

ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ПОДХОДОВ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОФИЛЯ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Минаева А.Ю. (РУДН)

Конец XX ознаменовался появлением таких новых форм связи как веб-сайты, социальные сети, чаты, которые становятся все более популярными. Современный человек все чаще использует их в своей деятельности и в процессе общения. Процент студентов, имеющих хотя бы одну регистрацию в социальной сети, колеблется согласно разным исследованиям от 90% до 97% [1][2]. Наличие профиля в социальной сети является нормой, даже если студент там проводит всего лишь от 10 до 30 минут в день, в то время как некоторые тратят на социальные сети по 3-5 часов день [1][2].

В чем секрет популярности социальных сетей? Социальные сети позволяют нам поддерживать связь с нашими знакомыми, друзьями, быть в курсе дел последних новостей. Создатели социальных сетей, например, Facebook, определяют социальную сеть как «общественно полезный сервер, который помогает людям общаться более эффективно с друзьями, членами семьи и коллегами», что достигается тем, что знакомые человека становятся более доступными в любое время [3]. Однако возможность связаться с другим человеком при необходимости или желании обеспечивают и другие явления современного мира, например,

сотовая связь. Социальные сети же позволяют узнать информацию о тех, с кем у нас нет близких отношений. В целом в социальных сетях границы информации о личности расширяются, и те сведения о пользователе, доступ к которой в реальности мог быть закрыт, становятся более открытой. Каждый имеет больше шансов узнать интересующую его информацию о другом пользователе. Все это осуществляется благодаря наличию профилей пользователей. Поэтому другие исследователи при определении социальных сетей делают акцент на формировании пользователем своего профиля. Так, D.M. Boyd и N.B. Ellison утверждают, что социальные сети включают три составляющие: создание публичного или полупубличного профиля, создание списка своих друзей из других пользователей, мониторинг друзей своих друзей [4].

Социальная сеть включает в себя оба два определения. Социальная сеть благодаря тому, что дает возможность создать профиль пользователя позволяет общаться более эффективно, потому что, зарегистрировавшись в социальной сети, пользователь через собственный профиль, как центральный узел своей деятельности, добавляет к себе друзей, получает доступ к друзьям своих друзей и может просматривать их страницы, новости. Это обеспечивает общение за счет того, что человек собирает информацию об интересующих его пользователях.

Кроме прочего профиль важен, так как одной из мотиваций посещения социальных сетей является мотивация просмотра обновления статусов своих друзей и обновление собственного статуса, так как посредством статуса пользователь также сообщает другим информацию о себе. В подтверждение вышесказанного, можно привести исследование S. Alhabash и др., где было выявлено, что такие мотивации использования социальных сетей как общение, обновление статуса и поиск единомышленников являются прогностическими параметрами, которые предсказывают интенсивность использования социальных сетей [5]. Таким образом, данные перечисленные составляющие социальных сетей неразрывны друг от друга.

Стоит сказать, что информация, выложенная пользователями на своей странице, может иметь последствия. Так, исследование A.K.Fournier, E.Hall, P.Ricke, B.Storey было направлено на оценку влияния выложенной на странице информации связанной с алкоголем на восприятие норм употребления алкоголя у других студентов [7]. Согласно им, теория социальных норм утверждает, что наше поведение может быть воспринято от представлений и поведения других людей, то и представления о нормах употреблении алкоголя варьируется в зависимости от контента, который выкладывается на странице другого пользователя. Причем, они утверждают, представления, полученные таким способом, имеют более стойкий характер, чем преподнесенные посредством СМИ, так как пользователи социальных сетей будут более значимой референтной группой. Для проведения процедуры исследования они создали два идентичных профиля с той лишь разницей, что среди опубликованного контента одного пользователя имелись посты, связанные с употреблением алкоголя, а у другого – нет. Фиктивный профиль был назван «Sam», чтобы нейтрализовать гендерные различия. Пользователям, которые являлись друзьями «Sam» были заданы вопросы о частоте употребления алкоголя и количестве выпитого алкоголя зараз. Результаты исследования показали, что друзья пользователя "Sam", имеющего контент связанный с алкоголем, считают возможным более частое употребление алкоголя, чем друзья "Sam" без постов связанных с алкоголем. В тоже время, что касается количества употребления алкоголя зараз, то здесь не было выявлено значимых различий между друзьями пользователей обоих "Sam".

С. Courtois и др. предполагают, что доступность информации о пользователе имеет положительные последствия. В своих предположениях они основываются на теории снижения неопределенности предложенной Ч. Бергером. Они утверждают, что информация, полученная подростками с помощью профилей в социальных сетях, имеет положительное влияние на процесс формирования отношений, потому что повышение уровня определенности ведет к большему самораскрытию подростков, и их взаимное обеспечение информацией делает общение более комфортным [6]. Согласно теории снижения неопределенности в общении людей их действия направлены на получение информации о другом человеке, чтобы понизить уровень неопределенности его поведения. Существует три стратегии уменьшения неопределенности: а) пассивная – наблюдение за другими без вмешательства в процесс общения (сравнение, выявление реакций на какие-либо стимулы и т.д.), б) активная – человек задает вопросы другим людям об объекте своего интереса, получая, таким образом, необходимую информацию для общения, в) интерактивная – непосредственное взаимодействие с партнером по коммуникации, в ходе которого задаются вопросы, идут попытки самораскрытия и т.п. Недавние исследования показывают, что в социальных сетях часто используются пассивные и интерактивные стратегии [6]. Проведенное С. Courtois и др. исследование показало, что получение информации пассивными и активными стратегиями используя социальные сети ведет к снижению неопределенности в отношениях как друзей, так и знакомых, но все же, касаясь последних, эффект более заметен. Однако, что касается влияния социальных сетей на самораскрытие, то это имеет частичный характер.

Однако говорить, что общение в социальных сетях более эффективно, или происходит на более высоком уровне нельзя. Процесс общения дробится, отделяется. При стратегическом изучении информации личностью об интересующем пользователе вычленивает часть действий из процесса общения и делает их самостоятельными, превращая в другую деятельность – деятельность по сбору информации. Совершая сбор информации, пользователь может совершать определенные, заданные сознательно им самим действия, когда сама деятельность может стать более простой, пошаговой, но при этом более механизированной и ригидной. Таким образом, как сам процесс самораскрытия личности через собственный профиль в виде различных мультимедиа в социальной сети становится набором действий, в то время как в реальности этот процесс происходит естественно в общении, так и процесс сбора информации о личности становится аналогичным считыванием выложенной информации по заданным шагам.

Несмотря на все, необходимо добавить, что нельзя рассматривать социальную сеть, как место, где деятельность пользователей нацелена лишь на получение информации о других и о заботе собственного самораскрытия. Полученные нами данные от корреляции между самооценкой активностью в социальной сети и количеством регистраций не имеют положительной связи [11]. Если человек зарегистрирован во многих социальных сетях и имеет множество страниц (аккаунтов), это вовсе не гарантирует того, что он будет себя ощущать более активным, чем раньше. Само наличие собственной страницы в социальной сети не дают удовлетворения потребности в самораскрытии личности. Стоит вспомнить упомянутое уже здесь ранее исследование С. Courtois и др., где была найдена лишь частичная связь между понижением неопределенности в социальной сети и самораскрытием. Социальные сети имеют много других возможностей. Это более глубокая плоскость. J.Cha основываясь на полученных результатах предыдущих исследований рассматривала шесть мотиваций использования

социальных сетей: развлечения, стремление заполнить пустое время, межличностное общение, эскапизм, удобство использования, учение [8]. Z.Papacharissi и A.M. Rubin определяют такие мотивации как межличностное общение, стремление заполнить пустое время, поиск информации, удобство использования, развлечения. K.C.C. Yang and Y. Kang 2000 [10] соглашаются, что развлечения, привычка, социальное взаимодействие, доступность информации и эскапизм – есть пять мотиваций использования интернета. Корреляционный анализ, проведенной в исследовании J.Cha, показал положительную связь с частотой и количеством времени использования социальной сети со всеми мотивами, кроме мотива учения [8]. Регрессионный анализ показал зависимость между мотивом упрощения общения и частой посещения социальных сетей и количеством времени проведенного в социальной сети, а также зависимость между мотивом эскапизма и количеством времени проведенного в социальной сети. Результаты показывают, что люди, которые используют интернет для социального взаимодействия, как правило, чаще используют социальные сети и проводят больше времени в социальных сетях. Наряду с мотивом межличностного общения, мотив побега также предсказывает количество проведенного времени в социальных сетях. Чем больше студенты используют интернет, чтобы избежать заботы и проблемы, тем больше времени они проводят на сайтах социальных сетей. Очевидно, что мотив межличностного общения все же является основным мотивом использования социальных сетей.

Литература:

- [1] *Markoe S.L., Rose C.A., Tynes B.M.*. Extending Campus Life to the Internet: Social Media, Discrimination, and Perceptions of Racial Climate.// *Journal of Diversity in Higher Education*, Vol. 6, No. 2, National Association of Diversity Officers in Higher Education. 2013, 102-114.
- [2] *Nehmad E., Fogel J.* Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. // *Computers in Human Behavior*, 25 (2009) 153-160.
- [3] Facebook. (2012) Fact sheet. <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> (accessed Feb. 16, 2012).
- [4] *Boyd D.M., Ellison N.B.* Social network sites: definition, history, and scholarship.// *Journal of Computer-Mediated Communication* 2007; 13:210-230.
- [5] *Alhabash S., Park Hyojung, Kononova Anastasia, Chiang Yi-hsuan, Wise Kevin.* Exploring the Motivations of Facebook Use in Taiwan.// *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, Vol.15, N. 6, Mary Ann Liebert, Inc.2012, 304-311.
- [6] *Courtois C., Anissa All, Vanwynsberghe H.* Social Network Profiles as Information Sources for Adolescents' Offline Relations. // *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, V.15, N. 6, Mary Ann Liebert, Inc.2012, 290-296.
- [7] *Angela K. Fournier, Erin Hall, Patricia Rieke, and Brittany Storey.* Alcohol and the Social Network: Online Social Networking Sites and College Students' Perceived Drinking Norms.// *Psychology of Popular Media Culture*. Vol. 2, No. 2, American Psychological Association. 2013, 86-95.
- [8] *Cha J.* Factors affecting the frequency and amount of social networking site use: Motivations, perceptions, and privacy concerns. *First Monday*, Volume 15, №12 (6). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2889/2685>
- [9] *Papacharissi Z., Rubin A. M.* Predictors of Internet use // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, volume 44, number 2, 2000 pp. 175-196.

[10] *Kenneth C.C. Yang and Yowei Kang*. “Exploring factors influencing Internet users’ adoption of Internet television in Taiwan,” *First Monday*, volume 11, number 3, 2006 at <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1319/1239>, accessed 20 November 2006.

[11] *Пилишвили Т.С., Минаева А.Ю.* Особенности общения в интернет-пространстве в контексте активности личности в современных условиях// *Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном мире*. – М.: Изд-во РУДН, 2013. – С. 119-122.