

5. Райгородский, Д.Я. Практическая психодиагностика / Д.Я. Райгородский. – М.: Бахрах-М, 2011. – 672с.

УДК 159.9

Шершнёва Т.В., Москалёва Н.В.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

БНТУ, Минск

Проблема особенностей коммуникативного поведения современных пользователей социальных сетей стала актуальной сравнительно недавно. Это связано с быстрым развитием интернета. В современном мире коммуникация посредством Интернета давно превратились в норму повседневной жизни, так как увеличение скорости передачи данных и появление мест, где за интернет не нужно платить позволяет передавать большое количество информации и осуществлять общение разных людей независимо от расстояния и их местонахождения. Общение в социальных сетях отличается от общения в реальной жизни. Поиск друзей, родственников, старых и новых знакомых – все это стало возможно в рамках различных социальных сетей, а аудитории этих сайтов действительно огромны.

Все больше пользователей ежедневно подключаются ко «Всемирной паутине», посредством использования различных интернет-ресурсов решают множество задач, в том числе вопросы трудоустройства, поиска новой информации, установления новых социальных контактов, при этом данный вид общения часто не включает в себя эмоционально-чувственную и нравственную сферы; при виртуальных взаимодействиях, особенно без использования аудио- и видеоканалов связи, значительная часть информации не воспринимается, что приводит к затруднениям в формировании или утрате навыков межличностного взаимодействия.

Невозможно не признать положительные моменты Интернета, но необходимо указать и на негативную сторону использования ресурсов глобальной сети: в связи с возрастающей компьютеризацией и

интернетизацией мирового сообщества стала актуальной проблема патологического использования ресурсов Интернета человеком [1].

Все больше людей предпочитают уходить с головой в виртуальный мир, не желая противостоять жизненным трудностям, выстраивать отношения с окружающим миром и обществом [2]. Принимая во внимание прогнозы темпов роста распространенности Интернета по всему миру, рост удельного веса молодежи среди пользователей Интернета, формирование зависимости от виртуальной среды у многих пользователей в первые полгода после начала работы в Интернете, можно заключить, что изучение влияния виртуального общения на личностные характеристики современной молодежи является актуальной проблемой психологии.

Для изучения особенностей коммуникативного поведения современных пользователей социальных сетей, нами была разработана анкета, вопросы в которой были сформулированы с учетом результатов теоретического анализа литературы по проблеме общения в интернете. Содержание основных вопросов отразило: время нахождения в социальных сетях за сутки, основной вид деятельности, с чем связана регистрация, под своим ли именем зарегистрированы, имеют ли пользователи дополнительные страницы, а также на сколько они активны в социальных сетях.

Выборка составила 40 человек (20 мужчин и 20 женщин) пользующихся социальными сетями. Средний возраст опрошенных респондентов составил 19,5 лет. По роду занятий респондентов можно поделить на следующие категории: студенты и работающие. Среди опрошенных преобладают студенты, их доля составила 80%, доля работающих – 20%, что составляет 32 и 8 человек соответственно. В результате проведенного исследования было выявлено, что все респонденты ежедневно пользуются сетью Интернет. Наиболее значимые цели посещения сети Интернет респондентами представлены в таблице 1.

Таким образом, основными целями посещения сети Интернет являются: поиск информации, знакомство и общение с людьми, но наиболее распространенной целью является развлечение – ее указали наибольшее количество опрошенных (35 человек из 40).

Одной из целей исследования являлось выявление количества респондентов, зарегистрированных в каких-либо социальных сетях.

Абсолютно все респонденты оказались зарегистрированными в социальных сетях. Также были определены социальные сети, в которых зарегистрированы респонденты (таблица 2).

Результаты ответов позволяют сделать следующие выводы: почти все респонденты зарегистрированы в нескольких социальных сетях, наибольшей популярностью у респондентов пользуется социальная сеть «Вконтакте», ее указали все респонденты.

Таблица 1 – Цели использования Интернета

Цель	Количество респондентов (чел.)	Количество респондентов (%)
Поиск информации	31	77,5
Знакомство и общение с людьми	29	72,5
Развлечение (кино, музыка)	35	87,5
Другое	4	10

Таблица 2 – Социальные сети, в которых зарегистрированы респонденты

Наименование соц. сети	Количество респондентов (чел.)	Количество респондентов (%)
Вконтакте	40	100
Instagram	34	85
Viber	17	42,5
Facebook	17	42,5
Skype	18	45
Twitter	18	45
Мой Мир	15	37,5
Одноклассники	11	27,5

В ходе анализа ответов испытуемых мы выявили, что 67,5% респондентов зарегистрированы в социальных сетях от своего имени, 15% – не от своего имени, а 17,5% в разных социальных сетях зарегистрированы по разному (от своего имени и от выдуманного имени). 57,5% респондентов имеют дополнительные страницы, о которых никто или почти никто не знает, а 42,5% не

имеют таких страниц, что составляет 23 и 17 человек соответственно. Следующим этапом анализа данного исследования является определение количества времени, проводимого респондентами в сети Интернет за один день. Проанализировав результаты ответов, было выявлено, что для 92,5% респондентов не имеет значение количество друзей в социальных сетях, а для 7,5% – имеет, причем чем меньше, тем лучше. В ходе опроса были выявлены виды активности в социальных сетях, предпочитаемые респондентами. Эти данные представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Предпочитаемые виды активности в социальных сетях

Вид активности	Количество ответивших (чел.)	Количество ответивших (%)
Активно общаюсь со всеми, участвую в обсуждениях, комментирую фотографии.	4	10
Общаюсь преимущественно в личных сообщениях, иногда комментирую фотографии.	18	45
Общаюсь только в личных сообщениях, с определенным кругом собеседников.	13	32,5
Захожу в соц. сети исключительно по деловым вопросам.	5	12,5

Предпочитаемыми видами активности в социальных сетях являются: «общение преимущественно в личных сообщениях, иногда комментарии к фотографиям» и «общение только в личных сообщениях, с определенным кругом собеседников». Наименее предпочитаемыми видами активности в социальных сетях являются: «общение со всеми, участие в обсуждениях, комментарии к фотографиям и «Использование соц. сетей исключительно по деловым вопросам». Но самым предпочитаемым видом активности

в социальных сетях является «общение преимущественно в личных сообщениях, иногда комментарии к фотографиям» – его указали наибольшее количество опрошенных (18 чел.).

Анализ ответов респондентов показал, что в среднем респонденты проводят в сети более 6 часов в день. 35% или 14 респондентов проводят в сети более 3 часов, 12% (5 чел.) – от 1 до 2 часов и наименьшее количество людей ответили, что проводят в Интернете менее часа в день (10%).

В ходе исследования было выявлено, что больше половины респондентов проводят в сети Интернет больше времени, чем планировали: часто это случается с 50%, редко – 35%, никогда – 15% испытуемых. Причем большинство респондентов признались, что им сложно заставить себя выйти из сети – 57%. Таким образом, только 18% (7 чел.) опрошенных не составляет сложности заставить себя выйти из сети. 25% (18 чел.) сообщили, что им легче общаться с людьми в социальных сетях, нежели в реальной жизни. Большинство опрошенных не чувствуют разницы в реальном и виртуальном общении и 30% (12 чел.) не определились. 25% (10 чел.) респондентов испытывают чувство тревоги при внезапном исчезновении доступа к социальным сетям и 75% (30 чел.) равнодушны к данной ситуации. С целью более точного определения значимости социальных сетей для современного человека, респондентам был предложен сл. вопрос: «Можете ли Вы обходиться без социальной сети и готовы закрыть свою страничку уже сегодня?» 45% (18 чел.) могут обойтись без социальных сетей и закрыть свою страничку уже сегодня. Однако немалую долю опрошенных составили люди, которые не готовы это сделать – 27,5% (11 чел.) 27,5% (11 чел.) ответившим для принятия этого решения необходимо время.

Таким образом, проведенное исследование показало, что Интернет является важным элементом в жизни современного человека, от которого ему очень сложно отказаться. Однако зависимость от виртуального общения скоро рискует стать довольно серьезным психическим заболеванием в силу множественной детерминации ее развития. Вопрос зависимости от компьютерных технологий и виртуальной реальности стоит сейчас чрезвычайно остро, так как большинство людей, попавших под ее влияние – это подростки

и молодые люди. Требуется целенаправленная работа по развитию коммуникативных навыков и информационной культуры личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный веб-сайт Калифорнийского университета [Электронный ресурс]. – информационный портал США. – Сан-Диего, 2017. – Режим доступа: <http://ucsdnews.ucsd.edu>. Дата доступа: 05.09.2017

2. Шершнёва, Т.В. Особенности виртуальной среды как фактора возникновения аддиктивного поведения / Т.В. Шершнёва, И.И. Дроздов // Дни науки – 2017: Сборник научных трудов по результатам II Международной научно-практической Интернет-конференции «Гуманитарный вектор развития современного общества» (29 апреля 2017 г.) / Гл. ред. В.И. Веретенников. – Макеевка : МЭГИ, 2017. – С. 185-188.

УДК 159.9

Шершнёва Т.В., Смирнова А.В.

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗА ФИЗИЧЕСКОГО «Я» СОВРЕМЕННЫХ ДЕВУШЕК

БНТУ, Минск

Актуальность проблемы формирования образа физического «Я» заключается в том, что сегодня идеал тела, стереотип внешней привлекательности и телесного здоровья являются неотъемлемой частью содержания информационного потока СМИ. Аспект отношения к себе в общем контексте психологического изучения личности рассматривается как вопрос о ее самосознании, о личности как «Я», которое в качестве субъекта тем или иным способом «присваивает» себе все, что делает человек, и сознательно или бессознательно относит к себе исходящие от него дела и поступки [1].

Подавляющее количество исследований, посвященных внешности и самовосприятию, базируются на понятии телесного образа, в них изучается основная сфера неудовлетворенности – недовольство весом и фигурой.