

Секция «Информационные технологии (виртуальная реальность и айтирекинг) в психологическом исследовании, образовании, психологической практике»  
**Психологический портрет пользователя социальной сети с выраженным полюсом личностного конструкта «привязанность-обособленность».**

*Быковская Екатерина Дмитриевна*

*Студент (бакалавр)*

Барановичский государственный университет, Барановичи, Беларусь

*E-mail: VerbumMovet@yandex.ru*

В рамках виртуальной коммуникации и происходящей в процессе ее самопрезентации пользователей социальных сетей исследователи отмечают отсутствие прямого эмоционального контакта и снятие жестких социальных конвенций, ввиду физической непредставленности пользователей [1]. Это является основанием для возникновения проблем целостного восприятия пользователем социальной сети своего виртуального собеседника. В связи с этим, является актуальным изучение психологических портретов пользователей социальных сетей.

Исследование было проведено нами на базе Барановичского государственного университета. Выборку исследования составили 50 респондентов. В процессе работы были использованы методика «Большая пятерка» (Р. МакКрае и П. Коста) и модифицированный вариант методики личностного дифференциала (включала 39 семибалльных шкал, соответствующих шкалам методики «Большая пятерка»). Для выявления взаимосвязи личностных характеристик индивида в реальном взаимодействии с характеристиками, которые пользователь социальной сети стремится предъявить в социальной сети, нами был проведен корреляционный анализ (вычислялся коэффициент корреляции Пирсона). Итак, по результатам статистического анализа нами был составлен психологический портрет пользователя, который в реальной жизни предъявляет себя как человека, стремящегося к привязанности к окружающим людям.

Когда привязанность к другим людям ярко выражена, в реальном взаимодействии эта личностная черта проявляется в доброте, отзывчивости, а также в умении сопереживать другим людям. В целом, привязанность к другим людям проявляется в поддержке коллективных мероприятий и чувстве ответственности за общее дело, в добросовестности выполнения поручений, в предпочтении сотрудничества, а не конкуренции.

С повышением уровня привязанности к другим людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление предъявлять себя как мягкого ( $r=0,42$ ;  $p=0,00$ ), нежного ( $r=0,45$ ;  $p=0,01$ ) и обворожительного ( $r=0,47$ ;  $p=0,00$ ), что отражается в желании такого пользователя создавать эмоционально-благоприятный фон в рамках виртуального общения. Это достигается посредством использования уменьшительно-ласкательных форм имени виртуального собеседника, активного дополнения коммуникации графическими средствами выражения эмоционального отношения к респонденту (смайлы и стикеры) и отказа от грубых (также нецензурных) форм выражения собственного мнения. Мягкость, обворожительность и нежность пользователя также отражаются в содержании фотоматериалов (аватар, «посты» с собственными фотографиями): стенические эмоции пользователя, яркие и теплые тона обработки фотоматериалов, исключение эротического подтекста, дополнение собственных фотоснимков фотографиями животных, которые стереотипно воспринимаются привлекательными и вызывают симпатию.

С увеличением выраженности привязанности к людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление проявлять себя как счастливого ( $r=0,30$ ;  $p=0,04$ ) человека, то есть в «постах», «репостах», в личных сообщениях он старается выразить позитивные установки на собственное «Я», деятельность и отношения с другими людьми, а также

отразить высокий уровень личностного благополучия, тем самым повышая социальную привлекательность своей личности.

С повышением выраженности привязанности к людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление к предъявлению себя в виртуальной коммуникации как спокойного ( $r=0,29$ ;  $p=0,04$ ) и уравновешенного ( $r=0,33$ ;  $p=0,02$ ) человека, что может выражаться в нейтрализации агрессивных и провокационных сообщений других пользователей в адрес его продуктов творчества и его личности в целом, а также в отсутствии агрессивного отстаивания собственных интересов, поскольку пользователь стремится к психологически зрелому принятию оценок окружающих людей.

С повышением уровня привязанности к другим людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление позиционировать себя как тактичного ( $r=0,24$ ;  $p=0,09$ ) человека, что проявляется в выражении собственного мнения в рамках виртуальной коммуникации в форме, адекватной социальным нормам и правилам. Отсутствие эмоционального и физического контакта в рамках социальной сети для такого пользователя не выступает фактором нарушения норм поведения и самовыражения в отмеченном виртуальном пространстве.

С увеличением выраженности привязанности к людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление предъявить себя как вдумчивого ( $r=0,38$ ;  $p=0,01$ ) и рассудительного ( $r=0,24$ ;  $p=0,09$ ) человека. Такой пользователь в социальной сети склонен создавать «посты» на личной странице, которые раскрывают его размышления касательно неоднозначных психологических, культурных, религиозных, политических явлений в жизнедеятельности человека.

С повышением степени выраженности привязанности к людям у пользователя социальной сети увеличивается стремление позиционировать себя как нравственного и доверчивого человека, что может проявляться как в содержании высказываемых позиций пользователя в «постах» и медиа-файлах, так и в активном участии в социальных проектах, создаваемых или вторично реализуемых на базе социальной сети как виртуального ресурса. Анализ личностных характеристик пользователя социальной сети с выраженным уровнем привязанности к другим людям, позволяет предположить, что социальная страница данного пользователя отличается направленностью на благотворительную, просветительскую и, в целом, социально-значимую деятельность, при которой человек выступает частью коллективного позитивного движения. И ключевой особенностью страницы выступает принадлежность к сообществам (и/или их администрирование), цель которых – поддержка и помощь нуждающимся людям (и животным): «Поможем всем миром», «Психологическая поддержка женщин, перенесших насилие», «Помощь бездомным животным. Беларусь» и другие. Возможно некоторое обезличивание личной страницы, когда пользователь полностью посвящает ее значимой для него коллективной деятельности. В данном случае никнейм и аватар конкретного человека могут отражать название и эмблему организации. Можно отметить стремления пользователя наполнять «стену» личного профиля информацией об прошедших акциях, результатах общей деятельности, процессах коллективной работы, что позволяет говорить о частых и объемных обновлениях страницы. Продукт творчества такого пользователя может быть представлен как самой социально-значимой деятельностью, так и средствами для осуществления данной деятельности (создание культурного продукта для продажи). Можно полагать, что пользователь со сформированной привязанностью к другим людям стремится к построению конструктивных и гармоничных отношений как в виртуальной, так и в реальной жизнедеятельности. Он использует новые виртуальные знакомства как для деловых, так и

дружеских, романтических отношений в дальнейшем реальном взаимодействии.

Противоположные характеристики позиционирования себя в рамках социальной сети присущи личности с высоким уровнем обособленности. Ее отличают предпочтение держать дистанцию, избегать общественных поручений, большая обеспокоенность собственными проблемами, чем проблемами окружающих людей, применение всех доступных средств без рассмотрения потребностей и интересов других для достижения собственных целей.

### **Источники и литература**

- 1) Янг, К. Диагноз – Интернет-зависимость. СПб., 2000.