

## ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЮДЕЙ, ПРИБЕГАЮЩИХ К ИНТЕРНЕТ-ЗНАКОМСТВАМ

В статье рассматриваются результаты проведенного исследования в сфере Интернет-знакомств, целью которого было выявить личностные особенности людей, прибегающих к данному способу знакомств.

*Ключевые слова:* Интернет, интернет-знакомства, личность, социальная сеть, сайт знакомств.

В современном обществе значительная часть межличностных взаимоотношений опосредована Интернетом.

«Интернет представляет собой глобальное информационное, смысловое, коммуникативное поле и является тем фактором, значение которого в жизни современного образованного человека постоянно повышается» [1].

По статистике около трети населения земного шара имеет в настоящее время доступ к Интернету. По прогнозам Международного союза электросвязи (МСЭ), к 2020 г. число подключенных к Интернету устройств опередит количество пользователей в соотношении шесть к одному. При этом мобильный Интернет будет превращаться во все более агрессивную информационную среду за счет внедрения программного обеспечения, которое само предлагает пользователям новостную информацию [2].

В интернете можно найти практически любую информацию по работе, учебе, о друзьях, но не менее востребованы знакомства в сети, так как общение в интернете снижает психологический барьер. Гораздо проще «добавить в друзья» или прокомментировать фотографию, нежели подойти на улице и познакомиться. К тому же информация на страничке сразу заменяет и даже отменяет этапы знакомства, так как сразу известны интересы, увлечения, место работы/учебы и т. д. И теперь первое впечатление складывается при просмотре страницы, информация на которой нередко бывает выдуманной [5].

В связи с этим, знакомства по интернету уже не считаются редким явлением, однако вызывают постоянные дискуссии и споры, связанные с одобрением и неодобрением данного вида взаимоотношений, с рассмотрением особенностей личности людей, прибегающих к знакомствам в Интернете, их потребностно-мотивационной сферы, особенностей характера, самооценки и т.п.

Социальные сети влияют на личность не только в аспекте межличностного общения, умения понимать эмоции, но и в части формирования направленности личности. Обрывочность, фрагментарность и характер представленной в социальных сетях информации формирует потребительскую направленность личности. Легкость восприятия фрагментарной информации, ее подача в каче-

---

\* Назарова Инна Олеговна – магистрант кафедры социальной и экономической психологии, социологии и социальной работы БГУ, e-mail: heart-i@yandex.ru.

стве абсолютной и правдивой, без подведения доказательств формирует у пользователей социальных сетей иллюзию знания. Постоянное восприятие фрагментарной информации, легкой для понимания, с отсутствием большого количества связного текста приводит к тому, что молодежь и подростки начинают плохо воспринимать большой объем информации, тем более текстовой, с трудом сосредотачиваются на каком-либо процессе длительное время, ухудшаются мотивационно-волевые навыки, механизмы произвольного внимания [4].

Психологические исследования в этой области ведутся сравнительно недавно, преимущественно в рамках зарубежной психологии.

Так исследованием основных характеризующих черт личности и роли Интернета в ее развитии посвящены труды Д. Белла М. Кастельса, Н. Лумана, К. Черри и др.

Изучением специфики взаимодействия и взаимоотношений в Интернет-среде занимались Ю. Бабаева, Е. Белинская, М. Бергельсон, Е. Галичкина, Е. Жичкина, В. Нестерова и др.

Предварительный анализ научно-теоретических подходов к рассмотрению взаимосвязи личностных особенностей людей, прибегающих к интернет-знакомствам выявил наличие противоречий между многообразием подходов к изучению особенностей личности и отсутствием системного подхода к рассмотрению данного феномена применительно к личности людей, прибегающих к интернет-знакомствам;

В связи с вышесказанным, целью данного исследования является изучение личностных особенностей людей, прибегающих к интернет-знакомствам.

В данном исследовании мы допускаем предположения, что личность людей, прибегающих к интернет-знакомствам отличается следующими особенностями: преобладание низкой самооценки, доминирование мотивации избегания неудач, низкий уровень жизнестойкости.

Методологическую основу исследования составили научные идеи, теории и концепции в области психологических особенностей личности: Б.Г. Ананьева, В.Н. Мясищева, А.В. Петровского, С.Л. Рубинштейна и др.; исследования в области мотивационной сферы личности Ф. Герцберга, А. Маслоу, Д. Макклелланда, и др.; в области взаимодействия и взаимоотношений в интернет-среде: Ю. Бабаева, Е. Белинская, М. Бергельсон, Е. Галичкина, Е. Жичкина, В. Нестерова и др.

В нашем исследовании принимали участие 100 чел., пользователи интернет-ресурсов, из них 50 мужчин и 50 женщин в возрасте от 25 до 35 лет, в супружеских отношениях состоят 73 человека, все респонденты имеют окончательное высшее образование.

Исследования проводилось с помощью методов анкетирования и тестирования на основе 16-факторного опросника Кеттела [3, с. 192]. Анкета включает 13 открытых вопросов.

Анкета подлежала качественному анализу, в результате которого удалось сделать определенные выводы об особенностях личностей, прибегающих к интернет-знакомствам и не знакомящихся в Интернете.

На рис. 1 изображено процентное соотношение людей, имеющих опыт регистрации на сайтах знакомств. Наиболее популярен способ Интернет-знакомств у респондентов в возрасте около 30 лет.

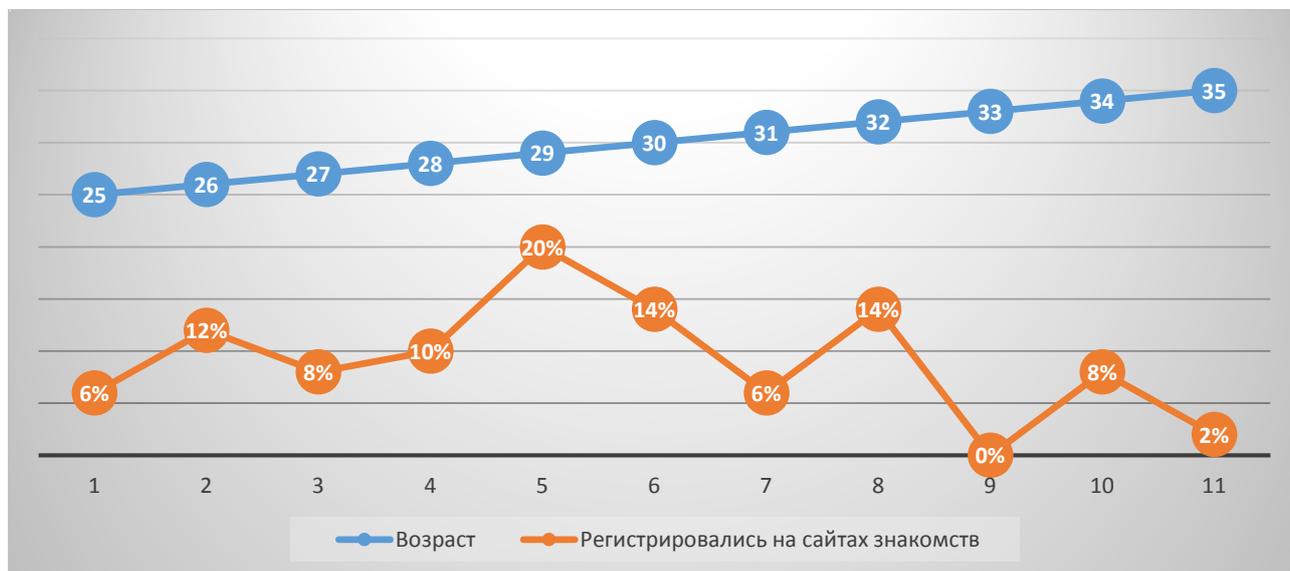


Рис. 1. Возраст людей, прибегающих к интернет-знакомствам

Анкетирование показало, что люди, не считающие серьезным способ знакомств в Интернете, тем не менее, зарегистрированы в таких популярных социальных сетях как «Вконтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram».

На рис. 2. представлены данные о наиболее популярных среди опрошенных респондентов сайтах/приложениях, при помощи которых возможны интернет-знакомства.

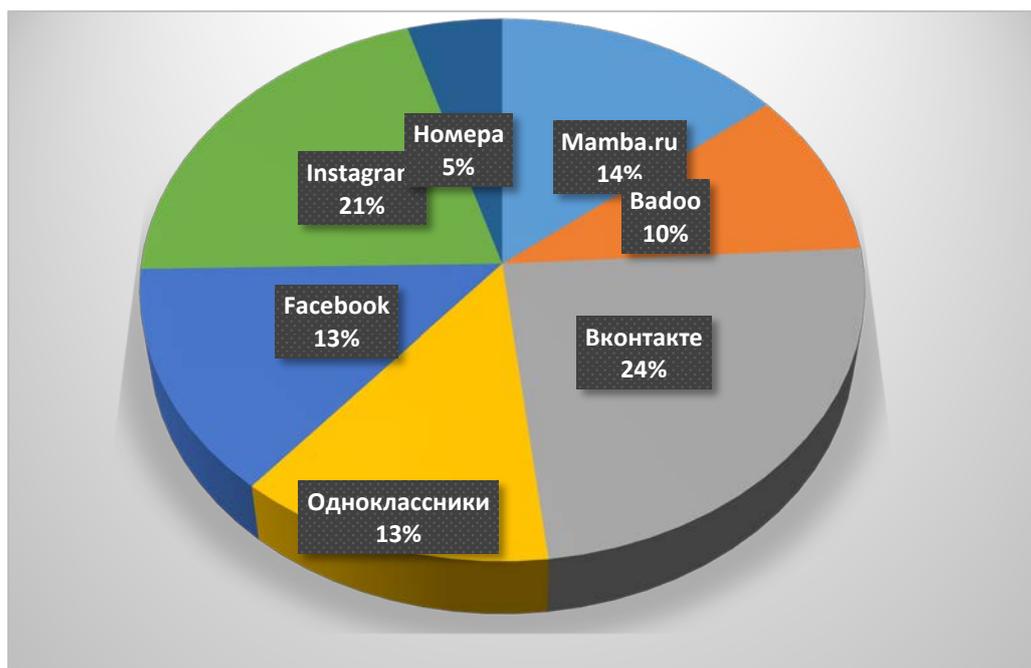


Рис. 2. Сайты/приложения

Наиболее популярным среди испытуемых оказался сайт «ВКонтакте», «Instagram», «Одноклассники» и «Facebook». Но, следует отметить, что часть респондентов использует представленные сайты не с целью знакомств.

На вопрос «К какому результату привели (или могут привести) Интернет-знакомства» 16 % опрошенных считают, что к никакому, 32 % – состоится встреча, 14 % – завяжутся дружеские отношения, 30 % считают возможным построить серьезные отношения и 8 % ответили, что интернет-знакомства могут привести к заключению брака.

Люди, знакомящиеся в Интернете, преследуют различные цели. Опрошенные респонденты отмечали, в основном, следующие цели:

- восполнить недостающую часть общения, которое может так и остаться на уровне виртуального;
- удовлетворение сексуальных потребностей, нереализованных сексуальных желаний/фантазий;
- поиск новых друзей/единомышленников;
- построение серьезных отношений или «поиск второй половинки»;
- поиск людей для заключения брака.

Насколько соответствуют реальности виртуальные образы людей 10 % респондентов ответили, что полностью, 11 % считают, что соответствуют не полностью и 35 % говорят о полном несоответствии.

На вопрос о влиянии интернет-знакомств на различные сферы жизни 58 % ответили, что никаким образом не влияют, 25 % признались, что отвлекались от работы и 17 % считают, что такой способ знакомств может повлиять на отношения в семье.

По мнению опрошенных респондентов, интернет-знакомства подходят людям со следующими особенностями личности:

- абсолютно всем (27 %);
- имеющим плотный рабочий график, очень занятым (26 %);
- для неуверенных в себе (31 %);
- для людей с ограниченными физическими возможностями или умственными способностями (7 %).

Результаты тестирования по методике Кеттелла показали, что людям, прибегающим к интернет-знакомствам, свойственны следующие характеристики.

– 53 % опрошенных являются общительными и открытыми людьми, легко устанавливающими межличностные и социальные контакты, а также довольно экспрессивными, импульсивными, склонными к риску и стремятся быть лидером.

– 17 % обладают некоторой безответственностью, склонностью к нарушениям традиций, принятию неординарных решений, но по отношению к людям они открыты, доверчивы, дипломатичны.

– 13 % уверены в себе, спокойно и адекватно воспринимают действительность, не нуждаются в волевой регуляции своих эмоций и поведения, стрессоустойчивы, ригидны, в поведении могут быть уравновешены, спокойны.

– 10 % обладают низкой чувствительностью, некоторой эмоциональной уплощенностью, спокойным восприятием действительности, уверенностью в

себе и в своих силах, определенным самодовольством, у них развито воображение, способны претворять в реальность свои мечты, ориентированы на действительность и достаточно предприимчивы.

– 7 % респондентов присущи оперативность, подвижность мышления, высокий уровень общей культуры, умение оперировать абстракциями, развитая аналитичность, развитые интеллектуальные интересы, стремление к новым знаниям, склонность к свободомыслию, радикализму, высокая эрудированность, широта взглядов.

Таким образом, люди, прибегающие к интернет-знакомствам обладают вполне адекватной самооценкой, знают себя и свои качества.

### **Список использованной литературы**

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. Париж. 1981 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml), (10.03.2017).

2. Дрепа М.И. / Психологический портрет личности интернет-зависимого студента / Дрепа М.И. // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – № 4. – С. 75–81.

3. Райгородский Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты : учеб. пособие / ред. и сост. Д.Я. Райгородский. – Самара, 2001. – 664 с.

4. Рогова Е.Е. Интернет-зависимость – проблема современной молодежи / Е.Е. Рогова, Е.В. Суворова // Science Time. – 2015. – № 12 (24). – С. 641–647.

5. Шахмартова О.М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О.М. Шахмартова, Е.Ю. Болтага // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 4. – С. 1002–1009.