

УДК 316.37
ББК Ч 426-269

ГСНТИ 15.41.21

Код ВАК 19.00.05

Шаповаленко Артем Анатольевич,

аспирант, кафедра общей психологии, Факультет психологии, Российский государственный социальный университет; 107150, г. Москва, ул. Ивантеевская, д. 1, к. 6, кв. 42; e-mail: artem.shapovalenko@gmail.com

**АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ (НА ПРИМЕРЕ VK.COM)
И ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В ЮНОСТИ**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальная сеть; пространство личностного самоопределения; юность; активность пользователя.

АННОТАЦИЯ. На теоретическом и эмпирическом уровне проанализированы интернет- и веб-сообщество как новый институт социализации, виртуальное пространство социальной сети как особое пространство личностного самоопределения в юности; показаны некоторые специфические черты этого пространства самоопределения, функции и способы.

Shapovalenko Artem Anatolievich,

Post-graduate Student of the Chair of General Psychology, Faculty of Psychology, Russian State Social University, Moscow, Russia.

**ACTIVE USAGE OF SOCIAL NETWORK (ON THE EXAMPLE OF VK.COM)
AND PECULIARITIES OF PERSONAL SELF-DETERMINATION IN YOUTH**

KEY WORDS: social network; space of personal self-determination; youth; activity of a user.

ABSTRACT. Internet and web-communities are analyzed on the theoretical and empirical levels, they are viewed as a new institution of socialization, while virtual space of a social network as a space of personal self-determination in youth; some specific features of this self-determination space are shown, its functions and ways are listed.

Каждое поколение проходит свой путь социализации. Личность, будучи «современником определенного поколения», приобретает специфичные черты через приобщение к современным ей сообществам (Б. Г. Ананьев). Институты социализации (семья, школа) не остаются неизменными, и особенно интенсивно процессы трансформации идут в последние десятилетия. Одни институты утрачивают социализирующие функции, на их место приходят другие, новые. Обратим внимание и на изменяющиеся условия бытия: пространственная и социальная мобильность, пребывание в виртуальном пространстве, возможность легко находить и менять группы поддержки и т. п.

Обретение идентичности, самоопределение личности является одним из значимых эффектов социализации. Юношеский возраст традиционно рассматривается как важнейший период формирования личности. Потребность молодого человека заявить о себе как о сформировавшейся личности в мире взрослых очень велика, но не всегда легко достижима.

Современную эпоху называют информационной эрой, эрой стремительного внедрения интернет-ресурсов во все сферы жизни. Интернет – это среда информационная, к тому же она предоставляет широчайшие технические возможности для общения. Согласно масштабному исследованию мотивации обращения к Интернету (1), теперь он помогает удовлетворить большую

часть потребностей. В данный момент уже не вызывает сомнений тот факт, что воздействие, которое Интернет может оказать на личность пользователя, является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы, в том числе персонального компьютера (2).

Одним из новых современных способов приобщения к современной многоликой культуре, демонстрации своей особой ценностно-мировоззренческой позиции стало включение в ту или иную молодежную субкультуру (музыкальную, идеологическую, компьютерную и т. д.). Включение в новые общности и идентификация с различными группами запускают процесс социализации и неминуемо отражаются на внутренних инстанциях личности (5).

В Интернете сравнительно легко найти людей со схожими интересами и взглядами на мир. Эти причины обуславливают создание и активное развитие веб-сообществ – групп людей, имеющих общие интересы и общающихся преимущественно через Интернет. Подобные интернет-сообщества постепенно начинают играть ощутимую роль в жизни всего общества, а виртуальная реальность со всем ее практически безграничным информационным ресурсом все чаще рассматривается как «поле» самовыражения (4). Интернет (благодаря существованию в нем множества различных сообществ, а также благодаря тому, что он сам по себе является социальной реальностью), предоставляет новые по сравнению с ре-

альной жизнью возможности принадлежности к определенным социальным общностям (3). Такие особенности интернет-коммуникации, как анонимность, невидимость и безопасность, порождают уникальную возможность экспериментирования с собственной идентичностью, управления впечатлением о себе, создания виртуальной самопрезентации.

Говорят уже о том, что фактически складывается новая сфера существования личности – «публичная субъективность», реализуемая в многочисленных вариантах «виртуальной идентичности», которая становится и дополнением, и способом развития личности. В современных условиях необходимо изучение функций таких новых институтов социализации, как молодежная субкультура, Интернет и др., а также их соотношений с традиционными институтами.

Одним из распространенных интернет-сервисов являются социальные сети (от англ. *social network*). Несмотря на то что сам термин «социальная сеть» был впервые использован в 1954 году, широкое распространение он получил именно благодаря соответствующим интернет-сервисам, поддерживающим различные форматы межпользовательской коммуникации, которые появились в последние годы. Социальная сеть – это структура узлов социальных объектов (людей или организаций), между которыми устанавливаются социальные связи, взаимоотношения. Сегодня в Рунете можно встретить довольно большое количество социальных сетей: Одноклассники (<http://odnoklassniki.ru>), ВКонтакте (<http://vkontakte.ru>), МойКруг (<http://moikrug.ru>), МойМир (<http://my.mail.ru>) и др.

Социальные сети обладают невероятной популярностью. Так, социальная сеть «ВКонтакте», появившаяся в октябре 2006 года, в июле 2007 (меньше, чем через год) получила первого миллионного посетителя, сегодня количество ее пользователей составляет 65 млн. человек.

В России молодые люди проводят в социальных сетях (таких как «Одноклассники», «ВКонтакте» и другие) достаточно много времени. Большинство зарегистрированных пользователей «сидят» на этих сайтах ежедневно (54%), согласно опросу среди активных пользователей Рунета старше 18 лет, проведенного «Ромир» в 2008 году. Причем среди тех, кто «сидит» на этих сайтах ежедневно, очень много молодых людей от 18 до 24 лет (68%).

В проведенном нами эмпирическом исследовании (апрель – май 2012 г.) проверялась гипотеза о том, что социальная сеть («ВКонтакте») может быть рассмотрена как

особое пространство личностного самоопределения в юношеском возрасте; при этом пользователи социальной сети с разным уровнем активности (вовлеченности в сети) различаются рядом личностных характеристик (показателями самоотношения, уровнем самоактуализации и др.).

В исследовании были использованы следующие методики:

1) опросник активности в сети Интернет – для дифференциации тестируемых по степени вовлеченности в сетевую активность;

2) модифицированный опросник самоактуализирующейся личности Э. Шострома (САМОАЛ), в адаптации Н. Ф. Калина – показатели самоактуализации;

3) опросник самоотношения (МИС) В. В. Столина, С. Р. Панталева – показатели самоотношения.

Выборку составили 45 молодых людей в возрасте от 20 до 23 лет, студенты 3-5 курсов московских вузов дневной формы обучения, обучающихся как на гуманитарных, так и на технических направлениях.

Опросник активности в сети Интернет. Входной опросник активности в сети был разработан нами для выяснения и описания специфики поведения пользователей сети «ВКонтакте» (vk.com) и дифференциации тестируемых по степени вовлеченности в сетевую активность. Вопросы были составлены с учетом популярных функций и возможностей, предусмотренных в социальной сети, которыми широко пользуются зарегистрированные пользователи.

Опросник состоит из 16 вопросов. К каждому из этих вопросов предложены варианты ответов, по которым впоследствии мы могли дифференцировать людей по признаку активности и вовлеченности в процессы, происходящие внутри социальной сети.

Степень активности в сети определялась путем подсчета баллов, набранных каждым испытуемым при ответе на вопросы. Каждый вариант ответа кодировался оценкой от 0 (минимальная степень вовлеченности) до 3 баллов (максимальная степень вовлеченности), максимально возможная оценка по всему опроснику – 30 баллов.

Модифицированный опросник самоактуализирующейся личности Э. Шострома (САМОАЛ). Методика предназначена для выявления структурных компонентов самоактуализирующейся личности. Само понятие «самоактуализация» интерпретируется как стремление человека к наиболее полному раскрытию и реализации своего личностного потенциала.

Опросник самооотношения (МИС)
В. В. Столина, С. Р. Панталева. Данный опросник построен в соответствии с разработанной В. В. Столиным иерархической моделью структуры самооотношения. В качестве исходного принимается различие содержания «Я-образа» (знания или представления о себе, в том числе и в форме оценки выраженности тех или иных черт) и самооотношения.

Показатели активности пользователя социальной сети (на примере «ВКонтакте»)

В результате проведенного исследования активности пользователей сети Интернет в социальных сетях мы получили следующие данные:

- *Сколько времени, в среднем, вы проводите в Интернете в течение дня?*

Студенты являются активными пользователями сети. Никто из опрошенных не отметил вариант «Меньше получаса». Меньше получаса Интернет не использует никто.

- *Интернет для Вас это - ... (отметьте наиболее важное для Вас)*

Большинство участников используют Интернет прежде всего как способ развлечения (40%), т. е. для прослушивания и скачивания музыки, просмотра кинофильмов, новых серий сериалов и онлайн-игр. Чуть меньше, но все же большое количество опрошенных (33%) использует Интернет как источник получения информации – чтение новостных лент, учебных материалов и свежих статей, способ узнать погоду и прочее. Также достаточно большое количество людей отметило приоритетной функцию Интернета как пространства общения, т. е. 20% исследуемых людей используют Интернет в качестве связи, инструмента общения с друзьями и родственниками и как поле своего самовыражения и самоопределения. Как пространство профессиональной деятельности Интернет оказался наиболее значимым для 7% опрошенных, что намечает новую, но уже вполне заметную тенденцию.

- *Сколько времени вы уделяете социальным сетям в среднем в течение дня?*

60% исследуемых уделяет социальным сетям несколько часов ежедневно, что свидетельствует о том, что социальные сети представляют огромный интерес и широкое поле деятельности молодых людей.

Мы можем объяснить это тем, что социальная сеть сочетает в себе сразу несколько функций, которые регулярно пользуются молодые люди:

- функция общения и самовыражения,
- развлекательная, т. е. прослушивание музыки, просмотр кинолент и сериалов

(в том числе и новых серий, т. к. контент формируется и передается от пользователя к пользователю зарегистрированными пользователями), участие в огромном разнообразии офлайн-жанров и онлайн-игр,

- информационная, так как в социальных группах внутри сети аккумулируется огромное количество новостной, аналитической, учебной, деловой, развлекательной и профессиональной информации.

Все это и многое другое объясняет огромную популярность социальной сети среди молодежи и большое количество ежедневно потраченного на них времени. Сети стали достаточно универсальным, удобным средством внутри Интернета в целом.

- *Сколько раз в течение дня вы заходите к себе на страничку в социальную сеть?*

Большинство испытуемых (82%) стараются проверять свою страничку периодически, время от времени. Это связано как с техническими возможностями человека (наличие Интернета, устройства просмотра), так и наличием свободного времени (учеба, работа, другие дела). Заходят раз в сутки, не испытывая необходимости находиться там чаще, 11% опрошенных. 7% опрошенных, тем не менее, стараются находиться в сети постоянно в течение дня, чтобы быть в курсе событий и доступными для общения.

- *Добавляете ли вы музыку и видео к себе на страничку в социальной сети?*

Этот аспект, как мы считаем, достаточно хорошо отражает активность человека в сети, так как показывает его желание к самовыражению, к стремлению поделиться своими музыкальными и видеопредпочтениями, привлечь внимание и моделировать наиболее комфортное для себя и друзей пространство в виртуальной среде. Почти 35% опрошенных делают это регулярно в течение недели. 58% опрошенных добавляют музыку и видео эпизодически, мы предполагаем, что это возникает, например, в те моменты, когда человек хочет продемонстрировать свое настроение и эмоциональное отношение к тому или иному событию – праздник, день рождения, новый год, спортивное событие (победа сборной России), выход нового альбома любимой музыкальной группы и др.

- *Оставляете ли вы комментарии, делитесь понравившейся ссылкой, ставите «лайк»?*

Этот аспект также позволяет достаточно хорошо дифференцировать людей по признаку активности в сети (создание и обсуждение информации, желание привлечь

к существующей проблеме своих знакомых и друзей и пр.)

29% опрошенных активно участвуют в обсуждениях и являются в т. ч. создателями, «судьями» и ретрансляторами информации. Функционал социальных сетей позволяет продвигать более «интересную» информацию (в том числе и медиа-файлы) с помощью «одобрения» со стороны большого количества пользователей (принцип отбора информации большинством).

49% тем не менее сообщают, что участвуют в обсуждениях редко, являются скорее пользователями уже представленного контента, очень выборочно включаясь в обсуждения некоторых тем.

22% предпочитают хранить молчание и не участвовать в обсуждениях и оценках.

• *Укажите количество групп в социальных сетях, в которых вы состоите (активно участвуете в обсуждениях, читаете новости)?*

В основном (60%) люди выбирают себе небольшое количество групп для участия. Чаще всего это учебные (школа, университет) группы и группы, связанные с работой. Это необходимо для получения актуальной деловой, профессиональной, учебной и другой информации о значимом месте.

22% выбрали для вступления 4-7 групп, в них входят в т. ч. различные группы по широкому кругу интересов (кулинарные, игровые, программистские и др.). 18% вступили в 8 и более групп, это активные участники социальных сетей, так как посещают достаточно много групп и следят за информацией по интересам.

• *Со сколькими людьми в среднем вы общаетесь в социальной сети в день?*

Подавляющее большинство (71%) имеет достаточно узкий круг общения в течение дня внутри социальной сети – в среднем не более 5 человек. 27% пользователей общаются в течение дня с 6-10 людьми. И только 2% из опрошенных ответили, что общаются с более чем 10 людьми.

• *Часто ли вы загружаете свои фотографии, обновляете альбомы, отмечаете на фото друзей?*

80% участников исследования предпочитают выкладывать свои фотографии в социальную сеть редко, но метко, т. е. не любят постоянное внимание к себе, а выбирают только хорошие и красивые фотографии со своей точки зрения, либо вообще их не выкладывают. 20% исследуемых постоянно обновляют свои фотоальбомы, стремятся показать их своим друзьям, открыты к обсуждению и вниманию.

• *Дарите ли вы виртуальные подарки в социальных сетях?*

Сервис подарков внутри социальной сети является платным. За определенную сумму настоящих денег он позволяет одному пользователю подарить некий виртуальный подарок (картинку) другому пользователю.

71% опрошенных никогда не дарили подарки другим пользователям. А 29%, почти треть участников, – и дарили, и получали подарки. Мы считаем, что это важный признак активности в социальной сети, так как это одно из действий, которое позволяет говорить о действительной включенности в процессы социальной сети.

• *Часто ли вы изменяете информацию в графах своей странички (аватарка, статус, о себе)?*

84% опрошенных эпизодически обновляют информацию о себе в своей анкете на социальной сети. 16% обновляют информацию часто, раз в неделю, т. е. являются активными пользователями социальной сети.

• *Насколько полную информацию вы предоставляете о себе на своей страничке?*

Большинство (56%) указали только краткую информацию о себе в социальной сети, такую как имя, школа и университет. Однако 40% участников исследования, помимо основной информации указали свои интересы, музыкальные и кинопредпочтения, семейное положение. Лишь 4% опрошенных полностью заполнили свою анкету в социальной сети.

По данным нашего исследования, активность в Интернете составила в среднем 17 баллов (минимальный результат 11 баллов, максимальный – 28), при теоретически максимально возможных 30 баллах. Практически все результаты исследования наших испытуемых распределились в средней части графика, слишком близко относительно друг друга. Выборка по интернет-активности получилась недифференцированной, что не позволило нам выделить различающиеся уровни.

Показатели личностного самоопределения юношей и девушек (по результатам САМОАЛ и МИС)

По выборке в целом:

*1) шкала самоактуализации (САМОАЛ) коррелирует (0,01** и 0,05*) со следующими шкалами МИС:*

- самоуважение (0,611),
- самоуверенность (0,576),
- самопринятие (0,431),
- самопонимание (0,450),
- аутосимпатия (0,379),
- ожидаемое отношение от других (0,336),
- самообвинение (-0,349).

2) шкала глобального самоотношения МИС коррелирует со шкалами САМОАЛ:

- ориентация во времени (0,528),
- креативность (0,592),
- самопонимание (0,407),
- аутосимпатия (0,499),
- ценности (0,347),
- потребности в познании (0,301),
- автономность (0,353),
- спонтанность (0,333).

В подгруппе девушек эти результаты выглядят так:

1) шкала самоактуализации САМОАЛ значимо коррелирует (0,01** и 0,05*) со следующими шкалами МИС:

- самоуважение (0,734),
- аутосимпатия (0,526),
- самоуверенность (0,640),
- самопринятие (0,489),
- самопонимание (0,587),
- самоинтерес (0,423),
- самообвинение (-0,426*) – обратная взаимосвязь.

2) шкала глобального самоотношения (МИС) значимо коррелирует (0,01** и 0,05*) со следующими шкалами методики САМОАЛ:

- ориентация во времени (0,647),
- ценности (0,468),
- креативность (0,631),
- аутосимпатия (0,639),
- потребность в познании (0,358),
- автономность (0,436),
- спонтанность (0,365),
- самопонимание (0,398).

То есть у девушек мы видим теснейшие взаимосвязи между отдельными показателями личностного самоопределения: «самоактуализация» как стремление к наиболее полному раскрытию и реализации своего личностного потенциала, ее отдельные аспекты увязаны с различными показателями более или менее устойчивого самоотношения. Например, чем выше уровень самоактуализации у девушки, тем выше показатели шести (из 11) шкал самоотношения. Обратная взаимосвязь обнаружена только в одном случае: чем выше уровень самоактуализации, тем ниже уровень самообвинения.

В подгруппе юношей эти результаты выглядят так:

1) шкала самоактуализации (САМОАЛ) значимо не коррелирует ни с одной шкалой опросника самоотношения (МИС);

2) шкала глобального самоотношения (МИС) значимо коррелирует только со шкалой самопонимания САМОАЛ (0,691), то есть высокие значения самоактуализации взаимосвязаны у юношей с высокой

чувствительностью, сенситивностью к своим желаниям и потребностям, когда собственные вкусы и оценки не подменяются внешними социальными стандартами.

Таким образом, для юношей характерна во многом противоположная картина взаимосвязи показателей личностного самоопределения. В то время как у девушек мы видим теснейшие взаимосвязи между отдельными показателями личностного самоопределения (самоактуализацией и самоотношением), у юношей подобная взаимосвязь отсутствует. Получается, что самоотношение молодого человека, юноши (оценочный, эмоциональный компонент «Образ Я») – в значительной степени изолировано от его самоактуализационных стремлений.

Полученные в исследовании результаты позволили сформулировать следующие выводы.

1. Проведенное исследование активности пользователей в социальных сетях в Интернете показало, что Интернет в целом и социальные сети в частности можно считать важным институтом социализации:

- 78% исследованных пользователей юношеского возраста проводят в интернете от 2 до 6 часов ежедневно;

- многочисленны функции социальных сетей – информационная, развлекательная, пространство общения и самовыражения, пространство профессиональной и коммерческой деятельности;

2. Активность пользователя проявляется различными способами:

- посещение странички в социальной сети – 82% испытуемых стараются проверить свою страничку периодически, время от времени;

- добавление музыки и видео к себе на страничку в социальной сети (почти 35% опрошенных делают это регулярно в течение недели. 58% – эпизодически);

- комментарии, ссылки, «лайки» – почти треть опрошенных активно участвуют в обсуждениях, еще половина – периодически; лишь около 20% предпочитают хранить молчание и не участвовать в обсуждениях и оценках;

- количество групп в социальных сетях, в которых состоит пользователь, значительно варьируется;

- количество людей, с которыми участник социальной сети общается в день, также варьируется в широком диапазоне;

- обновление альбомов, просмотр и отметки на фото (20% исследуемых постоянно обновляют свои фотоальбомы, стремятся показать их своим друзьям, открыты

к обсуждению и вниманию, остальные делают это эпизодически);

- виртуальные подарки в социальных сетях (почти треть участников – и дарили, и получали подарки);

- коррекция информации в графах своей странички (аватарка, статус, о себе) – 84% опрошенных эпизодически обновляют информацию о себе в своей анкете на социальной сети, 16% обновляют информацию часто, раз в неделю, т. е. являются активными пользователями социальной сети.

3. Активность в Интернете составила в среднем 17 баллов, минимальный результат 11 баллов, максимальный – 28 (при максимально теоретически возможных 30 баллах). Выборка по интернет-активности получилась недифференцированной, что не позволило нам выделить различающиеся уровни.

4. Значимых корреляций между активностью в социальной сети и показателями личностного самоопределения юношей обнаружено не было. Однако полученные на данном этапе результаты не позволяют ни подтвердить, ни опровергнуть гипотезу о возможной взаимосвязи между активностью в социальной сети и показателями личностного самоопределения в

юности (в силу своеобразия выборки, показавшей сходные результаты по интернет-активности).

5. Выявлены существенные половые различия личностного самоопределения у юношей и девушек в нашей выборке. По нашим данным получается, что самоотношение молодого человека, юноши (оценочный, эмоциональный компонент «Образа Я») – в значительной степени изолировано от его самоактуализационных стремлений.

Выдвинутая гипотеза о том, что пользователи социальной сети с разным уровнем активности (вовлеченности в сети) различаются характером личностного самоопределения и рядом личностных характеристик (показателями самоотношения, самоактуализации и др.), на настоящий момент оказалась не до конца проверенной.

Практическая значимость нашей работы связана с исследованием – интернета как нового важного института социализации молодежи, значимость которого на сегодняшний день явно недооценена. Необходимо разрабатывать способы анализа процессов, происходящих в социальных сетях, учитывать их при организации работы с молодежью на всех уровнях – в семье, в школе, в системе высшего образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арестова О. Н., Бабанин Л. Н., Войскунский А. Е. Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета : Тезисы 2-ой Рос. конф. по экологической психологии. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000 г.). М. : Экспоцентр РОСС, 2000.
2. Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е., Смыслова О. В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. М. : Можайск-Терра, 2000.
3. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования : сб. Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. М. : МГУ, 2007.
4. Тальнишних Н. К. Культура сетевых сообществ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов-н/Д, 2004.
5. Шамионов Р. М. Социализация личности в изменяющемся мире // Психология образования в XXI веке: теория и практика : м-лы Междунар. науч.-практ. конф. Волгоград, 14-16 сент. 2011 г. Волгоград : Пермена, 2011.

Статью рекомендует д-р психол. наук, проф. Г. И. Ефремова.