

ЛИЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Л. Б. Можейкина

*Новосибирский национальный исследовательский государственный
университет, г. Новосибирск, Россия*

Аннотация: В статье представлено исследование, направленное на выявление характерных личностных особенностей активных пользователей социальных сетей. Идея описания личностных черт основывается на диспозиционную модель личности «Большая пятерка» (Р. Косты и П. Мак-Крея), эмпирический материал получен при помощи методики NEO PI-R.

Социалдык тармактардын активдүү колдонуучуларына жекече мүнөздөмө

Л. Б. Можейкина

Корутунду: Макалада социалдык тармактардын активдүү колдонуучуларына жекече мүнөздөгү өзгөчөлүктөрүн аныктоого багытталган изилдөөлөр келтирилген. Жекелик өзгөчөлүктөрдү баяндоо идеясы диспозиционалдык «Чоң беш» жекелик моделине негизделет (Р. Косты жана П. Мак-Крей), эмпирикалык материалдар NEO PI-R методикасынын жардамында алынган.

Personal characteristics active social network users

L. B. Mozheykina

National Research Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia

Abstract: This paper presents a study aimed at identifying specific personal characteristics of active users of social networks. The idea of describing personality traits based on the dispositional model of personality "Big Five" (P. Costa and P. Mc Cray), empirical data obtained by the procedure NEO PI-R.

В XXI веке, когда интернет работает не только по проводам, когда появились 3G/4G и Wi-Fi, и любая из последних технических новинок от мобильного телефона или планшета до телевизора или автомобиля, имеет возможность подключения к интернету, становится все сложнее не попасть в «сеть» и не оказаться под ее влиянием. Личность в современном мире оказывается втянутой в поток виртуальной информации, который изменяет и трансформирует ее. В связи с этим изучение личности в контексте новых социально-виртуальных образований становится как никогда актуальным.

Результаты многочисленных исследований свидетельствуют, что социальными сетями уже охвачено более половины всех пользователей интернета. В России этот показатель пока меньше мирового, но он стремительно растёт. Согласно проведенному в 2008 году опросу среди студентов г. Москвы в возрасте от 18 до 23 лет, 78% респондентов являются активными участниками виртуальных социальных сетей. При этом вовлеченность составила: участник одной сети – 4, 5%, двух – 12, 3%, трех – 32, 8%, четырех – 28, 2%, пяти и более сетей – 22, 2% [1].

Очевидно, что полисетевой социальный фактор – это основная модель поведения молодых людей в виртуальном социальном пространстве. В чем причина подобной ситуации? Основание проблемы, прежде всего, кроется в личности самого пользователя. Нами была предпринята попытка выявить характерные личностные особенности активных пользователей социальных сетей, то есть посмотреть на проблему «изнутри», набросав портрет личности активного пользователя социальных сетей.

Активным пользователем социальной сети считается человек, который проводит в социальной сети от трех часов в день, просматривает большое количество страниц, администрирует группы [2, 3]. Критериями зависимости от социальных сетей выступают регулярное ежедневное посещение и обновление «страницы», непрерывный режим «онлайн» более четырех часов в сутки; ощущение раздражительности и беспокойства при отсутствии возможности посетить «страницу» социальной сети; ежедневная потребность следить за обновлением событий на странице вне зависимости от места нахождения; регулярное отображение личных переживаний в «статусе» социальной страницы; все большее предпочтение «онлайн» общения реальному и др.

Принимая во внимание то, что активные пользователи социальных сетей предпочитают особые формы общения и пребывание в виртуальной сфере, для контрастного сравнения мы сопоставили их черты с характеристиками тех, кто не посещает социальные сети. При описании личностных характеристик мы опирались на диспозиционную модель личности «Большая пятерка» (Р. Косты и П. Мак-Крея). Были выдвинуты следующие гипотезы.

1. У активных пользователей социальных сетей высокие показатели нейротизма.
2. У активных пользователей социальных сетей высокие показатели открытости личности.
3. У активных пользователей социальных сетей низкие показатели добросовестности личности.

Для выявления личностных характеристик была использована методика NEO PI-R – Revised NEO Personality Inventory, Пол Т. Коста-младший и Ро-

берт Мак-Крей (Revised NEO Personality Inventory Paul T. Costa, Robert R. McCrae, 2002) [5]. Активных пользователей социальных сетей определяли при помощи опросника на выявление уровня киберкоммуникативной зависимости (Тончева А. В., 2012) [4]. Данный опросник был применен как валидизированный метод не столько для выявления зависимых от социальных сетей, сколько для диагностики активных пользователей, которых мы отбирали при условии набора более 50% от максимального балла.

Используя методику «NEO PI-R», мы получили следующие результаты. Стандартные отклонения в обеих группах значимо не различаются, что позволяет нам использовать средние показатели для предварительного сравнения групп. По показателям открытости, нейротизма и экстраверсии активные пользователи социальной сети превышают показатели контрольной группы. Те, кто не пользуется социальными сетями, имеют высокие баллы выше по приятности в общении и добросовестности. Однако сравнение средних не дает нам достаточных оснований для подтверждения или опровержения выдвинутых в нашем исследовании гипотез, поэтому обратимся к статистическому методу сравнения двух независимых совокупностей.

Обработка результатов осуществлялась с использованием стандартного пакета программ StatSoft Statistica 6. 0. Так как исследуемые выборки представляли собой 2 несвязанные совокупности, для сравнения групп попарно и поиска статистически значимых различий между ними был выбран U-критерий Манна-Уитни. Перед применением критерия выборки были проверены на соответствие ограничениям его применимости.

Гипотеза о высоком уровне нейротизма у активных пользователей социальных сетей подтвердилась. По этому фактору экспериментальная и контрольные группы оказались разнородными. Это свидетельствует о негативных аффективных состояниях (страх, грусть, раздражение, гнев, чувство вины и отвращения), о склонности к иррациональным идеям, низкому контролю импульсов и низкой стрессоустойчивости, озабоченности, враждебности и импульсивности, свойственных для активных пользователей социальных сетей. В силу личностных особенностей они оказываются уязвимы перед стрессом, испытывают трудности в общении в реальном мире, не уверены в себе, проявляют склонность к зависимостям и уходу от реальности, что и становится одним из факторов, способствующих активно пользоваться социальными сетями.

Гипотеза о высоких показателях по шкале «открытость» у активных пользователей социальных сетей не подтвердилась. Это объясняется схожестью проявлений открытости в социальной сети и при непосредственной коммуникации. Принятие, поддержка новых идей и нетрадиционных ценностей оказывается значима как для пользователей

социальных сетей, так и для тех, кто не причастен к виртуальному общению.

Гипотеза о низком уровне показателя по шкале «добросовестность» у активных пользователей социальных сетей подтвердилась. Добросовестность, проявленная в большей мере у не имеющих аккаунта в социальных сетях, включает, в первую очередь, самоконтроль, который, помимо контроля за эмоциональными реакциями, может соотноситься и с более активными процессами планирования, организации и выполнения деятельности, в том числе отдельных ее заданий. Это объясняется следующим: добросовестность, подразумевающая собой компетентность, порядок, чувство долга, стремление к достижению результата, самодисциплину и осмотрительность, нехарактерна для активных пользователей социальных сетей ввиду анонимности в виртуальном мире, высокой скорости и низкой глубине общения, которое строится в этом пространстве, а также благодаря тому, что само времяпровождение в социальной сети не предполагает наличия точки отсчета и точки завершения, оно строится на основе непрекращающегося обмена информацией.

Добросовестность характеризует целеустремленных, волевых, решительных и непреклонных личностей. Такие черты не проявлены у активных пользователей социальных сетей ввиду того, что виртуальное общение, помимо прочего, выполняет и функцию разрядки напряжения, свободного времяпровождения, которое не предполагает упорство или работу над собой, которые могут иметь место в реальной жизни.

Результаты данного исследования способствуют детальному изучению влияния социальных сетей на личность человека, помогают пролить свет на причины предпочтения виртуального общения, а также позволяют расширить научные представления о личности в контексте виртуальной коммуникации и составить портрет современной личности в кибернетическом пространстве.

Выявленные черты могут служить своеобразными маркерами для диагноста. Так, выявляя среди диагностируемых респондентов с повышенными показателями нейротизма и низкими значениями добросовестности, мы можем определить группу риска и провести дополнительную диагностику на предмет зависимости от социальных сетей. Описанные индивидуально-типологические особенности активных пользователей социальных сетей могут стать основой профилактической программы по работе с лицами групп риска в отношении интернет- и киберкоммуникативной зависимостей.

Литература:

1. Бокарев В. А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей современной молодежи // Вопросы культурологии. – 2009. - № 8. с. 56-59.
2. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструи-

- рования коммуникации в современном обществе. Автореф. Дисс канд. фил. наук. Пятигорск, 2011. 258 с.
3. Мертёхин А. А. Интернет-зависимое поведение и перегрузка информацией // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2012. – № 10/3. с. 24-27.
 4. Тончева А. В. Диагностика киберкоммуникативной зависимости. Институт Государственного управления, права и инновационных технологий (ИГУППИТ) Интернет-журнал «Науковедение», №4, 2012, С. 1-5.
 5. Costa P. T. Jr., McCrae R. R. The NEO PI-R Personality Inventory Manual Psychological Assessment Resources Inc. – N. Y., 2002.