

Социально смелая личность в реальном общении и интернет-коммуникации: анализ представлений людей разного возраста

А.В. ПОГОДИНА*,
ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия, allavan@yandex.ru

К.С. ЕСАУЛОВА**,
ФГБУ «Центр развития образования и международной деятельности»
(«Интеробразование»), Москва, Россия, kira_esaulova@mail.ru

В статье рассматриваются результаты исследования, предметом которого были представления респондентов разных возрастных групп о социально смелой личности. При этом респонденты, обязательной характеристикой которых являлось присутствие в интернет-среде и участие в различных социальных сетях, оценивали социально смелую личность в таких контекстах общения, как реальное общение и интернет-коммуникация. Исследование имело целью определение структурных и содержательных особенностей эмоционально-смысловых представлений о феномене социально смелой личности в зависимости от контекста общения, а также выявление возрастной специфики представлений у молодых респондентов (19–35 лет), респондентов среднего возраста (36–55 лет) и пожилых участников исследования (от 56 до 70 лет). Показано, что понятие «социально смелая личность в реальном общении» имеет высокую семантическую значимость, ярко выраженную позитивную эмоциональную окрашенность и сходную факторную структуру для респондентов всех возрастных групп. Понятие «социально смелая личность в интернет-коммуникации», имея высокую семантическую значимость в восприятии молодых респондентов, перемещается в зону умеренной семантической значимости в представлениях участников среднего и старшего возраста. В представлениях респондентов всех

Для цитаты:

Погодина А.В., Есаулова К.С. Социально смелая личность в реальном общении и интернет-коммуникации: анализ представлений людей разного возраста // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 1. С. 38–55. doi:10.17759/sps.2017080103

* *Погодина Алла Васильевна* — кандидат психологических наук, заведующая кафедрой психологии управления, ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия, allavan@yandex.ru

** *Есаулова Кира Сергеевна* — заместитель генерального директора, ФГБУ «Центр развития образования и международной деятельности» («Интеробразование»), Москва, Россия, kira_esaulova@mail.ru

возрастных групп привлекательность «социально смелой личности в интернет-коммуникации» ниже в сравнении с «социально смелой личностью в реальном общении». Подробно проанализирована возрастная специфика социальных представлений о социально смелой личности в реальном и виртуальном общении.

Ключевые слова: социальная смелость, социально смелая личность, общение, контекст общения, интернет-коммуникация.

Во все времена жизнь человека в обществе зачастую предполагает проявление смелости, умение рисковать, преодолевать свои страхи, принимать ответственные решения, совершать поступки. Однако на протяжении истории человечества к феномену смелости и смелой личности относились довольно неоднозначно. Так, в высказываниях великих людей мы можем встретить самые разные оценки: с одной стороны, «Смелость — начало победы» (Плутарх); «Обычно счастье покровительствует смелым и предприимчивым (Д. Юм); с другой стороны, «Настоящая смелость редко обходится без глупости» (Ф. Бэкон); «Излишняя смелость — такой же порок, как и излишняя робость» (Б. Джонсон). Отметим, что социально смелая личность оценивалась в контексте реального общения и взаимодействия с другими людьми или социальными группами.

XX век был ознаменован возникновением нового контекста реализации личностью своей социальной смелости. В сферу общения, в повседневную жизнь людей активно внедрился Интернет и интернет-коммуникации. Посредством интернета как канала коммуникации стало происходить как личное, так и деловое общение людей. Многие социальные процессы находят свое отражение в виртуальном пространстве, взаимодействие индивидов в Интернете происходит чуть ли не чаще, чем в реальности (общение в социальных сетях, на форумах, личная и

деловая переписка по электронной почте и т. д.). Как канал коммуникации, Интернет имеет множество преимуществ, среди которых оперативность, информативность, доступность, возможность оставаться анонимным. Современные люди рассматривают Интернет как среду, предоставляющую разнообразные возможности не только для поиска информации, решения профессиональных вопросов, но и для общения и установления новых контактов. При этом следует отметить, что в интернет-среду и интернет-коммуникации включаются самые различные возрастные группы, от молодых людей до людей пожилого возраста.

Во второй половине прошлого века в отечественной психологии появилось новое направление — психология компьютеризации. В рамках этого направления стали рассматриваться такие проблемы, как психологическая природа общения, опосредованного компьютером; личностная, эмоциональная и мотивационная регуляция деятельности в условиях опосредствования компьютером; психологические последствия компьютеризации; психологические исследования посредством Интернета. Также изучались психологические особенности сообществ, которые образуются в интернет-среде, коммуникации в компьютерных сетях, общение в интернет-играх. Исследованиями различных психологических аспектов компьютеризации занимались Аветисова А.А., Арестова О.Н.,

Бабаева Ю.Д., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е., Митина О.В., Петренко В.Ф., Смылова О.В., Тихомиров О.К. и другие отечественные психологи. Особое внимание уделялось осмыслению и изучению проблемы информационной среды как нового ресурса для формирования идентичности личности (Белинская Е.П., Жичкина А.Е., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Солдатова Г.В. и др.).

Современная информационная среда дает личности новые возможности персонализации. В условиях усложняющейся коммуникации важно понять, как проявляет себя социально смелая личность не только в реальном общении, но и в новых контекстах интернет-среды. С этой целью нами было проведено эмпирическое исследование, результаты которого излагаются в данной статье.

Наш исследовательский интерес заключался в изучении представлений современных людей, являющихся участниками интернет-среды и интернет-коммуникаций, о феномене социально смелой личности, которая реализует свою смелость как в реальном общении, так и в виртуальном контексте интернет-коммуникации. При этом особый интерес представляло изучение специфики представлений о социально смелой личности у людей разных возрастных групп — от молодых людей, для которых интернет является естественной, перманентной средой жизни практически с момента их рождения, до пожилых людей, включившихся в интернет-среду на заключительном этапе жизненного цикла.

Цель, гипотеза, методика исследования

Целью нашего исследования явилось определение структурных и содер-

жательных особенностей эмоционально-смысловых представлений разных возрастных групп о социально смелой личности в различных контекстах общения, а именно: в реальном общении и интернет-коммуникации.

В качестве *гипотезы* было выдвинуто предположение о том, что эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастов о социально смелой личности, реализующей себя в различных контекстах общения (реальное общение и интернет-коммуникация), будут достаточно близкими по факторной структуре и семантической наполненности. Вместе с тем представления будут иметь возрастную специфику на уровне отдельных семантических характеристик.

Выборку испытуемых составили люди, зарегистрированные в различных социальных сетях, проживающие в Москве и Московской области. По возрастным характеристикам респонденты были распределены по следующим группам: в первую группу входили респонденты в возрасте от 19 до 35 лет; во вторую группу — в возрасте от 36 до 55 лет; в третью группу — в возрасте от 56 до 70 лет. В каждой возрастной группе были обследованы по 80 человек. Общее количество респондентов, принявших участие в исследовании, составило 240 человек.

Методика исследования. Для определения семантического содержания понятия «социально смелая личность» использовалась методика «Личностный дифференциал». Респондентам предлагалось оценить данное понятие в двух контекстах общения: «социально смелая личность в реальном общении» и «социально смелая личность в интернет-коммуникации». Методика сформирована путем выборки слов современного русского языка, описывающих социально-психо-

логические черты личности, и позволяет изучить внутреннюю факторную структуру «модели личности», которую можно рассматривать как социальные представления, существующие в культуре и развивающиеся у каждого человека в процессе социализации в результате усвоения социального и языкового опыта.

Напомним, что в методике подобраны черты личности, в наибольшей степени характеризующие три классических фактора семантического дифференциала: оценки, силы и активности. *Фактор оценки (О)* интерпретируется как уровень привлекательности, симпатии, которым обладает один человек в восприятии другого. *Фактор силы (С)* выявляет отношения доминирования — подчинения, как эти отношения воспринимаются субъектом оценки. *Фактор активности (А)* интерпретируется как экстравертированность—интровертированность личности в восприятии субъекта оценивания. Положительные значения (+) свидетельствуют о высоком уровне активности, общительности, импульсивности личности. Отрицательные значения (—)

указывают на интровертированность, пассивность, спокойные эмоциональные реакции личности.

Основными задачами эмпирического исследования являются:

- 1) определение возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в контексте реального общения;
- 2) определение возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в контексте интернет-коммуникации;
- 3) выявление внутригрупповых особенностей представлений о социально смелой личности в зависимости от контекста общения.

Результаты исследования и их обсуждение

Обратимся к результатам исследования семантического содержания понятия «*социально смелая личность в реальном общении*» в представлениях респондентов разных возрастных групп. Результаты оценивания представлены в табл. 1.

Таблица 1

Среднегрупповые показатели по шкалам личностного дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в реальном общении» (в баллах)

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			m	s ²	m	s ²	m	s ²
1	Обаятельный—непривлекательный	О	2,3	1,02	2,6	0,45	2,1	1,15
2	Сильный—слабый	С	2,5	0,53	2,3	1,07	2,8	0,36
3	Разговорчивый—молчаливый	А	2,4	1,05	2,6	0,42	2,8	0,39
4	Добросовестный—безответственный	О	2,6	0,39	2,2	1,20	2,4	1,03
5	Упрямый—уступчивый	С	2,3	1,02	2,1	1,10	2,8	0,36
6	Открытый—замкнутый	А	2,4	1,00	2,2	1,10	2,3	1,00

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			m	s ²	m	s ²	m	s ²
7	Добрый–эгоистичный	О	2,5	0,58	2,4	0,98	2,1	1,18
8	Независимый–зависимый	С	2,8	0,42	2,4	1,00	2,9	0,24
9	Деятельный–пассивный	А	2,6	0,60	2,8	0,39	2,9	0,27
10	Отзывчивый–черствый	О	2,8	0,39	2,5	0,68	2,6	0,62
11	Решительный–нерешительный	С	2,8	0,39	2,4	1,10	2,8	0,42
12	Энергичный–вялый	А	2,7	0,52	2,4	1,10	2,9	0,24
13	Справедливый–несправедливый	О	2,6	0,623	2,8	0,365	2,7	0,491
14	Напряженный–расслабленный	С	-1,8	1,175	0,5	1,316	-2,4	1,053
15	Суетливый–спокойный	А	-1,5	1,013	0,2	1,959	-2,1	1,230
16	Дружелюбный–враждебный	О	2,8	0,365	2,5	0,658	2,6	0,623
17	Уверенный–неуверенный	С	2,9	0,268	2,7	0,466	2,8	0,390
18	Общительный–нелюдимый	А	2,8	0,390	2,4	1,104	2,6	0,572
19	Честный–неискренний	О	2,7	0,466	2,7	0,441	2,9	0,243
20	Самостоятельный–несамостоятельный	С	2,7	0,415	2,6	0,597	2,9	0,268
21	Раздражительный–невозмутимый	А	-2,6	0,597	-2,2	1,149	-2,8	0,339
	Факторы							
	Оценка	О	2,61	0,103	2,53	0,114	2,49	0,120
	Сила	С	2,03	0,106	2,14	0,136	2,09	0,091
	Активность	А	1,26	0,119	1,49	0,139	1,23	0,102

Примечание: m – групповое среднее арифметическое, s² – выборочная дисперсия.

Рассмотрим, как представляют себе социально смелую личность в контексте реального общения респонденты *возрастной группы 19–35 лет*.

Обращает на себя внимание, что «модель личности» в представлениях молодых участников составлена шкалами, которые относятся к факторам оценки и силы. Показатели шкал значительно удалены от нейтральной позиции и находятся в диапазоне от +2 до +3. Это свидетельствует, во-первых, о сильной выраженности факторов, составляющих семантическое пространство оцениваемого понятия; во-вторых, о позитивной

направленности факторов. Отметим, что в факторной структуре ведущее значение занимает фактор оценки. Значения личностных характеристик, включающихся в данный фактор, попадают в диапазон от +2,5 до +2,8, что говорит о высокой степени семантической значимости этих характеристик в представлениях респондентов. Также высокую степень выраженности имеют личностные характеристики, описывающие фактор силы. Фактор активности получил наименьшее значение в «модели личности», хотя так же, как и остальные факторы, имеет положительную направленность.

Молодые испытуемые считают, что социально смелая личность, которая реально взаимодействует с другими людьми, имеет высокий уровень привлекательности в восприятии других, вызывает симпатию у других людей. Социально смелая личность, по представлениям молодых респондентов, является носителем таких позитивных характеристик, как «отзывчивый» и «дружелюбный» (фактор оценки). Также в семантическое пространство этого понятия молодые люди включают такие характеристики, как «уверенный», «решительный» и «независимый» (фактор силы). Фактор активности представлен личностной характеристикой «общительный», получившей высокую семантическую значимость. Перечисленные характеристики имеют самую высокую степень семантической значимости в представлениях молодых участников исследования.

Обращает на себя внимание, что социально смелую личность в реальном общении молодые респонденты воспринимают как «невозмутимую», «расслабленную» и «спокойную».

В модели «социально смелой личности в реальном общении», которую составили представители *возрастной группы 36–55 лет*, также ведущее значение занимает фактор оценки. Однако обращает на себя внимание тот факт, что наибольшую семантическую значимость в их представлениях получили личностные характеристики, которые не занимают ведущих позиций в моделях других возрастных групп, а именно: «справедливый» и «обаятельный». Можно сказать, что респонденты среднего возраста подчеркивают прежде всего харизматичность социально смелой личности в контексте реального взаимодействия с другими людьми. Кроме того, социально смелая личность представляется им как «деятельная» и «уверенная».

Модель «социально смелой личности в реальном общении» представителей старшего возраста (*возрастная группа от 56 до 70 лет*) имеет факторную структуру, сходную с другими возрастными группами. На уровне шкал личностного дифференциала респонденты старшего возраста воспринимают социально смелую личность в контексте реального общения прежде всего как «честную» и «самостоятельную» (фактор оценки). Эти личностные характеристики получили у респондентов старшего возраста максимальную выраженность (+2,9) и стоят на ведущих позициях в семантической модели, в отличие от других возрастных групп. Помимо указанных характеристик, представители старшего поколения также оценивают социально смелую личность как «независимую» (фактор силы), «деятельную» и «энергичную» (фактор активности).

В представлениях респондентов старшего возраста выделяется наибольшее количество отличительных тенденций, касающихся портрета социально смелой личности. Именно представители этой возрастной группы наделяют социально смелую личность, реально взаимодействующую с другими людьми, наибольшей выраженностью многих личностных черт. По их мнению, социально смелая личность в реальном общении более сильная, разговорчивая, упрямая, независимая, деятельная, энергичная, спокойная, честная, самостоятельная и невозмутимая, в сравнении с представлениями двух других возрастных групп.

Статистический анализ содержания понятия «социально смелая личность в реальном общении» проводился с помощью критерия Стьюдента. Результаты статистического анализа (эмпирические значения *t*-критерия Стьюдента) приведены в табл. 2.

Эмпирические значения t -критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в реальном общении»

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			t	Вывод	t	Вывод	t	Вывод
1	Обаятельный–непривлекательный	О	2,214		1,212		3,536	+
2	Сильный–слабый	С	1,412		2,834	+	3,729	+
3	Разговорчивый–молчаливый	А	1,474		2,978	+	1,987	
4	Добросовестный–безответственный	О	2,833	+	1,500		1,198	
5	Упрямый–уступчивый	С	1,227		3,797	+	5,167	+
6	Открытый–замкнутый	А	1,234		0,632		0,618	
7	Добрый–эгоистичный	О	0,716		2,695	+	1,827	
8	Независимый–зависимый	С	3,005	+	1,102		4,007	+
9	Деятельный–пассивный	А	1,800		2,884	+	1,102	
10	Отзывчивый–черствый	О	2,590		1,778		0,783	
11	Решительный–нерешительный	С	2,927	+	0,000		2,903	+
12	Энергичный–вялый	А	2,108		2,053		3,854	+
13	Справедливый–несправедливый	О	1,800		0,847		0,967	
14	Напряженный–расслабленный	С	13,03	+	3,595	+	16,85	+
15	Суетливый–спокойный	А	8,820	+	3,583	+	11,52	+
16	Дружелюбный–враждебный	О	2,653	+	1,800		0,790	
17	Уверенный–неуверенный	С	2,088		1,102		0,967	
18	Общительный–нелюдимый	А	2,927	+	1,824		1,382	
19	Честный–неискренний	О	0,001		2,125		2,164	
20	Самостоятельный–несамостоятельный	С	0,889		2,164		2,884	+
21	Раздражительный–невозмутимый	А	2,707	+	1,848		4,399	+
	Факторы							
	Оценка	О	1,646		2,437		0,793	
	Сила	С	2,079		1,152		1,073	
	Активность	А	4,023	+	0,543		4,682	+

Примечания. М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые. Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$). Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

Статистический анализ показал, что наибольшее количество значимых различий между шкалами личностного дифференциала обнаруживается при сравнении представлений респондентов молодого и среднего возраста и респондентов среднего и старшего возраста. Представления молодых и пожилых участников исследования имеют больше точек соприкосновения, чем представления респондентов среднего и пожилого возраста. Этот исследовательский факт представляется интересным и в какой-то степени опровергающим общепринятое мнение о существовании большого разрыва между полярными возрастными поколениями.

В ходе статистического анализа были выявлены следующие значимые различия (см. табл. 2). *Молодые участники* исследования значимо чаще, чем респонденты среднего возраста, оценивали социально смелую личность в контексте реального общения как более добросовестную, более независимую, более решительную, более дружелюбную и более общительную. В сравнении с респондентами 56–70 лет, молодые участники значимо чаще оценивают социально смелую личность как более добрую. Значимость характеристик, связанных с эмоциональной привлекательностью личности, объясняется, на наш взгляд, тем, что для молодых участников наиболее важными являются эмоциональные связи, возникающие во взаимодействии людей. И смелой, по их мнению, можно считать ту личность, которая может легко вызывать симпатию, налаживать контакты, которая воспринимается дружелюбной и привлекательной.

Для респондентов *среднего возраста* социально смелая личность в реальном общении является более обаятельной, чем для респондентов старшего возраста.

Представители *старшего возраста* значимо чаще, чем респонденты двух других групп, воспринимают социально смелую личность в реальном общении как более сильную, более упрямую, более расслабленную и спокойную. В сравнении с молодыми участниками, респонденты старшего возраста считают социально смелую личность в контексте реального общения более деятельной и разговорчивой, а в сравнении с участниками среднего возраста — более энергичной, самостоятельной и невозмутимой. Обращает на себя внимание, что люди старшего поколения социально смелой личностью считают ту личность, которая, прежде всего, способна совершать поступки, занимает во взаимодействии с другими людьми самостоятельную позицию, оставаясь при этом спокойной и невозмутимой.

Отдельно следует подчеркнуть следующий исследовательский факт. Представления респондентов среднего возраста значимо отличаются от представлений участников молодого и пожилого возраста по таким шкалам, как «независимый», «решительный», «напряженный», «спокойный» и «невозмутимый». В восприятии участников среднего возраста социально смелая личность в контексте реального общения является более зависимой, нерешительной, раздражительной, суетливой и напряженной, чем в восприятии респондентов других возрастных групп. Этот исследовательский факт возможно объяснить тем, что люди данной возрастной группы в реальной жизни лучше других понимают, какие последствия могут иметь проявления социальной смелости, с какими реальными сложностями и преградами может столкнуться смелая личность. Возможно, эта возрастная группа испытывает большее количество разнообразных социальных

страхов и переживает социальную нестабильность в большей степени, чем другие возрастные группы.

Следующей задачей исследования было определение возрастных особенно-

стей представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «**социально смелая личность в интернет-коммуникации**». Результаты личностного дифференциала представлены в табл. 3.

Таблица 3

Среднегрупповые показатели по шкалам личностного дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации»

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			m	s ²	m	s ²	m	s ²
1	Обаятельный—непривлекательный	О	2,3	1,07	2,7	0,52	1,5	0,91
2	Сильный—слабый	С	2,4	1,18	2,1	1,21	1,9	1,18
3	Разговорчивый—молчаливый	А	2,4	1,15	2,7	0,49	2,9	0,27
4	Добросовестный—безответственный	О	2,4	0,62	2,1	1,21	1,8	1,10
5	Упрямый—уступчивый	С	2,4	1,15	2,3	1,20	2,9	0,24
6	Открытый—замкнутый	А	2,3	1,00	2,1	1,10	1,7	0,95
7	Добрый—эгоистичный	О	2,4	0,60	2,3	1,15	1,5	1,11
8	Независимый—зависимый	С	2,8	0,39	2,5	0,58	2,6	0,52
9	Деятельный—пассивный	А	2,8	0,31	2,8	0,39	2,9	0,24
10	Отзывчивый—черствый	О	2,8	0,42	2,5	0,66	2,1	0,98
11	Решительный—нерешительный	С	2,7	0,49	2,3	1,15	2,6	0,62
12	Энергичный—вялый	А	2,7	0,44	2,4	1,05	2,6	0,57
13	Справедливый—несправедливый	О	2,6	0,597	2,5	0,658	2,3	0,744
14	Напряженный—расслабленный	С	-0,7	1,808	-0,3	1,251	-1,4	1,154
15	Суетливый—спокойный	А	-1,5	0,987	0,2	2,035	1,1	1,686
16	Дружелюбный—враждебный	О	2,2	1,200	2,1	1,256	1,9	1,129
17	Уверенный—неуверенный	С	2,2	1,251	2,2	1,225	1,9	1,154
18	Общительный—нелюдимый	А	1,8	1,251	1,9	1,256	1,6	1,154
19	Честный—неискренний	О	2,2	1,175	2,1	1,230	1,3	1,428
20	Самостоятельный—несамостоятельный	С	2,4	1,028	2,2	1,225	1,2	1,605
21	Раздражительный—невозмутимый	А	0,6	1,939	0,3	1,782	1,1	1,762
	Факторы:							
	Оценка	О	2,41	0,125	2,33	0,136	1,77	0,144
	Сила	С	2,03	0,140	1,90	0,148	1,67	0,131
	Активность	А	1,59	0,137	1,77	0,147	1,99	0,130

Примечание: m — групповое среднее арифметическое, s² — выборочная дисперсия.

Наиболее высокие показатели в семантическом пространстве понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации» у респондентов *возрастной группы 19–35 лет* получили такие личностные характеристики, как «отзывчивый» и «справедливый» (фактор оценки), «независимый» и «решительный» (фактор силы), «деятельный» и «энергичный» (фактор активности). Факторы оценки и силы в структуре «социально смелой личности в интернет-коммуникации» находятся в зоне сильных значений, тогда как фактор активности имеет в представлениях респондентов меньшую семантическую значимость.

Таким образом, социально смелая личность в контексте интернет-среды воспринимается молодыми респондентами, прежде всего, привлекательной и сильной.

В соответствии с факторной структурой «социально смелой личности в интернет-коммуникации», полученной из представлений респондентов *возрастной группы 36–55 лет*, эту личность можно охарактеризовать как привлекательную, но не сильную и не активную, так как факторы силы и активности находятся в зоне слабых значений.

Портрет социально смелой личности в контексте интернет-коммуникации составлен из личностных характеристик, имеющих преимущественно позитивную семантическую направленность. Наибольшие показатели получили такие личностные характеристики, как «деятельный», «обаятельный» и «разговорчивый». Также отмечаются высокой семантической значимостью характеристики «независимый», «отзывчивый», «справедливый».

В эмоционально-смысловых представлениях респондентов *возрастной*

группы 56–70 лет поменялась факторная структура, в отличие от контекста реального общения. На первое место вышел фактор «активности». Факторы «оценки» и «силы» переместились из зоны сильных значений в зону слабых значений. В целом, все факторы, составляющие семантическое пространство социально-смелой личности в контексте интернет-коммуникации, находятся в зоне слабых значений.

Семантическое содержание оцениваемого понятия в этой возрастной группе описывается шкалами «разговорчивый» и «деятельный» (фактор «активности») и «упрямый» (фактор «силы»). Эти шкалы получили максимальные значения (+2,9). Также в портрет социально смелой личности в контексте интернет-коммуникации включены такие личностные характеристики, как «независимый», «решительный», «энергичный».

Статистический анализ проводился с помощью критерия Стьюдента. Результаты статистического анализа (эмпирические значения *t*-критерия Стьюдента) приведены в табл. 4.

Статистический анализ выявил наличие значимых различий как в факторной структуре оцениваемого понятия, так и на уровне отдельных шкал.

Прежде всего, обратим внимание на различия, выявленные в факторной структуре «социально смелой личности». В модели личности у респондентов старшего возраста значимо понизилась выраженность факторов «оценки» и «силы», в сравнении с двумя остальными возрастными группами. Это означает, что для представителей старшего поколения социально смелая личность в контексте интернет-коммуникации утрачивает привлекательность и склонность к доминированию. Вместе с тем пожилые

Эмпирические значения t -критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации»

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			t	Вывод	t	Вывод	t	Вывод
1	Обаятельный–непривлекательный	О	2,837	+	5,079	+	8,982	+
2	Сильный–слабый	С	1,738		2,911	+	1,158	
3	Разговорчивый–молчаливый	А	2,092		3,749	+	2,053	
4	Добросовестный–безответственный	О	1,985		4,090	+	1,768	
5	Упрямый–уступчивый	С	0,583		3,783	+	4,467	+
6	Открытый–замкнутый	А	1,234		3,849	+	2,498	
7	Добрый–эгоистичный	О	0,677		6,153	+	4,756	+
8	Независимый–зависимый	С	2,721	+	1,874		0,851	
9	Деятельный–пассивный	А	0,000		1,198		1,124	
10	Отзывчивый–черствый	О	2,590		5,306	+	2,798	+
11	Решительный–нерешительный	С	2,793	+	0,847		2,016	
12	Энергичный–вялый	А	2,196		0,889		1,403	
13	Справедливый–несправедливый	О	0,798		2,316		1,510	
14	Напряженный–расслабленный	С	2,046		3,638	+	6,344	+
15	Суетливый–спокойный	А	8,746	+	14,22	+	4,173	+
16	Дружелюбный–враждебный	О	0,571		1,758		1,158	
17	Уверенный–неуверенный	С	0,000		1,730		1,739	
18	Общительный–нелюдимый	А	0,565		1,153		1,728	
19	Честный–неискренний	О	0,577		4,990	+	4,389	+
20	Самостоятельный–несамостоятельный	С	1,192		6,615	+	5,316	+
21	Раздражительный–невозмутимый	А	1,391		2,325		3,801	+
	Факторы							
	Оценка	О	1,502		11,08	+	9,413	+
	Сила	С	2,140		6,131	+	3,867	+
	Активность	А	3,118	+	6,925	+	3,644	+

Примечания. М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые. Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$). Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

респонденты значимо чаще, чем представители других возрастных групп, отмечают активность личности в этом контексте общения. На это указывает значимое возрастание фактора «активности», по сравнению с другими возрастными группами. Однако следует отметить, что фактор «активности», тем не менее, у всех возрастных групп находится в зоне слабых значений.

Для респондентов *молодого возраста* социально смелая личность в контексте интернет-коммуникации является более «доброй», «отзывчивой» и «спокойной», чем для респондентов двух других возрастных групп. Эти различия являются значимыми.

Наиболее многочисленные отличительные тенденции наблюдаются в возрастных группах 19–35 и 56–70 лет. Так, молодым респондентам социально смелая личность в контексте интернет-коммуникации значимо чаще представляется более «сильной», «открытой» и «добросовестной», чем респондентам старшего возраста. Молодые респонденты воспринимают социально смелую личность в контексте интернет-коммуникации как более «самостоятельную» и «честную», чем участники старшего возраста. Кроме того, респондентам молодого возраста эта личность кажется более «обаятельной» и менее «раздражительной», чем людям старшего возраста. Значимые различия подтвердились в ходе статистического анализа.

Интересно отметить, что выявились значимые различия между возрастными группами 19–35 и 36–55 лет по шкалам «независимый» и «решительный». Молодые участники оценивают социально смелую личность в интернет-среде как более независимую и решительную, в отличие от респондентов среднего возраста,

оценки которых по этим шкалам ближе к оценкам представителей старшего возраста.

Респонденты *среднего возраста* значимо чаще, в сравнении с двумя другими возрастными группами, представляют социально смелую личность в контексте интернет-коммуникации «обаятельной». Обаятельность, по их мнению, является одной из ведущих характеристик социально смелой личности как в контексте интернет-взаимодействия, так и в реальном общении. Кроме того, обнаружили значимые различия с представителями старшего возраста по шкалам «честный» и «самостоятельный». В оценках этих личностных характеристик респонденты среднего возраста ближе к молодым участникам.

Специфика представлений о социально смелой личности в контексте интернет-коммуникации у респондентов *старшего возраста* заключается в том, что они представляют эту личность более «упрямой», «суетливой», «раздражительной» и «расслабленной», чем респонденты других возрастных групп. То есть участникам старшего возраста представляется, что личность в интернет-взаимодействии утрачивает волевые качества и стремление к доминированию, становясь расслабленной, но при этом упрямой, а активность личности проявляется через суетливость и раздражительность. Кроме того, респонденты старшего возраста, по сравнению с молодыми участниками, значимо чаще воспринимают личность в интернет-среде как «разговорчивую». Характеристика «разговорчивый» также усиливает активность личности, по мнению пожилых респондентов.

Итак, для молодых участников исследования социально смелая личность в контексте интернет-коммуникации

является, прежде всего, эмоционально привлекательной; для представителей старшего возраста — активной, склонной к импульсивности и раздражительности. Респонденты среднего возраста не проявили четко выраженной специфики, примыкая то к молодой группе испытуемых, то к группе участников старшего возраста.

Также в задачи исследования входило выявление внутригрупповых особенностей представлений о социально смелой личности в зависимости от контекста общения. С этой целью нами сопоставлялись результаты исследования респондентов каждой возрастной группы.

Как показывает сравнительный анализ, у *молодых респондентов* произошли следующие изменения в представлениях: социально смелая личность в контексте интернет-коммуникации воспринимается менее привлекательной, чем в реальном общении, но более активной, чем в ситуации реального взаимодействия.

Независимо от контекста общения, модель «социально смелой личности» содержательно описывается молодыми респондентами сходными характеристиками: «отзывчивая», «независимая», «решительная», «энергичная». Эти шкалы получили в обеих моделях высокие показатели. Вместе с тем обращает на себя внимание, что молодые респонденты значимо чаще оценивают социально смелую личность в контексте интернет-коммуникации как менее дружелюбную, менее уверенную, менее общительную и менее честную, чем в реальном общении. Кроме того, они отмечают, что в интернет-коммуникации социально смелая личность становится менее расслабленной, т. е. происходит нарастание напряженности. Особо следует отметить полную смену семантической направленности шкалы

«раздражительный—невозмутимый»: невозмутимая социально смелая личность в реальном общении переходит в раздражительную социально смелую личность в контексте интернет-коммуникации.

Семантика понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения у *респондентов среднего возраста* также существенно меняется.

Для респондентов 36—55 лет социально смелая личность в интернет-коммуникации является менее привлекательной, менее доминантной и более импульсивной, чем социально смелая личность в реальном общении. Она воспринимается менее общительной и самостоятельной, а также менее справедливой и честной, чем социально смелая личность, которая проявляет себя в реальном взаимодействии. Обращает на себя внимание смена семантической направленности шкал «раздражительный—невозмутимый» и «напряженный—расслабленный». В восприятии респондентов среднего возраста социально смелая личность в интернет-коммуникации утратила силу, став расслабленной, но нарастила активность, став раздражительной.

В группе *респондентов старшего возраста* (56—70 лет) обнаружили самые существенные изменения в восприятии социально смелой личности, проявляющей себя в различных контекстах общения. Причем эти изменения касаются как факторной структуры личности, так и личностных характеристик. В портрете социально смелой личности в контексте интернет-коммуникации, составленном респондентами старшей возрастной группы, все шкалы, которые относятся к фактору оценки, значимо понижаются. Социально смелая личность в интернет-среде утрачивает свое обаяние и дружелюбие, становится менее добросовестной, спра-

ведливой и честной, обнаруживает тенденцию к эгоистичности и черствости.

Кроме того, по мнению респондентов старшего возраста, социально смелая личность в интернет-коммуникации теряет свою силу, становясь менее самостоятельной, менее независимой и уверенной. В восприятии испытуемых старшего возраста социально смелая личность остается расслабленной, ненапряженной, однако выраженность этой характеристики значимо ниже, чем у социально смелой личности в реальном взаимодействии. Также социально смелая личность в интернет-коммуникации становится менее энергичной, общительной и открытой. Последние характеристики относятся к фактору активности личности, и ожидается, что активность социально смелой личности в интернет-среде должна снижаться. Однако в восприятии респондентов социально смелая личность в интернет-среде наращивает свою активность за счет раздражительности и суетливости.

Выводы

Обобщая результаты содержательного и статистического анализа представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «социально смелая личность» в различных контекстах общения, можно сделать следующие выводы.

1. Понятие «социально смелая личность в реальном общении» имеет высокую семантическую значимость, ярко выраженную позитивную эмоциональную окрашенность и сходную факторную структуру для респондентов всех возрастных групп.

2. Вместе с тем выявлена семантическая дифференциация этого понятия разными возрастными группами:

- Для респондентов *молодого возраста* наиболее важным является то обстоятельство, что социально смелая личность в реальном взаимодействии является эмоционально привлекательной, вызывает симпатию, является носителем позитивных личностных характеристик, связанных с эмоциональными отношениями.

- Специфика портрета социально смелой личности, составленного респондентами *среднего возраста*, заключается в значимом преобладании фактора «активности». При этом смелая личность представляется беспокойной, напряженной и склонной к раздражительности.

- Семантическая модель у представителей *старшего возраста* отличается большей дифференциацией личностных характеристик, значимо отличающихся от их степени выраженности в моделях других возрастных групп. Эта возрастная группа воспринимает социально смелую личность в реальном общении прежде всего как доминантную, оказывающую влияние на других людей. Активность личности описывается через такие характеристики, как энергичность, деятельность, разговорчивость и невозмутимость.

3. Понятие «социально смелая личность в интернет-коммуникации» имеет высокую семантическую значимость в восприятии молодых респондентов, в то время как в представлениях участников среднего и старшего возраста это понятие перемещается в зону умеренной семантической значимости.

4. Обнаружилось, что в представлениях респондентов всех возрастных групп произошло общее снижение привлекательности социально смелой личности в интернет-коммуникации, в сравнении с социально смелой личностью в реальном общении. При этом снижение привлека-

тельности в каждой возрастной группе произошло за счет определенных личностных характеристик. Так, у молодых респондентов (19–35 лет) социально смелая личность в интернет-коммуникации становится менее дружелюбной и честной, чем в реальном общении. Респонденты среднего возраста (36–55 лет) воспринимают социально смелую личность в контексте интернет-среды менее справедливой и честной, чем в реальном взаимодействии. В представлениях участников старшего возраста (56–70 лет) о социально смелой личности выраженность всех шкал привлекательности значимо понизилась, при этом пожилые респонденты оценивают привлекательность социально смелой личности в интернет-коммуникации как самую низкую, в сравнении с другими возрастными группами.

5. В модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» всех возрастных групп отмечено общее повышение фактора активности. Респондентам представляется, что в интернет-среде социально смелая личность становится более зависимой от внешних обстоятельств, более импульсивной, демонстрирует более интенсивные, беспокойные эмоциональные реакции.

6. Во всех возрастных группах социально смелая личность в интернет-коммуникации воспринимается раздражительной, тогда как в реальном общении – невозмутимой.

7. Обнаружилось заметное сходство в представлениях молодых и пожилых респондентов относительно некоторых шкал. По мнению представителей этих возрастных групп, социально смелая личность в реальном общении – «сильная», «расслабленная» и «невозмутимая», тогда как в интернет-коммуникации – «ме-

нее сильная», «менее расслабленная» и «раздражительная». Для респондентов среднего возраста социально смелая личность в обоих контекстах общения представляется более нервной, нестабильной и напряженной, чем участникам других возрастных групп.

8. В контексте реального взаимодействия социально смелая личность воспринимается самой спокойной респондентами старшего возраста, менее спокойной – молодыми респондентами и суетливой – участниками среднего возраста. В интернет-коммуникации семантическое содержание этой шкалы значимо меняется в представлениях респондентов старшего возраста: они воспринимают социально смелую личность самой суетливой. Респонденты среднего возраста не меняют своих представлений, считая, что социально смелая личность неспокойна в обоих контекстах общения. Тогда как молодые участники воспринимают социально смелую личность спокойной в обоих контекстах общения.

Итак, исследование показало, что эмоционально-смысловые представления людей разного возраста, включенных в интернет-среду, о социально смелой личности в различных контекстах общения являются семантически неоднозначными. С одной стороны, в представлениях обнаруживается социальный консенсус, проявляющийся в сходном толковании факторной структуры категорий «социально смелая личность в реальном общении» и «социально смелая личность в интернет-коммуникации» и их семантического содержания. В восприятии респондентов, независимо от возраста, социально смелая личность в контексте реального общения имеет более высокую семантическую значимость и позитивную семантическую направлен-

ность, представляется более «сильной» и «привлекательной», чем в контексте интернет-коммуникации. С другой стороны, имеют место значимые возрастные различия в семантическом содержании категории «социально смелая личность»

в разных контекстах общения, которые заключаются в том, что понижение или повышение того или иного фактора в структуре представлений происходит за счет определенных для каждой возрастной группы личностных характеристик.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е.* Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. Серия 14, Психология. 1996. № 4. С. 14–20.
2. *Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В.* Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 11–40.
3. *Белинская Е.П.* Психология Интернет-коммуникации. М.: МПСУ; Воронеж: Модек, 2013. 192 с.
4. *Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А.* Социальная психология личности. М.: Издательский центр «Академия», 2009. 304 с.
5. *Войскунский А.Е.* Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета // Психологический журнал. 2004. Т. 25. № 1. С. 90–100.
6. *Войскунский А.Е., Митина О.В., Аветисова А.А.* Общение и «опыт потока» в групповых ролевых Интернет-играх // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 5. С. 47–63.
7. *Тихомиров О.К., Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е.* Общение, опосредствованное компьютером // Вестник МГУ. Серия 14, Психология. 1986. № 3. С. 31–42.

Socially bold personality in the real communication and Internet communication: the analysis of representations of people of the different age

A. V. POGODINA*,
Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia,
allavan@yandex.ru

K.S. ESAULOVA**,
*The Federal State Budgetary Institution "Center of International Educational
Activities" (FSBI "Interobrazovanie"), Moscow, Russia,*
kira_esaulova@mail.ru

The article is concerned with the results of the study, subject of which is the submission of the respondents of the different age groups about the social and bold personality. Required property of the respondents was the presence in the Internet environment and participation in various social networks. They assessed social and bold personality in such contexts of communication, as real communication and Internet communication. Analyses were undertaken to determine the structural and content features of emotional and semantic representations of the phenomenon of the social and bold personality, depending on the context of communication, but also the detection of age-sensitive representations of the young respondents (19–35 years), middle-aged respondents (36–55 years) and older respondents (from 56 to 70 years). The concept of the "social and bold personality in real communion" is shown to have a high semantic relevance, strongly marked positive emotional coloration and a similar factor structure for respondents of all age groups. The concept of the "social and bold personality in on-line communication" with a high semantic significance in the perception of the young respondents moves into a zone of moderate and semantic importance in representations of the middle-aged and older respondents. In representations of the respondents of all age groups, the attractiveness of the "social and bold personality in Internet communication" is less than in comparison with the "social and bold personality in the real

For citation:

Pogodina A.V., Esaulova K.S. Socially bold personality in the real communication and Internet communication: the analysis of representations of people of the different age. *Sotsial'naiia psikhologiiia i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2017. Vol. 8, no. 1, pp. 38–55. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2017080103

* *Pogodina Alla V.* — Ph.D. (Psychology), Head of Management Psychology Chair, Department of Social Psychology, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia, allavan@yandex.ru

** *Esaulova Kira S.* — Deputy General Director, The Federal State Budgetary Institution "Center of International Educational Activities" (FSBI "Interobrazovanie"), Moscow, Russia, kira_esaulova@mail.ru

communication". The age-specific of the social representations about social and bold personality in the real and virtual communication has been analysed in detail.

Keywords: social boldness, social and courageous personality, communication, communication context, online communication.

REFERENCES

1. Arestova O.N., Babanin L.N., Voyskunskiy A.Ye. Kommunikatsiya v komp'yuternykh setyakh: psikhologicheskiye determinanty i posledstviya [Communication in computer networks: psychological determinants and consequences]. *Vestnik MGU. Series 14, Psikhologiya [The Moscow University Herald. Series 14. Psychology]*, 1996, no. 4, pp. 14–20.
2. Babayeva YU.D., Voyskunskiy A.Ye., Smyslova O.V. Internet: vozdeystviye na lichnost' [Internet: impact on individuals]. In A.E. Voiskunskii (ed.). *Gumanitarnyye issledovaniya v Internete [Humanitarian research on the Internet]*. Moscow: Mozhaysk — Terra, 2000, pp. 11–40.
3. Belinskaya Ye.P. Psikhologiya Internet-kommunikatsii [Psychology of Internet communications]. Moscow: MPGU; Voronezh: Modek, 2013. 192 p.
4. Belinskaya Ye.P., Tikhomandritskaya O.A. Sotsial'naya psikhologiya lichnosti [Social psychology of personality]. Moscow: Akademiya, 2009. 304 p.
5. Voyskunskiy A.Ye. Aktual'nyye problemy psikhologii zavisimosti ot Interneta [Actual problems of addiction psychology of internet]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*, 2004. Vol. 25, no. 1, pp. 90–100.
6. Voyskunskiy A.Ye., Mitina O.V., Avetisova A.A. Obshcheniye i "opyt potoka" v grup-povykh rolevykh Internet-igrakh [Communication and "flow experience" in the group role-playing online games]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*. 2005. Vol. 25, no. 5, pp. 47–63.
7. Tikhomirov O.K., Babayeva Yu.D., Voyskunskiy A.Ye. Obshcheniye, oposredst-vovannoye komp'yuterom [Communication, mediated by computer]. *Vestnik MGU. Series 14, Psikhologiya [The Moscow University Herald. Series 14. Psychology]*, 1986, no. 3, pp. 31–42.