

На правах рукописи

Плотников Александр Юрьевич

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ЦИФРОВОГО
ПОВЕДЕНИЯ СТУДЕНТОВ – ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата
психологических наук

Специальность: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии
(психологические науки)

Москва

2025

Работа выполнена на кафедре психологии и педагогики филологического факультета федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН)

Научный руководитель: доктор психологических наук (19.00.01), профессор **Ершова Регина Вячеславовна**, профессор кафедры психологии и педагогики филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Официальные оппоненты: доктор психологических наук (19.00.01), профессор **Березина Татьяна Николаевна**, профессор кафедры научных основ экстремальной психологии факультета экстремальной психологии ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»

доктор психологических наук (19.00.01), доцент **Низовских Нина Аркадьевна**, доцент по педагогической работе кафедры психологии факультета педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»

доктор психологических наук (5.3.1), доцент **Воробьева Ксения Андреевна**, доцент кафедры психологии личности Института психологии им. Л.С. Выготского ФГАОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»

Защита диссертации состоится «27» июня 2025 года в 15.00 часов на заседании постоянно действующего диссертационного совета ПДС 0500.004 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайтах <https://www.rudn.ru/science/dissovet/dissertacionnye-sovety/pds-0500004> и <https://vak.minobrnauki.gov.ru>

Автореферат разослан «___» _____ 20__ г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор педагогических наук, доцент

И.И. Просвиркина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной коммуникации, образования и самореализации студентов. По данным статистики, более 90% молодых людей ежедневно используют соцсети, что делает их ключевой аудиторией для изучения поведенческих паттернов, ежедневно они проводят там в среднем 2 часа 21 минуту, общаясь с друзьями, семьей и развлекаясь¹. Трансформация самих социальных платформ, превращение их в новое пространство для полноценной жизни: работы, покупок, общения, знакомств, отдыха, саморазвития, приводит к изменению поведения пользователей. Изучением механизмов и последствий погружения человека в социальные сети активно занимаются психологи. В фокусе их внимания находятся: онлайн-риски, интернет-зависимость, деструктивное использование социальных сетей, влияние социальных сетей на личностное развитие и социализационные процессы. При этом большинство исследований по цифровому поведению проведены на западных выборках. Культурные и образовательные особенности российских студентов требуют отдельного изучения.

Поскольку для студентов сегодня социальные сети – это виртуальное пространство формирования Я-концепции, поиска социальной поддержки и профессионального самоопределения, следовательно, изучение детерминант их поведения позволит глубже понять, как конструируется онлайн-идентичность, какие психологические факторы влияют на активность и специфику поведения в соцсетях.

Изучение особенностей поведения молодежи в цифровом пространстве согласуется с государственными целями в области образования и воспитания, а также общественными запросами, связанными с обеспокоенностью высокой степенью ее активности в цифровом пространстве.

Таким образом тема исследования имеет как теоретическую ценность (развитие цифровой психологии), так и практическую (разработка рекомендаций для студентов, педагогов и психологов).

Степень научной разработанности проблемы исследования.

Заявленная в исследовании проблематика разрабатывается в следующих направлениях: *риски использования социальных сетей* (В. И. Панов, Э. В. Патраков, Л. И. Батурина, К. Коман, Р. Ф. Фрогери, Р. М. Айсина, А. А. Нестерова, Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова, Т. А. Нестик, О. С. Дейнека, Л. Н. Духанина, А. А. Максименко, Р. М. Узденов, Ю. В. Пшегорская, A. Pellegrino, A. Stasi, V. Bhatiavesi, M. O'Reilly, N. Dogra, N. Whiteman, J. Hughes, S. Eruyar, P. Reilly, B. Schivinski, M. Brzozowska-Wos, E. Stansbury, J. Satel, C. Montag, H. Pontes, S. Aydin, O. Kocak, T. Shaw, B. Buber, E. Z. Akpınar, M. Younis, E. Mitropoulou, M. Karagianni, C. Thomadakis и др.), *интернет-зависимость* (Ю. М. Кузнецова, Н. В. Чудова, Н. В. Кочетков, А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова, А. В. Цветкова, Р. В. Ершова, Т. М. Корягина, M. Savcı, F. Aysan, A. Weinstein, M. Lejoyeux, K. Zajac, M. Ginley, R. Chang, N. Petry, D. Kuss и др.), *самопрезентация в социальных сетях* (Н. Н. Казнова, И. Г. Овчинникова, О. А. Гримов, Е. П. Белинская, О. В. Гавриченко, А. Е. Войскунский, Е. Е. Hollenbaugh, R. M. Ruiz, I. Alfonso-Fuertes, S. G. Vives, B. F. Piko, H. Kiss, A. Hartmann, C. Hamvai, K. Fitzpatrick и др.), *классификация интернет-активности пользователей цифрового пространства* (Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, И. С. Иванов, Н. М. Ищук, А. Мельник, J. Sonderman, M. Beard и др.), *изучение видов интернет-активности* (Г. Б. Паршукова, М. В. Жижина, И. В. Жилавская, И. Н. Погожина, А. И. Подольский, О. А. Идобаева, Т. А. Подольская, О. Н. Фаблинова, M. J. Bates, T. Wilson и др.).

Исследователями предпринимаются попытки изучить детерминацию цифрового

¹ <https://www.demandsage.com/social-media-users/>

поведения, связывая особенности его проявления с различными характеристиками личности: *мотивационными* (Е. Горбушина, Е. П. Белинская, Д. К. Франтова, Е. А. Припорова, Е. Р. Агадуллина, О. А. Гуркина, Д. В. Мальцева, А. Н. Веракса, Д. С. Корниенко, А. В. Чурсина, С. С. Stahl, I. Literat, A. Hosszu, C. Rughinis, R. Rughinis, D. Rosner и др.), *индивидуально-психологическими* (И. В. Абакумова, П. Н. Ермаков, Е. Г. Денисова, И. В. Куприянов, С. А. Щebetенко, Д. С. Корниенко, Н. А. Руднова, Е. А. Горбушина, N. B. Ellison, K. S. Shen, G. Seidman и др.), *социально-демографическими* (А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина, И. В. Сапон, А. Б. Углова, Б. А. Низомутдинов, С. В. Климовицкий, Г. В. Осипов, L. Y. Hunter, S. Jung, S. Banet-Weiser, C. Willem, I. Tortajada и др.), *когнитивными* (А. Д. Андреева, Н. С. Барон, И. В. Лысак, Д. П. Белов, D. E. Agosto, N. Barr, G. Pennycook, J. A. Stolz, J. A. Fugelsang, M. J. George, C. L. Odgers, S. Greenfield, T. Horowitz-Kraus, J. S. Hutton, S. Stieger, S. Wunderl и др.), *эмоциональными* (Н. С. Козлова, Е. Н. Комарова, A. Goldenberg, R. Willer, J. Zhang, Y. Xu, K. Sinclair-McBride, M. Rich и др.), *ценностно-смысловыми* (Л. И. Анцыферова, А. Г. Асмолов, А. А. Бодалев, Д. А. Леонтьев, С. Midgley, S. Thai, P. Lockwood, C. Kovacheff, X. Luo, T. Hussain, D. Wang, F. C. Godart, S. Seong, D. J. Phillips, V. Bhatiazevi и др.).

Несмотря на разработанность исследуемой темы, до сих пор как в отечественном, так и в зарубежном сегменте отсутствует классификация стратегий цифрового поведения пользователей социальных сетей, а выводы о её детерминации противоречивы и, как правило, сфокусированы на отдельных аспектах и характеристиках личности, без попыток комплексного взгляда на систему их взаимосвязей, что и определило **проблему исследования**.

Объект исследования – цифровое поведение в социальных сетях как психологический феномен.

Предмет исследования – психологическая детерминация выбора стратегий цифрового поведения в социальных сетях.

Цель исследования – теоретически обосновать и эмпирически подтвердить систему психологической детерминации стратегий цифрового поведения студентов в социальных сетях.

Гипотезы исследования.

1. Специфическое сочетание личностных характеристик и особенностей активности пользователей в социальных сетях определяет стратегии их цифрового поведения.

2. Цифровое поведение детерминируется совокупностью эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и влияет на общий уровень его психологического благополучия.

3. Наибольшую роль в детерминации цифрового поведения в социальной сети играют ценностно-смысловые и индивидуально-психологические характеристики пользователей, к которым относятся: тревожность, удовлетворенность жизнью, самоотношение, экстраверсия, добросовестность, доброжелательность, открытость опыту, нейротизм.

Для достижения поставленной цели в рамках выдвинутых гипотез решались следующие **задачи**:

1. На основе анализа научных представлений о цифровом поведении разработать теоретическую концепцию его психологической детерминации у студентов – пользователей социальных сетей.

2. Исходя из особенностей цифрового поведения и психологических характеристик пользователей социальных сетей, определить и описать стратегии их цифрового поведения.

3. Отдельно для каждой стратегии описать систему взаимосвязей между параметрами цифрового поведения в социальной сети и психологическими характеристиками пользователей.

4. Выявить специфическую для каждой стратегии цифрового поведения систему ее психологической детерминации.

5. Предложить предиктивные модели выбора стратегий цифрового поведения.

Теоретико-методологической основой работы выступают следующие научные принципы: 1) принцип системности (Б. Ф. Ломов, Э. Г. Юдин, В. Н. Садовский и др.), который использовался при разработке модели психологической детерминации стратегий цифрового поведения, включающей систему взаимосвязанных компонентов (поведенческого, эмоционального, когнитивного, индивидуально-психологического, ценностно-смыслового); 2) принцип единства сознания и деятельности (А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн и др.), который позволил рассмотреть цифровой образ человека как феномен, возникающий и развивающийся в процессе его интернет-активности; 3) принцип детерминизма, который позволил обосновать необходимость исследования факторов, определяющих формирование и проявление стратегий цифрового поведения пользователей в социальных сетях; 4) принцип активности, позволивший рассмотреть цифровое поведение как активность, формирование и содержание которой определяется осознанным и целенаправленным стремлением самого человека. Научные подходы отечественных и зарубежных исследователей психологии виртуального пространства (Е. П. Белинской, А. Е. Войскунского, Е. Н. Галичкиной, Е. А. Гончаровой, О. С. Иссерс, Е. А. Лавренчука, Н. Г. Марченко, А. А. Матусевич, И. Н. Розиной, И. Г. Сидоровой, M. Berg, D. Boyd, D. Crystal, R. Deller, A. Goddard, S. C. Herring, L. Shifman и др.), идеи С. Л. Рубинштейна, А. В. Брушлинского и др. о значимости внутренней детерминации деятельности, субъектности человека; теоретические подходы к исследованию процессов конструирования идентичности в сети интернет А.Г. Асмолова, А.Е. Войскунского, А.Е. Жичкиной, П. Келли, Ш. Теркл и др.; подходы к разработке стратегий коммуникативного поведения (Т.Г. Ватолина, О.И. Самосват, А.А. Баранов и др.).

Методы и методики исследования. В соответствии с целью исследования и выдвинутыми гипотезами использовался комплекс методов и методик:

1) метод теоретического анализа литературных источников по различным аспектам рассматриваемой проблемы;

2) эмпирические методы и методики: авторская анкета, направленная на выявление особенностей цифрового поведения пользователей социальных сетей; методика «Стратегии самопроявления» (СП) И. В. Шкуратовой; методика «Суверенность психологического пространства в социальной сети (ВСПП-СС)» А. А. Шаповаленко; морфологический тест жизненных ценностей (МТЖЦ) В. Ф. Сопова, Л. В. Карпушиной; опросник большой пятерки (BFI-2) в адаптации С. А. Щебетенко и др.; опросник самооотношения (ОСО) В. В. Столина, С. Р. Пантिलеева; русскоязычная версия опросника проблемного использования социальных сетей (PFUS), адаптированная Н. А. Сиротой и др.; шкала тревожности Бека (BAI); шкала удовлетворенности жизнью (SWLS) Д. А. Леонтьева, Е. Н. Осина; шкала чувствительности (HSPS) Р. В. Ершовой и др.;

3) методы математико-статистической обработки данных: коэффициенты альфа Кронбаха, коэффициенты Колмогорова-Смирнова и Шапиро-Уилка, кластерный анализ методом Уорда, однофакторный дисперсионный анализ Краскала-Уоллиса, корреляционный анализ методом Спирмена, факторный анализ методом главных компонент с варимакс вращением и нормализацией Кайзера, регрессионный анализ методом «Enter» с использованием компьютерной среды IBM SPSS Statistics 26.

Эмпирическая база исследования.

В исследовании приняли участие 383 человека в возрасте от 18 до 35 лет (средний возраст 21,58): 154 (40%) мужчин (средний возраст 19,36) и 229 (60%) женщин (средний возраст 22,33). Все респонденты являются активными пользователями социальных сетей. Большинство респондентов (268 человек, 70%) являются студентами бакалавриата, остальные

респонденты (115 человека, 30%) являются студентами магистратуры университетов РГГУ, РУДН, ГСГУ.

Обоснованность и достоверность основных положений, полученных результатов и выводов исследования обеспечены теоретико-методологической проработанностью проблемы, следованием основным методологическим и логико-научным принципам и соблюдением принятых нормативов теоретического и эмпирического психологического исследования, репрезентативностью выборки, использованием апробированных методик и способов статистической обработки данных, адекватных цели, предмету и задачам исследования. Большой объем проанализированного и систематизированного теоретического материала, высокая степень его обобщения, лежащая в основе логики построения эмпирического исследования, свидетельствуют о достоверности и научной состоятельности результатов и выводов работы.

Наиболее существенные и новые результаты исследования, полученные лично соискателем, и их научная новизна заключаются в следующем:

1. На основе теоретического анализа отечественных и зарубежных источников *уточнено понятие* «цифровое поведение» в социальной сети, которое рассматривается как внешне наблюдаемая активность, направленная на общение, обучение, развлечение, профессиональную реализацию и самопрезентацию, и проявляющаяся в просмотре контента, созданного другими пользователями (пассивное поведение), редактировании собственного профиля, размещении своего контента, поиске нужной информации, коммуникации с друзьями и близкими, участии в онлайн-дискуссиях (активное поведение).

2. *Разработана* теоретическая концепция психологической детерминации цифрового поведения, согласно которой данный вид поведения формируется под влиянием эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и связан с общим уровнем его психологического благополучия.

3. *Выделены* стратегии цифрового поведения в социальной сети, каждая из которых обладает набором специфических поведенческих признаков и психологических характеристик: «Наблюдатель в поиске одобрения», «Общение для развлечения», «Коллекционер лайков», «Бизнес превыше всего».

4. *Установлено*, что стратегии цифрового поведения имеют взаимосвязь с благополучием человека: пользователи, предпочитающие стратегии, направленные на выполнение определенных задач в цифровом пространстве («Общение для развлечения» и «Бизнес превыше всего»), больше удовлетворены жизнью и не страдают от проблемного использования социальных сетей, что нельзя сказать о пользователях, которые «поглощены» использованием социальных сетей («Наблюдатель в поиске одобрения» и «Коллекционер лайков»).

5. *Определены* базовые психологические детерминанты и предикторы использования каждой из стратегий цифрового поведения.

Теоретическая значимость работы определяется тем, что работа:

- способствует расширению представлений о цифровом поведении, его стратегиях и их отличительных признаках;
- акцентирует внимание на отличительных психологических характеристиках пользователей, демонстрирующих устойчивые поведенческие паттерны;
- вносит существенный вклад в понимание механизмов детерминации цифрового поведения пользователей социальных сетей;
- описывает предиктивные модели стратегий цифрового поведения пользователей в социальных сетях;
- раскрывает направления дальнейших исследований в аспекте изучения стратегий

цифрового поведения и психологических характеристик, влияющих на их выбор;

- вносит вклад в общую, социальную психологию, психологию личности, а также психодиагностику и дифференциальную психологию.

Практическая значимость диссертации обусловлена тем, что:

- теоретические положения и эмпирические результаты могут быть использованы для оценки влияния цифровой активности на психическое здоровье и психологическое благополучие пользователей;

- полученные в ходе исследования данные могут быть использованы для разработки превентивных программ и терапевтических методик работы с онлайн-рисками, особенно в условиях проникновения цифровых технологий в повседневную жизнь;

- выявленные закономерности могут быть использованы для разработки образовательных программ, направленных на повышение цифровых навыков и позволяющих не только снижать негативные последствия от деструктивного цифрового поведения, но и поддерживать здоровое развитие личной и социальной идентичности;

- основные теоретические положения и эмпирические результаты могут быть включены в курсы по общей, социальной, дифференциальной психологии, психологии личности, и использованы в рамках дополнительного профессионального образования при подготовке психологов к профессиональной деятельности в цифровую эпоху.

Исследования проводилось поэтапно.

1. На **первом** этапе (осень 2022г. – зима 2023г.) проведен анализ отечественной и зарубежной научной литературы, посвященной цифровому поведению пользователей социальных сетей. Проанализированы различные подходы к изучению поведения пользователей социальных сетей, сформулированы цель, объект, предмет, гипотезы и задачи исследования. Также определены структура и методология исследования, проведён отбор психодиагностических методик исследования, составлена анкета, направленная на выявление особенностей цифрового поведения пользователей социальных сетей.

2. На **втором** этапе (весна 2023г. – осень 2023г.) проведён сбор эмпирических данных для основной части исследования. Создана ссылка на размещенную в сети гугл-форму, содержащую все включенные в исследование опросники, распространена среди студентов ВУЗов, а также размещена на персональных страницах в социальной сети «ВКонтакте». На данном этапе также продолжался анализ отечественной и зарубежной научной литературы, в результате чего уточнены сформулированные во время предыдущего этапа гипотезы, а также сформулирована гипотеза о возможности выделения стратегий цифрового поведения.

3. На **третьем** этапе (зима 2023г. – весна 2024г.) полученные эмпирические данные количественно обработаны и качественно интерпретированы. Обработка и интерпретация данных позволила проверить гипотезы и сформулировать ключевые положения и выводы работы.

Положения, выносимые на защиту.

1. Цифровое поведение в социальных сетях – это внешне наблюдаемый вид активности, направленный на общение, обучение, развлечение, профессиональную реализацию и самопрезентацию, формирующийся под влиянием эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и связанный с общим уровнем его благополучия.

2. Комплекс поведенческих паттернов и психологических характеристик пользователей позволяет выделить стратегии поведения в социальных сетях:

- «Наблюдатель в поиске одобрения». Поведенческие признаки: пользователи проводят в социальных сетях более пяти часов, используя их в основном для общения со знакомыми людьми и просмотра контента, они ориентированы на удовлетворение потребности в одобрении окружающих через пассивную самопрезентацию в социальных

сетях (редко публикуют собственный контент, изменяют информацию о себе в профиле и т.д.), не участвуют в обсуждениях и онлайн-дискуссиях. Представители данной стратегии имеют высокий уровень проблемного использования социальных сетей. Психологические характеристики: обладают высоким уровнем тревожности, чувствительности, нейротизма, они склонны негативно оценивать себя и собственные поступки, не готовы к пониманию и безоценочному принятию себя, высокой значимостью для них обладает ценность сохранения индивидуальности.

- «Общение для развлечения». Поведенческие признаки: предполагает ежедневное пребывание в социальных сетях от одного до пяти часов; использует цифровое пространство для общения и просмотра контента; социальная сеть для представителей этой стратегии представляет собой место удовлетворения коммуникационных и досуговых потребностей; имеют низкий уровень проблемного использования социальных сетей. Психологические характеристики: добросовестны, обладают низким уровнем тревожности в сочетании со средним уровнем чувствительности; уважают и высоко оценивают себя; имеют выраженную установку на самопринятие; высокой ценностью для них является сохранение индивидуальности и социальных контактов, имеют высокий уровень удовлетворенности жизнью.

- «Коллекционер лайков». Поведенческие признаки: находятся в социальных сетях более трех часов, рассматривают сетевое пространство как место для самовыражения, поиска новых знакомств, удовлетворения потребности в одобрении окружающих через активную онлайн-коммуникацию и самопрезентацию; стремятся к созданию образа эксперта в разных областях (через публикации собственного контента, участие в онлайн-дискуссиях, комментарии на различные темы и т.п.), имеют низкий уровень проблемного использования социальных сетей. Психологические характеристики: высокий уровень тревожности и нейротизма, нормативные показатели самооценки и самоуважения в сочетании с установками на самоуверенность, самопринятие и самопоследовательность, низкий уровень удовлетворенности жизнью.

- «Бизнес превыше всего». Поведенческие признаки: ежедневно находятся в социальных сетях от трех до пяти часов, но используют их для рабочих или учебных целей, поиска необходимой информации удовлетворения потребности в карьерном росте и развитии личного бренда, их характеризует низкий уровень проблемного использования социальных сетей и готовность изменять собственное поведение в зависимости от задач. Психологические характеристики: отличаются низкой чувствительностью и тревожностью, экстравертированы, доброжелательны, удовлетворены жизнью; имеют выраженную установку на самопринятие, самопонимание; обладают высокой самооценкой и самоотношением.

3. Выбранная стратегия цифрового поведения в социальных сетях тесно связана с благополучием человека: пользователи, использующие социальные сети в качестве инструмента для работы или средства для проведения досуга («Общение для развлечения» и «Бизнес превыше всего»), имеют более высокие показатели по удовлетворенности жизнью и более низкие показатели по уровню проблемного использования социальных сетей, чем те, которые «поглощены» социальными сетями («Наблюдатель в поиске одобрения» и «Коллекционер лайков»).

4. Для выделенных стратегий цифрового поведения в социальных сетях характерна специфическая система взаимосвязей между особенностями цифрового поведения и психологическими характеристиками пользователей:

- «Наблюдатель в поиске одобрения» – тревожные пользователи стремятся создать сильный и авторитетный образ в соцсетях, используя стратегии примерности и запугивания. Они демонстрируют экспертность, но также готовы показывать силу для формирования

жесткого имиджа. Высокий уровень удовлетворенности жизнью у них сопровождается дискомфортом при отсутствии доступа к социальным сетям и трудностями с контролем времени, проведенного в них. Высокая чувствительность приводит к стремлению к приватности, что может увеличить проблемное использование социальных сетей. Самооценка способствует большему самораскрытию, что усиливается экстраверсией и доброжелательностью.

- «Общение для развлечения» – пользователи с высоким уровнем тревожности демонстрируют слабость в надежде на сочувствие и помощь. Они предпочитают онлайн-общение реальному, что сужает их ценностную сферу. Избыток времени в социальных сетях может снизиться при повышении уровня удовлетворенности жизнью и самооценки. Высокая чувствительность проявляется в стремлении к приватности, а экстраверсия и нейротизм подталкивают к отслеживанию впечатления, производимого на окружающих.

- «Коллекционер лайков» – пользователи испытывают постоянное желание проверять свои профили и стремятся продемонстрировать экспертность для получения положительной обратной связи. Они также склонны общаться в сети больше, чем в реальной жизни, но их мотивация заключается не в удовольствии от общения, а в поиске одобрения. Чрезмерное увлечение социальными сетями снижает значимость жизненных ценностей. Высокая чувствительность создает образ компетентного человека, а повышение самооценки уменьшает стремление понравиться другим и увеличивает приватность. Нейротизм и низкая доброжелательность могут приводить к демонстрации слабости в надежде на поддержку.

- «Бизнес превыше всего» – пользователи склонны к селективному самопредъявлению, что позволяет им минимизировать риски негативной обратной связи. Однако при высокой самооценке они менее подвержены вариативности поведения. Увеличение доброжелательности и добросовестности также способствует снижению вариативности. Уровень удовлетворенности жизнью влияет на готовность продемонстрировать экспертность и компетентность. Высокая чувствительность может стать фактором риска проблемного использования социальных сетей, сопровождаясь стремлением продемонстрировать силу и превосходство над другими.

5. Определенные в исследовании стратегии цифрового поведения в социальных сетях имеют базовые психологические детерминанты и предикторы использования каждой стратегии цифрового поведения:

- «Наблюдатель в поиске одобрения». Психологические детерминанты: выраженность установок на аутосимпатию, отношение других; высокая значимость ценностей социальных контактов, достижений и саморазвития; низкий уровень чувствительности. Предикторы: высокий уровень удовлетворенности жизнью, низкий порог чувствительности, высокий уровень доброжелательности, низкий уровень самоотношения и самоуважения, ожидание негативной обратной связи от окружающих.

- «Общение для развлечения». Психологические детерминанты: выраженность ценностей социальных контактов, саморазвития, креативности и собственного престижа; установка на самоинтерес, ожидание позитивной обратной связи от других людей; высокий уровень добросовестности и удовлетворенности жизнью; высокий уровень чувствительности. Предикторы: высокая значимость ценностей креативности, собственного престижа, низкая значимость физической сферы жизни, низкий уровень экстраверсии, высокий уровень открытости опыту.

- «Коллекционер лайков». Психологические детерминанты: выраженность ценностей социальных контактов, саморазвития и духовного удовлетворения; высокий нейротизм и добросовестность. Предикторы: сочетание у пользователей высокой ценности общественной жизни и низкой ценности саморазвития.

- «Бизнес превыше всего». Психологические детерминанты: высокий уровень

самоотношения и самооценки, добросовестности и экстраверсии, выраженность ценностей креативности и саморазвития. Предикторы: низкая ценность собственного престижа и социальных контактов, выраженная экстраверсия и низкий нейротизм.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и эмпирические результаты исследования обсуждались на методологических семинарах на кафедре психологии и педагогики филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы, на научных конференциях различного уровня: Международной научно-практической конференции «Личность в культуре и образовании: психологическое сопровождение, развитие, социализация: материалы» (Ростов-на-Дону, ЮФУ, 2022); XVIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Практическая психология образования XXI века» (Коломна, ГСГУ, 2023); Международной научно-практической конференции «Личность в современном обществе: исследование, образование, развитие», посвященная 85-летию доктора психологических наук, профессора, заслуженного работника высшей школы РФ, заслуженного профессора РУДН Александра Ивановича Крупнова, (Москва, РУДН, 2024); V Международная научно-практическая конференция «Приверженность вопросам психического здоровья» (Москва, РУДН, 2024); The 31 st International scientific conference “Educational research and school practice” (Белград, 2024).

Содержание исследования отражено в 10 опубликованных научных работах автора, из них 2 – в ведущих научных рецензируемых изданиях, рекомендованных Ученым советом Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы («Положение о присуждении ученых степеней» ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», утв. 19.02.2018), 1 статья – в ведущих научных рецензируемых изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования РФ.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Отраженные в диссертации положения и выводы соответствуют паспорту научной специальности 5.3.1 Общая психология, психология личности, история психологии по следующим пунктам: п. 1. Психическая жизнь и поведение человека. Детерминанты, определяющие психическую жизнь и поведение человека. Детерминация и самодетерминация как объяснительные конструкты поведения человека; п. 14. Эмоциональные процессы и состояния. Эмоциональная регуляция познавательных процессов и деятельности; п. 16. Мотивация, ее механизмы, формирование и функционирование. Потребности, мотивы, личностные ценности и ценностные ориентации, интересы, стремления; п. 23. Деятельность, ее генезис, структура, динамика и регуляция. Виды деятельности. Психология активности. Действия. Цели и целеобразование. Задачи в структуре деятельности; п. 28. Стилиевые характеристики. Индивидуальный стиль деятельности. Стили общения, активности, саморегуляции; п. 30. Структура личности. Цифровизация и виртуализация бытия как факторы трансформации личности; п. 40. Личность в цифровом пространстве. Реальное и виртуальное пространство в жизни человека. Личностные процессы в интернет-коммуникации.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы (277 наименований, из них 185 на иностранных языках) и 7 приложений. Основной текст диссертации проиллюстрирован 49 таблицами и 12 рисунками. Объем работы без приложений – 236 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность темы, разработанность проблемы диссертационного исследования, определены объект, предмет, цель, задачи, сформулированы гипотезы, представлена теоретико-методологическая основа, методы, эмпирическая база исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов

исследования; положения, выносимые на защиту, апробация и внедрение результатов исследования, соответствие диссертации паспорту научной специальности, а также – структура диссертации.

В первой главе «Анализ научных представлений о цифровом поведении пользователей социальных сетей» проведен обзорный анализ научной литературы, посвященной проблеме цифрового поведения в целом и в социальных сетях в частности. Взаимодействию человека и цифрового пространства посвящено множество исследований, что объясняется развитием и широким распространением современных технологий. Границу между реальностью и виртуальностью проводить становится всё труднее, так как человек постоянно находится одновременно в двух этих пространствах. Цифровой образ жизни сегодня становится уже не просто социальной силой (Г. Рейнгольд) и пространством для расширения возможностей человека (М. Маклюэн), но и трансформирует его психологические границы (Е. И. Рассказова, В. А. Емелина, А. Ш. Тхостов). Использованию цифрового пространства, которое является важнейшим аспектом цифрового образа жизни, посвящено множество исследований, которые рассматривают различные аспекты взаимодействия человека и Интернет-пространства. В частности, большое внимание уделяется изучению поведения пользователей в цифровом пространстве и социальных сетях: можно найти исследования, посвященные самопрезентации в социальных сетях (О. А. Гримов, Е. П. Белинская, О. В. Гавриченко, А. Е. Войскунский, Е. Е. Hollenbaugh и др.), интернет-зависимостям (Ю. М. Кузнецова, Н. В. Чудова, Н. В. Кочетков, А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова, А. В. Цветкова, М. Savcı, F. Aysan, P. В. Ершова, Т. М. Корягина и др.). В отечественных и зарубежных социологических и психологических исследованиях используются различные понятия для описания поведения в виртуальном пространстве: «информационное поведение», «медиаповедение», «интернет-поведение».

Изучив и проанализировав существующие подходы к изучению поведения пользователей социальных сетей, мы решили использовать в данной работе термин «цифровое поведение» (И. Н. Погожина, А. И. Подольский, О. А. Идобаева, Т. А. Подольская, Н. Г. Багдасарьян), так как в контексте данного термина активность пользователей представляется в виде целостной системы действий в цифровом пространстве, связанной с коммуникативными, когнитивными, мотивационными и эмоциональными особенностями пользователя. Изучение цифрового поведения заключается в сопоставлении внешне наблюдаемых цифровых следов, которые пользователи оставляют в цифровом пространстве, с личностными особенностями пользователей.

В отечественных и зарубежных исследованиях предпринимались попытки типологизации цифрового поведения с использованием разных классифицирующих признаков: интенсивность использования интернета, беспроводных мобильных устройств и интенсивность различных видов деятельности в интернете (Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, И. С. Иванов); тип взаимодействия с сетевой информацией (Н. М. Ищук); продолжительность пользовательской сессии, количество посещаемых сайтов, время нахождения на сайте, количество открываемых страниц и время нахождения на странице (M. Beard); мотивы выхода в Интернет (А. Мельник); мотивы передачи информации другим пользователям (J. Sonderman). Проведенный анализ всех предложенных стратегий показал, что критерии классификации являются узкими и несогласованными, что существенно затрудняет построение стройной концепции, которая бы включала описание природы, типологии, механизмов, детерминант цифрового поведения.

Изучение исследований, посвященных детерминации цифрового поведения в социальных сетях, показало, что, с точки зрения бихевиоральной парадигмы, поведение детерминировано стимулами среды и некоторыми внутренними мотивационными условиями. В отечественной психологии утверждается, что поведение человека в социальной

сети детерминировано не только внешними по отношению к субъекту факторами (например, интерфейсом, интерактивностью ресурса), но и внутренними причинами (когнитивными, мотивационными, эмоциональными, ценностно-смысловыми характеристиками личности).

Далее в главе рассмотрены результаты исследований, отражающие взаимосвязь перечисленных психологических характеристик и цифрового поведения. В качестве его мотивов исследователи выделяют творческие мотивы, мотивы социализации, экономические, развлекательные и информационные мотивы (Е. А. Припорова, Е. Р. Агадуллина, О. А. Гуркина, Д. В. Мальцева и др.). Отдельно изучается мотив самопрезентации, который проявляется в стремлении создавать посредством построения профиля в социальных сетях реалистичный или фальшивый образ себя (А. Н. Веракса, Д. С. Корниенко, А. В. Чурсина, Е. П. Белинская, Д. К. Франтова, A. Nadkarni, S. G. Hofmann и др.).

В некоторых исследованиях подчеркивается важность ценностно-смысловой сферы личности в формировании цифрового поведения в социальных сетях: ценностная сфера определяет, какие аспекты этого поведения являются более значимыми для пользователя (С. Midgley, S. Thai, P. Lockwood, C. Kovacheff, E. Page-Gould, Y. Chen, Q. Gao, X. Luo, T. Hussain, D. Wang, F. Zhou, J. Mou, B. Duffy, A. Pinch, S. Sannon, M. Sawey и др.). По утверждению Г. Л. Будинайте и Т. В. Корниловой, именно ценности являются «специфической формой смысловых образований в личностных структурах», имеющих непосредственное отношение к осмысленной мотивации деятельности.

Особый интерес для исследователей сегодня представляет изучение психологических характеристик пользователей в зависимости от определенного типа цифрового поведения, а также последствий использования социальных сетей (С. А. Щебетенко, И. В. Абакумова, П. Н. Ермаков, Е. Г. Денисова, И. В. Куприянов, О. В. Рубцова, А. С. Панфилов, В. К. Смирнова, З. И. Рябикина, Е. И. Богомолова и др.).

Из научных исследований следует, что социально-демографические факторы, например, возраст пользователя, играют важную роль в формировании стратегий использования социальных сетей (Д. С. Корниенко, Н. А. Руднова, Е. А. Горбушина, А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина, В. В. Хороших, Е. Б. Чарыкова, А. В. Щекотуров, R. Oksa, M. Kaakinen, N. Savela, N. Ellonen, A. Oksanen и др.). Молодые люди, как правило, активно пользуются сетями для общения, развлечения и самовыражения, тогда как старшее поколение уделяет больше внимания поддержанию социальных связей и чтению новостей.

Многие ученые указывают на то, что когнитивные процессы под влиянием активного взаимодействия с цифровым пространством претерпевают качественные и количественные изменения (А. Д. Андреева, Н. С. Барон, И. В. Лысак, Д. П. Белов, Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова, А. Е. Вишнева, D. E. Agosto, N. Barr, G. Pennycook, J. A. Stolz, J. A. Fugelsang, M. J. George, C. L. Odgers, S. Greenfield и др.).

Эмоции тесно взаимосвязаны с характером использования социальных сетей (Н. С. Козлова, Е. Н. Комарова). Положительные эмоции увеличивают время их активного использования (Н. С. Козлова, Е. Е. Черная, A. Goldenberg, R. Willer, J. Zhang, Y. Xu, P. Watkins, R. A. Emmons, M. R. Greaves, J. V. Bell и др.). Отрицательные эмоции, к которым относятся печаль, гнев, отвращение, презрение, стыд, смущение и вина, также оказывают большое влияние на цифровое поведение в социальных сетях (K. Sinclair-McBride, M. Rich, J. S. Hsu, C. Chiu, Y. Chang-Chien, K. Tang, J. Walther, T. Verma и др.). Например, пользователи, испытывающие печаль, часто ищут в социальных сетях эмоциональную поддержку.

Проведенный анализ природы, стратегий, детерминант цифрового поведения в социальных сетях позволил разработать теоретическую концепцию его детерминации, наглядно представленную на рисунке 1. Согласно концепции, цифровое поведение обладает рядом характеристик: формируется и изменяется под влиянием эмоциональных, ценностно-

смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя; особенности цифрового поведения пользователя социальной сети, с одной стороны, оказывают влияние на общий уровень его благополучия, с другой, претерпевают изменения в зависимости от уровня благополучия субъекта активности; психологические характеристики личности не только формируют её цифровое поведение, но и сами могут изменяться в процессе активного использования социальных сетей; последствия цифрового поведения для личности определяются не столько временем, проводимым в сети, сколько содержанием и качеством реализуемой в ней активности, целями использования: если социальные сети рассматриваются пользователем как инструмент для реализации каких-либо целей, то риск негативных последствий снижается, если же использование социальных сетей воспринимается как цель в себе, то этот риск возрастает, в особенности риск зависимого поведения.

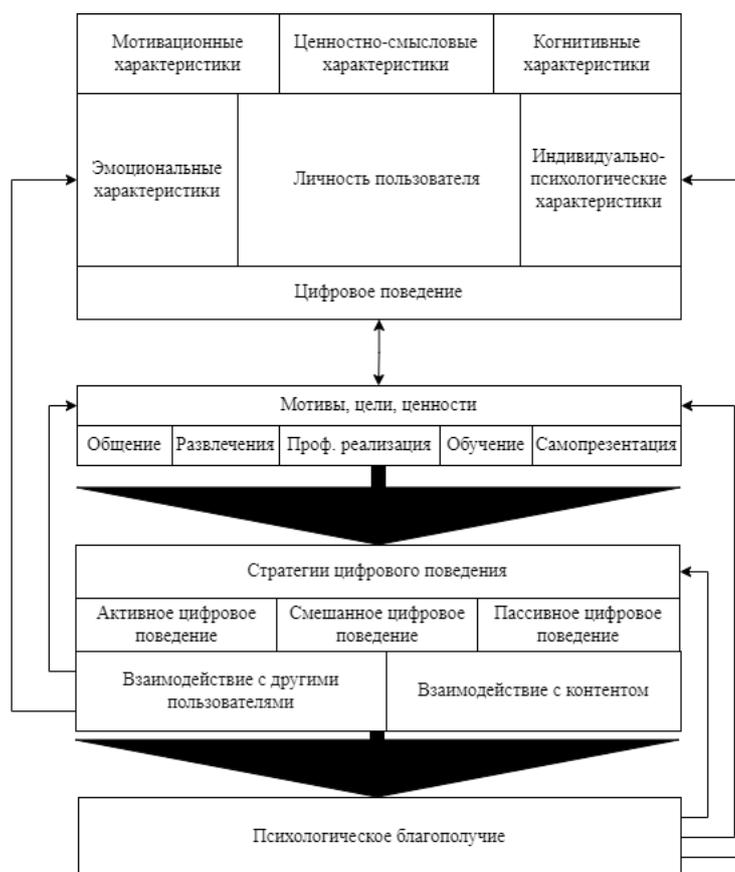


Рисунок 1. Теоретическая концепция психологической детерминации цифрового поведения

Во второй главе «Стратегии цифрового поведения пользователей социальных сетей» описана организация эмпирического исследования, сформулированы его задачи, дана характеристика эмпирической выборки, представлены результаты кластерного анализа, позволившего выделить стратегии цифрового поведения в социальных сетях, а также результаты анализа значимых различий в особенностях цифрового поведения и психологических характеристиках пользователей, выбирающих разные стратегии.

В исследовании приняли участие 383 человека в возрасте от 18 до 35 лет (средний возраст 21,58; стандартное отклонения 4,155; медиана 20 лет): 154 (40%) мужчин (средний возраст 19,36; стандартное отклонение 2,906; медиана 19) и 229 (60%) женщин (средний возраст 22,33; стандартное отклонение 4,25; медиана 21).

Данные, полученные на основе кластерного анализа, выполненного методом Уорда,

позволили выделить четыре стратегии цифрового поведения в социальных сетях: «Наблюдатель в поиске одобрения», «Общение для развлечения», «Коллекционер лайков», «Бизнес превыше всего».

Результаты анализа значимых различий, выполненного с использованием однофакторного дисперсионного анализа Краскала-Уоллиса, в параметрах цифрового поведения между пользователями, выбирающими разные стратегии, позволил выделить специфические поведенческие паттерны для каждой стратегии:

1. «Наблюдатель в поиске одобрения». Пользователи, придерживающиеся данной стратегии, находятся в состоянии online большую часть времени с активным использованием социальных сетей от пяти и более часов ежедневно. Они предпочитают общаться только со знакомыми людьми, редко знакомятся и проявляют инициативу в сетях. Основной целью использования социальных сетей для них является общение и просмотр контента, новостей в интересующих группах и профилях других людей. Главной отличительной характеристикой пользователей, прибегающих к данной стратегии цифрового поведения, является высокий балл проблемного использования социальных сетей, а наиболее популярной стратегией самопредъявления для них является стратегия «Отслеживание производимого впечатления».

2. «Общение для развлечения». Данная стратегия характеризуется посещением социальных сетей несколько раз в день, ежедневно пользователь проводит в них от одного до пяти часов. Пользователи, придерживающиеся этой стратегии цифрового поведения, общаются в социальных сетях исключительно со знакомыми людьми. Главной целью для них является коммуникация и просмотр контента. Они имеют низкий балл проблемного использования социальных сетей и наиболее высокий уровень суверенности психологического пространства личности в социальных сетях, что отличает их от пользователей, предпочитающих другие стратегии цифрового поведения. Наиболее предпочтительными стратегиями самопредъявления для них являются: «Стремление понравиться», «Отслеживание производимого впечатления», «Вариативность поведения».

3. «Коллекционер лайков». Пользователи, предпочитающие данную стратегию, ежедневно проводят в сетях от трёх часов, заходя в них несколько раз. Там они заводят новые знакомства, общаются с незнакомыми людьми, однако редко проявляют инициативу, предпочитая отвечать другим людям. Чаще всего данные пользователи заходят в социальные сети для общения. Они имеют низкие показатели проблемного использования социальных сетей и средние показатели суверенности психологического пространства личности. Их основной особенностью можно считать характерные для них стратегии самопредъявления: «Отслеживание производимого впечатления», «Вариативность поведения», «Примерность», «Стремление понравиться», «Самопродвижение». Перечисленные стратегии направлены на привлечение внимания с положительным откликом.

4. «Бизнес превыше всего». Пользователи, выбирающие эту стратегию цифрового поведения, заходят в социальные сети несколько раз в день, проводя в них от трех до пяти часов. Они используют социальные сети в основном для переписки и рабочих или учебных дел. У некоторых из них есть свой онлайн-бизнес или через свою страницу в сети они продают товары и услуги. В социальной сети они общаются со знакомыми, однако могут заводить и новые знакомства или участвовать в онлайн-мероприятиях. Они используют сети для поиска нужной информации. Эта особенность отличает данных пользователей от всех остальных. Представители стратегии «Бизнес превыше всего» имеют самые низкие показатели проблемного использования социальных сетей и суверенности психологического пространства личности в социальных сетях. Самой выраженной стратегией самопредъявления у них является стратегия «Вариативность поведения».

Пользователи, выбирающие разные стратегии цифрового поведения, обладают рядом специфических психологических характеристик, которые были определены с помощью

анализа значимых различий, выполненного методом однофакторного дисперсионного анализа Краскала-Уоллиса:

1. Пользователи со стратегией «Наблюдатель в поиске одобрения» тревожны, у них самые высокие из четырёх групп показатели по шкале чувствительности и нейротизма (эмоциональной неустойчивости), что свидетельствует о дисбалансе в эмоциональной сфере, негативном эмоциональном фоне. У них есть трудности с безусловным принятием себя: низкий уровень отношения к себе, низкая самопоследовательность; это люди, которым крайне важно чужое мнение, при этом к себе они могут быть чересчур требовательны. Главной жизненной ценностью для них является сохранение индивидуальности, а главной жизненной сферой выступает сфера физической активности.

2. Пользователи, выбирающие стратегию «Общение для развлечения», имеют низкий уровень тревожности и высокий – удовлетворенности жизнью. Они имеют высокий уровень самоуважения, самоуверенности, самопринятия и добросовестности. В процессе общения им важно сохранять суверенность и соблюдать определенную дистанцию; они приветливы, добродушны и способны контролировать себя и свой образ в социальных сетях. Главными жизненными ценностями для них являются «Сохранение индивидуальности» и «Социальные контакты», а главными жизненными сферами – «Общественная жизнь» и «Физическая активность».

3. Пользователи со стратегией «Коллекционер лайков» имеют достаточно высокий уровень тревожности и низкий уровень удовлетворенности жизнью. Говоря об отношении таких пользователей к самим себе, нужно отметить средние баллы по шкале «Глобальное самоотношение» и субшкалам «Самоуважение», «Самоуверенность», «Самопринятие», «Самопоследовательность». Также у данных пользователей наблюдается выраженный нейротизм. Таким образом, пользователи, выбирающие данную стратегию цифрового поведения, стремятся к онлайн-общению с целью понравиться и произвести хорошее впечатление. При этом они тревожны, не удовлетворены жизнью и самими собой. Возможно, посредством получения одобрения в социальных сетях они стремятся повысить мнение о самих себе. Главной жизненной сферой данных пользователей является «Общественная жизнь».

4. Пользователи, выбирающие стратегию «Бизнес превыше всего», имеют самые низкие результаты по уровню тревожности и чувствительности и самые высокие по шкале удовлетворенности жизнью. Они принимают себя в единстве достоинств и недостатков. Они экстравертированы и доброжелательны, в онлайн общении легко находят общий язык с незнакомыми людьми, приоритетно используют социальные сети для предпринимательства, учебы.

Полученные результаты позволили установить, что стратегии цифрового поведения в социальных сетях тесно связаны с уровнем общего благополучия человека: пользователи, использующие социальные сети в качестве инструмента для работы или средства для проведения досуга («Общение для развлечения» и «Бизнес превыше всего»), имеют более высокие показатели удовлетворенности жизнью и более низкие показатели по уровню проблемного использования социальных сетей, чем те пользователи, которые «поглощены» социальными сетями («Наблюдатель в поиске одобрения» и «Коллекционер лайков»).

В третьей главе «Психологические детерминанты и предикторы выбора стратегий цифрового поведения в социальных сетях» представлены результаты корреляционного, факторного и регрессионного анализов и их интерпретация. Полученные результаты позволили выявить основные взаимосвязи между особенностями цифрового поведения и психологическими характеристиками пользователей для каждой стратегии цифрового поведения, а также психологические детерминанты и предикторы их выбора.

В ходе корреляционного анализа, выполненного методом Спирмена, были выявлены

следующие значимые взаимосвязи для каждой стратегии:

1. «Наблюдатель в поиске одобрения» – это тревожные пользователи, которые стремятся создавать сильный и авторитетный образ в социальных сетях. Пользователи с большим количеством выраженных жизненных ценностей стремятся к подчеркиванию своей индивидуальности через совмещение двух стратегий самопредъявления: примерность и запугивание. Они демонстрируют экспертность и компетентность, чтобы служить примером для других людей, но в то же время они готовы показывать силу, чтобы создать «жесткий» образ. Высокий уровень удовлетворенности жизнью у них связан с ощущением дискомфорта в ситуациях, когда они не могут зайти в социальные сети и трудностями с контролем времени, проводимого в них. Если такие пользователи имеют высокий уровень чувствительности, они будут стремиться к увеличению приватности в социальных сетях. При этом их уровень проблемного использования социальных сетей начинает увеличиваться. Чем выше самооценка этих пользователей, тем больше они будут стремиться к самораскрытию в пространстве социальных сетей. Большему самораскрытию также способствует высокий уровень экстраверсии и доброжелательности.

2. Пользователи, выбирающие стратегию «Общение для развлечения» и имеющие высокий уровень тревожности, склонны к демонстрации слабости в социальных сетях в надежде на получение сочувствия и помощи. Для них в использовании социальных сетей самое главное – это общение с другими людьми. Они предпочитают онлайн-общение общению в реальной жизни. Это приводит к тому, что их ценностная сфера становится всё уже. От чрезмерного использования социальных сетей таких пользователей может избавить повышение уровня удовлетворенности жизнью, который способствует снижению уровня проблемного использования социальных сетей. Высокий уровень чувствительности проявляется у таких пользователей в стремлении к увеличению приватности. Повышение самооценки – ещё один способ снижения уровня проблемного использования социальных сетей для таких пользователей. В процессе социального взаимодействия пользователи с высоким уровнем экстраверсии, доброжелательности и нейротизма будут стремиться отслеживать впечатление, которое они производят на окружающих. Для коррекции этого впечатления они готовы менять собственное поведение.

3. Пользователи, выбирающие стратегию «Коллекционер лайков», имеют высокий уровень тревожности. Высокая чувствительность делает их уязвимыми к малейшим нюансам коммуникации, контролировать свою тревожность они пытаются через поиск положительной обратной связи (лайков) от других пользователей социальной сети: они испытывают постоянное желание проверять собственную страницу, стремятся продемонстрировать компетентность в разных вопросах, чтобы «понравиться» сетевым друзьям. Они, как и пользователи со стратегией «Общение для развлечения», больше склонны общаться в сети, чем в реальной жизни. Однако, в отличие от них, главный мотив коммуникации здесь не отдых и развлечение, а получение положительной обратной связи. Чрезмерное увлечение социальными сетями приводит их к снижению понимания значимости многих жизненных ценностей. Высокий уровень нейротизма и низкий уровень доброжелательности подталкивает их к демонстрации слабости в надежде на сочувствие и поддержку.

4. Пользователи со стратегией «Бизнес превыше всего» склонны к использованию селективного самопредъявления для минимизации рисков получения негативной обратной связи от окружающих. Для них важно самопродвижение, которое способствует достижению ими сугубо прагматичных профессиональных или учебных целей. Чем больше они удовлетворены жизнью, тем с большей готовностью они будут демонстрировать экспертность и компетентность в социальных сетях. Высокая чувствительность может выступать для таких пользователей фактором риска проблемного использования социальных сетей и сопровождаться стремлением к демонстрации силы и превосходства над другими.

Результаты факторного анализа, выполненного методом главных компонент с варимакс вращением и нормализацией Кайзера, позволили выявить базовые психологические детерминанты использования каждой стратегии цифрового поведения:

1. Стратегию цифрового поведения «Наблюдатель в поиске одобрения» склонны выбирать пользователи социальных сетей, которые высоко ценят приобретение и поддержание социальных связей, стремятся раскрывать свой потенциал, достигая всё новых высот, всесторонне развиваться. В структуре личностных свойств у таких пользователей преобладает ценностная доминанта. Они склонны прислушиваться к своим внутренним состояниям, относясь к самим себе с пониманием и заботой, и не стремятся обвинять себя за все неудачи, происходящие в жизни. Такие пользователи также характеризуются низким уровнем чувствительности и высоким порогом возбуждения. Им важно, что о них подумают окружающие, но при этом они стремятся познавать новое, сохраняя собственную индивидуальность. Уникальными для данной стратегии цифрового поведения являются параметры «Легкость возбуждения», «Общий балл чувствительности» и «Самоуверенность». Пользователи, предпочитающие стратегию цифрового поведения «Наблюдатель в поиске одобрения», характеризуются относительно низким уровнем чувствительности. От представителей других стратегий их отличает выраженная уверенность в себе, своих силах и возможностях.

2. Стратегию цифрового поведения «Общение для развлечения» скорее выберут пользователи социальных сетей, для которых важно общение с другими людьми и саморазвитие. Главенствующим фактором у данных пользователей является их эгоидентичность, стремление к саморазвитию, достижениям и улучшению престижа. Такие пользователи стремятся активно использовать для разных целей свой творческий потенциал. Они открыты для общения, удовлетворены собственной жизнью и в целом позитивно относятся к самим себе, но для них крайне важно то, какое впечатление о них формируется у окружающих. Важно подчеркнуть, что высокая чувствительность представителей этой группы, в сочетании с выраженным нейротизмом и тревожностью, может выступать фактором риска развития эмоциональных расстройств в случае, если цели их коммуникации в сети не достигнуты.

3. Пользователи, выбирающие стратегию цифрового поведения «Коллекционер лайков», могут быть охарактеризованы следующим образом: с одной стороны, они стремятся к установлению и поддержанию социальных контактов, саморазвитию и обретению духовного удовлетворения; с другой, для них характерны высокий уровень нейротизма и тревожности, они иногда не готовы принимать самих себя и сталкиваются с трудностями, когда пытаются контролировать свою жизнь, время от времени они плохо понимают, что происходит в их жизни, поэтому имеют склонность к экстернальному локусу контроля, скорее связывая неудачи с обстоятельствами и другими людьми, вместе с тем они удовлетворены жизнью, открыты как к общению, так и к познанию нового.

4. Пользователи, выбирающие стратегию цифрового поведения «Бизнес превыше всего», обладают следующим набором психологических характеристик: они высоко оценивают свой творческий потенциал и стремятся раскрыть его в ходе цифрового общения и самопрезентации; они бережно относятся к самим себе, прислушиваются к собственным чувствам, эмоциям и состояниям. Они обладают способностью к рациональному и последовательному выстраиванию собственных действий, в том числе в социальной сети. У них нет выраженной тревожности и нейротизма. Они удовлетворены жизнью, доброжелательны и открыты для любого жизненного опыта.

С помощью регрессионного анализа, выполненного методом «Enter», были найдены предикторы выбора описанных стратегий цифрового поведения (таблицы 1-4):

Таблица 1

Регрессионная модель для стратегии «Наблюдатель в поиске одобрения»

Предикторы	B	SE	β	t	p
Шкала удовлетворенности жизнью	0,020	0,004	0,322	4,459	0,000
Низкий порог чувств НПЧ	0,023	0,006	0,259	3,801	0,000
Глобальное самоотношение	-0,008	0,002	-0,465	-3,143	0,002
Шкала самоуважения	-0,009	0,002	-0,600	-4,624	0,000
Шкала ожидаемого отношения	-0,005	0,002	-0,302	-2,922	0,004
Шкала самоуверенности	0,006	0,002	0,404	3,780	0,000
Шкала самопринятия	0,005	0,002	0,322	2,957	0,003
Шкала самообвинения	-0,005	0,002	-0,333	-3,120	0,002
Шкала самоинтереса	0,004	0,001	0,308	3,100	0,002
Шкала самопонимания	0,006	0,001	0,400	5,248	0,000
Доброжелательность	0,013	0,004	0,189	3,221	0,001
Негативная эмоциональность (нейротизм)	0,009	0,003	0,230	2,800	0,005

1. Значимыми предикторами выбора стратегии цифрового поведения «Наблюдатель в поиске одобрения» являются: «Удовлетворенность жизнью», «Низкий порог чувствительности», «Глобальное самоотношение», «Самоуважение», «Ожидаемое отношение от других», «Установка на самоуверенность», «Установка на самопринятие», «Установка на самообвинение», «Установка на самоинтерес», «Установка на самопонимание», «Доброжелательность», «Негативная эмоциональность (нейротизм)» (таблица 1). На выбор данной стратегии в большей степени влияют следующие предикторы: «Удовлетворенность жизнью», «Низкий порог чувствительности» и «Доброжелательность». Все они имеют положительное влияние. Это значит, что удовлетворенные жизнью пользователи с низким порогом чувствительности, склонные к сочувствию, уважительным и доверительным отношениям, с большей вероятностью выберут стратегию цифрового поведения «Наблюдатель в поиске одобрения» при построении профиля и взаимодействии с другими людьми в социальных сетях. Проведенное исследование показывает, что использование данной стратегии предполагает наличия у пользователей следующих индивидуально-психологических особенностей: высокий уровень удовлетворенности жизнью; низкий порог чувствительности; низкий уровень глобального самоотношения, самоуважения и ожидаемого отношения от окружающих; высокий уровень доброжелательности и нейротизма. Говоря об отношениях с собственным «Я», предполагается выраженность установок на самоуверенность, самопринятие, самоинтерес, самопонимание и невыраженность установки на самообвинение.

Таблица 2

Регрессионная модель для стратегии «Общение для развлечения»

Предикторы	B	SE	β	t	p
Креативность	0,066	0,023	0,378	2,901	0,004
Собственный престиж	0,078	0,026	0,361	2,997	0,003
Физич. Жизнь	-0,093	0,029	-0,456	-3,150	0,002
Шкала самоуважения	0,007	0,002	0,454	3,217	0,001
Экстраверсия	-0,019	0,004	-0,371	-4,667	0,000
Открытость опыту	0,015	0,004	0,238	3,918	0,000

2. Значимыми предикторами выбора стратегии цифрового поведения «Общение для развлечения» являются:

развлечения» являются: «Креативность», «Собственный престиж», «Физическая жизнь», «Самоуважение», «Экстраверсия», «Открытость опыту» (таблица 2). Наиболее выраженными предикторами выбора стратегии цифрового поведения «Общение для развлечения» оказались: «Креативность», «Собственный престиж», «Физическая жизнь», «Экстраверсия» и «Открытость опыту». Все предикторы, кроме «Физическая жизнь» и «Экстраверсия», оказывают положительное влияние. Выявленные предикторы предполагают наличие у пользователей, выбирающих данную стратегию, следующих индивидуально-психологических особенностей: высокая ценность креативности, желание творчески подходить к решению различных задач и к проявлению себя в цифровом пространстве; высокая ценность собственного престижа, стремление поддерживать созданный имидж, быть наставником; установка на самоуважение, склонность к бережному отношению к самому себе, уважение собственных поступков, стремлений и силы; открытость опыту, готовность воспринимать что-то новое в различных жизненных ситуациях; низкий уровень экстраверсии, нежелание часто вовлекаться в социальное взаимодействие; низкая значимость физической жизни, недостаточное внимание к собственному физическому состоянию.

Таблица 3

Регрессионная модель для стратегии «Коллекционер лайков»

Предикторы	B	SE	β	t	p
Саморазвитие	-0,065	0,022	-0,396	-2,940	0,004
Обществ. Жизнь	0,122	0,023	0,736	5,337	0,000
Шкала самопринятия	-0,005	0,002	-0,380	-3,270	0,001

3. Значимыми предикторами выбора стратегии цифрового поведения «Коллекционер лайков» являются: «Саморазвитие», «Общественная жизнь», «Установка на самопринятие» (таблица 3). Для данной стратегии цифрового поведения было выявлено меньше предикторов, чем для предыдущих стратегий. Это может говорить о том, что стратегия «Коллекционер лайков» менее определена и не задана жестким набором личностных характеристик, а, возможно, чаще обусловлена ситуационно. Наиболее сильными предикторами выбора данной стратегии являются «Саморазвитие» и «Общественная жизнь». Предиктор «Саморазвитие» имеет отрицательную связь с выбором данной стратегии. Значит, данную стратегию, вероятнее всего, выберут люди, не слишком увлеченные познанием собственных индивидуальных особенностей и стремлением к развитию собственных навыков, умений и способностей. Такие люди высоко ценят общественную жизнь. Им важно участвовать в различных онлайн-мероприятиях и обсуждениях, высказывать собственное мнение и воспринимать мнение окружающих, они склонны к некритичному восприятию самих себя, собственных особенностей, сильных и слабых сторон, на что указывает обратная корреляционная связь с предиктором «Установка на самопринятие».

Таблица 4

Регрессионная модель для стратегии «Бизнес превыше всего»

Предикторы	B	SE	β	t	p
Социальные контакты	-0,064	0,022	-0,355	-2,941	0,003
Собственный престиж	-0,112	0,022	-0,559	-5,177	0,000
Шкала самопонимания	-0,007	0,001	-0,456	-6,146	0,000
Экстраверсия	0,012	0,003	0,246	3,460	0,001
Негативная эмоциональность (нейротизм)	-0,017	0,003	-0,431	-5,375	0,000

4. Значимыми предикторами выбора стратегии цифрового поведения «Бизнес превыше

всего» являются: «Социальные контакты», «Собственный престиж», «Установка на самопонимание», «Экстраверсия», «Негативная эмоциональность (нейротизм)» (таблица 4). Все предикторы, кроме параметра «Экстраверсия», имеют обратную связь с данной стратегией. Стратегию «Бизнес превыше всего» с большей вероятностью выберут люди, не стремящиеся завоевывать признание в цифровом пространстве, устанавливая благоприятные отношения и расширять собственные межличностные связи в социальных сетях, не обладающие высокой тревожностью, депрессивностью или эмоциональной изменчивостью; общительные, настойчивые и энергичные. Такие несовместимые результаты связаны со спецификой данной стратегии, которая заключается в том, что социальные сети для таких пользователей являются скорее рабочим пространством. Возможно, поэтому они не рассматривают социальные сети как пространство для общения с близкими и друзьями.

Результаты проведенных статистических анализов позволили подтвердить разработанную в ходе исследования теоретическую концепцию психологической детерминации цифрового поведения, согласно которой цифровое поведение в социальной сети, рассматриваемое как один из главных аспектов цифрового образа жизни, можно определить как внешне наблюдаемый вид активности, направленный на общение, обучение, развлечение, профессиональную реализацию и самопрезентацию, формирующийся под влиянием поведенческих, эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и связанный с общим уровнем его благополучия.

В Заключении обобщаются результаты исследования, излагаются основные выводы, подтверждающие гипотезы и положения, выносимые на защиту, освещаются перспективы дальнейших исследований.

В ходе проведенного эмпирического исследования были решены следующие задачи исследования:

1. Уточнено понятие «цифровое поведение» и разработана теоретическая концепция психологической детерминации цифрового поведения. Согласно концепции, цифровое поведение рассматривается как внешне наблюдаемый вид активности, направленный на общение, обучение, развлечение, профессиональную реализацию и самопрезентацию, формирующийся под влиянием эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и связанный с общим уровнем его благополучия.

2. Исходя из особенностей цифрового поведения и психологических характеристик пользователей, были выделены четыре стратегии цифрового поведения в социальных сетях: «Наблюдатель в поиске одобрения», «Общение для развлечения», «Коллекционер лайков», «Бизнес превыше всего». Полученные эмпирические результаты позволили составить обобщенные психологические портреты пользователей, выбирающих разные стратегии. Таким образом, *была подтверждена первая гипотеза* исследования.

3. С помощью корреляционного анализа были описаны специфические для каждой стратегии системы взаимосвязей между особенностями цифрового поведения и психологическими характеристиками пользователей.

4. Проведенный факторный анализ позволил выявить уникальную для каждой стратегии цифрового поведения систему её психологической детерминации, что позволило эмпирически подтвердить разработанную в ходе исследования теоретическую концепцию. Полученные данные *подтверждают вторую гипотезу* исследования.

5. По результатам регрессионного анализа были предложены предиктивные модели выбора каждой стратегии цифрового поведения.

На основе использованных в исследовании методов статистического анализа были определены наиболее значимые детерминанты и предикторы цифрового поведения, и таким

образом, *подтверждена третья гипотеза* исследования.

Ограничения проведенного исследования связаны с недостаточной уравновешенностью выборок пользователей, предпочитающих разные стратегии цифрового поведения в социальных сетях. Преодоление данного ограничения позволит провести более тщательный анализ пользователей, использующих разные стратегии цифрового поведения в социальных сетях.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на расширение и углубление понимания выявленных в данной работе стратегий цифрового поведения в социальных сетях, уточнение взаимосвязей и тенденций между особенностями цифрового поведения и психологическими характеристиками пользователей. Развитие данной темы может быть полезно для разработки персонифицированных психолого-педагогических программ обучения цифровой грамотности, предупреждения онлайн-рисков и сопровождения использования социальных сетей, которые будут учитывать цели, особенности и специфику стратегий, которые могут использовать пользователи социальных сетей.

Основные положения диссертации получили отражение в следующих публикациях автора:

1. Ершова, Р. В. **Человек цифровой: психологические особенности современного поколения** / Р. В. Ершова, Т. М. Корягина, А. Ю. Плотников. – Коломна : Государственный социально-гуманитарный университет, 2024. – 154 с. – EDN BSPHPH. (Монография)

2. Ершова, Р. В. **Индивидуально-психологические и когнитивные особенности цифрового поведения пользователей социальных сетей** / Р. В. Ершова, А. Ю. Плотников // *Человеческий капитал*. – 2023. – № 11-2(179). – С. 90-99. – DOI 10.25629/НС.2023.11.38. – EDN DQYQUK. (ВАК)

3. Семиздралова, О. А. **Межпоколенческий конфликт: современное состояние вопроса** / О. А. Семиздралова, А. Ю. Плотников // *Мир психологии*. – 2024. – № 4(119). – С. 78-88. – DOI 10.51944/20738528_2024_4_78. – EDN YTHASQ. (РУДН ВАК К1)

4. Ершова, Р. В. **Факторы, влияющие на выбор стратегии цифрового поведения пользователями социальных сетей** / Р. В. Ершова, А. Ю. Плотников // *Актуальные проблемы психологического знания*. – 2025. – № 1(70). – С. 25-41. – DOI 10.51944/20738544_2025_1_25. – EDN WXBERF. (РУДН ВАК К2)

5. Антонов, Д. Д. **Особенности сферы межличностных отношений у игроков, предпочитающих различные жанры компьютерных игр** / Д. Д. Антонов, Д. М. Шарковский, А. Ю. Плотников // *Новые психологические исследования*. – 2022. – Т. 2, № 3. – С. 184-222. – DOI 10.51217/npsyresearch_2022_02_03_09. – EDN MLZYGB.

6. Ershova Regina Vyacheslavovna, Plotnikov Alexandr Yurievich, Bashkin Evgeny Bronislavovich. (2024). Students' Online Learning Strategies: How E-Learning Data Can Help Identify them and Improve Learning Effectiveness. *EVOLUTIONARY STUDIES IN IMAGINATIVE CULTURE*, 1764–1776. <https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.2756>

7. Плотников, А. Ю. **Личностные характеристики пользователей, предпочитающих различные социальные сети** / А. Ю. Плотников // *Практическая психология образования XXI века: Сборник научных статей и материалов XVIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Коломна, 16 февраля 2023 года* / Под общей редакцией Р.В. Ершовой. – Коломна: Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области "Государственный социально-гуманитарный университет", 2023. – С. 156-160. – EDN NSXMXL.

8. Плотников, А. Ю. **Построение самопрезентации в социальных сетях и связь самопрезентации с уровнем социального самоконтроля** / А. Ю. Плотников, Н. А. Голубева // *Высшая школа: научные исследования* : материалы Межвузовского международного

конгресса, Москва, 28 апреля 2022 года. Том Часть 2. – Москва: Инфинити, 2022. – С. 26-38. – DOI 10.34660/INF.2022.38.85.180. – EDN AQYHBI.

9. Плотников, А. Ю. Особенности построения сампорезентации в социальных сетях / А. Ю. Плотников // Личность в культуре и образовании: психологическое сопровождение, развитие, социализация: материалы Международной научно-практической конференции. – 2022. – № 10. – С. 456-463. – EDN MEAXIZ.

Плотников Александр Юрьевич (Российская Федерация)
Психологические детерминанты цифрового поведения пользователей
социальных сетей

Предметом диссертационного исследования являются психологические детерминанты выбора стратегий цифрового поведения. В рамках исследования расширено представление о цифровом поведении в социальных сетях. Цифровое поведение в социальных сетях понимается как внешне наблюдаемая активность, направленная на общение, обучение, развлечение, профессиональную реализацию и самопрезентацию и проявляющаяся в просмотре контента, созданного другими пользователями (пассивное поведение), редактировании собственного профиля, размещении своего контента, поиске нужной информации, коммуникации с друзьями и близкими, участии в онлайн-дискуссиях (активное поведение). Согласно разработанной в исследовании теоретической концепции цифрового поведения, данный вид поведения формируется под влиянием эмоциональных, ценностно-смысловых, индивидуально-психологических, когнитивных и мотивационных характеристик пользователя и влияет на общий уровень его психологического благополучия.

В настоящем исследовании определена специфика поведенческого проявления разных стратегий цифрового поведения в социальных сетях. Установлены специфические для каждой стратегии психологические характеристики пользователей, взаимосвязи между ними и особенностями цифрового поведения, психологические детерминанты и предикторы выбора стратегий цифрового поведения пользователями социальных сетей.

Plotnikov Alexander Yurievich (Russian Federation)
Psychological determinants of digital behavior of social network users

The subject of the dissertation research is psychological determinants of the choice of digital behavior strategies. The study expands the understanding of digital behavior in social networks. Digital behavior in social networks is understood as an activity externally observed, aimed at communication, learning, entertainment, professional implementation and self-presentation, and manifested in viewing content created by other users (passive behavior), editing one's own profile, posting one's own content, searching for necessary information, communicating with friends and relatives, participating in online discussions (active behavior). According to the conceptual model of digital behavior developed in the study, this type of behavior is formed under the influence of emotional, value-meaning, individual-psychological, cognitive and motivational characteristics of the user, and affects the overall level of his/her psychological well-being.

In this study, the specificity of behavioral manifestation of different strategies of digital behavior in social networks is determined. The psychological characteristics of users specific for each strategy, interrelations between them and the features of digital behaviour, psychological determinants and predictors of the choice of digital behaviour strategies by users of social networks were established.