараются быть естественными в общении, даже если это пойдет в разрез с общим мнением и ожиданиями окружения («Вариативность поведения» –  $m = 10,54$ ).

Таким образом, проведенная методика показала, что пользователи с высоким уровнем активности в социальных сетях способны производить заведомо одобряемое впечатление, получая желаемое подкрепление от других, что отражает коммуникативную компетентность испытуемых или демонстративность, неискренность поведения. Вариативность самопредъявления позволяет им вписываться в различные сообщества и соответствовать ожиданиям. Таким образом, они способны поддерживать гармоничные бесконфликтные взаимоотношения с разными людьми.

Итак, для активных пользователей социальных сетей присущи следующие социально психологические характеристики: ориентированы на социальное взаимодействие, готовы к экспериментам и творческому преобразованию действительности с целью удовлетворения своих интересов и стремлений, ориентированы на ожидание включенности и аффекации со стороны других, чем на собственную активность в этом отношении, способны производить заведомо одобряемое впечатление, получая желаемое подкрепление от других, что отражает коммуникативную компетентность испытуемых или демонстративность, неискренность поведения.

Рекомендации по использованию социальных сетей в образовании.

Разнообразие веб-служб, позволяющих поддерживать контакты между людьми, все больше привлекает пользователей сферы образования. Одной из причин этого является высокая популярность социальных сетей в студенческой среде.

Для повышения интереса к предмету (дисциплине) можно использовать социальные сети как среду, знакомую для учеников

(студентов). Размещать в социальных сетях дополнительные задания (творческого характера, проектной работы, во время каникул.

Социальные сети предоставляют следующие возможности:

1) создание групп «Информатика», «Информатики», «Программисты», «Олимпиада», «Веб-технологии» и т.д., в группе можно размещать материал задач, примеры решения задач, видеоролики, аудиозаписи, документы, ссылки на полезные ресурсы, графические объекты, создавать опросы, обсуждения. в свою очередь, ученики (студенты) могут загружать свои разработки в группу, комментировать записи других пользователей;

2) обмен сообщениями как с пользователями социальных сетей, так и с учителем (преподавателем) об учебных задачах, если что-то непонятно;

3) на стене можно размещать самую важную информацию: информацию об олимпиадах, недели информатики, участия в конкурсах, задачи, электронные версии учебников, дополнительный материал, интересные видеоролики и тому подобное;

4) закладки можно использовать для хранения необходимых фотографий, видео, записей, ссылок и тому подобное;

5) фотографии, видеозаписи, аудио записи, документы предоставляют возможность загрузки этих объектов к своей странице;

6) новости можно использовать для ознакомления с нужной информацией, новостями своих друзей, групп;

7) каждая страница социальной сети может быть привязана к электронной почте пользователя, изменения в социальных сетях (получение новых сообщений оповещения о датах рождений друзей и т.д.) сразу отображаются в виде оповещения (электронное письмо) на электронном ящике пользователя;

8) приложения (пользователи могут использовать логические, игровые приложения).

Проанализировав научную литературу, мы определяем следующие преимущества и недостатки использования социальных сетей в образовании.

Преимущества использования социальных сетей в образовании:

привычная среда для общения;

понятность интерфейса социальных сетей;

использования в любое удобное для пользователя время;

обмен информацией между пользователями

поиск нужной информации;

доступность учебного материала (достаточно зайти в социальную сеть и посмотреть информацию);

размещение нужной информации как для ученика (студента), так и для учителя (преподавателя)

возможность задавать вопросы, как другим пользователям, так и учителю (преподавателю)

наличие обратной связи в виде обмена сообщениями, записями на стене, комментариями других пользователей;

размещение различного характера задач;

выполнение задания коллективно или самостоятельно;

просмотр выполнимости задачи другими пользователями, то есть наличие материалов для свободного доступа в виде фото, видео и комментариев на стене;

непрерывность учебного процесса (задачи можно размещать во время каникул).

Недостатки использования социальных сетей в образовании:

некоторые ученики, студенты (хотя этот процент небольшой) могут не иметь компьютер или доступ к сети Интернет;

отсутствие доступа к сети Интернет;

технические проблемы социальной сети;

недостаточная осведомленность учащихся (студентов), учителей (преподавателей) по работе с социальными сетями;

использование учениками (студентами) социальных сетей только для своих нужд (обмен сообщениями, игра с приложениями социальным сетям, просмотр новостей и т.д.), а не для выполнения учебных задач:

развитие компьютерной зависимости от социальных сетей, желание обязательно зайти на свою страницу социальной сети.

Очень часто пользователи социальных сетей общением в сети заменяют реальное общение в жизни, появление новой записи на стене становится собственным способом раскрыть свой внутренний мир, во время общения пользователи используют смайлики, заменяя реальные эмоции, проводят больше времени в социальных сетях, нежели в реальном мире, могут выбирать с кем общаться, с кем - нет. Но все эти проблемы являются отражением психологического, эмоционального состояния человека. Поэтому нужно искать ответы на эти вопросы с психологической точки зрения. Человек, который является успешной в жизни, может совместить и ставить грань между виртуальным и реальным миром.

Рассмотрим, как можно организовать учебный процесс с использованием социальных сетей.

Учебный процесс с использованием социальных сетей можно реализовать следующим образом: предлагается задание, класс (студенческая группа) делится на небольшие группы (3 - 5 участников), каждый участник выполняет свою задачу и результаты работы представляет на своей странице социальной сети или в заранее созданной группе социальной сети. Результат работы каждого участника могут просматривать другие участники и учитель (преподаватель), оставляя свои комментарии по выполнению задания. Через некоторое время группы класса (студенческой группы) предлагают свои конечные результаты на рассмотрение.

Можно предложить каждому ученику (студенту) выполнить индивидуальные задания с размещением результатов своей работы на своей странице социальной сети. Задача может быть разного характера, с различной темы. Задачи, предлагаемые для выполнения, должны



соответствовать возрастным особенностям, умственным способностям. Задание можно распределять по уровню сложности. Можно создавать опросы, голосования, обсуждения.

Таким образом, становится возможным реализовать различные формы обучения: индивидуальные, групповые, коллективные, проектные и др.

## Выводы по главе

В эмпирической части исследования с целью выявления социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей мы организовали исследование. Всего в исследовании приняли участие 60 респондентов в возрасте от 18 до 23 лет (36 девушек, 24 юноши). Все респонденты являются пользователями социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, WhatsApp).

В ходе эмпирического исследования нами были использованы следующие психодиагностические методики: Анкета «Активность личности в виртуальной социальной сети» (Косивченко Е.И.); 16-факторный опросник личности (форма А, 187 вопросов) Р.Б. Кеттелла. Методика «Диагностика самоактуализации личности» (САМОАЛ) А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калиной. Адаптированная версия опросника FIRO-B В. Шутца (Опросник межличностных отношений (ОМО) А.А. Рукавишников). Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой.

В результате обработки данных анкеты мы выделили две группы в соответствии с уровнем активности пользователей социальных сетей. В первую группу вошли респонденты с высокими значениями индикаторов активности (пользователи с высокой активностью). Во вторую вошли пользователи, получившие низкие значения активности (пользователи с низкой активностью); У активных пользователей социальных сетей наблюдается: больше число поддерживаемых аккаунтов в разных социальных сетях ( $m = 2,72$ ); высокая частота посещений своих страниц ( $m = 4,03$ ); высокая степень увлеченности различными видами деятельности в социальной сети ( $m = 3,2$ ); большая коммуникативность ( $m = 3,2$ ); большая публичность личной информации в социальной сети ( $m = 3,2$ );

Мы установили, что активные пользователи социальных сетей отличаются следующими социально-психологическими характеристиками: ориентированы на социальное взаимодействие, ориентированы на

выстраивание и поддержание взаимно удовлетворительных отношений с людьми, сохраняя при этом четкие границы истинных дружеских отношений, четко регламентируя характер взаимоотношений, что отражает достаточную избирательность в выборе контактов. Направлены на получение социального одобрения, что обуславливает их гибкость в общении. В отношениях с окружающими могут демонстрировать неустойчивость настроения, экспрессивность поведения.

В соответствии с проведенной методикой «САМОАЛ» мы установили, что пользователи с высокой активностью в социальной сети готовы к экспериментам и творческому преобразованию действительности с целью удовлетворения своих интересов и стремлений. Самоактуализация стала для них образом жизни, в ходе которой они активно ищут пути воплощения в жизнь своих потенциальных возможностей. Они уверены в себе и своих способностях.

Мы выяснили, что активные пользователи социальных сетей больше ориентированы на ожидание включенности и аффектации со стороны других, чем на собственную активность в этом отношении. Их пассивность в этих областях может отражать страх непринятия и стремление переложить ответственность за отношения на партнеров, делегируя им субъектность. Стремясь избежать зависимости от принятия группы, они могут проявлять агрессивность и доминантность поведения, стараясь всесторонне контролировать партнеров по общению.

Кроме этого, пользователи с высоким уровнем активности в социальных сетях способны производить заведомо одобряемое впечатление, получая желаемое подкрепление от других, что отражает коммуникативную компетентность испытуемых или демонстративность, неискренность поведения. Вариативность самопредъявления позволяет им вписываться в различные сообщества и соответствовать ожиданиям. Таким образом, они способны поддерживать гармоничные бесконфликтные взаимоотношения с разными людьми.

## Заключение

В рамках данной работы нами была поставлена цель исследования - теоретически обосновать и эмпирически исследовать социально-психологические характеристики активных пользователей социальных сетей. Для достижения поставленной цели мы реализовали теоретические и практические задачи исследования: проанализировали понятие социальной сети в современных психологических источниках, рассмотрели психологические особенности активных пользователей социальных сетей, изучили взаимосвязь социально-психологических характеристик пользователей социальных сетей с особенностями их активности в сети, организовали и провели эмпирическое исследование социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей проанализировали полученные результаты эмпирического исследования.

Проведенный нами теоретический анализ специализированной литературы по проблеме исследования позволил прийти к ряду выводов:

Социальные сети являются способом организации межчеловеческих контактов, минимально зависимым от времени и пространства. Для них характерно отсутствие четкой структуры и единого центра. Каждый участник социальной сети является соавтором общей Интернет-среды.

Термин «Интернет-зависимость», который отражает патологическую страсть к использованию электронных ресурсов. В психологии вопрос зависимости остается нерешенным; большинство исследователей этой проблемы акцентируют внимание на особенностях личностного развития пользователей, социального взаимодействия их с окружением, специфики интеллектуального развития.

Можно предполагать, что существует психологическое влияние интернет-общения на формирование определенных социально-психологических особенностей пользователей сети Интернет. Это влияние может носить как положительный, так и негативный характер. Существует

актуальная потребность в том, чтобы закономерности психологического влияния интернет-общения, которое охватывает все большее количество пользователей сети Интернет, на своих участников были исследованы и описаны, что может быть сделано на основе соответствующих исследований.

В эмпирической части исследования с целью выявления социально-психологических характеристик активных пользователей социальных сетей мы организовали исследование. Всего в исследовании приняли участие 60 респондентов в возрасте от 18 до 23 лет (36 девушек, 24 юноши). Все респонденты являются пользователями социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, WhatsApp).

В ходе эмпирического исследования нами были использованы следующие психодиагностические методики: Анкета «Активность личности в виртуальной социальной сети» (Косивченко Е.И.); 16-факторный опросник личности (форма А, 187 вопросов) Р.Б. Кеттелла. Методика «Диагностика самоактуализации личности» (САМОАЛ) А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калиной. Адаптированная версия опросника FIRO-B В. Шутца (Опросник межличностных отношений (ОМО) А.А. Рукавишниковой). Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой.

В результате обработки данных анкеты мы выделили две группы в соответствии с уровнем активности пользователей социальных сетей. В первую группу вошли респонденты с высокими значениями индикаторов активности (пользователи с высокой активностью). Во вторую вошли пользователи, получившие низкие значения активности (пользователи с низкой активностью); У активных пользователей социальных сетей наблюдается: больше число поддерживаемых аккаунтов в разных социальных сетях ( $m = 2,72$ ); высокая частота посещений своих страниц ( $m = 4,03$ ); высокая степень увлеченности различными видами деятельности в социальной сети ( $m = 3,2$ ); большая коммуникативность ( $m = 3,2$ ); большая публичность личной информации в социальной сети ( $m = 3,2$ );

Мы установили, что активные пользователи социальных сетей отличаются следующими социально-психологическими характеристиками: ориентированы на социальное взаимодействие, ориентированы на выстраивание и поддержание взаимно удовлетворительных отношений с людьми, сохраняя при этом четкие границы истинных дружеских отношений, четко регламентируя характер взаимоотношений, что отражает достаточную избирательность в выборе контактов. Направлены на получение социального одобрения, что обуславливает их гибкость в общении. В отношениях с окружающими могут демонстрировать неустойчивость настроения, экспрессивность поведения.

В соответствии с проведенной методикой «САМОАЛ» мы установили, что пользователи с высокой активностью в социальной сети готовы к экспериментам и творческому преобразованию действительности с целью удовлетворения своих интересов и стремлений. Самоактуализация стала для них образом жизни, в ходе которой они активно ищут пути воплощения в жизнь своих потенциальных возможностей. Они уверены в себе и своих способностях.

Мы выяснили, что активные пользователи социальных сетей больше ориентированы на ожидание включенности и аффектации со стороны других, чем на собственную активность в этом отношении. Их пассивность в этих областях может отражать страх непринятия и стремление переложить ответственность за отношения на партнеров, делегируя им субъектность. Стремясь избежать зависимости от принятия группы, они могут проявлять агрессивность и доминантность поведения, стараясь всесторонне контролировать партнеров по общению.

Кроме этого, пользователи с высоким уровнем активности в социальных сетях способны производить заведомо одобряемое впечатление, получая желаемое подкрепление от других, что отражает коммуникативную компетентность испытуемых или демонстративность, неискренность поведения. Вариативность самопредъявления позволяет им вписываться в

различные сообщества и соответствовать ожиданиям. Таким образом, они способны поддерживать гармоничные бесконфликтные взаимоотношения с разными людьми.

Цель достигнута, гипотеза нашла свое подтверждение.

## Список литературы

1. Аврамова А. Г. Электронный дискурс в зеркале оппозиции «Устный / письменный» / А. Г. Аврамова // Вестник МГУ. Сер. 19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2004. - № 3. - С. 119-127.
2. Акчурин, Ы.А. Виртуальные миры и человеческое познание. / Ы.А. Акчурин // Концепция виртуальных миров и научное познание — СПб., 2000. — С.9-29.
3. Алексеева М., Лебедева А. Интернет: рождение новой реальности // [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [http://www.psyvlad.ru/wp/?3.1.1.1.2.2004\\_03\\_21\\_12\\_35](http://www.psyvlad.ru/wp/?3.1.1.1.2.2004_03_21_12_35)
4. Арутюнова Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова. - М.: Сов. энциклопедия, 1990. - 688 с.
5. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. / А.С. Ахманова - М.: Советская энциклопедия, 1966. - 231 с.
6. Бабенко В.С. Виртуальная реальность / В.С. Бабенко // Толковый словарь терминов - СПб.: Магадан, 2012. - 86 с.
7. Балымов И.Л. Представления студентов о человеке в Интернете и общении с ним / И.Л. Балымов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. № 15 (39): Аспирантские тетради: Научный журнал. - СПб., 2007. - С. 245 - 248.
8. Бирюкова Е.А. Интернет-коммуникация как средство межкультурного общения: жанровые и языковые особенности / Е.А. Бирюкова // Язык. Словесность. Культура. -2014. -№ 6. - С. 75-98.
9. Богдан М.С. Психологические особенности общения зависимых от социальных сетей / М.С.Богдан // Психология и социология: проблемы практического применения. Материалы международной научно-практической конференции (г. Киев, 14-15 марта 2014). - Херсон: Издательский дом «Гельветика», 2014. - 116 с.



- 10.Браславец Л.А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы / Л.А. БРАСЛАВЕЦ // Вестник ВГУ. Серия: Филология и журналистика. - 2009. -№1. - С. 125-132.
- 11.Буторина Е.П. А поговорить? Интернет как лингвистический феномен / Е.П. Буторина // Мир медиа XXI. -1998. - № 1. - С. 132-133.
- 12.Визгина А. В. Проявление личностных особенностей в самоописании мужчин и женщин / А. В.Визгин, А. В., Пантилеева С. Г. // Вопросы психологии. - 2001. - № 3.- С. 91-91.
- 13.Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторинга / В. Д. Винник // Философия науки. - 2012. - №4 (55). - С. 110-126.
- 14.Голышко А. Феномен социальных сетей / А. Голышко // Радио. - 2011. - №1 - С. 5-7.
- 15.Горбунова Н.В. Функционально-стратегический потенциал англицизмов в Интернет-дискурсе: Автореф. дис. ... докт. филол.наук. - Иркутск, 2011;
- 16.Губанов Д.А. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства» / Д.А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Чхартишвили. / под ред. Д.А.Новикова. - М .: Издательство физико-математической литературы, 2010. - 228 с.
- 17.Девтеров И.В. Характер социальных коммуникаций в сети Интернет / И. В.Девтеров // Теория и практика упр. соц. системами. - 2011. - №3. - С. 66-72.
- 18.Дедова О. В. О языке Интернета / А.В. Дедова // Вестник МГУ. Сер. 9, Филология. - 2010. - N 3. - С. 25-38;
- 19.Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома / Ж.Делез, Ф. Гваттари // Философия эпохи постмодерна: сборник переводов и рефератов. — Минск, 1996. — С. 7-31.
- 20.Заморский В.В. Роль социальных сетей в ценностной трансформации молодежи / В.В. Заморский // Ист., Философ., Полит. и юрид. науки,

- культурология и Искусствоведение. Вопр. теории и практики. - 2013. - № 5/2. - С. 60-63.
- 21.Ивашнова С. В. Использование социальных сервисов и социальных сетей в образовании / С. В. Ивашнова // Научные записки НГУ им. Гоголя. психолого педагогические науки. - 2012. - № 2. - С. 15-17.
- 22.Казнова Н.Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации на примере французской блогосферы: дис. ... канд. филол. наук. / Н.Н. Казнова. - Пермь, 2011.
- 23.Какорина Е.В. СМИ и интернет-коммуникация (интернет-форум как новый коммуникативно-речевой жанр) / Е. В. Какорина // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX-XXI вв. / Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова РАН. - М.: Языки славянских культур, 2008. - С. 549-578.
- 24.Какорина Е.В. Язык интернет-коммуникации / Е.В. Какорина // Язык массовой и Межличностное коммуникации. - М.: Медиа-мир, 2007. - С. 393-378.
- 25.Каптюрова В.В. Синкретизм монолога, диалога и полилога в Интернет-коммуникации. / В. В. Каптюрова // Языковые и концептуальные картины мира. —К.: 2013. — Вып. 43(2). — С. 129-137. — Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks\\_2013\\_43\(2\)\\_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43(2)_22.pdf).
- 26.Карпова Т.Б. Категориальные свойства дискурса рунета / Т.Б.Карпова // Вестник Пермь. ун-та. Сер. Российская и зарубежная филология. - Пермь, 2010. - Вып. 3 (9). - С. 68-73.
- 27.Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе (англ.) русск. / М. Кастельс // Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновна. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004. - 328 с.
- 28.Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновна. — Екатеринбург: У-Фактория, 2004. — 328 с.

- 29.Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // Пер. с англ. под науч. ред. А. И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
- 30.Клименко А. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса / А. А. Клименко // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. заоч. науч. конф. (Г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). - СПб.: Реноме, 2012. - С. 405-407.
- 31.Коноплицкий С. М. Социальные аспекты коммуникации в сети Интернет: феноменологический анализ: Автореф. дис. канд. социол. наук: 22.00.01 / с. М. Коноплицкий. - М., 2007. - 17 с.
- 32.Лассвелла Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Г.Лассвеллом пер. с англ. (Общ. Ред. Назаров М.М.) // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. -М., 1999. - С. 131-138.
- 33.Лутовиново А.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / А.В. Лутовиново. - Волгоград: Изд-во ГПУ Перемена, 2009. - 496 с.
- 34.Маклюэн М. С появлением Спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры // Кентавр / пер. В. П. Терин. — М., 1994. — № 1. — С. 20-
- 35.Морозова А.А. Проблемные моменты коммуникативного взаимодействия в социальных сетях / А.А. Морозова // Филология. Искусствоведение. - Вып. 93. - С. 76-80.
- 36.Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление / А.В.Назарчук // Вопросы философии. — № 7. — М., 2008. — с. 61-75.
- 37.Нещименко Т.П. К вопросу о Лингвистическом статусе языка компьютерных диалогов // Язык. Личность Текст: сб. ст. к 70-летию Т.М. Николаевой / Ин-т славяноведения РАН; отв. ред. В.Н. Топоров. - М.: Языки славянских культур, 2005. - С. 56-71.

38. Овчинникова И. Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) / И.Г. Овчинникова // Вестник Пермского университета. серия: Политология. - 2013. - № 2. - С. 143-156.
39. Онищенко А. С. Социальные сети как фактор развития гражданского общества: [монография] / [А. С. Онищенко, В. Н. Горовой, В. И. Попик и др.]; НАН Украины-ны, Нац. б-ка Украины им. В. И. Вернадского. - М., 2013. - 220 с.
40. Палий С.В. Социальные сети как средство коммуникации электронного обучения. / С. В. Палий // Управление развитием сложных систем. — 2013. — Вып. 13. — С. 152-156.
41. Патаракин Е. Д. Педагогический дизайн социальной сети Scratch / Е.Д. Патаракин // Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society). - 2013. - т.16. - № 2. - С. 505-528.
42. Патаракин Е. Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю: уч.-метод. / Е. Д. Патаракин. - второй изд. - М.: Интуит.ру, 2007. - 64 с.
43. Пичугина, О. А. Трансформация массовой коммуникативной реальности в эпоху социальных медиа А.А. Пичугина // Вестн. Рус. гос. гуманитарий. ун-та. Политология. Социал.-коммуникатив. науки. в - № 1. - С. 268-276.
44. Почепцов Г.Г. Элементы теории коммуникации / Г.Г.Почепцов. - Ровно, 1999. - 651 с.
45. Садыгов Т. С. Социально-психологические функции социальных сетей / Т.С. Садыгов // Вектор науки ТГУ. - 2012. - №3 (10). - С. 192-194.
46. Сазанов В.Н. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз / В.Н. Сазанов - М.: Лаборатория СВМ, 2010. - 180 с.

47. Селютин А. А. Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве: на примере анализа текстов социальных сайтов: дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2009. - 247 с.
48. Сидоров А.И. Социальные сети и их влияние на молодежь / А.И. Сидоров, Мухарлямов А.Ю. // Современ. наукоемкие технологии. - 2013. - № 7/2. - С. 219.
49. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А.В. Соколов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 г. - 461 с.
50. Тарасенко В. В. Антропология Интернет: самоорганизация «человека кликающего» // В. Тарасенко // Общественные науки и современность. - 2000. - №5. - С.20.
51. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. - М.: ООО - Издательство АСТ, 2002. - 557 с.
52. Фролов И.Т. Философский словарь / И.Т. Фролов. - Изд. Седьмой. - М.: Республика, 2001. - 720 с.
53. Чумакова В. А. Психологические особенности интернет-коммуникаций в социальных сетях / В. А. Чумакова // Молодой ученый. - 2013. - №3. - С. 451 - 453.
54. Шадских Ю. Г. Эволюция смыслового значения понятия «виртуальная реальность» // Ю.Г. Шадских // Вестн. Нац. ун-та» Львов. политехника «. Философ. науки. - 2012. - № 723. - С. 73-78.
55. Шадских Ю. Г. Психология и педагогика: Учеб. пособие. для студ. высших учеб. заведений / Ю.Г. Шадских, - 2-е изд., Исправленное. - Л.: Магнолия, 2006, 2007. - 319 с.
56. Шайкина Е.А. Социальные сети в жизни современной студенческой молодежи / Е.А. Шайкина // Духовность личности: методология, теория и практика. - 2011. 3 (44). - С. 184-189.
57. Шапиро А.А. Массовая коммуникация в on-line измерении: изменение парадигмы [Электронный ресурс] / О. А. Шапиро // Вестник

Национальной юридической академии Украины имени Ярослава Мудрого, 2013. — № 2. — С. 57-65. — Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua\\_2013\\_2\\_9.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_2013_2_9.pdf).

58. Шарков Ф. И. Коммуникология. Основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2009. - 592 с.
59. Яцишин А.В. Применение виртуальных социальных сетей для нужд общего среднего образования / А.В. Яцишин // Информационные технологии в образовании. - 2014 - № 19. - С. 119-126.