

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт психолого-педагогического образования
Кафедра психологии

ОКЛАДНИКОВА ВАЛЕРИЯ ДМИТРИЕВНА
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

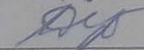
**ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА
ПОДРОСТКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

Направление подготовки 44.03.02 Психолого-педагогическое образование


Направленность (профиль) образовательной программы
Практическая психология в образовании

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
к.псх.н., доцент Дубовик Е.Ю.

28.05.18 

Научный руководитель
к.псх.н., доцент Дьячук А.А.


28.05.18 

Дата защиты

28.06.18

Обучающийся

Окладникова В.Д.

28.05.18 

Оценка _____

Красноярск 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПОДРОСТКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	6
1.1. Социальный интеллект как предмет психологического анализа.....	6
1.2. Особенности социального интеллекта в подростковом возрасте.....	15
1.3. Психологические характеристики пользователей социальных сетей	23
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	36
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПОДРОСТКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	39
2.1. Организация и методы исследования	39
2.2. Анализ вовлеченности детей подросткового возраста в социальные сети.....	43
2.3. Характеристика социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети	58
2.4. Рекомендации для педагогов-психологов по развитию социального интеллекта подростков	69
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	75
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	78
ПРИЛОЖЕНИЯ	85

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе социальные сети занимают не последнее место. Так, по данным отчета группы Mail.ru за 2015 год, ежемесячная аудитория социальной сети ВКонтакте составляет 87 млн. человек. По данным исследовательского холдинга «Ромиор» количество пользователей социальными сетями увеличилось с 80% в конце 2012 года до 91% в апреле 2015 года – в «молодёжной аудитории» этот показатель составляет 98%.

Кроме того, об увеличении количества пользователей социальных сетей в России, свидетельствуют статистические данные Adobe Social. Показатели общего числа пользователей с 2010 по 2015 год выросло почти в два раза (с 37,5 млн. человек до 76 млн.), а зависимости от региона, пользователи тратят на социальные сети от 30 до 41% от всего времени, проведенного в Интернете.

Исследованием влияния виртуальной реальности на человека, психические качества и особенности социализации занимались О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский, А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская и др.

Социальные сети являются активно развивающимся современным сектором киберпространства, и в настоящее время представляют собой один из факторов социализации. Интернет-среда, как социализирующий фактор, характеризуется такими особенностями как: доступность, мобильность и оперативность, относительная безопасность и анонимность, свобода самовыражения.

Возможности социальных сетей постоянно расширяются, что приводит к увеличению времени, проводимого в виртуальном пространстве, и к снижению возраста пользователей.

Так же необходимо учитывать, что современные подростки являются активными пользователями Интернета, исследователи называют «сетевым поколением», «поколением Интернета», «цифровым поколением» и т.д. Для

подростков киберпространство – не суррогат реальности, а еще одна среда жизнедеятельности, со своими научными, культурными и эстетическими ценностями.

И именно в подростковом возрасте происходят процессы, влияющие на развитие социального интеллекта, такие как активное межличностное общение, развитие рефлексивности.

При рассмотрении активности подростков в социальных сетях, как правило, речь идет о проблеме зависимости, что подчеркивает негативные последствия использования социальных сетей. Однако помимо зависимости, существует такой феномен, как вовлеченность, в том числе и в социальные сети, имеющий и позитивный характер, способный благотворно влиять на развитие личности.

Важно отметить, что при изучении влияния Интернета в целом, и социальных сетей в частности, выявлено их влияние на жизнедеятельность личности, при этом значительный акцент воздействия приходится на процесс социализации, в том числе, и на процесс развития социального интеллекта.

Изучением социального интеллекта занимались как зарубежные исследователи – Э. Торндайк, Г. Олпорт, Г. Айзенк, Дж. Гилфорд и др., так и отечественные ученые – М.И. Бобнев, Ю.Н. Емельянов, К.А. Абульханова-Славская, В.Н. Куницына, А.И. Савенков, Д.В. Ушаков и др.

Таким образом, учитывая значимость социального интеллекта в подростковом возрасте и активное использование подростками социальных сетей, можно говорить об актуальности нашей работы.

Цель исследования: выявить особенности социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

Объект исследования: социальный интеллект подростков.

Предмет исследования: особенности социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

Гипотеза: подростки, вовлеченные в социальные сети, отличаются по уровню выраженности компонентов социального интеллекта.

Для проверки выдвинутой гипотезы и достижения поставленной цели были выявлены следующие **задачи** исследования:

1. Изучить основные подходы к понятию социального интеллекта в психологической литературе.
2. Рассмотреть особенности поведения подростков в социальных сетях.
3. Эмпирическим путем выявить уровень развития социального интеллекта подростков.
4. Выделить особенности социального интеллекта вовлеченных пользователей на основе сравнительного анализа.
5. Разработать рекомендации по развитию социального интеллекта подростков в контексте вовлеченности в социальные сети.

В процессе исследования были использованы следующие методы и методики:

Теоретические методы – анализ, синтез, обобщение, классификация, изучение литературы.

Эмпирические методы – анкетирование (анкета «Я и социальные сети»), опросные методы (Шкала социального интеллекта Тромсо в модификации В.Ю. Семенова и А.Д. Наследова, методика Дж. Гилфорда «Социальный интеллект»).

Методы анализа данных – обобщение с помощью процентных долей, критерия сравнения t Стьюдента, коэффициента корреляции r Пирсона.

Исследование проводилось на базе одной из общеобразовательных организаций г. Красноярска.

В исследовании приняли участие 86 человек (38 мальчиков, 48 девочек) в возрасте от 13 до 15 лет.

Структура работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, выводов по каждой главе, заключения, библиографического списка, состоящего из 60 источников, и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПОДРОСТКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

1.1. Социальный интеллект как предмет психологического анализа

Об умении воспринимать и верно понимать окружающих, а также познавать самого себя через других людей, которое современная наука понимает как «социальный интеллект», еще в 1844 году, во Франции, писал О. Конт в работе «Дух позитивной философии». В этом труде ученый показал социальную природу индивидуального интеллекта (в его онтогенетическом развитии), его неразрывную связь с интеллектом социальным [21].

Позже в США в 1920 г. в журнале Harper's Magazine вышла статья Э.Л. Торндайка, в которой он описывал существование трех видов интеллекта, в том числе и социального интеллекта, который он понимал как способность к пониманию и управлению людьми, умение поступать мудро в ситуациях межличностных отношений [64].

Несколько лет спустя, в 1933 г., канадско-американский исследователь Ф. Вернон опубликовал в «Журнале социальной психологии» статью «Некоторые особенности позитивной оценки индивидуальности», содержащую следующее понимание социального интеллекта:

1. Общая способность находить общий язык с другими людьми.
2. Обладание комплексом социальных методов, дающих возможность чувствовать себя комфортно и свободно в обществе.
3. Знание социальных вопросов и проблем.
4. Восприимчивость к сигналам, исходящим от других людей, а умение понять и проникнуться настроением других людей, их личностными особенностями [65].

Таким образом, на данном этапе социальный интеллект рассматривался как понимание и дальновидность в межличностных отношениях.

В дальнейшем свой вклад в определение содержания социального интеллекта и интерпретацию этого понятия внесли многие известные психологи.

Г. Оллпорт рассматривал социальный интеллект как особый «социальный дар», который способствует легкости в отношениях с людьми, результатом которого является социальное приспособление. Именно Г. Оллпорт был первым, кто обратил внимание на взаимодействие с людьми, а выделенные им личностные качества отражают взаимодействие определенных социальных способностей для лучшего понимания другого человека. Так же Г. Оллпорт выделял такие элементы социального интеллекта, как восприятие и умение понять другого человека, сопоставление себя с окружающими, познание себя через других [59].

Г. Айзенк определял социальный интеллект как интеллект, формирующийся в процессе социализации, под влиянием социокультурных условий. Социальный интеллект Г. Айзенк рассматривал как элемент общего интеллекта, вместе с биологическими и психометрическим интеллектом. При этом Г. Айзенк описывал связь между общим и социальным интеллектом, которая проявляется в том, что социальный интеллект есть результат развития общего интеллекта, однако при этом ученый отмечает его особенности и не сводит его к общему интеллекту [1].

Некоторыми учеными социальный интеллект изучался в контексте построения моделей общего интеллекта. Так американский психолог Дж. Гилфорд исследовал социальный интеллект в представлении базового подхода под названием «Кубическая модель структуры интеллекта Дж. Гилфорда (SOI)». В этой тройной модели социальному интеллекту, по замыслу ее автора, соответствовал поведенческий компонент [13].

При этом Дж. Гилфорд рассматривал социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, независимых от влияния общего интеллекта.

Дж. Гилфорд социальный интеллект понимал как интегральную интеллектуальную способность, определяющую успешность социального взаимодействия и адаптации. Особое внимание исследователь уделял пониманию поведения – как своего, так и других людей, которое в преимуществе имеет невербальный характер.

Социальный интеллект был описан Дж. Гилфордом в пространстве трех переменных: содержание, операции, результаты. Исследователь выделил одну из операций, познание, и сконцентрировался в своих исследованиях на познании поведения. Эта способность состоит из шести факторов:

1. Познание элементов поведения – способность выделять из контекста вербальную и невербальную экспрессию поведения.

2. Познание классов поведения – способность распознавать общие свойства в некотором потоке экспрессивной или ситуативной информации о поведении.

3. Познание отношений поведения – способность понимать отношения, существующие между единицами информации о поведении.

4. Познание систем поведения – способность понимать логику развития целостных ситуаций взаимодействия людей, смысл их поведения в этих ситуациях.

5. Познание преобразований в поведении – способность понимать изменение значения имеющего сходства поведения в контекстах разных ситуаций.

6. Познание результатов поведения – способность предвидеть последствия поведения, исходя из имеющейся информации.

Именно Дж. Гилфорд впервые разработал надежную тестовую методику для измерения социального интеллекта. Возможность измерения социального интеллекта исходила из модели структуры интеллекта Дж. Гилфорда [13].

Р. Стернберг так же изучал социальный интеллект как компонент общего интеллекта. В основу его исследований легла трехкомпонентная концепция интеллекта, которая состоит из следующих элементов: аналитического, креативного и практического. В этой концепции социальный интеллект представлен частью практического компонента, состоящего из контекстов, социокультурных и профессиональных, основывающихся на «неявных знаниях» [63].

В своих работах Р. Стернберг критиковал подход к изучению социального интеллекта через его измерение с помощью искусственных конструкций. Вместо этого он предлагал приблизить изучение социального интеллекта к реальной жизни, так как понимал социальный интеллект как интеллект, который проявляется в общении с людьми [63].

Г. Гарднера в структуре множественных интеллектов выделяет два вида интеллекта, относящихся к социальному интеллекту: межличностный и внутриличностный, по своей природе являющиеся социальными и личностными.

Внутриличностный интеллект – способность индивидуума иметь доступ к собственной внутренней жизни, понимать себя, свои желания и возможности, стремления и мотивы, а также реакцию на разные стимулы.

Межличностный интеллект – способность видеть и понимать отличия между другими индивидуумами [61].

К. Космитски и О. Джон описали семь основных характеристик социального интеллекта [62], основываясь на исследованиях имплицитных представлений:

1. Восприимчивость к новому опыту, ценностям и идеям.
2. Умение находить с людьми общий язык.
3. Умение понимать точку зрения другого человека.
4. Обширные знания общепринятых правил и норм взаимоотношений.
5. Теплота и внимание.
6. Умение легко адаптироваться в социальных ситуациях.

7. Ясное понимание намерений, мыслей и чувств людей.

В отечественной литературе первые упоминания о социальном интеллекте встречаются в работах Ю.Н. Емельянова [19]. Социальный интеллект исследователь определяет как сферу возможностей субъект-субъектного познания индивида, понимая под этим устойчивую, основанную на специфике мыслительных процессов, аффективного реагирования и социального опыта способность понимать самого себя, а также других людей, их взаимоотношения и прогнозировать межличностные события. Кроме того, Ю.Н. Емельянов связывает понятие социального интеллекта с «сенситивностью», так как, по мнению исследователя, именно ее наличие значительно влияет на формирование социального интеллекта. Сенситивность автор рассматривает как чувствительность к психическим состояниям других людей, их стремлениям, ценностям и целям, которые имеют эмоциональную природу.

Д.В. Ушаков и Д.В. Люсин, авторы книги «Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования» [49], выделяют следующие подходы к рассмотрению социального интеллекта:

1. Социальный интеллект как особая способность. Эта способность отлична от таких известных видов интеллекта, как вербальный, пространственный, математический и т.д., но состоит с ними в корреляционной связи.

2. Социальный интеллект как знания, умения или навыки, приобретенные в течение жизни.

3. Социальный интеллект как личностная черта, определяющая успешность социального взаимодействия. Такой подход – естественная реакция на относительно низкие корреляции социального интеллекта с другими видами интеллекта и относительно высокие – с личностными свойствами. Охарактеризовать социальный интеллект как личностную черту означает в этом смысле признать, что наше мнение о других людях – результат скорее наших собственных эмоциональных особенностей, а не

познавательного процесса, стремящегося к объективности, т.е. ориентации на объект суждения. Факт заключается в том, что личностные особенности влияют на наши суждения о других людях, но сведение социального интеллекта к личностным свойствам является следствием не этого факта, а его чересчур сильной интерпретации. Речь идет о том, что некоторые личностные черты, такие, как экстраверсия, ассоциируются с высоким социальным интеллектом, а другие (например, нейротизм) – с низким. Социальный интеллект – это познавательная способность, которая, однако, в отличие от других познавательных способностей, оказывается сцепленной с личностными чертами, что требует специального объяснения.

Сам Д.В. Ушаков рассматривает социальный интеллект, основываясь на структурно-динамической теории интеллекта, и понимает социальный интеллект как способность к познанию социальных явлений, которая составляет лишь один из элементов социальных умений и компетентности, но не исчерпывает их.

Так же Д.В. Ушаков описывает ряд характерных структурных особенностей социального интеллекта:

1. Континуальный характер.
2. Использование невербальной репрезентации.
3. Потеря точности социального оценивания при вербализации.
4. Формирование в процессе имплицитного научения.

Использование «внутреннего» опыта [49].

Именно последнее полностью отличает социальный интеллект от всех других видов интеллекта.

Д.А. Ростовых описывает следующие функции социального интеллекта: гносеологическая, аккумулятивная, коммуникативная, управленческая, регулятивно-координирующая, нормативно-ценностная, прогностическая, эвристическая, проблемно-конструктивная, социально-рефлексивная, функция рационализации и функция социального наследования [41].

Также выделяются такие функции социального интеллекта, как обеспечение адаптивности в изменяющихся условиях современного социума, формирование стратегии, планов успешного взаимодействия, разрешения текущих задач, планирование межличностных взаимоотношений и прогнозирование их развития, расширение социальной компетентности, самопознание, саморазвитие, самообучение. При этом основной интегральной функцией социального интеллекта является создание длительных взаимоотношений с возможностями развития, положительного взаимовлияния [34].

В числе основных компонентов механизма реализации функций социального интеллекта в различных сферах общественной жизни выделяются: аналитическое описание, целостное понимание, переосмысление, формализация, легитимизация, воплощение [41].

Значимым аспектом социального интеллекта является выделение составляющих его компонентов и разработка структуры социального интеллекта.

А.Л. Южанинова социальный интеллект понимает как особую социальную способность, состоящую из трех видов способностей: социально-перцептивных, социального воображения, социальной техники общения [58].

А.И. Савенков выделяет два фактора социального интеллекта [43]:

1. «Кристаллизованные социальные знания», т.е. декларативные знания, полученные в результате социального научения, и опытные знания,, полученные человеком в ходе собственной исследовательской практики.
2. Социально-когнитивная гибкость – способность применять социальные знания при решении неизвестных проблем.

Описывание же социального интеллекта происходит через три группы критериев: когнитивным, эмоциональным и поведенческим.

О.Б. Чеснокова понимает социальный интеллект как общую познавательную способность человека, которая обеспечивает познание и

ориентацию в жизненных отношениях с социальной действительностью; формируется и проявляется в определенных ситуациях [54].

В.Н. Дружинин в «Экспериментальной психологии» пишет о том, что основой социального интеллекта являются социально-психологическая наблюдательность, наглядно-образная память, рефлексивное осмысливание действительности и поведения людей, способность к анализу-синтезу психологической информации и развитое воображение. Социальный интеллект позволяет более успешно познавать внутренний мир человека, дифференцировать межличностные отношения и прогнозировать поведение в определенных ситуациях [18].

В.Н. Куницына понимает социальный интеллект как способность, которая возникает на базе комплекса интеллектуальных, личностных, коммуникативных и поведенческих черт, и включает в себя уровень энергетической обеспеченности процессов саморегуляции; эти черты обуславливают прогнозирование развития межличностных ситуаций, интерпретацию информации и поведения и готовность к социальному взаимодействию и принятию решений [26].

В структуру социального интеллекта В.Н. Куницына включает следующие элементы:

1. Коммуникативно-личностный потенциал, который является основным стержнем социального интеллекта. Представляет собой комплекс свойств, облегчающих или затрудняющих общение, на основе которого формируются психологическая контактность и коммуникативная совместимость.

2. Характеристика самосознания – чувство самоуважения, свобода предрассудков, подавленных импульсов, открытость новым идеям.

3. Социальная перцепция, социальное мышление, социальное воображение, социальное представление, способность к пониманию и моделированию социальных явлений, пониманию людей и движимых ими мотивов.

4. Энергетические характеристики: психическая и физическая выносливость, активность, слабая истощаемость [27].

В литературе описываются разные факторы, влияющие на развитие социального интеллекта.

Е.С. Михайлова уровень развития социального интеллекта связывает с опытом и возрастом испытуемых, а также рассматривает социальный интеллект как механизм реализации «защитного пояса сознания», который на разных этапах самореализации личности проявляется по-разному, и может, с одной стороны, подвергаться воздействию бессознательных защит, а может конструировать сознательные защитные стратегии [30].

О.Г. Буланова описывает значимость развития самостоятельности мышления, где высокий уровень развития понятийного и абстрактного мышления способствуют решению сложных социальных, коммуникативных ситуаций, в том числе конфликтов, с помощью логического анализа [8].

Н.П. Ульянова как основное условие формирования и развития социального интеллекта в подростковом возрасте рассматривает рефлексивность, проявляющаяся в осознании подростком того, как его воспринимают другие люди [53].

Кроме того, социальный интеллект характеризуется сложностью и многоаспектностью своих форм и социальных проявлений. Могут быть выделены три типа понимания феномена социального интеллекта, при которых он представляет собой:

1. Общую характеристику человеческого интеллекта вообще в том его смысле, что этот интеллект является порождением человеческого общества, человеческой культуры и вне такой культуры возникнуть вообще не может.

2. Специфический тип рациональности, представленный в данной культуре в качестве некоего идеала, высшего образца.

3. Подсистему духовной жизни общества, взаимосвязанную систему функционирующих индивидуальных интеллектов, объединенных (явно или

неявно, осмысленно или не осмысленно) решением общей социальной задачи, поиском общего решения существенной социальной проблемы.

Социальный интеллект выступает ведущей составляющей конкретного типа культуры на современном этапе развития общества и существенной культурно-духовной детерминантой функционирования и развития основных сфер общественной жизни [41].

Таким образом, проблема социального интеллекта имеет междисциплинарный, комплексный характер. Данная проблема характеризуется необходимостью дальнейшей разработки, так как является наукоемкой и многоаспектной. Данная проблема выступает как узловая точка пересечения разных подходов в современной науке, а также в практике высоких технологий.

Вместе с тем, на современном этапе проблема развития социального интеллекта остается открытой. Нерешенными вопросами являются вопросы определения наиболее продуктивных условий для развития социального интеллекта на разных этапах развития.

В нашей работе мы рассматриваем социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, связанную с познанием социальных явлений, обуславливающая процессы прогнозирования межличностных ситуаций, интерпретации информации, а так же поведение в обществе, готовность к социальному взаимодействию и принятию решений.

1.2. Особенности социального интеллекта в подростковом возрасте

В работах зарубежными авторами было выдвинуто несколько периодизаций развития социального интеллекта.

Образцом для периодизации выступает операциональная модель интеллектуального развития Ж. Пиаже, в рамках которой интеллект рассматривается как возможность гибкого приспособления к социальной или

же физической действительности, где основное назначение социального интеллекта – это организация взаимодействия человека со средой. Ж. Пиаже описывал развитие интеллекта как стихийный процесс, который подчиняется особым законам и выражается в вызревании операциональных структур, которые постепенно вырастают из предметно-жизненного опыта ребенка.

В соответствии с теорией Пиаже, в развитии интеллекта можно выделить ряд этапов [21], первым из которых выступает стадия сенсомоторного интеллекта (с 8–10 месяцев до 1,5 лет), вторая – это стадия допонятийного, или символического интеллекта с 1,5–2 лет до 4 лет). Третьей стадией является стадия наглядно (интуитивного) интеллекта (4 до 7–8 лет). Четвертая стадия – стадия конкретных операций (с 7–8 до 11–12 лет). Пятая стадия – это стадия формальных операций, иными словами именуемая как стадия рефлексивного интеллекта (с 11–12 лет до 14–15 лет).

В развитии интеллекта Ж. Пиаже рассматривал две основные линии: одна линия предполагает интеграцию операциональных когнитивных структур, вторая – рост объективности индивидуальных представлений относительно окружающей действительности [28].

Еще одна модель онтогенеза социального интеллекта предложена Р. Селманом в рамках его теории социальных ролей [39]. Р. Селман рассматривал принятие социальной роли как развитие способности относиться и к себе, и к другим людям как к субъектам. Исследователь выделял пять основных стадий в развитии социального интеллекта.

Нулевая стадия – этап, на котором ребенок пока не различает внешние физические и внутренние психические принципы поведения. Данный этап оканчивается, когда чувства и мысли других людей и свои собственные выделяются как самостоятельная реакция.

Первая стадия – на этом этапе развития социальный интеллект рассматривается как характеризующийся дифференцировкой внешнего и внутреннего мира человека.

Вторая стадия – на этом этапе ребенок пытается занимать позиции других людей и предлагать партнерам по взаимодействию примерить собственную позицию.

Третья стадия – на этом этапе, как правило, соответствующей возрасту 10-12 лет, происходит формирование умений понимания взаимозависимости и взаимосвязи разных, в том числе, противоположных по характеру целей поведения людей.

Четвертая стадия – на данном этапе предполагается развитие и осознание разных уровней человеческой близости.

Исследователь П. Эрвин соотносит особенности развития личности ребенка с качественными сдвигами в развитии различных аспектов социального интеллекта, и предлагает модель развития представлений детей о дружбе, дружеских взаимоотношениях [28]. П. Эрвин выделяет следующие этапы онтогенеза социального интеллекта:

1. Эгоцентрический этап (до пяти лет). На этом этапе ребенку пока недоступно различие внешних и внутренних состояний, он не всегда способен разделять собственные внутренние представления и переживания от переживаний других людей.

2. Субъективный уровень (5–9 лет). На этой стадии ребенку доступно разграничение собственных и чужих переживаний, вместе с тем, он еще не понимает особенностей влияния собственных действий и состояний на действия и состояния других людей.

3. Реципрокный уровень (9–12 лет). На данном этапе ребенок уже способен понимать чувства, а также переживания других людей, он способен устанавливать причинно-следственные связи между различными явлениями и событиями.

4. Взаимный уровень (12–15 лет). На данном этапе развития социального интеллекта ребенок уже способен понимать, что думает о нем и об их отношении другой человек. Ребенок уже способен почувствовать степень удовлетворенности этими отношениями.

5. Общественно-символический уровень (более 15 лет), Подростку уже доступно понимание теоретически идей, представлений и ценностей, носителем которых является другой человек.

В рамках данного подхода, когда осуществляется соотнесение особенностей развития феномена социального интеллекта, некоторые исследователи пытаются отказаться от возрастных ограничений обозначенных стадий в развитии личности, рассматривая социальное познание в качестве одной из интегративных характеристик развития личности человека.

Психологическими ресурсами в подростковом возрасте являются: высокая двигательная активность; положительный эмоциональный фон; игровой потенциал подростковой субкультуры; повышенная внушаемость [15].

Кроме того, можно выделить следующие факторы, затрудняющие процесс развития социальной компетентности младших подростков: недостаточное включение в разные виды практической деятельности; небогатый социальный опыт; ограничение социальной активности подростка; низкий образовательный и культурный уровень родителей [15].

При изучении становления социального интеллекта подростковый возраст интересен тем, что именно в этот период происходит становление личности, формируются основы нравственности, социальные установки, отношения к себе, к людям, к обществу, жизненная позиция, с которой подросток вступает в самостоятельную жизнь [37; 50].

В данном возрасте стабилизируются основные формы межличностного поведения, когда подросток обнаруживает различия в самом себе и начинает отделять отношение к себе как к ребенку и отношение к себе как к взрослому. Он не только «впитывает» внешние воздействия, оценки окружающих, а так же начинает их анализировать: какие-то оценки принимает, какие-то отвергает, с чем-то соглашается, против чего-то протестует. Теперь уже можно говорить о формировании у подростка знания

самого себя. В свою очередь бурное развитие самосознания позволяет им обнаружить у себя веру в способность определять и контролировать собственное поведение, свои мысли и чувства, ориентироваться на собственную оценку [17; 40].

Очевидно, что социальный интеллект подростка способствует общению с другими людьми, дает возможность и вне непосредственного взаимодействия с ними решать задачи, где непременным условием достижения нужного результата выступает учет человеческого фактора.

Более того, социальный интеллект позволяет самому человеку оценивать собственные достоинства и недостатки, соотносить свои поступки с требованиями оформившихся у него нравственных и профессиональных норм, также является необходимым условием эффективного межличностного взаимодействия и успешной социальной адаптации личности.

В норме подросток владеет многими возможностями социального взаимодействия, которые осуществляются в соответствии с задачами возраста [38; 50].

Социальный интеллект в младшем подростковом возрасте обладает своеобразием психологической структуры, содержательный аспект которой определяется важнейшим психическим новообразованием возраста, потребностью в самопознании и формированием самоотношения.

Основными компонентами психологической структуры социального интеллекта в младшем подростковом возрасте являются: коммуникативно-личностный, включающий в себя возможности осуществления гибкого, личностно-ориентированного взаимодействия с окружающими людьми; психологические характеристики самосознания (Я-образа, Я-концепции), особенности самоотношения, особенности социальной перцепции, выражающиеся в возможности младших подростков прогнозировать перспективы развития социальных контактов и управлять ими [33].

Важнейшим условием продуктивного развития социального интеллекта у младших подростков является интенсивное внеситуативно-личностное общение, как со значимыми взрослыми, так и со сверстниками [33].

Исследование В.В. Доржиева показало, что преимущественно уровень социального интеллекта и шестиклассников и семиклассников равен среднему, т.е. испытуемым свойственны средние способности к познанию поведения. Следовательно, они умеют предвосхищать поступки людей на основе анализа реальных ситуаций общения, предсказывать события, основываясь на понимании их мыслей и чувств. Но их прогнозы могут оказаться ошибочными, если они будут иметь дело с людьми, ведущими себя неожиданным, нетипичным образом, что может привести к напряженным ситуациям. Так же, согласно результатам исследования, подростки в общении в большей степени ориентируются на вербальное содержание сообщений: они могут часто ошибаться в понимании смысла слов собеседника, так как не учитывают сопровождающие их невербальные реакции. Кроме того, результаты показали, что школьники испытывают трудности в анализе ситуаций межличностного взаимодействия и понимания внутренних мотивов поведения людей. Как следствие, они плохо адаптируются к различным системам взаимоотношений между людьми [17].

В подростковом возрасте появляются гендерные различия в социальном интеллекте. У девочек-подростков развивается стремление к развитию взаимоотношений и привязанности, а у мальчиков – способность предвидеть и контролировать окружение. Коммуникативно-личностный потенциал больше развит у девочек. Они чаще лучше мальчиков описывают свои чувства, точнее определяют чувства других и выражают сопереживание. Девочки-подростки демонстрируют большую коммуникативную совместимость и успешность в общении. Мальчики-подростки лучше владеют своими чувствами и способны контролировать собственные эмоциональные состояния [22].

Достаточная сформированность социального интеллекта играет значительную положительную роль в подростковом возрасте для того, чтобы полноценно прожить его и получить большие возможности для дальнейшего конструктивного развития.

Сформированный социальный интеллект дает возможности:

- 1) анализировать ситуацию межличностного взаимодействия, вычлняя причины и следствия их реакций и реакций партнера;
- 2) к извлечению из каждой ситуации опыта, необходимого для успешного общения в дальнейшем;
- 3) обеспечивает возможность постановки задач самоизменения в общении и решении их, используя полученный опыт.

О.Б. Чеснокова и Е.В. Субботский описывают следующие качества, необходимые для формирования социального интеллекта приемлемого уровня: целостная понятийная структура мышления, способность действовать разнообразно, креативно и гибко, умение сочетать разные стили социального взаимодействия [55, с. 28].

Подросткам необходимо освоить разнообразные варианты процесса межличностного взаимодействия, овладевая необходимыми средствами и усваивая способы общения, в которых эти средства организованы, т.е. результатом коррекции должно стать построение подростком саморазвивающейся системы оптимизации общения [57].

Возрастные особенности младших подростков не позволяют им достичь уровня социальной компетентности взрослого человека. Однако в условиях нестабильной, неблагоприятной, а иногда и агрессивной среды подросткам необходимо научиться ориентироваться и принимать самостоятельные решения. Они должны уметь адекватно и критично оценивать факторы риска в ситуациях, характерных для их возраста, обладать навыками конструктивного взаимодействия, то есть стать социально компетентными для решения актуальных в данном возрасте социальных задач [15].

Итак, развитый социальный интеллект обучающегося способствует общению с другими людьми, дает возможность и вне непосредственного взаимодействия с ними решать задачи, где непременным условием достижения нужного результата выступает учет человеческого фактора. Более того, он позволяет человеку оценивать собственные достоинства и недостатки, соотносить свои поступки с требованиями оформившихся у него нравственных и профессиональных норм, а также является необходимым условием эффективного межличностного взаимодействия и успешной социальной адаптации личности [34].

В младшем подростковом возрасте складываются субъективные и объективные предпосылки для активного развития социального интеллекта: наличие потребности во взаимодействии с другими людьми и с самим собой в процессе новой ведущей деятельности, новая социальная ситуация развития [Там же].

Подростковый возраст очень чувствителен ко всем преобразованиям, происходящим как в самом человеке, так и социуме, его окружающем. Именно поэтому необходимо проводить специально организованную работу, направленную на развитие социального интеллекта [17].

Необходимым психологическим условием развития социального интеллекта младших подростков является неформальная (внешкольная), личностно-ориентированная коммуникативная деятельность, в процессе которой удовлетворяются важнейшие потребности возраста [34].

Таким образом, социальный интеллект является чрезвычайно значимым конструктом в подростковом возрасте, от которого зависит успешность в общении, ведущем виде деятельности подросткового возраста. Подросткам преимущественно свойственен средний уровень развития социального интеллекта, это проявляется в умении предвосхищать поступки других людей на основе анализа реальных ситуаций общения, предсказывать события, основываясь на понимании их мыслей и чувств. Однако эти прогнозы могут оказаться ошибочными, особенно относительно людей с

неожиданным, нетипичным способом поведения. Так же здесь важно отметить, что подростки в процессе общения ориентируются, преимущественно, на вербальное содержание сообщений, не учитывая сопровождающие речь невербальные реакции. Кроме того, подросткам свойственны трудности в анализе ситуаций межличностного взаимодействия, в понимании внутренних мотивов поведения людей.

1.3. Психологические характеристики пользователей социальных сетей

Известный американский исследователь Д. Бойд рассматривает социальные Интернет-сети как сетевые услуги, которые позволяют людям создавать профили в рамках определенных параметров; определять круг других пользователей, с которыми будет происходить общение обмен информацией; просматривать и сопоставлять свой список контактов с прочими, созданными другими пользователями внутри сети [61].

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский сайт, контент (содержание) которого наполняется его посетителями с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт (страницу) пользователя смогут найти другие участники сети [10].

Как интерактивный многопользовательский сайт социальная сеть имеет ряд обязательных качеств:

1. Содержание (контент) сайта создается исключительно или преимущественно его пользователями.

2. Сайт представляет собой автоматизированную среду, в рамках которой пользователи имеют возможность создавать связи с другими пользователями (социальные связи) или социальные объекты (тематические группы).

3. Пользователи имеют возможность получать статическую и динамическую информацию об объектах, существующих в данной социальной среде, о социальных связях между ними.

4. пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами [5].

Социальные сети созданы для взаимодействия людей в группе или группах, в основе подобных сайтов лежат система «друзей» и система «комьюнити» [7].

При этом социальные сети, как правило, подразумевают общение с людьми, с которыми уже установлены отношения в реальной жизни, и предоставляют возможность создания своей реальной личности, размещения подлинной информации о себе [5].

Мотивы обращения подростков к социальным сетям разнятся. О.А. Гуркина и Д.В. Мальцева выделяют двенадцать основных мотивов:

1. Мотив общения, или коммуникативный мотив (способ всегда оставаться на связи; способ избежать одиночества).

2. Познавательный мотив (легко оставаться в курсе событий из жизни друзей; можно быстро найти нужную информацию).

3. Мотив аффилиации (принадлежность к группе).

4. Мотив рекреации (социальные сети помогают скоротать время; позволяют расслабиться после какой-либо работы).

5. Мотив самореализации (в социальных сетях проще проявить свою индивидуальность; легче добиться успеха и популярности; проще, чем в реальной жизни, высказать своё мнение о чём-либо).

6. Мотив самоутверждения (в социальных сетях можно безнаказанно делать то, что недопустимо в реальной жизни).

7. Мода (это модно).

8. Корпоративный мотив (легче найти компанию для реализации какого-либо проекта).

9. Игровой мотив (в виртуальном мире можно быть кем угодно).

10. Возможность горизонтальных связей (в социальных сетях можно общаться со «звёздами» и следить за их жизнью).

11. Любовный мотив (поиск любимого человека).

12. Меркантильный мотив (поиск способов решения своих повседневных проблем) [16].

Е.В. Аржаных, И.В. Задорин и Е.Ю. Колесникова разделяют мотивы использования социальных сетей на внутренние и внешние. К внутренним мотивам они относят получение информации, накопление социального капитала в виде знакомств. К внешним мотивам относят желание утвердиться за счёт количества друзей и получение статуса в референтной группе за счёт регистрации в популярной социальной сети [4].

Общаясь в среде социальной сети, ее пользователь фактически формирует свою виртуальную личность, различные проявления которой можно узнать, изучив содержимое его страниц на сервере сети. Современная социальная сеть обычно предлагает, как минимум, набор стандартных сервисов: хранение личной карточки с контактными данными, онлайн-адресная книга, онлайн-органайзер, который доступен с любого компьютера, хранилище мультимедийных данных пользователя, возможность ограничивать общение с нежелательными персонами и т. д. То есть человек получает как бы собственное «место жительства» в Интернете [36].

Среди функций социальной сети Т.С. Садыгова выделяет следующие:

1. Коммуникативная. В рамках коммуникативной функции люди устанавливают контакты, обмениваются новостями, информацией, кооперируются для достижения совместных целей (сплочение и удержание социальных связей).

2. Информационная. Поток информации имеет двухстороннюю направленность, т.к. участники общения выступают попеременно и в роли коммуникатора, и в роли реципиента.

3. Самоактуализирующая (самопрезентация).

4. Идентификационная (при создании индивидуального профиля пользователь наполняет его информацией о себе – имя, дата рождения, семейный статус, школа, вуз, интересы и пр., что позволяет осуществлять поиск анкет по заданным признакам).

5. Функция формирования идентичности.

6. Развлекательная. Социальные сети позволяют обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и мультимедийными файлами..

7. Социализирующая (саморазвитие, рефлексия в системе «друзей» и «групп») [44].

Социализирующая функция Интернета базируется на достаточно высоком уровне доверия к нему со стороны как общества в целом, так и старших школьников в частности. Это доверие обусловлено факторами, имеющими как субъективное, так и объективное значение:

1. Сложившейся за первое десятилетие XXI века позитивной репутации Интернета как оппозиции другим социальным институтам.

2. Недостаточностью собственного жизненного опыта у старших школьников.

3. Аудиовизуальные возможности Интернета, обеспечивающие эффект присутствия и кажущуюся достоверность получаемой информации.

4. Особые возможности киберкоммуникации, которые обеспечивает Интернет: преодоление территориальных и временных границ; открытость и общедоступность контактов; эффективный механизм хранения и трансляции информации; возможности персональной интеграции в киберпространство [52].

Интернет для подростков сегодня – это альтернативный институт социализации, которые не может заменить и подменить роль классических институтов (семья, школа и др.) в социализации молодежи, тем более характеризуясь скорее суррогатным потенциалом удовлетворения многочисленных потребностей человека XXI века, трансформируя психовозрастные характеристики.

При изучении влияния Интернета в целом, и социальных сетей в частности, на жизнедеятельность личности, выявлено, что основной акцент воздействия приходится на сферу коммуникации. К таким выводам пришли О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский, А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская [3; 20].

Общение в Интернете имеют ряд особенностей, выделенных отечественным исследователем А.С. Войскунским:

1. Анонимность.
2. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации.
3. Добровольность и желательность контактов.
4. Затрудненность эмоционального компонента общения и в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами.
5. Стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают нереализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения [11].

Причиной обращения к Интернету как инструменту общения может быть:

1. Недостаточное насыщение общением в реальных контактах. В подобных случаях пользователи быстро теряют интерес к виртуальному общению, если появляются возможности для удовлетворения соответствующих потребностей в реальной жизни.
2. Возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам фрустрированных в реальной жизни. Подобная возможность обусловлена вышеперечисленными особенностями общения посредством сети – анонимностью, нежесткой

нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком [47].

Общение в Интернете и, в частности, в социальных сетях для подростков имеют как положительные, так и отрицательные стороны.

Так, в последнее время отмечается рост кибербуллинга: оскорбления, агрессивные нападки, преследования в Сети, наличие «опасных» материалов (порнография, видеоролики, изображения и тексты сексуального, экстремистского характера, призывы к насилию), электронные риски, связанные, в том числе, с информационной безопасностью (блокирование компьютера вирусом, Интернет-мошенничество, кража личных данных, взлом и создание подставных страниц), а также потребительские риски (мошенничество, потеря денег через Интернет или мобильный телефон) [14].

Кроме того, в качестве риска К. Янгом была выделена Интернет-аддикция [59].

Действительно, состояние вовлеченности, потока, имеет определенное сходство с зависимостью во внешних проявлениях, так как оба феномена связаны с повторяющимся поведением. Об этом писали в статье «Связь опыта потока с психологической зависимостью от компьютерных игр» Ш. Ван, А.Е. Войскунский, О.В. Митина, А.И. Карпухина [9].

Однако зависимость и вовлеченность имеют разный психологический смысл; важно помнить, что вовлеченность, опыт потока и зависимость не имеют непосредственной связи друг с другом, значимую роль здесь играют принятые в обществе нормы и особенности внутренней мотивации человека.

Феномен вовлеченности в социальные сети исследовался такими учеными как Е.В. Тихомирова, А.А. Селютин, Н.С. Козлова, И.Р. Сушков, Е.Е. Черная и др.

А.А. Селютин в статье «Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности» выделяет пассивных и активных коммуникантов [46].

Пассивные коммуниканты в интернет-общении как правило нацелены на получение информации, активные же, кроме этого, выполняют функции и автора, и реципиента, т.е. не только принимает информацию, но и сам создает ее. Активный коммуникант, вступающий в процесс интернет-общения, может преследовать четыре цели – к ним относятся обмен информацией, создание и поддержание контактов, повышение личного рейтинга и развлечение («общение ради общения»).

На основе данного исследования А.А. Селютина, Е.В. Тихомирова выделяет пассивную (просмотр новостных сайтов, чтение литературы, скачивание файлов и т. д.) и активную вовлеченность (участие в общении, комментирование статей, ведение дневника и т.д.) пользователей социальных сетей [50].

К активно вовлеченным пользователям относят тех, кто зарегистрирован в трех и более интернет-сообществах, посещают их более полутора лет от одного до нескольких раз в день, имеют более ста друзей (контактов) в социальных сетях, форумах, чатах, придающие большое значение собственному статусу в сети.

Активные участники виртуальных сообществ имеют более положительное отношение к своей вовлеченности в данную среду коммуникации и взаимодействия, а также больше ценят возможность посещения.

Пользователи, принадлежащие к этой группе, формируют свой образ в интернет-сообществах, создают и поддерживают контакты с другими участниками. Им нравится не только получать нужную информацию, но и активно обмениваться ею. Невозможность выхода в сеть может вызвать у них состояние психологического напряжения. Можно также косвенно судить о том, что участие в больших контактных виртуальных группах является и ресурсом совладающего поведения, о чем свидетельствуют ответы пользователей на вопрос, касающийся мотивировок участия в виртуальных сообществах. Они осознают, что, участвуя, могут получать и предоставлять

необходимую, важную информацию, могут общаться с другими пользователями, получать от них понимание, помощь, поддержку, это касается как обыденных событий, так и, на наш взгляд, стрессовых ситуаций. Активные пользователи предпочитают в виртуальных сообществах играть в приложения, просматривать фильмы и прослушивать музыку, что в состоянии стрессового напряжения, возможно, помогает им отвлечься [50].

Н.С. Козлова и Е.Е. Чёрная, исследуя специфику вовлеченности подростков в социальные сети, выделили семь факторов, каждый из которых представляет совокупность взаимосвязанных характеристик, относящихся к определенному типу личности, который имеет определенное отношение и степень вовлеченности в социальные сети.

1. Самопрезентация в социальной сети в целях общения. Личность этого типа имеет выраженную коммуникативную, так как её основная деятельность, как в виртуальной, так и в реальной жизни это общение с друзьями. Такие подростки имеют высокую вовлеченность в социальные сети. Предположительно вовлеченность является следствием гиперобщительности или же напротив, недостатком общения в реальной жизни.

2. Нахождения в социальной сети, как атрибут имиджа подростка. Личности, относящиеся ко второму фактору имеют небольшое количество друзей в социальной сети, при чем друзья из реальной жизни в ней не присутствуют. Подросток данного типа пользуются социальной сетью ради присутствия данного явления в его образе, то есть это атрибут его имиджа. Этот вывод был сделан вследствие того, что отсутствует ярко выраженная вовлеченность, активность внутри самой социальной сети.

3. Использование социальных сетей для удовлетворения потребности в общении. В результате анализа третьего типа личности, мы сделали вывод, что для него характерна актуализированная потребность в общении. Именно для цели поиска собеседников и используется в данном случае социальные сети. Возможно, дефицит общения возник из-за неуверенности в себе,

вследствие неадекватной оценки своего образа «Я». Или же в силу сильной загруженности в течение дня. Предположительно, проблема коренится именно в низкой самооценке, которая является устойчивой личностной характеристикой.

4. Стремление к участию в общественной жизни. Данные пользователи зарегистрировались в социальных сетях из-за собственного любопытства и ради развлечения. Основной чертой данного типа личности является стремление принимать участие в общественной жизни. Кроме того, высока вероятность того, что у данного типа личности зависимость от социальных сетей является низкой.

5. Самопрезентация как самоцель. Эти пользователи отмечают, что начали пользоваться социальными сетями для того, чтобы показать себя. В первую очередь это потребность в самопрезентации, причем как самоцели. Так же стоит отметить, что исходя из этого, возможен излишний эгоцентризм, хотя это допустимо, учитывая возрастные особенности.

6. Самоутверждения за счет демонстрации количества «друзей». Шестой фактор представляет собой тип личности, которая имеет потребность в утверждении себя, но не может это сделать в реальной жизни. Хотелось бы отметить, что у данного типа личности имеется выраженная зависимость от социальных сетей. При отсутствии возможности зайти в сеть она не испытывает таких эмоций, как радость и бодрость, а испытывает печаль. Кроме того, основная активность в социальной сети осуществляется такими пользователями днем.

7. Наличие проблем с Я-концепцией личности. Личность седьмого типа начала пользоваться социальными сетями ради развлечения и пользования медиа-материалом. Максимальное время, в течение которого пользователь не заходил в социальные сети достаточно мало. Личность пользуется подобными сайтами несколько раз в день и не меньше часа. Таким образом, личность, причисляемая к седьмому типу, скорее всего, имеет проблемы со своим образом «Я», а в результате этого и проблемы в общении [23].

В другом исследовании Н.С. Козлова и И.Р. Сушков делают вывод о том, что, если у личности существуют трудности в сфере коммуникации, они не только не смягчаются за счет погружение в интернет среду, в частности, в социальные сети, но и усугубляются ими. Более того возникают и новые проблемы – прежде всего склонность к формированию зависимости [24].

Здесь важно отметить два момента:

1) Отсутствие общительности, а также черт, относящихся к компетентной личности, при наличии черт зависимой, формирует навязчивую потребность быть в сети, а впоследствии и аддикцию.

2) Выраженность черт агрессивного типа приводит к склонности личности самовыражаться в сети, ориентируясь при этом только на поверхностное общение.

В нашей работе к вовлеченным пользователям, на основе исследования Е.В. Тихомировой [50], мы относим респондентов, имеющих аккаунты минимум в двух социальных сетях, зарегистрированных более года, посещающих свою страницу несколько раз в день, и имеющих не менее пятидесяти друзей (фолловеров).

Также важно отметить, что общение в социальных сетях может иметь и положительное влияние на ребенка. Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский и О.В. Смылова выделяют следующие позитивные стороны коммуникации в социальных сетях. Во-первых, расширяется психологический опыт детей, развивается социальная компетентность. Во-вторых, реализуется такая существенная потребность, как желание выделиться из толпы, быть замеченным и узнаваемым. Также появляются неограниченные возможности самопрезентации, экспериментирования с собственной идентичностью и проигрывания разных ролей. Кроме того, становится возможен обмен ситуативными эмоциональными состояниями и настроениями [6].

Здесь необходимо отметить, что к позитивным аспектам личностного развития при общении посредством Интернета могут быть отнесены перспективы преодоления коммуникативного дефицита и расширения круга

общения, повышения информированности в обсуждаемых вопросах, защищенности от грубых манипулятивных действий, своего рода сгущения. и компактности коммуникативного хронотопа (т.е. единства пространства и времени) при общении в реальном времени, обмена ситуативными эмоциональными состояниями и настроениями [2].

В ходе исследования З.И. Рябикиной и Е.И. Богомоловой специфики пользователей социальных сетей были выделены следующие особенности.

Пользователям с высокой активностью виртуального общения свойственны:

1. Ориентированность на общение, связанная с ведомостью, зависимостью от мнения других, склонность к тревожности и сниженному самоконтролю, неустойчивость настроения.

2. Нацеленность на экспериментирование, в том числе в процессе общения.

3. Направленность на самоактуализацию, выражающаяся в творческом отношении к жизни, ориентации на познание нового; в поиске максимальной самореализации с применением для этого всех имеющихся ресурсов бытия; в адекватной самооценке и позитивной Я-концепции; в компетентности в области коммуникации.

4. Способность к адекватному самовыражению в общении и отсутствие социальных стереотипов.

5. Стремление к близким отношениям, но с ожиданием большей инициативы от другого и большей эмоциональной вовлеченности от партнеров по общению.

Пользователей с высокой субъектностью виртуального общения отличают следующие личностные характеристики:

1. Стремление к общению и спонтанность в социальных контактах, стремление к эмоциональным связям, но с высокой ориентацией на укрепление и поддержку своей независимости и на доминантность в отношениях.

2. Эмоциональная устойчивость, высокий самоконтроль, добросовестность; склонность к экспериментированию.

3. Высокая направленность на самоактуализацию, которая выражается в способности разделять ценности самоактуализирующейся личности; в творческом отношении к жизни и в склонности к экспериментам; в способности жить здесь и сейчас; в компетентности в области общения, при недоверии к людям и стремлении к независимости, в способности к адекватному самовыражению в общении познавательной активности и ориентированности на максимальную реализацию своих потенциальных возможностей; в чувствительности к себе.

4. Стремление к принадлежности, включенности в жизнь группы и собственная инициатива в построении отношений [42].

Также исследование З.И. Рябикиной и Е.И. Богомоловой показало, что Интернет может активизировать такие личностные изменения подростка, как: свертывание имеющейся системы интересов; протест как способ поведения, который сочетается с возрастающей самостоятельностью, с более многообразными и содержательными отношениями с другими детьми и взрослыми, со значительным расширением сферы его деятельности; стремление понять самого себя, найти свое место в обществе, развивается чувство ответственности, критическое отношение к себе и к другим людям.

Авторы отмечают, что Интернет воспринимается подростками как актуальное и позитивное пространство. Социализация в Интернет-среде обретает характер первостепенной, зачастую становясь альтернативной; информация в Интернете «внедряется» в сознание подростка – неконтролируемая социализация в Интернет-среде, в первую очередь, стихийна; массив информации в Интернете бессодержателен в отрыве от общекультурного и частнокультурного контекста; в Интернете распространяется не только информация, но и стереотипы её восприятия, что детерминирует социализацию в Интернет-среде; для социализации в

Интернете подростку не обязательно стремиться к раскрытию своей индивидуальности [52].

Таким образом, социальные сети для современных подростков являются еще одной средой жизнедеятельности. И специфика деятельности, в том числе, общения, в Интернете – анонимность, своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, добровольность и желательность контактов, затрудненность эмоционального компонента общения, и в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами – оказывает определенное влияние на личность подростка, активно использующего социальные сети. Социальные сети предоставляют возможность расширить социальный опыт (через практически неограниченные возможности для коммуникации, а так же возможность примерять, проигрывать разные роли), и, как следствие, развить социальную компетентность, удовлетворить потребность выделиться из толпы, быть замеченным и узнаваемым, экспериментировать со способами самопрезентацией. Все это с высокой вероятностью оказывает влияние и на социальный интеллект пользователей, вовлеченных в социальные сети, это и приводит к необходимости изучения социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Изучение социального интеллекта зарубежными психологами насчитывает более восьмидесяти лет, исследованиями в этой области занимались многие ученые, однако общего понимания данного феномена не сложилось. Э.Л. Торндайк видел в социальном интеллекте способностью к пониманию людей, способность поступать мудро в межличностном общении, Г. Оллпорт социальный интеллект понимал как особый «социальный дар», который обеспечивает успех в отношениях с людьми, а также отмечал связь социального интеллекта с социальным приспособлением. Г. Айзенк под социальным интеллектом понимал интеллект человека, который формируется в процессе его социализации, под воздействием социокультурных факторов.

Дж. Гилфорд, изучал социальный интеллект в контексте базового подхода под названием «Кубическая модель структуры интеллекта Дж. Гилфорда (SOI)», выделил содержание, операции и результаты, в контексте которых рассматривал социальный интеллект, разработал первый надежный инструмент для измерения социального интеллекта, тест социального интеллекта.

В отечественной литературе социальный интеллект обсуждается не так давно, первые упоминания о нем встречаются в работах Ю.Н. Емельянова. А.Л. Южанинова, А.И. Савенков, О.Б. Чеснокова, В.Н. Куницына внесли вклад в изучение компонентов социального интеллекта. Е.С. Михайлова, О.Г. Буланова, Н.П. Ульянова исследовали факторы, влияющие на развитие социального интеллекта.

В нашей работе мы рассматриваем социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, связанную с познанием социальных явлений, обуславливающих процессы прогнозирования межличностных ситуаций, интерпретации информации, а также поведение в обществе, готовность к социальному взаимодействию и принятию решений.

Социальный интеллект является чрезвычайно значимым конструктом в подростковом возрасте, от которого зависит успешность в общении – ведущем виде деятельности подросткового возраста. Изучением специфики социального интеллекта в подростковом возрасте занимались И.И. Юдина, В.В. Доржиев, Н.В. Панова, Е.В. Гребенникова, И.Л. Шелехов, Д.А. Нечаева, И.И. Лялина. Исследования показали, что подросткам преимущественно свойственен средний уровень развития социального интеллекта, это проявляется в умении предвосхищать поступки других людей на основе анализа реальных ситуаций общения, предсказывать события, основываясь на понимании их мыслей и чувств. Однако эти прогнозы могут оказаться ошибочными, особенно относительно людей с неожиданным, нетипичным способом поведения. Также здесь важно отметить, что подростки в процессе общения ориентируются, преимущественно, на вербальное содержание сообщений, не учитывая сопровождающие речь невербальные реакции. Кроме того, подросткам свойственны трудности в анализе ситуаций межличностного взаимодействия, в понимании внутренних мотивов поведения людей. Существенное значение в понимании межличностного отношения вносит информационная среда, общение посредством Интернета.

Изучением влияния интернета, социальных сетей занимались такие ученые как О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский, Ю.Д. Бабаева, О.В. Смылова, А.Е. Жичкина, Н.С. Козлова, Е.Е. Чёрная, И.Р. Сушков, З.И. Рябикина, Е.И. Богомолова, А.А. Селютин, Е.В. Тихомирова, Г.У. Солдатова, Е.И. Рассказова. Исследования показали, что социальные сети для современных подростков являются еще одной средой жизнедеятельности. Специфика деятельности, в том числе, общения в Интернете – анонимность, своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, добровольность и желательность контактов, затрудненность эмоционального компонента общения, и в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании

специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами – оказывает определенное влияние на личность подростка, активно использующего социальные сети. Социальные сети предоставляют возможность расширить социальный опыт (через практически неограниченные возможности для коммуникации, а также возможность примерять, проигрывать разные роли), и, как следствие, развить социальную компетентность, удовлетворить потребность выделиться из толпы, быть замеченным и узнаваемым, экспериментировать со способами самопрезентацией. Все это с высокой вероятностью оказывает влияние и на социальный интеллект пользователей, вовлеченных в социальные сети, что делает актуальной необходимость изучения социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПОДРОСТКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

2.1. Организация и методы исследования

Целью эмпирического исследования стало выявление особенностей социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

Изучение специфики общения вовлеченных в социальные сети подростков проводилось на базе одной из общеобразовательных организаций г. Красноярска.

В исследовании принимали участие обучающиеся 7-х и 8-х классов в количестве 86 человек в возрасте от 13 до 15 лет.

Эмпирическое изучение проводилось с помощью следующих методик: теста «Социальный интеллект» Дж. Гилфорда, шкал социального интеллекта Тромсо и авторской анкеты «Я и социальные сети», построенной на основе критериев вовлеченности в социальные сети Е.В. Тихомировой [50].

Рассмотрим более подробно методики, которые были использованы.

Тест «Социальный интеллект» Гилфорда – психодиагностическая методика, разработанная Дж. Гилфордом в 1960-х годах на основе собственной модели структуры интеллекта.

Методика состоит из батареи тестов, направленных на исследование социального интеллекта, в том числе способности понимать и прогнозировать поведение людей в разных житейских ситуациях, распознавать намерения, чувства и эмоциональные состояния человека по невербальной и вербальной экспрессии. Методика включает четыре субтеста, из них три составлены на невербальном стимульном материале и один – на вербальном.

В ходе исследования нами были проведены полные батареи тестов в групповом варианте тестирования. Время, отведенное участникам на каждый субтест, было ограничено и составляло 6 минут для 1 субтеста, 7 минут для 2

субтеста, 5 минут для 3 субтеста и 10 минут для 4 субтеста. Общее время тестирования, включая инструкцию, ответы на вопросы, составило 35–40 минут.

Субтест 1. «Истории с завершением» направлен на оценку способности прогнозировать события. Измеряет фактор познания результатов поведения, т.е. способность предвидеть последствия поведения персонажей в определенной ситуации, предсказать то, что произойдет в дальнейшем. В субтесте респондентам предлагается выбрать логичное завершение для заданной ситуации.

Субтест 2. «Группы экспрессии» оценивает способность испытуемого к чтению пантомимики. Стимульный материал составляют картинки, изображающие невербальную экспрессию: мимику, позы, жесты. Субтест измеряет фактор познания классов поведения, а именно способность к логическому обобщению, выделению общих существенных признаков в различных невербальных реакциях человека.

Субтест 3. «Вербальная экспрессия» характеризует понимание респондентами речи в контексте ситуации. Субтест измеряет фактор познания преобразований поведения, то есть способность понимать изменение значения сходных вербальных реакций человека в зависимости от контекста вызвавшей их ситуации.

Субтест 4. «Истории с дополнением» оценивает способность испытуемого понимать мотивы поведения. Субтест измеряет фактор познания систем поведения, а именно способность понимать логику развития ситуаций взаимодействия и значение поведения людей в этих ситуациях.

Опросник «Шкала социального интеллекта Тромсо»

Методика Опросник Шкала социального интеллекта Тромсо была адаптирована на русский язык А.Д. Наследовым и В.Ю. Семеновым [32].

Опросник имеет двухфакторную структуру, методика включает в себя пятнадцать утверждений, респондентам предлагается оценить по шкале от 1

(полностью не согласен) до 7 (полностью согласен) каждое из утверждений – в зависимости от того, согласны они с высказываниями или нет.

Первая субшкала «Социальное осознание» показывает, насколько человек восприимчив или невосприимчив к происходящему в социальных ситуациях, удивляют ли его реакции окружающих. Эта субшкала связана с оценкой респондента своих возможных трудностей, которые могут проявляться во взаимоотношениях с другими людьми. Данная субшкала понимается как способность человека быть чутким, эмпатичным ко всем вербальным и невербальным проявлениям других людей, проявлять «социальную чувствительность» к их внутреннему миру.

Вторая субшкала «Социальные навыки» характеризует способность вступать в новые социальные ситуации, успешно социально адаптироваться. Субшкала «Социальные навыки» оценивает компетенции человека в ситуациях его взаимодействия с другими людьми. Социальные навыки авторы рассматривают как умения решать социальные задачи, при том, что умение формируется в процессе общения.

Анкета «Я и социальные сети»

Для исследования вовлеченности подростков в социальные сети нами на основе критериев вовлеченности, выделенных Е.В. Тихомировой, была разработана анкета «Я и социальные сети».

Анкета состоит из 2-х частей.

Первый блок вопросов посвящен специфике пользования социальными сетями. В него вошли вопросы об используемых и предпочитаемых респондентами социальных сетях, о количестве времени, на протяжении которого респонденты зарегистрированы в социальных сетях, о причинах регистрации в социальных сетях и целях их использования, о частоте посещения и обновления информации на своей странице, о том, как часто случается превышать запланированное время посещения социальных сетей и сталкиваться с недовольством окружающих от использования социальных сетей, а также о том, как часто респонденты пренебрегают делами ради

посещения социальных сетей. Также в анкете имеются вопросы о количестве друзей в социальных сетях и кого обычно добавляют в друзья, сообществ, в которые входит респондент, и о том, какая форма общения легче всего дается респонденту.

Второй блок вопросов направлен на изучение поведения в социальных сетях. Здесь мы рассматривали поведение подростков в затруднительных и потенциально опасных ситуациях. К таковым мы отнесли общение подростков в социальных сетях с незнакомыми людьми, отношение к разглашению, открытию конфиденциальной информации в сетях, использование незнакомых информационных ресурсов. Отдельно для рассмотрения мы выделили феномен троллинга. Термин троллинг используется применительно к интернет-коммуникации, и рассматривается как речевая провокация с целью эскалации коммуникативного конфликта [12]. Троллинг может проявляться в виде дискредитации предмета речи в контексте события, а также в виде безаргументативной негативной оценки предмета речи в целом. В работе мы анализировали эмоции, способы реагирования и поведение подростков в ситуации троллинга. Кроме этого, мы рассматривали специфику использования сетевых ресурсов, определение значимости социальных сетей для подростков.

По результатам анкеты подростки были разделены на группы вовлеченных и невовлеченных пользователей.

К вовлеченным пользователям, на основе исследования Е.В. Тихомировой мы относим респондентов, имеющих аккаунты минимум в двух социальных сетях, зарегистрированных более года, посещающих свою страницу несколько раз в день и имеющих не менее пятидесяти друзей (фолловеров) [50].

Далее группы респондентов сравнивались по показателям социального интеллекта. Сравнение осуществлялось с помощью методов анализа процентных долей, обобщения через критерий сравнения t Стьюдента, коэффициент корреляции r Пирсона.

2.2. Анализ вовлеченности детей подросткового возраста в социальные сети

На первом этапе была выделена группа вовлеченных в социальные сети подростков. Для этого были проанализированы ответы анкеты «Я и социальные сети».

Из 86 человек в возрасте от 13 до 15 лет, пользующихся социальными сетями на основе выделенных Е.В. Тихомировой критериев, было выделено 42 вовлеченных пользователя (обозначим данную группу как 1 группа) и 44 невовлеченных пользователей (2 группа). Результаты распределения подростков на группы представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Состав выделенных по вовлеченности в социальные сети групп подростков

Вовлеченные пользователи (1 группа)		Невовлеченные пользователи (2 группа)	
48,8%		51,1%	
мальчики ($n=15$)	девочки ($n=27$)	мальчики ($n=23$)	девочки ($n=21$)
35,7%	64,2%	52,2%	47,7%

На основе таблицы мы видим, что большее количество девочек являются вовлеченными пользователями. Данное соотношение может говорить о том, что социальные сети являются более значимым пространством коммуникации для девочек, вовлеченных в социальные сети. При этом распределение мальчиков и девочек, невовлеченных в социальные сети, примерно одинаково.

Обратимся к мотивам регистрации пользователей в социальных сетях. Так, ведущей явилась потребность в общении: 28,5% у вовлеченных пользователей и 38,6% у невовлеченных пользователей соответственно. Здесь стоит обратить внимание на тот факт, что для невовлеченных пользователей общение является более часто встречающейся причиной регистрации в социальных сетях.

Следующим по количеству выборов выделяется интерес к социальным сетям (16,6% и 20,4% соответственно). Сочетание потребности в общении и интереса к социальным сетям выступило причиной регистрации в социальных сетях у 16,6% вовлеченных пользователей, в то время как у невовлеченных пользователей данный показатель представлен 2,2%.

Вариант «Пользуются друзья» представлен у 2,3% и 9,09% респондентов соответственно.

Свои варианты причин регистрации в социальных сетях, сводящиеся к играм и музыки, представили 4,7% и 9,09% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно.

Однако при определении причин регистрации в социальных сетях пользователи, преимущественно, отмечают несколько возможных вариантов.

Так, из-за потребности в общении и использования друзьями социальных сетей в сетях были зарегистрированы 4,7% и 2,2% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно. 11,9% и 4,5% пользователей выбрали варианты «для общения» и «найти друзей», еще 2,3% и 4,5% к общению и поиску друзей добавили интерес к социальным сетям. Сочетание потребности в общении, моды на социальные сети и интереса к сетям было представлено у 2,3% и 2,2% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно.

Вместе с этим среди вовлеченных пользователей в количестве 2,3% имели место следующие варианты мотивации:

1. Пользуются друзья, для общения, для поиска друзей, было интересно.
2. Пользуются друзья, для общения, было интересно.
3. Для поиска новых друзей.

Так же среди невовлеченных пользователей в количестве 2,2% встречались следующие варианты мотивации:

1. Для общения, было интересно, другое (ответ: мемы, музыка).

2. Пользуются друзья, для общения, чтобы найти друзей, было интересно.

3. Пользуются друзья, это модно, было интересно.

4. Все варианты ответов.

Изучение основных целей посещения социальных сетей дало следующие результаты, представленные в Таблице 2.

Таблица 2

Цели посещения социальных сетей вовлеченных и невовлеченных пользователей

Вопрос: основная цель посещения	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Поиск информации	1	2,3	4	9,09
Общение	9	21,4	15	34,09
Просмотр новостей (ленты)	8	19,04	9	20,4
Учеба	1	2,3	0	0
2 цели	13	30,8	9	20,2
3 цели	6	14	3	6,6
4 цели	1	2,3		4,4
Свой вариант (музыка)	2	4,7	2	4,5

Общение явилось основной целью посещения сетей в обеих группах пользователей, однако здесь важно отметить, что у невовлеченных пользователей этот вариант ответов встречается на 13% чаще, чем у вовлеченных, что может свидетельствовать о большей направленности в социальных сетях именно на общение среди невовлеченных пользователей. Просмотр новостей (ленты) также является часто встречающейся целью посещения социальных сетей, равно распространенной среди обеих групп пользователей, 19,04% и 20,4% у вовлеченных и невовлеченных соответственно. Поиск информации как цель посещения сетей отметили 2,3% и 9,09% вовлеченных и невовлеченных пользователей, при этом стоит отметить, что эта цель явилась более значимой для невовлеченных пользователей. Кроме предложенных вариантов ответов на вопрос, свой

вариант ответа, в виде прослушивания музыки, отметили 4,7% и 4,5% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно.

При этом чаще респонденты, описывая основную цель посещения социальных сетей, выделяли несколько видов деятельности. Наиболее распространенной комбинацией, как среди вовлеченных, так и среди невовлеченных, явилось сочетание общения и просмотра ленты новостей (23,8% вовлеченных и 13,6% невовлеченных пользователей). Также в обеих группах в незначительном объеме представлено сочетание поиска информации, общения и просмотра ленты (4,7% и 2,2% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно).

Вместе с этим среди вовлеченных пользователей в количестве 4,7% имели место следующие варианты сочетания целей посещения социальных сетей:

1. Поиск информации и общение.
2. Поиск информации, учеба и общение.

В меньшей мере среди вовлеченных пользователей, в 2,3% случаев, имели место следующие варианты сочетания целей посещения социальных сетей:

1. Учеба.
2. Учеба и просмотр ленты.
3. Поиск информации, общение и развлечения.
4. Поиск информации, учеба, просмотр ленты и другое (ответ: музыка).
5. Общение, просмотр ленты и развлечения.

Здесь следует обратить внимание на частоту поиска информации и учебы.

Среди невовлеченных пользователей в количестве 4,5% встречались поиск информации, учеба, общение и просмотр ленты.

Так же среди невовлеченных пользователей в количестве 2,2% встречались следующие сочетания основных целей посещения социальных сетей:

1. Учеба и общение.
2. Просмотр ленты и развлечения.
3. Поиск информации и учеба
4. Учеба, общение и просмотр ленты.
5. Учеба, просмотр ленты и развлечения.

Теперь сравним контент, который публикуют вовлеченные и невовлеченные пользователи. Данные представлены в Таблице 3.

Таблица 3

Сравнение контента, публикуемого вовлеченными и невовлеченными пользователями

Вопрос: Вы предпочитаете публикава в социальных сетях...	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Фотографии	12	28,5	8	18,1
Музыку	1	2,3	7	15,9
Цитаты	0	0	1	2,2
Репосты	4	9,5	8	18,1
2 вида контента	16	37,9	7	15,8
3 вида контента	2	4,6	5	11,2
4 вида контента	2	4,6	3	6,8
Все варианты ответов	2	4,7	1	2,2
Другое (ответ: всего понемногу)	1	2,3	0	0
Другое (ответ: ничего)	2	4,7	2	4,5
Другое (ответ: шутки)	0	0	1	2,2

Фотографии в социальных сетях вовлеченные пользователи публикуют чаще, чем невовлеченные (28,5% и 18,1% пользователей соответственно). Делать репосты из групп, сообществ в большей мере предпочитают в два раза чаще невовлеченные пользователи, музыку так же чаще публикуют невовлеченные пользователи (15,9%), нежели вовлеченные (2,3%).

Однако чаще пользователи публикуют не один вид контента, а несколько. Так, сочетание фотографий и музыки актуально для невовлеченных пользователей (11,3%), а сочетание фотографий и репостов – для вовлеченных пользователей (11,9%).

Среди ответов и вовлеченных, и невовлеченных пользователей встречаются такие сочетания контента, как фотографии, цитаты, музыка и репосты (2,3% и 6,8% пользователей соответственно), и фотографии, музыка и репосты (2,3% и 4,5% пользователей соответственно).

Кроме того, среди вовлеченных пользователей встречались следующие варианты сочетания публикуемого контента:

1. Фотографии и цитаты (9,5%).
 2. Фотографии и видеозаписи (4,7%).
 3. Цитаты и музыку (4,7%).
 4. Фотографии, видеозаписи и музыку (2,3%).
 5. Видеозаписи, цитаты, музыку и репосты (2,3%).
- другое (ответ: всего понемногу) (2,3%).

Невовлеченные пользователи, в свою очередь, предпочитают публиковать:

1. Видеозаписи, музыку и репосты (4,5%).
2. Цитаты (2,2%).
3. Фотографии, цитаты и репосты (2,2%).
4. Другое (ответ: шутки) (2,2%).

Так же при анализе поведения подростков в социальных сетях мы выделили высокую значимость социальных контактов, круга друзей респондентов.

Так, друзей и родственников добавляют в социальных сетях 14,6% и 20,4% пользователей; тех, с кем будет интересно общаться – 16,6% и 15,9% пользователей. Знакомых добавляют в друзья 9,5% и 27,2% пользователей – такое преобладание среди невовлеченных пользователей (на 17,7%).

Можно предположить, что невовлеченные пользователи имеют установку на расширение социальных связей путем усиления уже имеющихся знакомств. Всех желающих добавляют в друзья 7,1% и 11,3% пользователей. Тех, с кем есть общие друзья 9,5% и 2,2%. Здесь мы видим преобладание вовлеченных пользователей (7,3%) – возможно предположить,

что контакты в социальных сетях имеют большую значимость для вовлеченных пользователей.

Кроме того, и вовлеченные и невовлеченные пользователи в некоторых случаях добавляют в друзья разные категории людей. Так, друзей, родственников и знакомых добавляют в друзья 16,6% и 4,5% пользователей, знакомых и тех, с кем будет интересно общаться 4,7% и 6,8% пользователей. Вместе с этим, 2,3% вовлеченных пользователей и 2,2% невовлеченных пользователей предпочитают добавлять в друзья несколько сочетаний групп людей.

1. Друзей, родственников и тех, с кем будет интересно общаться.
2. Знакомых, тех, с кем будет интересно общаться и людей с общими друзьями.

Среди вовлеченных пользователей встречаются так же следующие сочетания.

Друзей, родственников, знакомых и тех, с кем будет интересно общаться в 7,1% случаев, и также в 7,1% – друзей, родственников, знакомых, людей с общими друзьями. И в 2,3% вовлеченные пользователи добавляют в друзья всех желающих, друзей, родственников, знакомых и людей с общими друзьями.

Среди невовлеченных пользователей встречались следующие результаты: всех желающих, тех, с кем будет интересно общаться и людей с общими друзьями добавляли 4,5% невовлеченных пользователей, и 2,2% – друзей, родственников и людей с общими друзьями.

Относительно безопасного поведения в социальных сетях мы получили следующие данные: личные сообщения респондентов открыты для всех у 38,09% вовлеченных пользователей и 50% невовлеченных пользователей, открыты только для друзей у 61,9% и 47,7% пользователей соответственно. Кроме того, среди невовлеченных пользователей личные сообщения оказались закрыты от всех 2,2% (см. Таблица 4).

Эти данные могут свидетельствовать о том, что невовлеченные пользователи менее компетентны в вопросах безопасности в социальных сетях. Также полученные данные могут свидетельствовать в пользу направленности на общение, поиск новых социальных контактов у невовлеченных пользователей.

Таблица 4

Приватность личных сообщений в социальных сетях вовлеченных и невовлеченных пользователей

Вопрос: Ваши личные сообщения в социальной сети...	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Открыты всем	16	38,09	22	50
Открыты друзьям	26	61,9	21	47,7
Закрыты от всех	0	0	1	2,2

Продолжая тему безопасного поведения в социальных сетях, мы выяснили, как реагируют пользователи на сообщение от незнакомого человека (см. Таблица 5). Самой часто эмоцией, почти в равной мере встречающейся и у вовлеченных и у невовлеченных пользователей явилось любопытство, в несколько меньшей мере представлено удивление, а также страх.

Таблица 5

Распределение ответов об эмоциональной реакции вовлеченных и невовлеченных пользователей на сообщение от незнакомого человека в социальной сети

Вопрос: какие эмоции вы испытываете, получая сообщение от незнакомого человека?	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные Пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Удивление	6	14,6	8	18,1
Страх	5	11,9	3	6,8
Любопытство	23	54,7	21	47,7
Сочетание двух эмоций	3	7,1	1	2,2
Сочетание трех эмоций	2	4,7	0	0
Другое	1	2,3	3	6,8
Другое (ответ: ничего)	2	4,7	8	18,1

Свой вариант ответа «ничего» свойственен невовлеченным пользователям (18,1%), в то время как вовлеченным пользователям такая реакция свойственна лишь в 4,7% случаев. Такие данные могут быть связаны с относительно низкой значимостью происходящего в социальных сетях в жизни респондентов. Кроме того, по 2,3% и 6,8% среди вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно отметили вариант ответа «другое», при этом, не раскрывая свой выбор.

Среди вовлеченных пользователей в количестве 4,7% встречаются такие сочетания эмоций, как удивление и любопытство, а также удивление, страх и любопытство. Кроме того, 2,3% вовлеченных пользователей отметили страх и неудобство (как свой вариант ответа). Невовлеченные пользователи в количестве 2,2% указали на сочетание страха и любопытства.

Рассматривая безопасное поведение в сети, мы обратились к посещению незнакомых сайтов (см. Таблица 6). Среди вовлеченных пользователей посещают незнакомые сайты 16,6%, среди невовлеченных – 34,09%. По ссылке друзей и вовлеченные и невовлеченные пользователи в количестве 35,7% и 34,09% соответственно. По ссылке в ленте незнакомые сайты посещают 4,7% и 2,2% пользователей соответственно. Не посещают незнакомые сайты 42,8% вовлеченных и 27,2% невовлеченных пользователей. Так же 2,2% невовлеченных пользователей отметили, что иногда посещают незнакомые сайты.

Таблица 6

Распределение ответов о посещаемости вовлеченными и невовлеченными пользователями незнакомых сайтов в сети Интернет

Вопрос: посещаете ли вы незнакомые сайты?	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные Пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Да	7	16,6	15	34,09
По ссылке друзей	15	35,7	15	34,09
Нет	18	42,8	12	27,2
Да по ссылке в ленте	2	4,7	1	2,2
Свой ответ иногда	0	0	1	2,2

Более низкая склонность вовлеченных пользователей посещать незнакомые сайты может быть обусловлена их полинаправленностью в социальных сетях, а равная склонность и вовлеченных, и невовлеченных пользователей посещать незнакомые сайты по ссылке друзей может быть обоснована возрастными особенностями респондентов.

Следующие несколько пунктов нашей анкеты были направлены на исследование такого Интернет-явления как троллинг.

Мы выяснили, что среди вовлеченных пользователей с троллингом сталкивались 42,9%, среди невовлеченных – 45,5%. Такое распределение можно объяснить тем фактом, что, согласно исследованиям Г.У Солдатовой и Е.И. Рассказовой [48], частота столкновения подростков в Интернете с угрозами не зависит напрямую от социального опыта, направленности личности, родительского контроля и др.

Рассмотрим виды троллинга, которым подвергались респонденты. И вовлеченные, и невовлеченные пользователи сталкивались с тем, что с ними грубо разговаривали (14,6% и 11,3% соответственно), с плохими отзывами о публикуемом контенте (4,7% и 2,2%), кроме того, 7,1% и 2,2% соответственно выбрали все предложенные варианты ответа. Так же сочетание угроз и грубости в разговорах отметили 2,3% и 2,2% пользователей соответственно.

Вместе с этим, среди вовлеченных пользователей 4,7% отметили, что их обзывали и подвергали грубым шуткам.

Так же в 2,3% случаев встречались следующие варианты ответов: мне угрожали; меня обзывали и грубо разговаривали; меня обзывали, угрожали, плохо отзывались о моем контенте; мне угрожали, грубо шутили, плохо отзывались о моем контенте, грубо разговаривали.

«Угрозы» в выборах вовлеченных пользователей встречаются чаще, чем у невовлеченных.

Среди же невовлеченных пользователей 6,8% указали на то, что над ними грубо шутили, а в 2,2% случаев имели место следующие варианты

ответов (стоит отметить, что все они включают в себя пункт «обзывали»): меня обзывали; меня обзывали, плохо отзывались о моем контенте; меня обзывали, угрожали, грубо шутили, грубо разговаривали.

Интересные результаты был показан по проблеме того, откуда исходит угроза троллинга (см. Таблица 7).

Таблица 7

Источники троллинга в социальных сетях вовлеченных
и невовлеченных пользователей

Вопрос: Это делали люди...	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Незнакомые	2	11,1	6	30
Знакомые	8	44,4	9	45
Малознакомые	5	27,7	0	0
Незнакомые и знакомые	1	5,5	0	0
Знакомые и малознакомые	1	5,5	1	5
Незнакомые, знакомые, малознакомые	1	5,5	1	5

Почти половина респондентов и среди вовлеченных, и среди невовлеченных пользователей (44,4% и 45% соответственно) отметили, что подвергались троллингу со стороны знакомых. Со стороны незнакомых пользователей с троллингом столкнулись 11,1% вовлеченных и 30% невовлеченных пользователей. Кроме того, и вовлеченные и невовлеченные пользователи 5,5% и 5% соответственно отметили, что троллинг исходил от разных людей как от знакомых и малознакомых, так незнакомых.

Так же вовлеченные пользователи в 5,5% случаев было выявлено сочетание незнакомых и знакомых пользователей как источников троллинга. И, что примечательно, в 27,7% случаев как источник троллинга были отмечены малознакомые пользователи, те, с кем респонденты имели поверхностные контакты, например, в тематических сообществах, комментариях и др. Такая взаимосвязь может быть обусловлена

многонаправленностью деятельности вовлеченных пользователей в социальных сетях.

Пользователи, оказавшиеся в ситуации троллинга, следующим образом оценивают свои эмоции от произошедшего. Об обиде пишут 11,1% и 5% пользователей соответственно, такое же распределение мы видим и в эмоции разочарования (11,1% и 5%). Удивление появляется в 5,5% и 10% случаев соответственно, так же как и страх (5,5% и 10%).

Наиболее предпочитаемым ответом среди и вовлеченных, и невовлеченных пользователей явился ответ «Не обращаю внимание», который отметили 61,1% и 45% пользователей соответственно. Здесь необходимо обратить внимание на то, что невовлеченные пользователи более эмоционально реагируют на происходящее (так как они на 16% чаще проявляют эмоции в ситуации троллинга). Вместе с этим, в 5,5% случаев вовлеченные пользователи описывают сочетание удивления и гнева.

У невовлеченных пользователей спектр связанных с троллингом эмоций более широк: гнев отметили 10%, а по 5 % выбор пришелся на сочитания обиды и удивления, обиды и страха, а так же свой вариант, смех.

Обратимся к потребности в социальной поддержке в ситуации троллинга. Распределение ответов представлено в Таблице 8.

Таблица 8

Источники социальной поддержки вовлеченных и невовлеченных пользователей, находящихся в ситуации троллинга

Вопрос: кому вы рассказываете о ситуации троллинга?	Были ситуации троллинга				Не было ситуаций троллинга			
	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи		Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=18</i>	%	<i>n=20</i>	%	<i>n=24</i>	%	<i>n=24</i>	%
Родителям	5	27,7	2	10	1	4,1	1	4,1
Друзьям	5	27,7	8	40	4	16,6	5	20,8
Никому	5	27,7	9	45	18	75	8	33,3
Родителям и друзьям	0	0	1	5	0	0	0	0

Согласно полученным данным, рассказывают родителям 27,7% и 10% пользователей, делятся с друзьями 27,7% и 40%, а не рассказывают никому 27,7% и 45% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно. Так же и родителям, и друзьям о ситуации троллинга рассказывают 5% респондентов. При этом 16,2% вовлеченных пользователей предпочли не отвечать на данный вопрос, что может свидетельствовать о трудностях, связанных с получением социальной поддержки в ситуации троллинга.

Здесь можно отметить, что вовлеченные пользователи значительно чаще невовлеченных рассказывают о ситуации троллинга, что может свидетельствовать о том, что данная ситуация оказывает на них большее влияние, чем на невовлеченных пользователей.

Тем же пользователям, которые не сталкивались с троллингом, было предложено описать те эмоции, которые, как они предполагают, вызвала бы у них ситуация троллинга. 58,2% и 87,5% вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно предполагают, что в ситуации троллинга не обратят внимание на происходящее. Далее идет удивление, оно у вовлеченных пользователей оно 33,3% и 4,1% у невовлеченных. Страх отмечают 4,1% и 4,1% пользователей соответственно.

Так же среди вовлеченных пользователей в 4,1% имеет место ответ разочарование, а у невовлеченных, также в 4,1% сочетание обиды, удивления и разочарования.

Относительно запроса социальной поддержки пользователи, не подвергавшиеся троллингу, показали следующие результаты: большинство и вовлеченных, и невовлеченных пользователей, предположили, что никому бы не рассказали о произошедшем.

С родителями бы поделились 4,1% и 8,2% вовлеченных и невовлеченных пользователей, с друзьями – 16,6% и 20,8% пользователей соответственно. При этом 4,1% вовлеченных пользователей и 41% невовлеченных пользователей оставили этот вопрос без ответа.

Ожидания от обратной связи в социальных сетях у вовлеченных и невовлеченных пользователей так же имеют определенные различия, которые представлены в Таблице 9.

В половине случаев вовлеченные пользователи стремятся к одобрению, для невовлеченных пользователей оно так же важно, но показатели несколько ниже (38,6%).

Таблица 9

Распределение ответов респондентов об обратной связи в социальных сетях

Чего респонденты ожидают от обратной связи в социальных сетях	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Одобрение	22	52,3	17	38,6
Критика	6	14,6	7	15,9
Новая информация о себе	2	4,7	4	9,09
Одобрение и критика	4	9,5	1	2,2
Одобрение и новая информация	1	2,3	1	2,2
Одобрение, критика и новая информация	2	4,7	1	2,2
Другое	1	2,3	2	4,5
Другое: ничего	10	23,8	9	20,4
Другое: общения	0	0	2	4,5

Ответы на вопрос «Чем социальные сети являются для респондентов?», предоставили следующие данные: социальные сети являются средством общения для 38,09% и 29,5% пользователей. Далее по количеству выборов идет понимание социальных сетей как развлечение. Невовлеченные пользователи на 15% чаще, нежели вовлеченные, понимают социальные сети именно так (21,4% и 36,3% соответственно). Важной частью жизни социальные сети являются для 4,7% и 9,09% пользователей, а место для самовыражения – для 7,1% и 2,2% пользователей соответственно. Кроме того некоторые пользователи в своем понимании социальных сетей снова сочетали разные варианты ответов.

Так, социальные сети как сочетание развлечения и средства общения социальные сети понимают 19,04% и 11,3% пользователей, развлечение и место самовыражения отметили 2,3% и 2,2% пользователей, а три варианта

значения сетей – сети как важная часть жизни, средство общения и место для самовыражения понимают 2,3% и 2,2% пользователей соответственно. Среди вовлеченных пользователей встречается понимание социальных сетей как средство общения и место для самовыражения в 4,7% случаев. Невовлеченные пользователи в 2,2% процентов случаев рассматривают социальные сети как: развлечение, средство общения и место для самовыражения; все представленные варианты ответов; другое (без пояснения ответа).

Отсутствие возможности выхода в социальные сети вовлеченными пользователями встречается более эмоционально, однако без ярко выраженных негативных эмоций.

Вовлеченные пользователи проявляют следующие эмоциональные состояния в 2,3%: одиноко и скучно; скучно и чувство, что отстал от жизни; одиноко, скучно и не с кем поговорить; занимаюсь делами, скучно чувство, что отстал от жизни, не с кем поговорить.

По итогам проведенного исследования мы можем представить портреты подростков, вовлеченных и невовлеченных в социальные сети.

Портрет подростка, невовлеченного в социальные сети, выглядит следующим образом: невовлеченный пользователь обычно имеет регистрацию в двух социальных сетях, количество друзей (фолловеров) в нашей выборке колеблется от 1 до 702, среднее значение составило 78 друзей, а среднее количество групп, в которое включен пользователь, равно 121. Для пользователей значимыми целями посещения социальных сетей являются общение, просмотр новостей и поиск информации, на своей странице пользователи предпочитают публиковать фотографии, музыку и записи сообществ. От обратной связи пользователи ожидают одобрения, критики и новой информации о себе. В друзья добавляют знакомых, друзей, родственников, людей, с которыми, возможно, будет интересно общаться, в меньшей мере, всех желающих. Невовлеченным пользователям, преимущественно, несвойственны выраженные трудности в общении, как в

непосредственном, так и в виртуальном, при этом им проще общаться в реально мире. Невовлеченные пользователи периодически сталкиваются с троллингом, в этой ситуации испытывают удивление, гнев и страх, однако стараются не обращать внимания на произошедшее. Склонны обращаться за поддержкой к друзьям, в реже – к родственникам.

Портрет подростка, вовлеченного в социальные сети, выглядит следующим образом: вовлеченный пользователь, в среднем, имеет регистрацию в трех социальных сетях, количество друзей (фолловеров) в нашей выборке колеблется от 59 и до 420, среднее значение составило 140 человек. Среднее количество групп, в которое включен пользователь, равно 208. Для пользователей значимыми целями посещения социальных сетей являются общение и просмотр ленты, на своей странице пользователи предпочитают публиковать фотографии, записи сообществ. При этом от обратной связи пользователи ожидают одобрения и критики. В друзья предпочитают добавлять своих друзей, родственников и людей, с которыми, возможно, будет интересно общаться, что может свидетельствовать о значимости расширения социальных контактов, а так же важности поиска друзей, интересных собеседников. При этом пользователям не свойственны выраженные трудности в общении, как в непосредственном, так и в виртуальном. Вовлеченные пользователи периодически сталкиваются с троллингом, в этой ситуации испытывают обиду и разочарование в человеке, однако стараются не обращать внимания на произошедшее. Склонны обращаться за поддержкой к друзьям и родственникам.

2.3. Характеристика социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети

Обратимся к результатам исследования специфики социального интеллекта выделенных групп.

Данные по тесту социального интеллекта Гилфорда показали, что у группы вовлеченных пользователей более высокие результаты, нежели у невовлеченных.

Так, среди вовлеченных пользователей высокий уровень имеют 21,4% (против 13,6% среди невовлеченных), низкий – 7,1% (против 13,6% среди невовлеченных).

Также стоит отметить распределение уровней социального интеллекта внутри групп: среди вовлеченных пользователей низкий в 7,1% случаев, средний в 71,4% случаев, высокий в 21,4% случаев.

В группе невовлеченных пользователей уровни социального интеллекта распределяется иначе: количество респондентов с низким и высоким уровнями социального интеллекта равно (13,6%), средний уровень социального интеллекта 75%.

Обратимся к результатам по первому субтесту, характеризующему способность прогнозировать события (см. Таблицу 10).

Таблица 10

Результаты по уровню развития способности прогнозировать события

Уровень развития	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Слабый	26	61,9	25	56,8
Средний	11	26,1	12	27,2
Хороший	5	11,9	5	11,3
Высокий	0	0	2	4,5

Невовлеченные пользователи более высокие показатели нежели вовлеченные. Средний и хороший уровни вовлеченные и невовлеченные пользователи проявили в равной мере. Слабый уровень в большей степени представлен среди вовлеченных пользователей (61,9% и 56,8% соответственно).

Здесь так же стоит отметить, что высокий уровень по 1 субтесту имел место только среди невовлеченные пользователи (4,5%).

Высокие показатели по данному субтесту показывают, что респондент способен верно понимать логику развития взаимоотношений, и на основе этого строить предположения о дальнейшем развитии событий.

У такого респондента сложились адекватные представления о типичном ролевом поведении, и это позволяют человеку чувствовать общую схему взаимоотношений и прогнозировать поступки людей. За счет этого в общении человек достигается высокой эффективности, выстраивая свое поведение в соответствии с логикой развития событий.

При низких результатах по данному субтесту, подросток не задумывается о последствиях своих поступков, не соотносит нормы и принятые правила поведения со своим поведением. Он не замечает и не осознает причинно-следственные связи между своими поступками и реакцией окружающих. И неприятные последствия собственного поведения для подростка обычно неожиданны из-за отсутствия представлений о типичных паттернах ролевого поведения, подросток не способен делать предположения относительно развития событий, поведения людей. Из-за этого его планы часто не сбываются. Такой подросток нередко совершает поступки, не соответствующие ситуации. Такой подросток, сам не желая того, оказывается потенциально конфликтным во взаимоотношениях со сверстниками, родителями, учителями.

По второму субтесту, определяющему способность респондента к определению невербальных сигналов, чтению пантомимики, респонденты показали следующие результаты (см. Таблица 11).

Слабый уровень развития данной способности в обеих группах примерно равен, а средний и хороший уровни распределены иначе: в группе вовлеченных пользователей преобладают хороший уровень (14,2% у вовлеченных и 4,5% у невовлеченных соответственно), а в группе невовлеченных пользователей преобладает средний уровень (45,2% у вовлеченных и 52,2% у невовлеченных соответственно). Высокий уровень не представлен ни в одной из групп.

Результаты по уровню развития способности определять невербальные
сигналы

Уровень развития	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Слабый	40,4	17	43,1	19
Средний	45,2	19	52,2	23
Хороший	14,2	6	4,5	2

Высокие показатели по данному субтесту говорят о том, что респондент верно понимает язык мимики и жестов, способен распознать невербальный подтекст сообщения, может соотносить самочувствие собеседника с его словами, реагировать на изменение эмоционального состояния человека. Такой подросток может гибко вести беседу и выстраивать взаимоотношения, и это помогает ему в установлении доверительных и близких отношений.

Низкие результаты по данному субтесту, свидетельствуют о том, что подросток в процессе общения пока обращает недостаточно внимания на невербальные сигналы, не замечает или не понимает их, реагируя лишь на содержание речевого сообщения. Такой подросток может неверно понять содержание беседы, ведь он не учитывает ее невербальный контекст ситуации. Это препятствует его сближению со сверстниками, затрудняет установление близких, доверительных отношений, которые особо необходимы в подростковом возрасте, такого подростка могут воспринимать как бестактного и невежливого.

Обратимся к результатам по третьему субтесту (см. Таблица 12), в котором оценивается способность понимать речь в контексте определенной ситуации.

Здесь более высокие показатели имеет группа вовлеченных пользователей, имеющих, с одной стороны, большее количество хорошего уровня развития (на 15,39% по сравнению с невовлеченными пользователями), и меньшее количество слабого уровня развития (10,4% по

сравнению с невовлеченными пользователями). При этом средний уровень распределяется в группах практически равномерно (40,4% и 45,4% у вовлеченных и невовлеченных пользователей соответственно).

Таблица 12

Результаты по уровню развития способности понимать речь в
контексте определенной ситуации

Уровень развития	Вовлеченные пользователи		Невовлеченные пользователи	
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Слабый	9	21,4	31,8	14
Средний	17	40,4	45,4	20
Хороший	16	38,09	22,7	10

Высокие показатели по данному субтесту показывают, что респондент способен верно понимать содержание сообщения, в котором используются образные выражения, метафоры, поэтические, перефразированные цитаты из известных фильмов или песен, сленговые выражения. Такой подросток способен понять фразу, значение которой может измениться в зависимости от социального контекста, и внимателен к речи других людей.

При низких результатах по данному субтесту можно сказать, что подросток не понимает образных выражений, шуток, возможно, часто высказывается невпопад. Такие подростки не понимают лаконичных объяснений, нуждаются в подробных инструкциях. Такие подростки нередко становятся объектом подшучиваний, насмешек в классе или в компании.

Показатели по четвертому субтесту (см. Таблица 13), характеризующему умение понимать мотивы поведения людей, у обеих групп значительно ниже показателей по трем предыдущим субтестам.

Слабый уровень в группах представлен 64,2% у вовлеченных пользователей и 72,2% у невовлеченных соответственно.

Средний уровень представлен 35,7% у вовлеченных пользователей и 22,7% у невовлеченных соответственно. Хороший и высокий уровни развития способности понимать мотивы других людей не представлен ни в

одной из групп. Данные результаты закономерны для нашей выборки из-за их возрастных особенностей [25].

Таблица 13

Результаты по уровню развития способности понимать мотивы поведения людей

Уровень развития	Вовлеченные пользователи	Вовлеченные пользователи	Невовлеченные пользователи	Невовлеченные пользователи
	<i>n=42</i>	%	<i>n=44</i>	%
Слабый	27	64,2	34	72,2
Средний	15	35,7	10	22,7

Высокие результаты по данному субтесту показывают, что подросток освоился с общими паттернами ролевого поведения, научился хорошо разбираться в людях. Такой подросток видит сильные и слабые стороны людей, цели, понимает мотивы поступков, видит, какие цели и потребности движут другими людьми.

При низких результатах по данному субтесту можно заключить, что подростку свойственно ошибаться в понимании причин тех или иных событий или поступков людей, может приписывать человеку мотивы, которые ему не свойственны. Здесь необходимо обратить внимание на то, что для учащихся 7–9 классов типичны именно низкие результаты по данному субтесту.

Теперь обратимся к данным по опроснику социального интеллекта Тромсо.

По шкале социального осознания (см. рис. 1) мы получили следующие результаты: в группе вовлеченных пользователей преобладает средний уровень развития социального осознания, в 42,8%, в группе невовлеченных пользователей средний уровень составляет половину результатов, в 54,5%, далее идет уровень развития ниже среднего 30,9% у вовлеченных пользователей и 25% у невовлеченных соответственно, на третьем месте уровень выше среднего 19,04% у вовлеченных пользователей и 18,1% у невовлеченных соответственно, и на последнем месте стоит низкий уровень

развития социального осознания: 7,1% у вовлеченных пользователей и 2,2% у невовлеченных соответственно.

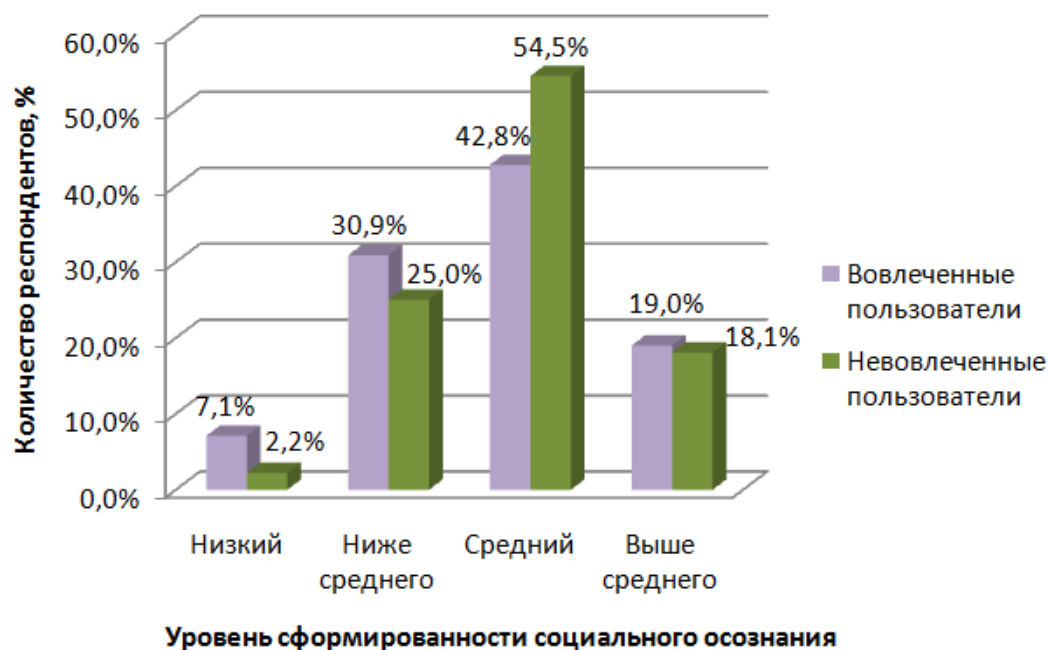


Рис. 1. Распределение по уровню развития социального осознания среди вовлеченных и невовлеченных пользователей

Высокий уровень социального осознания отсутствует в обеих группах. Отсутствие разницы в показателях социального интеллекта может быть объяснен возрастными особенностями выборки.

Как видно из рисунка 2, по шкале развития социальных навыков в обеих группах так же преобладает средний уровень развития – 52,3% у вовлеченных пользователей и 59,09% у невовлеченных соответственно.

На втором месте идет уровень сформированности социальных навыков выше среднего – 23,8% у вовлеченных пользователей и 18,1% у невовлеченных соответственно, далее идет уровень ниже среднего 14,2% у вовлеченных пользователей и 13,6% у невовлеченных соответственно, за ним следует высокий уровень 7,1% у вовлеченных пользователей и 4,5% у невовлеченных соответственно, и на последнем месте находится низкий уровень развития 2,3% у вовлеченных пользователей и 2,2% у невовлеченных соответственно.



Рис. 2. Распределение по уровню развития социальных навыков среди вовлеченных и невовлеченных пользователей

Несмотря на то, что показатели вовлеченных и невовлеченных пользователей имеют сходство по распределению уровней развития, необходимо отметить, что уровень выше среднего и высокий уровень у вовлеченных пользователей представлены в большем количестве, чем у невовлеченных (на 5,7% в уровне выше среднего и на 2,6% в высоком уровне соответственно).

Обратимся к анализу значимости различий результатов вовлеченных и невовлеченных пользователей, полученных при исследовании социального интеллекта с помощью *t*-критерия Стьюдента (см. Таблица 14).

По результатам 3 субтеста (тест социального интеллекта Гилфорда), направленного на изучение понимание речи в контексте ситуации, были выявлены статистически значимые различия на уровне $p < 0,05$. По среднегрупповым значениям можно увидеть, что у вовлеченных пользователей значения выше, чем у невовлеченных.

Также имеется тенденция к достоверным различиям по субтесту 4 (тест социального интеллекта Гилфорда), направленному на исследование

понимания мотивов поведения другого – вовлеченные пользователи так же демонстрируют более высокие значения.

Таблица 14

Результаты по анализу достоверности различий показателей социального интеллекта среди вовлеченных и невовлеченных пользователей

Шкала	Среднегрупповые значения		<i>t</i> Стьюдента	<i>p</i> уровень значимости
	Вовлеченные пользователи	Невовлеченные пользователи		
Социальная осознанность	24,48	25,70	-0,78	0,22
Социальные навыки	37,60	36,91	0,41	0,34
1 субтест	6,90	7,30	-0,70	0,24
2 субтест	5,93	6,02	-0,17	0,43
3 субтест	7,50	6,43	1,94	0,03*
4 субтест	4,88	4,25	1,62	0,053

Примечание: * различия значимы на уровне $p < 0,05$

Таким образом, значимые различия в развитии социального интеллекта вовлеченных и невовлеченных пользователей проявляются в понимании речи в контексте ситуации и в понимание мотивов поведения другого человека, по обеим этим характеристикам социального интеллекта вовлеченные пользователи продемонстрировали более высокие показатели, нежели невовлеченные.

Для выявления структурных характеристик социального интеллекта рассмотрим корреляционные связи между показателями социального интеллекта, представленными в виде результатов по субтестам теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, и по шкалам опросника социального интеллекта Тромсо.

Результаты корреляционного анализа, выполненного с помощью коэффициента корреляции Пирсона r , представлены ниже (см. Таблица 15 и Таблица 16).

Обратимся к результатам по группе подростков, вовлеченных в социальные сети. Анализируя выделенные взаимосвязи, можно увидеть положительные корреляции между результатами по 1 субтесту и 3 субтесту

теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, где значение коэффициента корреляции равно 0,464 ($p < 0,05$), а так же по 2 субтесту и 4 субтесту теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, значение коэффициента корреляции составляет 0,460 ($p < 0,05$).

Таблица 15

Коэффициенты корреляции между показателями социального интеллекта по группе вовлеченных пользователей

	Социальные навыки	1 субтест	2 субтест	3 субтест	4 субтест
Социальная осознанность	-0,168	-0,103	-0,069	-0,027	-0,014
Социальные навыки		0,181	-0,232	0,028	0,147
1 субтест			0,219	0,464*	0,181
2 субтест				0,057	0,460*
3 субтест					0,118
4 субтест					

Примечание: * взаимосвязь значима на уровне $p < 0,05$

Из этого следует, что у вовлеченных пользователей большую роль в развитии социального интеллекта играет взаимосвязь распознавания речи в контексте ситуации со способностью прогнозировать развитие событий, а так же взаимосвязь способности к определению невербальных сигналов с умением понимать мотивы поведения людей.

Наличие положительных связей говорит о том, что чем выше способность вовлеченных пользователей распознавать речь в контексте ситуации, тем выше будет способность прогнозировать развитие событий, и чем выше способность определять невербальные сигналы, тем выше будет умение понимать мотивы поведения людей.

Обратимся к результатам по группе подростков, невовлеченных в социальные сети. Сравнивая выделенные взаимосвязи, можно увидеть положительную корреляцию между результатом шкалы социальных навыков опросника социального интеллекта Тромсо со 2 субтестом теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, где значение коэффициента

корреляции составило 0,304 ($p < 0,05$). Также положительна корреляция присутствует между результатами шкалы социальных навыков опросника социального интеллекта Тромсо с 4 субтестом теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, в этом случае значение коэффициента корреляции составило 0,315 ($p < 0,05$). Кроме того, есть взаимосвязь между результатами 2 субтеста с 4 субтестом теста социального интеллекта Дж. Гилфорда, где значение коэффициента корреляции составило 0,353 ($p < 0,05$).

Таблица 16

Коэффициенты корреляции между показателями социального интеллекта невовлеченных пользователей

	Социальные навыки	1 субтест	2 субтест	3 субтест	4 субтест
Социальная осознанность	-0,193	-0,176	0,037	0,231	0,095
Социальные навыки		-0,029	<i>0,304</i>	0,083	<i>0,315</i>
1 субтест			0,099	0,202	-0,138
2 субтест				0,095	<i>0,353</i>
3 субтест					0,217
4 субтест					

Примечание: курсивом выделена связь значимая на уровне $p < 0,10$

Из этого можно сделать вывод о том, что у невовлеченных пользователей значимую роль в развитии социального интеллекта занимает взаимосвязь социальных навыков со способностью к определению невербальных сигналов, и взаимосвязь социальных навыков со способностью прогнозировать развитие событий. Так же имеет место взаимосвязь непосредственно между способностью к определению невербальных сигналов и способностью прогнозировать развитие событий.

Наличие положительных связей говорит о том, что чем выше у невовлеченных пользователей социальные навыки, тем более будут развиты и способности определять невербальные сигналы и прогнозировать развитие событий. При этом, чем выше будет развита способность понимать

невербальное поведение другого человека, тем выше будет и способность к прогнозированию.

Подводя итог, мы можем говорить о том, что специфика социального интеллекта вовлеченных пользователей представляется в более высоком уровне развития способности понимать речь в контексте ситуации и в более высоком уровне развития способности понимать мотивы поведения другого человека, а также во взаимосвязи распознавания речи в контексте ситуации с прогнозированием развития событий, и определения невербальных сигналов с пониманием мотивов поведения людей.

А специфика социального интеллекта невовлеченных пользователей проявляется в более низком уровне развития способности понимать речь в контексте ситуации и способности понимать мотивы поведения другого человека по сравнению с вовлеченными пользователями.

Кроме того, имеет место взаимосвязь развития социальных навыков с определением невербальных сигналов, взаимосвязи развития социальных навыков с прогнозированием развития событий, и взаимосвязь непосредственно между способностью к определению невербальных сигналов и способностью прогнозировать развитие событий.

2.4. Рекомендации для педагогов-психологов по развитию социального интеллекта подростков

На основании полученных результатов мы выделили, какие компоненты социального интеллекта нуждаются в развитии у вовлеченных и невовлеченных пользователей.

Так, для вовлеченных пользователей будет полезно развитие понимания невербальных сигналов, и развитие способности прогнозировать поведения других людей.

Невовлеченным пользователям следует развивать способность понимать речь в контексте ситуации и способности понимать мотивы поведения другого человека.

Кроме того, и вовлеченные, и невовлеченные пользователи нуждаются в развитии социального осознания и социальных навыков.

Цель: развитие социального интеллекта подростков в контексте использования социальных сетей.

Задачи:

1. Повысить у подростков, вовлеченных в социальные сети, уровень способности понимать невербальные сигналы.

2. Повысить у подростков, вовлеченных в социальные сети, уровень способности прогнозировать поведение другого человека.

3. Повысить у подростков, невовлеченных в социальные сети, уровень способности понимать мотивы поведения другого человека.

4. Повысить у подростков, невовлеченных в социальные сети, уровень способности понимать речь в контексте ситуации.

5. Развить социальное осознание подростков, вовлеченных и невовлеченных в социальные сети.

6. Развить социальные навыки подростков, вовлеченных и невовлеченных в социальные сети.

Развитие способности понимать невербальные сигналы можно организовать в виде занятий с элементами тренинга, в которые будут входить упражнения, направленные на распознавание эмоционального состояния другого человека через невербальные сигналы, и корректная передача собственного состояния. Кроме того, будут уместны формы работы, в которых предусмотрено активное взаимодействие участников между собой, подойдут метод круглого стола, метод мозгового штурма.

Развитие способности прогнозировать поведение другого человека можно производить через методы ролевой и деловой игр, с помощью которых можно расширить жизненный опыт участников через

моделирование ситуаций, а так же используя кейс-технологии. Полезным будет также групповое обсуждение актуальных затруднительных случаев из жизни участников.

Развитие способности понимать мотивы поведения другого человека возможно через беседу, анализ ситуаций в рамках кейс-технологии, обсуждение случаев из жизни, книг, видеосюжетов.

Развитие способности понимать речь в контексте ситуации можно проводить с помощью тренинговых занятий, дискуссий, ролевых игр, анализа видеосюжетов. Также положительный эффект может принести развитие ораторских способностей подростков, которое может производиться через участие в семинарах, дискуссиях, круглых столах.

В развитии социального осознания большое значение имеет рефлексивность, для ее развития

Развитие социальных навыков возможно осуществить с помощью тренинговых занятий в рамках развития социального интеллекта, так же подойдут ролевые игры и анализ ситуаций.

Кроме того, психолого-педагогическая деятельность, направленная на повышение социального интеллекта в контексте использования социальных сетей может осуществляться в следующих направлениях:

1. Просветительская деятельность в виде организации лекций, создание информационных стендов, разработка буклетов и памяток, направленная на повышение психологической грамотности, формирование основ безопасного поведения в социальных сетях. Так же возможно составление рекомендаций, как возможно использовать социальные сети для развития социального интеллекта.

2. Профилактическая деятельность, направленная на предупреждение возможных рисков, связанных с деятельностью подростков в социальных сетях; может осуществляться в рамках семинаров, решения кейсов, дискуссий и круглых столов.

3. Использование заданий, упражнений, направленных на осознанное и произвольное использование вербальных и невербальных средств коммуникации.

4. Использование в процессе проблемных ситуаций, актуальных для подростков, связанных с социальными сетями, которые бы способствовали развитию способности к пониманию мотивов другого человека и способности прогнозировать поведение другого человека.

4. Формирование у участников представления о социальных сетях как о ресурсе, способном положительно влиять на развитие личности, в том числе, на развитие некоторых компонентов социального интеллекта.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Для выявления особенностей социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети, было проведено эмпирическое исследование.

В исследовании принимали участие обучающиеся 7-х и 8-х классов в количестве 86 человек в возрасте от 13 до 15 лет.

Эмпирическое изучение проводилось с помощью следующих методик: теста «Социальный интеллект» Дж. Гилфорда, шкалы социального интеллекта Тромсо и авторской анкеты «Я и социальные сети».

На первом этапе была выделена группа вовлеченных в социальные сети подростков. Для этого были проанализированы ответы анкеты «Я и социальные сети».

Из 86 человек в возрасте от 13 до 15 лет, пользующихся социальными сетями на основе выделенных Е.В. Тихомировой критериев, было выделено 42 вовлеченных пользователя и 44 невовлеченных пользователей.

Так же по результатам анкеты нами был составлен следующий портрет подростка, вовлеченного пользователя социальных сетей: имеет регистрацию в нескольких социальных сетях, количество друзей (фолловеров) в нашей выборке колеблется от 59 и до 420, среднее количество групп, в которое включен пользователь, равно 208. Для пользователей значимыми целями посещения социальных сетей являются общение и просмотр ленты, на своей странице пользователи предпочитают публиковать фотографии, а так же записи сообществ. При этом от обратной связи пользователи ожидают одобрения и критики. В друзья предпочитают добавлять друзей, родственников и людей, с которыми, возможно, будет интересно общаться, что может свидетельствовать о значимости расширения социальных контактов, а так же важности поиска друзей, интересных собеседников. При этом пользователям не свойственны выраженные трудности в общении, как в непосредственном, так и в виртуальном. Вовлеченные пользователи

периодически сталкиваются с троллингом, в этой ситуации испытывают обиду и разочарование в человеке, однако стараются не обращать внимания на произошедшее. Склонны обращаться за поддержкой к друзьям и родственникам.

Относительно особенностей социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети, мы выяснили, что вовлеченные пользователи имеют более высокий уровень развития способности понимать речь в контексте ситуации и способности понимать мотивы поведения другого человека. Кроме того, у вовлеченных пользователей была выявлена взаимосвязь распознавания речи в контексте ситуации со способностью прогнозировать развитие событий, а так же взаимосвязь способности к определению невербальных сигналов с пониманием мотивов поведения людей. Таким образом, чем выше способность вовлеченных пользователей распознавать речь в контексте ситуации, тем выше будет способность прогнозировать развитие событий, и чем выше способность определять невербальные сигналы, тем выше будет умение понимать мотивы поведения людей.

На основании полученных результатов были разработаны рекомендации для педагога-психолога по развитию социального интеллекта подростков в контексте вовлеченности в социальные сети.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная работа имела цель выявить особенности социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

В ходе теоретического анализа литературы мы изучили основные подходы к пониманию социального интеллекта. На начальном этапе исследований социальный интеллект рассматривался, в том числе, Э.Л. Торндайком, как понимание и дальновидность в межличностных отношениях. Позже социальный интеллект рассматривался во взаимосвязи с общим интеллектом (Г. Айзенком, Р. Стенбергом). Особое значение в исследовании социального интеллекта имеют работы Дж. Гилфорда, который изучал социальный интеллект в контексте базового подхода под названием «Кубическая модель структуры интеллекта Дж. Гилфорда (SOI)», и понимал социальный интеллект как систему интегральных способностей, независимость от влияния общего интеллекта.

В отечественной литературе социальный интеллект обсуждается не так давно, первые упоминания о нем встречаются в работах Ю.Н. Емельянова, А.Л. Южанинова, А.И. Савенков, О.Б. Чеснокова, В.Н. Куницына внесли вклад в изучение компонентов социального интеллекта. Е.С. Михайлова, О.Г. Буланова, Н.П. Ульянова исследовали факторы, влияющие на развитие социального интеллекта.

В нашей работе мы рассматриваем социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, связанную с познанием социальных явлений, обуславливающая процессы прогнозирования межличностных ситуаций, интерпретации информации, а также поведение в обществе, готовность к социальному взаимодействию и принятию решений.

Далее были рассмотрены особенности поведения подростков в социальных сетях. Мы выяснили, что социальные сети предоставляют возможность расширить социальный опыт (через практически неограниченные возможности для коммуникации, а также возможность

примерять, проигрывать разные роли), и, как следствие, развить социальную компетентность, удовлетворить потребность выделиться из толпы, быть замеченным и узнаваемым, экспериментировать со способами самопрезентации. Все это с высокой вероятностью оказывает влияние и на социальный интеллект пользователей, вовлеченных в социальные сети, это и приводит к необходимости изучения социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети.

Эмпирическим путем был выявлен уровень развития социального интеллекта подростков, для этого были использованы методики тест «Социальный интеллект» Дж. Гилфорда, шкала социального интеллекта Тромсо.

Из 86 человек в возрасте от 13 до 15 лет, пользующихся социальными сетями, с помощью авторской анкеты «Я и социальные сети» и на основе выделенных Е.В. Тихомировой критериев вовлеченности в социальные сети, было выделено 42 вовлеченных пользователя и 44 невовлеченных пользователей.

Так же по результатам анкеты нами был составлен следующий портрет подростка, вовлеченного пользователя социальных сетей вовлеченный пользователь имеет регистрацию в нескольких социальных сетях, количество друзей (фолловеров) в нашей выборке колеблется от 59 и до 420, среднее количество групп, в которое включен пользователь, равно 208. Для пользователей значимыми целями посещения социальных сетей являются общение и просмотр ленты, на своей странице пользователи предпочитают публиковать фотографии, а так же записи сообществ. При этом от обратной связь пользователи ожидают одобрения и критики. В друзья предпочитают добавлять друзей, родственников и людей, с которыми, возможно, будет интересно общаться, что может свидетельствовать о значимости расширения социальных контактов, а также важности поиска друзей, интересных собеседников. При этом пользователям не свойственны выраженные трудности в общении, как в непосредственном, так и в виртуальном.

Вовлеченные пользователи периодически сталкиваются с троллингом, в этой ситуации испытывают обиду и разочарование в человеке, однако стараются не обращать внимания на произошедшее. Склонны обращаться за поддержкой к друзьям и родственникам.

После этого были выделены особенности социального интеллекта вовлеченных пользователей на основе сравнительного анализа. Мы выяснили, что вовлеченные пользователи имеют более высокий уровень развития способности понимать речь в контексте ситуации и способности понимать мотивы поведения другого человека. Кроме того, у вовлеченных пользователей была выявлена взаимосвязь распознавания речи в контексте ситуации со способностью прогнозировать развитие событий, а так же взаимосвязь способности к определению невербальных сигналов с пониманием мотивов поведения людей. Таким образом, чем выше способность вовлеченных пользователей распознавать речь в контексте ситуации, тем выше будет способность прогнозировать развитие событий, и чем выше способность определять невербальные сигналы, тем выше будет умение понимать мотивы поведения людей.

На основании полученных результатов нами были разработаны рекомендации для психолога по развитию социального интеллекта подростков в контексте вовлеченности в социальные сети.

Таким образом, можно сказать, что цель нашего исследования достигнута, задачи выполнены, и гипотеза подтвердилась: подростки, вовлеченные в социальные сети, действительно имеют особенности в развитии социального интеллекта.

Дальнейшее исследование может быть направлено на изучение особенностей личности, вовлеченной в социальные сети, а также исследование возможного перехода из состояния вовлеченности в состояние зависимости и профилактика данного явления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Айзенк Г.Ю. Интеллект: Новый взгляд // Вопросы психологии. 1995. №1. С. 111–131.
2. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. Серия XIV. Психология 4. 1996. С. 14–20.
3. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Психологическое исследование мотивации пользователей интернета // 2-ая Российская конференция по экологической психологии: материалы научной конференции (Москва, 12–14 апреля 2000 г.). М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 245–246.
4. Аржаных Е.В., Задорин И.В., Колесникова Е.Ю. Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника // МГППУ «Научные доклады (отчёт о НИР) за апрель–июнь 2013 года». 2014. Выпуск № 001. С. 2–107.
5. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. 2009. № 3. С. 3–15.
6. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. М.: Можайск-Терра, 2000. 420 с.
7. Битков Л.А. Практическое использование социальных сетей журналистами и специалистами по PR // Материалы международной научно-практической конференции «Российские СМИ и журналистика в новой реальности» г. Екатеринбург, 14–15 апреля 2011 г. Екатеринбург: Вестник ЧГУ, 2011. С. 36–38.
8. Буланова О.Г. Особенности социального интеллекта младших подростков // Международный научный журнал «Символ науки». 2015. № 11. С. 209–211.

9. Ван Ш.Л., Войскунский А.Е., Митина О.В., Карпухина А.И. Связь опыта потока с психологической зависимостью от компьютерных игр // Психология. Журнал ВШЭ. 2011. №4. С. 73–101.
10. Влияние через социальные сети / под ред. Е.Г. Алексеевой. М.: «Фокус-медиа», 2010. 200 с.
11. Войскунский А.Е. Общение, опосредованное компьютером: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1990. 25 с.
12. Воронцова Т.А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. 2016. №2. С. 109–116.
13. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта задач // СПб.: Психология мышления, 1965. 456 с.
14. Годик Ю.О. Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2011. №2. URL.: <http://www.mediascope.ru/node/841> (дата обращения 17.05.2018).
15. Гребенникова Е.В., Шелехов И.Л., Нечаева Д.А., Лялина И.И. Социальная компетентность подростков в условиях нормального и задержанного психического развития: сравнительный анализ // Вестник ТГПУ. 2015. №11 С. 82–86.
16. Гуркина О.А., Мальцева Д.В. Мотивы использования виртуальных социальных сетей подростками // Социс. 2015. №5. С. 123–129.
17. Доржиева В.В. Об особенностях в развитии социального интеллекта подростков // Материалы международной научно-практической «Вопросы современной педагогики и психологии: свежий взгляд и новые решения» (г. Екатеринбург, 10 марта 2016 г.). Екатеринбург: Инновационный центр развития образования и науки, 2016. С. 203–205.
18. Дружинин В. Н. Экспериментальная психология. СПб.: Питер. 1999. 356 с.
19. Емельянов Ю.Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности. М.: Просвещение. 1995. 183 с.

20. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Вып. VII / Под ред. В.С. Собкина. М.: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431–460.
21. История зарубежной психологии (30-60е гг. XX века). Тексты. / Отв. ред.: П.Я. Гальперина, А.Н. Ждан. М.: Изд. Московского университета. 1986. 344 с.
22. Калиновская М.А. Особенности социального интеллекта и выбора стратегий поведения подростков // Молодой ученый. 2011. №3. С. 88–91.
23. Козлова Н.С., Чёрная Е.Е. Изучение специфики вовлеченности подростков в социальные сети // Молодой ученый. 2015. №11. С. 1740–1744.
24. Козлова Н.С., Сушков И.Р. Влияние коммуникативной сферы личности на специфику ее активности в интернет-среде // Наука и мир. 2014. №10. С. 131–134.
25. Конт О. Дух позитивной философии. Слово о положительном мышлении. Ростов н/Д.: «Феникс», 2003. 256 с.
26. Куницына В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение // Теоретические и прикладные вопросы психологии. 1995. №1. С. 48–61.
27. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. СПб.: Питер, 2002. 544 с.
28. Манина К.Е. Становление социального интеллекта в онтогенезе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6–2. С. 62–64.
29. Михайлова Е.С. Методика исследования социального интеллекта: Адаптация теста Дж. Гилфорда и М. Салливена: Руководство по использованию. СПб.: ГП «Иматон», 1996. 56 с.
30. Михайлова Е.С. Социальный интеллект: концепции, модели, диагностика. СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2007. 266 с.

31. Молчанов С.В. Психология подросткового и юношеского возраста: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2017. 351 с.
32. Наследов А.Д., Семенов В.Ю. Модификация шкалы социального интеллекта tromsø для российских школьников // Вестник СПбГУ. 2015. №4. С. 5–21.
33. Панова Н.В. Развитие компонентов психологической структуры социального интеллекта младших подростков в условиях школьного и дополнительного образования: дисс. ... канд. психол. наук. Нижний Новгород, 2011. 214 с.
34. Панова Н.В. Уровни развития основных компонентов социального интеллекта младших подростков // Интеграция образования. 2011. №2. С. 88–92.
35. Петригина О.Н. Изучение социального интеллекта у младших школьников // Наука. Инновации. Технологии. 2007. № 49. С. 104–108.
36. Печенкин В. Анализ социальных сетей: в ожидании чуда // Компьютерра. 2005. № 42. С. 15–20.
37. Психология подросткового возраста: учебник. Б.С. Волков. М.: КНОРУС, 2016. 266 с.
38. Психолого-педагогическая диагностика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. / под. ред. И.Ю. Левченко, С.Д. Забрамной. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 134 с.
39. Райс Ф. Психология подросткового и юношеского возраста. СПб.: Питер, 2000. 624 с.
40. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст. М.: «Мир», 1994. 320 с.
41. Ростовых Д.А. Социальный интеллект как фактор общественного развития в условиях информатизации: Дисс. ... канд. философ. наук. М., 2007. 187 с.

42. Рябикина З.И., Богомолова Е.И. Взаимосвязь личностных характеристик пользователей социальных сетей Интернета с особенностями их активности в сети // Научный журнал КубГАУ. 2015. №109. С. 1041–1057.
43. Савенков А.И. Социальный интеллект как проблема психологии одаренности и творчества // Психология: Журнал Высшей школы экономики. 2005. № 4. С. 94–101.
44. Садыгова Т.С. Социально-психологические функции социальных сетей // Вектор науки ТГУ. 2012. №3. С. 192–194.
45. Самосват О.И. Открытый доступ к личной информации в социальных сетях как способ привлечения социального одобрения подростками в интернет пространстве // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2015. №24. С. 194–198.
46. Селютин А.А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности // Вестник ЧелГУ. 2009. №35. С. 138–141.
47. Сирота Е.Ю. Личностные особенности постоянных посетителей сайта www.Vkontakte.ru // Вестник КемГУ. 2010. №3. С. 115–118.
48. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Безопасность подростков в интернете: риски, совладание и родительская медиация // Национальный психологический журнал. 2014. №3. С. 36–48.
49. Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования / Под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. М.: «Институт психологии РАН», 2004. 176 с.
50. Тихомирова Е.В. Особенности когнитивной оценки включенности в виртуальное сообщество субъектами интернет-общения // Известия Саратовского ун-та. 2015. №1. С. 66–69.
51. Толстых Н.Н., Прихожан А.М. Психология подросткового возраста: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. 406 с.
52. Угольков Н.В. Интернет как институт социализации старших школьников: Автореф. дис. ... канд. педагогич. наук. М., 2012. 24 с.

53. Ульянова Н.П. Модели развития социального интеллекта у детей подросткового возраста // Молодой ученый. 2012. № 3. С. 417–419.
54. Чеснокова О.Б. Изучение социального познания в детском возрасте // Познание. Общество. Развитие / под ред. Д.В. Ушакова. М.: ИПРАН., 1996. С. 59–77.
55. Чеснокова О.Б., Субботский Е.В. Социальный интеллект в условиях сложных социальных систем // Национальный психологический журнал. 2010. № 2, Т.4. С. 22–29.
56. Шахмартова О.М., Недошивина И. В. Исследование мотивов использования социальных сетей младшими школьниками // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28. С. 1348–1353.
57. Юдина И.И. Социальный интеллект как один из факторов успешного развития в подростковом возрасте // СТПН. 2017. №2. С. 29–32.
58. Южанинова А.Л. Стилиевые особенности межличностного познания и характеристики общения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Л., 1988. 16 с.
59. Янг К. Диагноз – интернет-зависимость. // Мир Интернет. 2000. №2. С. 24–29.
60. Allport G.W. Pattern and growth in personaliti. N.Y.: Holt Rinehart and Winston. 1961. 593 p.
61. Boyd D.M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer–Mediated Communication. 2008. №13. P. 22–37.
62. Gardner H. Frames of Mind: The theory of multiple intelligences. N.Y.: Basic Books, 1983. 457 p.
63. Kosmitzki C., John O.P. The implicit use of explicit conceptions of social intelligence // Personality & Individual Differences. 1993. №15. P. 11–23.
64. Sternberg R. The triarchic mind. N.Y.: Yiking, 1988. 354 p.
65. Thorndike E.L. Intelligence and Its Uses // Harper’s Magazine. 1920. №140. P. 227–235.

66. Vernon P.E. Some characteristics of the good judge of personality // Journal of Social Psychology. 1933. №4. P. 42–45.

Анкета «Я и социальные сети»

Инструкция: мы просим Вас внимательно прочитать каждый вопрос и выбрать один, наиболее верный, вариант ответа.

Имя, фамилия

Возраст _____

Часть 1

1. В каких социальных сетях Вы зарегистрированы? (если таковых несколько, отметьте все социальные сети, где зарегистрированы, и подчеркните ту социальную сеть, в которой Вы проводите больше времени).

- а) Вконтакте б) Facebook в) Twitter
г) Одноклассники д) Instagram
е) Свой вариант _____

Следующие вопросы будут касаться социальной сети, в которой Вы проводите больше времени

2. Сколько времени Вы зарегистрированы в социальных сетях?

- а) Менее 6 мес б) Пол года в) 1 год
г) 2 года д) 3 года е) 5 лет

3. Почему Вы зарегистрировались в социальной сети?

- а) Пользуются друзья б) Для общения в) Это модно
г) Чтобы найти новых друзей д) Мне было интересно
е) Свой вариант _____

4. Как часто Вы посещаете свою страницу в социальной сети?

- а) Несколько раз в день б) Раз в день
в) Несколько раз в неделю г) Несколько раз в месяц
д) Свой вариант _____

5. Основная цель Вашего посещения социальных сетей:

- а) Поиск информации б) Учеба в) Общение
г) Просмотр новостей (ленты) д) Игры, развлечения
е) Свой вариант _____

6. Как часто Вы публикуете контент в социальных сетях (добавляете фото, видео, делаете записи на стене)?

- а) Несколько раз в день б) Раз в день
в) Несколько раз в неделю г) Несколько раз в месяц

7. Что вы предпочитаете публиковать на своей странице (выберете необходимое количество ответов)?

- а) Фотографии б) Видеозаписи в) Цитаты
г) Музыку д) Репостить записи из сообществ
е) Свой вариант _____

8. Случается ли Вам превышать запланированное время посещения социальной сети?

- а) Никогда б) Редко в) Часто г) Всегда

9. Сталкиваетесь ли Вы с недовольством окружающих из-за использования социальной сети?

- а) Никогда б) Редко в) Часто г) Всегда

10. Случается ли Вам пренебрегать делами ради посещения социальной сети?

- а) Никогда б) Редко в) Часто г) Всегда

11. Обычно Вы добавляете в друзья:

- а) Всех желающих б) Друзей, родственников в) Знакомых
г) Людей, с которыми, возможно, будет интересно общаться
д) Людей, с которыми у меня есть общие друзья

12. Вам проще общаться:

- а) В реальной жизни б) В социальных сетях
в) Одинаково легко везде г) Одинаково трудно везде

13. Сколько друзей Вы имеете с социальной сети? _____

14. Во скольких сообществах вы состоите в социальной сети? _____

Часть 2

1. Обычно в социальных сетях вы (выберете один ответ):

- а) Общаетесь
- б) Листаете ленту
- в) Смотрите, посещаете группы, сообщества
- г) Слушаете музыку
- д) Ищите информацию (книги, фильмы и др.)
- е) Свой ответ _____

2. Ваши личные сообщения:

- а) Открыты для всех пользователей
- б) Открыты только для друзей

3. Если вы получаете сообщение от незнакомого человека, то испытываете

- а) Удивление
- б) Страх
- в) Любопытство
- г) Другое _____

4. Случались ли с вами случаи троллинга в социальных сетях? (выберете необходимое количество ответов)

- а) Да, меня обзывали
- б) Да, мне угрожали
- в) Да, надо мной грубо, зло шутили
- г) Да, плохо отзывались о контенте, который я публикую (фотографии, видео, записи на стене)
- д) Да, со мной грубо разговаривали (например, используя нецензурную брань, или обидные прозвища)
- е) Нет, такого не случилось

5. Это делали люди (пропустите этот вопрос, если с Вы ответили е) на предыдущий вопрос):

- а) Незнакомые
- б) Знакомые (например, одноклассники, соседи)
- в) Малознакомые (например, люди, с которыми вы состоите в одних сообществах в социальной сети, или те, с которыми вы общались в комментариях и др.)

6. Какие эмоции у вас это вызывало (предположите, если ответили е) на 4 вопрос):

- а) Обиду
- б) Удивление
- в) Разочарование
- г) Гнев
- д) Страх
- е) Я не обращаю на это внимание

7. Делитесь, обсуждаете ли вы это со взрослыми (предположите, если ответили е) на 4 вопрос)?

- а) Да, с родителями
- б) Да, с учителями
- в) Делюсь только с друзьями
- г) Нет, ни с кем не делюсь

8. Посещаете ли вы незнакомые сайты?

- а) Да
- б) Да, если ссылку мне дали друзья
- в) Нет
- г) Да, если ссылка была в моей ленте в социальных сетях

9. Если на сайте запрашивается ваша личная информация (имя и фамилия, телефон, адрес и др.), вы:

- а) Ухожу с сайта
- б) Ввожу необходимые данные
- в) Обращаюсь к родителям за помощью
- г) Другое _____

10. Когда нет возможности зайти в социальную сеть, вы:

- а) Идете заниматься другими делами
- б) Злитесь
- в) Вам одиноко
- г) Вам скучно
- д) Чувствуете, что чего-то не знаете, что отстали от жизни
- е) Чувствуете, что вам не с кем поговорить
- ж) Другое _____

11. Что вы ожидаете от личных сообщений, комментариев, записей на стене в социальных сетях?

- а) Ободрения, поддержки
- б) Критики, возможности поспорить, обсудить это
- в) Новой информации о себе
- г) Другое _____

12. Вам нравится пользоваться социальными сетями?

Да, потому что _____

Нет, потому что _____

свой ответ _____

13. Для вас социальные сети это:

а) Развлечение

б) Важная часть моей жизни

в) Средство общения

г) Место для самовыражения

д) Другое _____

Спасибо за сотрудничество!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Шкала социального интеллекта Тромсо (в модификации В. Ю. Семенова, А. Д. Наследова)

Инструкция: Уважаемые ребята! Перед вами ряд предложений. Вам необходимо выбрать одну из семи оценок (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) для каждого из них. Эти оценки зависят от того, насколько вы согласны или не согласны с тем, что написано в этих предложениях (где 7 – полностью согласен, а 1 – полностью не согласен).

Пожалуйста, дайте свою оценку каждому из этих предложений.

Если у вас есть какие-нибудь вопросы, спросите у меня, я вам на них отвечу.

Текст опросника

1	Я могу предсказывать поведение других людей.	1 2 3 4 5 6 7
2	Я часто чувствую, что мне трудно понять выбор других людей.	1 2 3 4 5 6 7
3	Я знаю, что будут чувствовать другие люди после моих действий.	1 2 3 4 5 6 7
4	Я легко приспосабливаюсь к разным социальным ситуациям.	1 2 3 4 5 6 7
5	Другие люди сердятся на меня, не будучи способными объяснить мне почему.	1 2 3 4 5 6 7
6	Я понимаю желания других людей.	1 2 3 4 5 6 7
7	Я способен быстро осваиваться в новых ситуациях и сразу знакомиться с людьми.	1 2 3 4 5 6 7
8	Люди часто сердятся или раздражаются, когда я говорю то, что я думаю.	1 2 3 4 5 6 7
9	Мне трудно налаживать отношения с другими людьми.	1 2 3 4 5 6 7
10	Чтобы хорошо понять других людей, мне нужно много времени.	1 2 3 4 5 6 7
11	Я могу предсказать, как другие будут реагировать на мое поведение.	1 2 3 4 5 6 7
12	Я хорошо подбираю нужные слова в разговоре с новыми людьми.	1 2 3 4 5 6 7
13	Я часто могу понять, что на самом деле другие хотят выразить с помощью слов, жестов, мимики и других средств.	1 2 3 4 5 6 7
14	Мне часто трудно найти подходящие темы для разговора.	1 2 3 4 5 6 7
15	Я часто бываю удивлен реакциями других на то, что я делаю.	1 2 3 4 5 6 7

Спасибо за заполнение опросника!

Согласие
на размещение текста выпускной квалификационной работы обучающегося
в ЭБС КГПУ им. В.Л. Астафьева

Я, Окладникова Валерия Дмитриевна
(фамилия, имя, отчество)

разрешаю КГПУ им. В.Л. Астафьева безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме и по частям написанную мною в рамках выполнения основной профессиональной образовательной программы выпускную квалификационную работу бакалавра / специалиста / магистра / аспиранта

(нужное подчеркнуть)

на

тему: Особенности сарафанного интернета
подружков, вышедших в социальные сети

(название работы)

(далее - ВКР) в сети Интернет в ЭБС КГПУ им. В.Л. Астафьева, расположенном по адресу <http://elib.kspu.ru> таким образом, чтобы любое лицо могло получить доступ к ВКР из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на ВКР.

Я подтверждаю, что ВКР написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает интеллектуальных прав иных лиц.

18.06.18.
(дата)


(подпись)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им.В.П.АСТАФЬЕВА»
(КГПУ им.В.П.Астафьева)

Институт психолого-педагогический институт
Направление подготовки 44.03.02 Психолого-педагогическое образование
Направленность (профиль) образовательной программы Практическая психология в образовании

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

на ВКР обучающегося **Окладниковой Валерии Дмитриевны**
по теме **Особенности социального интеллекта подростков, вовлеченных в социальные сети**

Развитие информационных технологий приводит к изменению среды жизнедеятельности, социального развития, способов и средств коммуникации, особенно, как показывают исследования, в подростковом возрасте. В силу распространения иных средств коммуникации, «компьютерного» языка, возможности выбора ролей приводит к изменению коммуникативного и социо-ролевого опыта. В связи с чем возникает необходимость изучения особенностей социального взаимодействия подростков, способности строить межличностные отношения, понимать поведение других и т.п., что связывают в современной психологии с понятием социального интеллекта. Выпускная работа Валерии Дмитриевны направлена на изучение того, как вовлеченность младших подростков в социальные сети – поглощенность, приносящая положительные переживания – соотносится с социальным интеллектом, выделению специфики их социального интеллекта.

В первой главе представлены теоретические подходы к рассмотрению социального интеллекта, его компоненты, особенности развития подросткового возраста, которые определяют специфические характеристики познания социальных отношений, социального интеллекта. Рассмотрены особенности коммуникации в социальных сетях, мотивы обращения к социальным сетям, позиции коммуникантов. Описана вовлеченность в социальные сети как активная позиция, связанная с положительными переживаниями в ситуации активного обмена информацией, самопрезентации, поддержания имиджа и другими факторами. На основании рассмотренных исследований вовлеченности автором была разработана анкета, которая прошла оценку специалистов. В эмпирической части работы представлена организация работы, представлены результаты и рекомендации.

Во время выполнения выпускной квалификационной работы Валерия Дмитриевна показала умение выделять основные идеи, обобщать и

сопоставлять теоретические подходы, строить деловую коммуникацию, ставить вопросы, искать пути их решения. Продемонстрировала на продвинутом уровне умение описывать и представлять результаты в наглядной форме, выделять дефициты при анализе и определять направления психолого-педагогической работы. Ее отличает вдумчивость, обучаемость, стремление разобраться в изучаемом материале, ответственность.

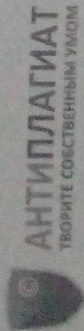
Изучение особенностей подростков, вовлеченных в социальные сети, Валерией Дмитриевной осуществлялось на протяжении двух лет. Материалы работы были представлены автором на III Всероссийском научном форуме «Наука будущего – наука молодых» в г. Нижний Новгород и вошли в сборник работ участников форума. Работа выполнена в рамках проекта ЦТП «Современное детство».

Выпускное квалификационное исследование Окладниковой Валерии Дмитриевны отвечает необходимым требованиям, предъявляемым к работам такого рода, может быть представлена к защите и заслуживает высокой оценки.

Научный руководитель:
к.п.с.н., доцент
доцент кафедры социальной психологии



А.А.Дьячук



Отчет о проверке на заимствования №1

Автор: zhelepov13@uclindex.ru / ID: 3136066

Проверяющий: zhelepov13@uclindex.ru / ID: 3136066

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - <http://www.antiplagiat.ru>

Зубовский
Д.П.
18.06.2017

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 13
Начало загрузки: 20.06.2018 02:44:43
Длительность загрузки: 00:00:01
Улн исходного файла: диплом_последн
Редактор (pdf.js)
Размер текста: 424 КБ
Символов в тексте: 144096
Слов в тексте: 16990
Число предложений: 1345

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 20.06.2018 02:44:45
Длительность проверки: 00:00:08
Комментарии: не указано
Модуль поиска:

ЗАИМСТВОВАНИЯ 22,27% ██████████
ЦИТИРОВАНИЯ 0%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ 77,73%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений. За исключением тех, которые система отнесла к цитированным, по отношению к общему объему документа.
Цитирование — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использованные корректным, по отношению к общему объему документа.
Оригинальность по ГОСТу — отношение объема уникального текста к общему объему документа.
Текстовые пересечения — фрагменты текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источники — документ, цитируемый или цитируемый, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Свершение — процесс завершения проверки документа, который происходит в случае, когда система не находит пересечений проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система выдает сообщение об окончании проверки документа, а также авторства найденных фрагментов проверяемого документа, оставшихся в документе.

№	Доля в тексте	Доля в тексте	Источники
991	0,0%	0,45%	Диссертация
992	2,02%	2,23%	Специальный интернет и увеличение дельта проблем...

Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Базис в тексте
http://www.fedres.gov.ru	19 Дек 2016	Модуль поиска Интернет	15
http://gostiprot.ru	15 Авг 2017	Модуль поиска Интернет	20

