

Л.Д. Дёмина, Т.С. Середина

Специфика компонентов психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей

L.D. Demina, T.S. Seredina

Components' Specificity of the Psychological Culture of the Social Networks Active Users

Обсуждаются результаты исследования специфики компонентов (ценностно-смыслового, рефлексивно-оценочного, когнитивного, поведенческого, креативного) психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей.

Ключевые слова: психологическая культура личности, компоненты психологической культуры, социальные сети, сайты социальных сетей, Интернет.

The results of a study on the special components (value-semantic, reflective-evaluative, cognitive, behavioral, creative components) of psychological culture of the social networks active users were discussed in the article.

Key words: personal psychological culture, components of psychological culture, social networks, social network sites, Internet.

Современная социокультурная ситуация является переходным этапом от индустриального к информационному обществу, что подразумевает возрастающую роль обмена информацией перед другими формами социального взаимодействия. Изменения, связанные с интенсификацией информационных потоков, касаются не только экономики, политики, социальной жизни, но и психологии современного человека. Для успешной социализации и самореализации он вынужден включаться в новые коммуникативные пространства, нетрадиционные «размытые» социальные структуры [1]. Освоение опыта предшествующих поколений, существующих способов поведения и саморегуляции оказывается недостаточным, что приводит к росту тревожных состояний личности [2], ее психологическому и социальному неблагополучию. Создание новых, адекватных изменившейся социокультурной ситуации форм взаимодействия с другими людьми и собственным внутренним миром возможно благодаря развитию психологической культуры личности [2; 3].

В современной отечественной психологии существует множество концепций психологической культуры личности (Л.Д. Дёмина, Я.Л. Коломинский, О.И. Мотков, В.В. Семикин и др.). Объем и содержание данного понятия активно обсуждаются в научном сообществе, что находит отражение в эмпирических исследованиях психологической культуры личности в различных контекстах. Согласно концепции, развиваемой Л.Д. Дёминой и коллегами [4], психологическая культура личности понимается как «часть общей культуры человека, сложная функциональная система взаимосвязанных и взаимозависимых компонентов, обеспечивающих информированность личности

о законах психического отражения окружающего мира и порождения собственной психической реальности, способах управления внутренней и внешней активностью на основе функционирующего (персонального) образа мира» [4, с. 12]. В ее структуре отмечаются следующие компоненты: когнитивный, рефлексивно-оценочный, ценностно-смысловой, креативный, интерактивный (поведенческий), а также социальный и эмоциональный интеллект [5; 6]. Содержание данных компонентов и взаимосвязи между ними подвижны и имеют свою специфику в зависимости от того, в какую деятельность включен человек [7]. В этом контексте актуально исследование особенностей психологической культуры личности, активно осуществляющей коммуникативную деятельность в новых коммуникативных средах.

Ярким примером такой среды могут выступать социальные сети, реализуемые посредством интернет-сайтов. Отличительной чертой социальных сетей является горизонтальный характер коммуникации, которая может осуществляться в рамках как слабых, так и сильных связей между участниками. Сильные связи предполагают глубокие, близкие отношения (подобные дружеским или семейным) и слабый обмен информацией, так как участники, объединенные данным типом связей, принадлежат к «одному кругу». Слабые связи обеспечивают интенсивный обмен разнообразной информацией и отсутствие эмоциональной близости между участниками [8, с. 165–167].

Таким образом, объектом нашего исследования выступает психологическая культура личности, предметом – особенности компонентов психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей.

Целью исследования стало выявление специфики компонентов психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей на примере сети «ВКонтакте».

Мы предполагаем, что компоненты психологической культуры личности (ПКЛ) активных пользователей социальных сетей будут иметь содержательную специфику, которая определяется информационной насыщенностью коммуникативной среды.

Выборку составили 132 пользователя социальной сети «ВКонтакте» (22,6% мужчин, 77,4% женщин), проживающие на территории России и Украины, в возрасте от 17 до 25 лет, имеющие среднее или высшее образование.

Методиками исследования послужили опросник «Шкала психологического благополучия» К. Рифф (в адаптации Л.А. Пергаменщика, Н.Н. Лепешинского), методика измерения компетентности социального взаимодействия (Н.М. Кодинцева), опросник ЭМИн, направленный на измерение эмоционального интеллекта (Д.В. Люсин), опросник социального интеллекта СОИНТ (Н.Ф. Калина), опросник рефлексивности (А.В. Карпов), тест коммуникативных умений Л. Михельсона (адаптация Ю.З. Гильбуха), тест-опросник самоотношения (В.В. Столин, С.Р. Панталева), вопросник самоактуализации личности САМОАЛ (адаптация Н.Ф. Калина, А.В. Лазукина), тест смысложизненных ориентаций (СЖО) (Д.А. Леонтьев). Шкалы данных методик соотносятся с различными компонентами ПКЛ.

Математическими методами анализа данных выступили иерархический кластерный анализ (метод «дальнего соседа»), критерий Колмогорова-Смирнова, t-критерий Стьюдента для независимых выборок, U-критерий Манна-Уитни.

Выделение групп «активных» и «неактивных» пользователей производилось на основе результатов иерархического кластерного анализа. В качестве исходных переменных для него использовались следующие показатели: «время, которое пользователь проводит в социальной сети», «просмотр контента», «администрирование групп». Было выделено два кластера, имеющих достоверные различия ($p < 0,005$) по заданным показателям. В первый кластер («активные пользователи») вошли 56 человек, проводящие в социальной сети от нескольких часов до часа в день, просматривающие большое количество страниц, администрирующие группы. Второй кластер («неактивные пользователи») содержит 76 человек, которые посещают социальную сеть от одного раза в несколько месяцев до одного часа в день, просматривают гораздо меньше контента (по сравнению с первой группой) и неактивны в администрировании сообществ.

В дальнейшем для интервальных шкал при помощи критерия Колмогорова-Смирнова была проверена гипотеза о нормальности распределения. Результаты

проверки легли в основу выбора статистического критерия различия (t-критерий Стьюдента для независимых выборок, U-критерий Манна-Уитни).

Ценностно-смысловой компонент психологической культуры личности измерялся с помощью теста СЖО, а также шкал «личностный рост» (опросник «Шкала психологического благополучия»), «ценности» (опросник САМОАЛ).

Средние значения по шкалам теста СЖО достоверно не различаются у активных и неактивных пользователей социальной сети и свидетельствуют о среднем уровне выраженности смысложизненных ориентаций. Активным пользователям социальных сетей присуще чувство направленности своей жизни, зачастую им удается осознавать собственные цели и намерения, насыщать смыслом прошлое, будущее и настоящее. Текущий момент жизни в большинстве случаев оценивается как интересный и эмоциональный. Респонденты придерживаются убеждений в том, что человеку в целом и им в частности дано контролировать жизнь, принимать решения, изменять обстоятельства и реализовывать поставленные цели.

Для активных пользователей социальных сетей в большей степени, чем для неактивных ($t=2,252$ при $p=0,026$), присуще чувство непрекращающегося развития, личностного роста, восприятия себя как «развивающихся», «растущих», открытых новому опыту. Они чаще наблюдают улучшение в себе и своих действиях с течением времени. Активные пользователи социальных сетей в значительно большей степени (в сравнении с неактивными) разделяют такие ценности, как красота, добро, целостность, уникальность, совершенство, справедливость, легкость, самодостаточность ($t=2,835$ при $p=0,005$). Предпочтение этих ценностей указывает на то, что респонденты стремятся к гармоничному бытию и далеки от желания манипулировать другими людьми.

Таким образом, специфика ценностно-смыслового компонента психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей проявляется в более определенной ориентации на самореализацию и гармоничное взаимодействие с окружающими, которая, реализуясь в насыщенной информационной среде, формирует чувство собственного развития и личностного роста.

Рефлексивно-оценочный компонент психологической культуры личности был измерен при помощи опросника рефлексивности А.В. Карпова и опросника самоотношения В.В. Столина и С.Р. Панталева. Достоверных различий между группами активных и неактивных пользователей социальных сетей не выявлено. Уровень рефлексивности респондентов может быть определен как средний ($127,17 \pm 2,15$). Это подразумевает, что активные пользователи в типичных ситуациях способны успешно осознавать

и распознавать собственные психические процессы и состояния, а также понимать особенности содержания психики других людей в разных временных модулях, проявлять эмпатию.

Активным пользователям социальных сетей присуще положительное «глобальное самоотношение» ($19,12 \pm 0,54$), недифференцированное чувство «за» самого себя и собственное Я. Оно поддерживается благодаря высокому уровню самоуважения ($9,39 \pm 0,38$) и самоинтереса ($6,54 \pm 0,16$). Респондентам присуща вера в свои силы, способности и энергию, они достаточно хорошо понимают самих себя, испытывают интерес к своим чувствам и мыслям, а также уверены в своей «интересности» для других. Активным пользователям социальных сетей в большей степени, чем неактивным (различия на уровне статистической тенденции $U=1834,5$ при $p=0,167$), характерно ожидание отрицательного отношения со стороны других людей ($9,32 \pm 0,26$), как близких, так и дальних. Это сочетается с образом себя как уникального, непохожего на других человека. На уровне статистической тенденции ($U=1831,5$ при $p=0,170$) активные пользователи более склонны (по сравнению с неактивными) испытывать к себе чувство одобрения и доверия, оценивать себя положительно. Среднее значение по шкале «аутосимпатия» составило $10,34 \pm 0,39$. Таким образом, высокий уровень самоотношения поддерживается активными пользователями социальных сетей за счет аутосимпатии, тогда как неактивными – за счет ожидания положительного отношения со стороны других людей. Специфика рефлексивно-оценочного компонента психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей проявляется в механизме поддержания самоотношения за счет положительной оценки самого себя и своих действий, что позволяет им в меньшей степени ориентироваться на отношение окружающих и, следовательно, вступать в более разнообразные контакты в условиях социальных сетей и быть более открытыми.

Когнитивный компонент психологической культуры личности включил в себя шкалы, измеряющие коммуникативные умения (опросник Л. Михельсона) и компетентность социального взаимодействия (методика Н.М. Кодинцевой).

Как активные, так и неактивные пользователи социальных сетей обладают развитыми коммуникативными умениями. Наиболее высокий уровень компетентности отмечается по следующим блокам умений: «умение оказывать и принимать знаки внимания от сверстника» (медиана равна 75); «умение ответить отказом на просьбу» (медиана равна 100); «умение самому оказать сочувствие, поддержку» (медиана равна 100). Средний уровень развития (медиана равна 50) имеют умения реагировать на справедливую и несправедливую критику, обратиться с просьбой, принимать сочувствие и поддержку, вступить в кон-

такт и отреагировать на попытку другого вступить в контакт. В различных коммуникативных ситуациях пользователи склонны демонстрировать партнерское поведение. В более широком контексте социального взаимодействия (как формального, так и неформального) пользователи обнаруживают личностно-творческий уровень компетентности ($4,56 \pm 0,14$). Это означает, что в общении пользователи социальных сетей исходят из характеристик конкретной реальной ситуации, знают нормы социального взаимодействия, но стараются творчески и нестандартно подходить к решению проблемных ситуаций взаимодействия.

Достоверные различия между показателями активных и неактивных пользователей социальных сетей обнаружены по интегральной шкале «компетентность социального взаимодействия» ($t=-2,095$ при $p=0,038$). Активные пользователи социальных сетей в целом менее компетентны как в простых, так и в сложных ситуациях социального взаимодействия. Специфика когнитивного компонента психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей проявляется в большей приспособленности их к ситуациям, связанным с «горизонтальной» коммуникацией, нежели ситуациям, требующим соблюдения традиционных социальных ритуалов.

Интерактивный (поведенческий) компонент психологической культуры личности исследовался на основе шкал «положительные отношения с другими», «автономия», «управление окружением» (опросник «Шкала психологического благополучия»), а также «спонтанность» (опросник САМОАЛ). Достоверные различия ($p=0,03$) были обнаружены между группами активных и неактивных пользователей по шкале «спонтанность». Активные пользователи социальных сетей в большинстве случаев умеют выстраивать доверительные отношения с окружающими, способны быть открытыми и проявлять заботу о других людях, сопереживать, идти на уступки и компромиссы, сохраняя при этом самостоятельность и независимость от давления окружения. Они не склонны к манипулированию и управлению производимым впечатлением, в большинстве ситуаций в общении ориентируются на самораскрытие и самовыражение. Активные пользователи социальных сетей демонстрируют более спонтанное поведение, которое предполагает реализацию ценности свободы и естественности. Такое поведение традиционно фрустрируется культурными нормами, побуждающими людей к сдержанности, и свидетельствует о самоактуализации личности. Таким образом, специфика интерактивного компонента психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей проявляется в большей раскованности, спонтанности, естественности поведенческих проявлений респондентов, что обусловливается спецификой содержания ценностно-смыслового и рефлексивно-оценочного компонентов.

Креативный компонент психологической культуры личности был измерен при помощи шкалы «креативность» (опросник САМОАЛ). Как активные, так и неактивные пользователи социальных сетей имеют средний уровень развития креативности, т.е. творческого отношения к жизни (для активных пользователей среднее значение равно $9,21 \pm 0,26$). Таким образом, активные пользователи способны к решению нестандартных ситуаций и созданию новых способов взаимодействия.

Активные пользователи социальных сетей на уровне статистической тенденции имеют более развитый **социальный интеллект** ($t=1,476$ при $p=0,142$). Это подразумевает, что им свойственно легко включаться в различные социокультурные контексты, понимать намерения и поступки людей, успешнее проявляться в групповом взаимодействии. Возможно, это обусловлено большей открытостью активных пользователей к новому опыту (ценностно-смысловой компонент), которая поддерживается за счет особенностей рефлексивно-оценочного компонента психологической культуры личности. Не ожидая одобрения своих поступков со стороны других людей, респонденты способны сохранять большую «объективность», лучше разбираться в других людях, открытее предьявлять себя в группе.

Активные пользователи социальных сетей обладают средним уровнем развития межличностного

и внутриличностного **эмоционального интеллекта**, отличаясь от неактивных пользователей более развитыми способностями понимать и управлять эмоциями других людей (различия на уровне статистической тенденции $p < 0,15$) и низким уровнем контроля экспрессии ($t = -1,890$ при $p = 0,062$). Таким образом, активные пользователи социальных сетей более уверены в собственной эмоциональной компетентности в отношении окружающих, имеют общую направленность на эмоциональные переживания, на психологический анализ поведения. При этом, возможно, отсутствие опасений по поводу отношения других людей не способствует развитию умения контролировать и сдерживать эмоции. Также это может приводить к затруднениям в межличностном общении в ситуации «лицом к лицу», однако не влиять на качество интернет-коммуникации.

Итак, на основании полученных результатов можно отметить, что особенности психологической культуры личности активных пользователей социальных сетей находят свою реализацию в содержательной специфике всех компонентов психологической культуры личности. Погруженность активных пользователей социальных сетей в насыщенную информационную среду и новое коммуникативное пространство трансформирует содержательное наполнение компонентов психологической культуры личности.

Библиографический список

1. Зенина О.В. Информационное общество: цифровое настоящее и цифровое будущее, достижения и противоречия // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – №4.
2. Егорова Т.Е. Роль психологической культуры личности в саморегуляции тревожных состояний // Нижегородский медицинский журнал. – 2005. – №4.
3. Семикин В.В. Психологическая культура в структуре личности и деятельности педагога // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2003. – Т. 3, №6.
4. Дёмина Л.Д. Структурно-образующие компоненты психологической культуры преподавателя высшей школы РФ // Известия Алтайского государственного университета. – 2008. – №2.
5. Дёмина Л.Д., Манянина Т.В. Эмоциональный интеллект как структурообразующий компонент психологической культуры личности // Известия Алтайского государственного университета. – 2010. – №2/1.
6. Дёмина Л.Д., Лужбина Н.А. Психологическая культура личности: общепсихологический контекст // Сибирский психологический журнал. – 2004. – №19.
7. Дёмина Л.Д. Психологическая культура преподавателя высшей школы: проблемное поле, дискуссии, находки // Психология обучения. – 2009. – №3.
8. Renninger K. Ann, Shumar Wesley. Building virtual communities: learning and change in cyberspace. – Cambridge, 2002.