

Влияние социальных сетей на формирование социально-психологических установок подростков

Е.А. Никитина¹ ✉, А.Ю. Желобанова²

¹Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

²ООО «Аутспан Интернешнл»
ул. Заречная, стр. 6, г. Яхромы 141840, Дмитровский район, Московская область, Российская Федерация
e-mail: eanikitina72@mail.ru

Резюме

В последнее время средства массовой коммуникации оказывают интенсивное психологическое воздействие на установки подростков с еще не полностью сформированной психикой, которой трудно адаптироваться под современные реалии и исключать воздействие интернета и социальных сетей на свою жизнь, а также выбирать средства массовой информации, несущие пользу для гармоничного и интеллектуального развития личности.

Целью исследования явилось изучение влияния социальных сетей на формирование социально-психологических установок подростков.

В статье представлен теоретический анализ понятий «социальные сети» и «социально-психологические установки», охарактеризованы функции и свойства социальных сетей, определены возможные риски влияния социальных сетей на социально-психологические установки подростков.

В результате эмпирического исследования было выявлено, что у подростков, проводящих более двух часов в день в интернете, преобладают материальные, личностные и творческие социально-психологические установки. Для них ведущей является Я-направленность, обуславливающая, в качестве приоритетных, установки на быстрое обогащение, удовлетворение собственных интересов, достижение собственных целей. Особую значимость для них имеют социальный статус и престиж. Также у данной категории подростков была выявлена тенденция к увеличению показателя эгоизма, сильно выражена ориентация на деньги, за которые можно купить любую жизнь, любовь и счастье. Также эмпирическим путем были получены данные, подтверждающие статистическую достоверность полученных результатов о том, что есть прямая взаимосвязь между временем пребывания подростков в интернете (более двух часов в день) и степенью выраженности их негативных социально-психологических установок.

Таким образом, подростки с преобладающими негативными социально-психологическими установками нуждаются в специально организованном психолого-педагогическом сопровождении, которое представляет собой системно организованную профессиональную деятельность педагогов, направленную на создание психолого-педагогических условий, способствующих постепенному преобразованию негативных установок в адекватные, позитивные установки, способствующие формированию здоровой, гармонично развитой, личности подростка.

Ключевые слова: социальные сети; социально-психологические установки; подросток.

Конфликт интересов: Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Никитина Е.А., Желобанова А.Ю. Влияние социальных сетей на формирование социально-психологических установок подростков // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2021. Т. 11, № 3. С. 158–171.

Статья поступила в редакцию 02.07.2021 Статья подписана в печать 20.07.2021

Статья опубликована 29.09.2021

The Influence of Social Networks on the Formation of Socio-Psychological Attitudes of Adolescents

Elena A. Nikitina¹ ✉, Anna U. Zhelobanova²

¹Southwest State University

50 Let Otyabrya str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

²Specialist of LLC "Outspan International"

6 Zarechnaya str., Yahroma 141840, Dmitrievskij rajon, Moscow, Russian Federation

✉ e-mail: eanikitina72@mail.ru

Abstract

Recently, mass communication media have an intense psychological impact on the attitudes of adolescents with not yet fully formed psyche, which is difficult to adapt to modern realities and exclude the impact of the Internet and social networks on their lives, as well as to choose media that are beneficial for the harmonious and intellectual development of the individual.

The aim of the study was to study the influence of social networks on the formation of socio-psychological attitudes of adolescents.

The article presents a theoretical analysis of the concepts of "social networks" and "socio-psychological attitudes", describes the functions and properties of social networks, and identifies the possible risks of the influence of social networks on the socio-psychological attitudes of adolescents.

As a result of an empirical study, it was found that adolescents who spend more than two hours a day on the Internet, material, personal and creative socio-psychological attitudes predominate. For them, the leading one is the Self-orientation, which determines, as a priority, the attitudes towards rapid enrichment, the satisfaction of their own interests, and the achievement of their own goals. Social status and prestige are of particular importance to them. Also, this category of teenagers showed a tendency to increase the indicator of selfishness, a strong orientation towards money, for which you can buy any life, love and happiness. Also, empirical data were obtained that confirm the statistical reliability of the results that there is a direct relationship between the time spent by adolescents on the Internet (more than two hours a day) and the degree of severity of their negative socio-psychological attitudes.

Thus, adolescents with predominant negative socio-psychological attitudes need specially organized psychological and pedagogical support. Psychological and pedagogical support of adolescents in the context of the formation of their socio-psychological attitudes under the influence of social networks and the Internet is a systemically organized professional activity of teachers aimed at creating psychological and pedagogical conditions that contribute to the gradual transformation of negative attitudes into adequate, positive attitudes that contribute to the formation of a healthy, harmoniously developed personality of a teenager.

Keywords: social networks; socio-psychological attitudes; teenager.

Conflict of interest: The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

For citation: Nikitina E.A., Zhelobanova A.U. The Influence of Social Networks on the Formation of Socio-Psychological Attitudes of Adolescents. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2021, 11(3): 158–171 (In Russ.).

Received 19.02.2021

Accepted 11.01.2021

Published 29.09.2021

Введение

В последнее время совершенно очевидным становится влияние средств массовой коммуникации на жизнь людей. Особенно явно средства массовой коммуникации оказывают психологическое

воздействие на установки подростков с еще не полностью сформированной психикой, которой трудно адаптироваться под современные реалии и исключать воздействие средств массовых коммуникаций, интернета и социальных сетей на

свою жизнь, а также выбирать средства массовой информации, несущие пользу для гармоничного и интеллектуального развития личности.

К сожалению, на законодательном уровне нет достаточно четкого урегулирования разновидностей тем, которые могут подниматься в социальных сетях. До недавнего времени эти ресурсы и доступ к ним несовершеннолетних вообще никак не регулировался, и только пару лет назад в России были введены ограничения, в соответствии с которыми книги, журналы, радио- и телепередачи помечаются знаком возраста, с которого разрешен доступ к этому ресурсу средств массовых коммуникаций. Но в социальных сетях, например, в сети «В контакте», любой подросток может создать профиль, просто указав, что ему уже есть четырнадцать лет.

Рассматриваемая нами тема обладает особой актуальностью, поскольку в последние пять лет участились случаи создания сообществ в социальных сетях, негативно влияющих на формирование социально-психологических установок подростков. Например, печально известное сообщество «Синий кит», которое использует различные методы психологического воздействия на восприимчивую психику подростков, и, в частности, склоняет их к суициду, и даже к коллективному суициду. Подобные сообщества искажают смысл бытия, существования человека, нравственные ценности, идеи о предназначении человека. Свои знания по психологии идеологи сообществ используют для методов влияния на подсознание подростков, склоняя их к мысли о том, что для яркого проявления себя в жизни надо оставить след в истории, выделиться среди сверстников, продемонстрировать свою индивидуальность, доказать что-то родителям, в том числе с помощью безрассудных поступков и самоубийства.

Методы и организация исследования

Целью исследования является изучение влияния социальных сетей на формирование социально-психологических установок подростков.

В качестве методов выступили: анализ научных источников, а также аккаунтов, групп социальных сетей, постов и видео в Тик-токе и на Ютьюб-канале; методика выявления социально-психологических установок О. Ф. Потемкиной, опросник «Направленность личности» Б. Басса, анкета по выявлению предпочтений в социальных сетях.

Результаты и обсуждение

Проводя категориально-понятийный анализ литературы, было выяснено, что существуют разные определения социальных сетей. Например, А.В. Соколов называет социальные сети «вспомогательным средством социализации и самореализации личности и социальной группы» [1, с. 45-46]. А.П. Мохначева называет социальными сетями специальные веб-сайты, созданные для коммуникации между людьми и передачи информации друг другу [2, с. 78]. М.С. Безбогова считает социальные сети средством создания аккаунтов пользователей и обмена между пользователями информацией [3, с. 34-36]. Но, так или иначе, социальные сети выполняют ряд функций, чрезвычайно важных для удовлетворения потребностей молодежи.

Т.С. Садыгова определила функции социальных сетей, выделив следующие [4, с. 89-91]:

1. *Коммуникационная функция* обеспечивает потребность людей в общении, в разделении общих взглядов с другими людьми, в получении помощи от окружающих, решении общих задач.

2. *Развлекательная функция* является одной из самых основных функций социальных сетей, ее предназначение состоит, прежде всего, в снятии напряженности, тревоги. Просмотр фильмов, музыкальных клипов, постов помогает лю-

дям оттеснить на второй план проблемные вопросы, снять усталость, скрасить время длительной дороги в электричке, метро, автобусе.

3. *Информационная функция* показывает, что социальные сети транслируют информацию неограниченному числу лиц. Для этих целей в социальных сетях реализованы возможности проведения вебинаров, онлайн-трансляций, создания сайтов-одностраничников.

4. *Социализирующая функция* помогает легче знакомиться с другими людьми и обсуждать сложные вопросы для личности, дает возможность представить себя другим человеком, дает широкие возможности общения крайним интровертам. В. Нестеров подчеркивал, что социализирующая функция предоставляет «возможность воспринимать опыт других людей в более концентрированном виде» [5, с. 74].

5. *Самоактуализирующая функция* направлена на то, чтобы дать человеку возможность делиться с окружающими своим творческим потенциалом (преподавать иностранные языки, вести вебинары, иметь параллельную работу с основной, просто вести блоги о себе, своей семье, друзьях и т.д.).

6. *Идентификационная функция* дает возможность человеку найти сподвижников в соответствии со своими интересами, склонностями, возрастом, полом, чертами характера, вступить в группу в социальных сетях по интересам, хобби, увлечениям. Интерфейсы социальных сетей выстроены таким образом, что в своем аккаунте пользователи сразу отмечают информацию, по которой можно найти друзей, вступить в группы по интересам. Более того, можно выдумать эти данные о себе с целью вступить в определенное социальное сообщество. Большинство социальных сетей как раз и основано на привлечении пользователей с определенными интересами, либо общими персональными и идентификационными данными – ВКонтакте, Одноклассники, Про-

фессиналы. Е.А. Лавренчук подчеркивает, что профиль пользователя является основным элементом социальной сети [6, с. 124]. При этом, когда человек создает мнимый, нереальный профиль, это помогает ему приписать своей личности черты и качества, не свойственные в реальной жизни, поместить себя в ситуации и группы, в которые в реальной жизни он не может попасть, почувствовать уверенность в себе, конечно, если «фейковый» профиль не создается с прямой целью совершения мошеннических действий в отношении других пользователей, что особенно распространено на сайтах знакомств.

Еще одно свойство социальных сетей – это *интерактивность*, то есть предоставление создателями социальных сетей возможностей для общения между людьми разными способами, возможностей поддержки друг друга. Например, за понравившийся пост пользователи ставят друг другу «лайк», присылают «смайлы». Для поддержки могут сделать репост записи другого пользователя. Такой репост, с одной стороны, выполняет информативную функцию, например, можно отправить интересную научную статью, либо свежую статистику по заболеваемости коронавирусом, и также можно репостом поддержать какое-то мероприятие друга, коллеги, собрать благотворительную помощь и т.п. Репост – это, прежде всего, форма поддержки чужого мнения.

Существуют и пограничные способы взаимодействия в социальных сетях, на которые, например, обращает внимание М.С. Безбогова [2, с. 47-48]. К ним относятся игры в социальных сетях и «интернет-мемы». Игры направлены на вовлечение как можно большего количества пользователей для реальной одновременной игры. Такие игры могут представлять опасность, например для подростков, так как взрослый человек при помощи игр может влиять на установки и убеждения подростков, может склонить их к преступной деятельности, попыткам суицида.

Интернет-мемы – это специально подобранные картинки, рисунки, отрывки видео по конкретной, часто юмористической ситуации, которые вставляют в текст сообщений. В большинстве случаев интернет-мемы носят развлекательный характер, но могут быть использованы недобросовестным пользователем или преступником как средство давления на не уверенного в себе человека. А.А. Гаврилов подчеркивает, что использование картинок, «интернет-мемов», «смайлов» в переписке в социальных сетях, сокращений слов, неправильного написания слов приводит «к примитивизации сознания, клишированности мышления» [3, с. 227-228], к деградации личности, невозможности развиваться.

Таким образом, несмотря на то, что социальные сети являются очень удобным средством коммуникации между людьми, существует опасность постепенной деградации подрастающего поколения, клишированности сознания и речи, утраты способностей вербально выразить свои мысли без готовых «интернет-мемов», фотографий, картинок и видео. Наиболее подверженными негативному воздействию социальных сетей являются подростки, испытывающие сложности с общением в школе, не ощущающие реальной поддержки в семье, в компании сверстников и вынужденные искать такую поддержку на просторах виртуального пространства, примеряя на себя вымышленные образы и становясь легкой добычей мошенников и преступников.

Понятие установки впервые стали использовать немецкие психологи, при этом Ланге определил установку как «фактор, обусловленный прошлым опытом, определяющий скорость реакции» [7, с.53], Шуман и Мюллер назвали установку «ошибкой восприятия» [8, с. 59].

Когнитивисты Дж. Брунер и Л. Постман в своих работах описали не просто понятие *set* (англ.) – установка, но и впервые ввели понятие «социальная установка» – *attitude* [9, с. 99]. Если че-

ловек изучается в контексте его социальных установок, он рассматривается как единое целое во взаимосвязи с социумом, но при этом совсем не рассматривается психологическая составляющая мировосприятия человека.

Структура установки, предложенная в 1942 году ученым М. Смитом, предусматривает наличие следующих компонентов:

- когнитивный компонент, включающий знания, информацию, особенности восприятия различных ситуаций и явлений человеком;
- аффективный компонент, который состоит из оценки в эмоциональном плане различных ситуаций и явлений человеком;
- поведенческий компонент – это определенные поведенческие реакции человека в конкретной ситуации [10, с. 57-59].

Л. Дубб отмечал, что общее поведение человека в конкретной ситуации складывается из двух составляющих: влияния на его поведение установок, имеющихся в его бессознательном, и выработавшегося отношения к одинаковым ситуациям [11, с. 199].

Л.И. Божович определяет установку через направленность личности, то есть оценку человеком окружающего социума и его действий через внутреннее впечатление, внутреннее отношение [12, с. 59].

С.В. Ковалев подчеркивает, что социально-психологическая установка, как способ реакции человека на схожие ситуации, может окончательно закрепиться в подсознании человека, если она воспринимается как аналогичная, неоднократно повторяющаяся с самого детства. В детстве сначала происходит базовая психотравмирующая ситуация, и у ребенка закладывается установка, например, «Я плохой», «Я никогда не буду счастливым», «Я не достоин счастливой жизни», «Я всегда буду одинок», «Я никогда не добьюсь успеха», «Я никогда не буду богатым». Ребенок впервые показывает ко-

гнитивную, эмоциональную и поведенческую реакции на такую ситуацию, потом происходят схожие психотравмирующие ситуации, на которые ребенок уже реагирует с позиции сформировавшейся установки тем же способом поведения. Бессознательно ребенку кажется, что это лучший и единственно возможный способ реакции на такого рода психотравмирующие ситуации. За счет повторений ситуаций установка на всю жизнь закрепляется в подсознании человека [13, с. 234-235].

Но, так или иначе, следует отметить, что установка в любом случае предполагает определенную поведенческую реакцию человека, спровоцированную убеждением и воспринятую им как определяющую его образ жизни.

Для того, чтобы наиболее глубоко и полноценно описать формирование социально-психологических установок у современных подростков под влиянием социальных сетей необходимо в принципе представить портрет современного подростка, по крайней мере, наиболее часто встречающегося типа. Для многих современных подростков характерна высокая степень интроверсии, увлеченности компьютерными играми, социальными сетями с самого детства.

Г. Солдатова, Е. Рассказова и Е. Зотова выделяют следующие риски компьютерного влияния и влияния социальных сетей на современную молодежь [14, с. 37-39]:

- *коммуникационные риски*, например, риск оскорблений со стороны других интернет-пользователей, риск «буллинга», «дизлайков»; ребенка могут дразнить и в реальной жизни за выраженное мнение в социальной сети, снятый ролик, внешний вид и т.п.;

- *контентные риски*, то есть риск того, что ребенок подвергнется в социальной сети воздействию негативной или искаженной информации о каких-либо процессах и явлениях современного мира, узнает информацию о насилии, пропа-

ганду, наркотиков, алкоголизации, убийств, суицидов, булимии и т.п.;

- *потребительские риски*, под такого рода рисками подразумевается постоянный риск пользователей социальных сетей стать потребителями некачественного платного и бесплатного контента, подвергнуться обману и преступным мошенническим действиям в отношении себя;

- *кибер-риски*, это риски подделки аккаунта, кражи фотографий, личной информации посторонними лицами;

- *интернет-аддикция*, интернет-зависимость, когда подросток практически полностью растворяется в виртуальном мире, находит в нем избавление от психологически травмирующей реальности, либо стремится к жизни, где не нужно каждый день преодолевать препятствия, которые в компьютерных играх всегда преодолеваются легко.

Стремление к быстрому достижению успеха связано с сильнейшим влиянием социальных сетей на мировоззрение подростков. В Инстаграм и Тик-Токе дети видят успешных 18-20 – летних молодых людей, владеющих Майбахами и огромными загородными домами, путешествующих по всему миру и заработавших такое несметное богатство только блогами, постами, выкладыванием фотографий и видеозаписей в социальные сети. Сама по себе такая установка носит исключительно положительный характер, так как настраивает подростков на достижение конкретных целей. Но, если подростку, казалось бы, полностью повторяющему все действия успешных людей, выкладывающему ежедневно посты в социальные сети, делающему профессиональные фото не получается достичь успеха и выделиться среди сверстников, он страдает.

Процесс возникновения и закрепления установки – линейный, как уже говорилось выше в работе, на основе принципа линейности строится выявление и психотерапия установок по методике ПАРКУР С.В. Ковалева [15, с. 237-238].

Особенности формирования социально-психологических установок под влиянием социальных сетей заключаются в том, что мозгом подростка бессознательно фиксируются и запоминаются одни и те же паттерны, упоминаемые в различных постах в социальных сетях, комментариях под видео и в самих видео. Чем больше подросток смотрит контент с такими паттернами, тем быстрее он усваивает новые социально-психологические установки. Установка формируется после того, как паттерн четко закрепляется в бессознательном подростка. Когда одна и та же информация повторяется более семи раз, то происходит запоминание, о чем свидетельствует кривая забывания Эббингауза, связывающая запоминание с количеством повторений [9, с. 181]. И, наоборот, если запоминать информацию один раз, не повторяя ее постоянно, она через те же семь дней улетучивается из оперативной памяти человека, не попадая в долговременную.

Таким образом, чтобы социально-психологическая установка надолго закрепилась в бессознательном подростка, блогеры повторяют одну и ту же мысль из поста в пост, из видео в видео, умышленно навязывая подросткам какую-либо мысль, установку в своих целях. В этом может быть и положительное влияние социальных сетей, если, например, подросток начнет каждый день проговаривать позитивные аффирмации, повышающие его самооценку и уверенность в себе. Но могут быть негативные установки, например, установка, что в современном мире любви и уважения достойны только богатые люди и т.п.

Итак, для формирования установки у подростка должна быть неудовлетворенной какая-либо потребность и блогер в социальных сетях, который будет говорить фразы о том, как удовлетворить эту потребность. Достаточно вспомнить бесконечные ролики в интернете об изучении английского языка: «Хочешь заговорить на английском? Следуй за мной». В

помощь создателям установок выступают многочисленные механизмы ИТ-приложений социальных сетей по отслеживанию интересов пользователей. Достаточно несколько раз набрать нужные слова в поисковой строке, и ребенку будут автоматически выпадать сообщества и видео на нужную тему его неудовлетворенной потребности.

И, наконец, для того, чтобы установка окончательно закрепилась в бессознательном ребенка, необходимо не только ее частое повторение, но и его физические действия, подтверждающие усвоение установки, – проставление лайков, репосты, написание комментариев.

Целью нашего эмпирического исследования явилось исследование проблемы влияния социальных сетей на формирование социально-психологических установок подростков.

Опытно-экспериментальная работа осуществлялась на базе Останкинской СОШ Дмитровского района Московской области и Лицея № 21 г. Химки Московской области. Общий объем выборки составил 70 обучающихся 5-7 классов.

На подготовительном этапе были выявлены основные социально-психологические установки подростков на основе анализа сообществ ВКонтакте, наиболее популярных профилей в Тик-Ток и Инстаграм, наиболее популярных блогеров в Ютьюб-канале, были просмотрены множество видео в социальных сетях и проанализирован состав друзей медийных личностей. Всего было проанализировано двадцать групп социальных сетей, порядка пятидесяти постов на различные подростковые темы и порядка пятидесяти видео блогеров в Тик-токе и Ютьюб-канале, пятнадцать аккаунтов известных блогеров, среди которых Егор Крид, Дана Милохин, Мия Бойка, Егор Шип, Тимати, Сливки-шоу, БрайнМапс. Минимальное количество подписчиков блогеров – от одного миллиона человек и выше. Популярность блогеров среди подростков оценивалась по количеству лайков, репостов,

возрасту аудитории, количеству подписчиков. Целью исследования групп подростков в социальных сетях и аккаунтов блогеров в социальных сетях явилось выявление господствующих тем, о которых пишут посты для подростков, установок, которые звучат в постах, паттернов, предрассудков, побудительных фраз, вербальных методов нейропрограммирования, которые могут оказывать влияние на формирование социально-психологических установок подростков.

Для определения степени вовлеченности подростков в пользование социальными сетями и определения основных групп социально-психологических установок нами была разработана анкета

«Ваши предпочтения в социальных сетях».

Анализ результатов анкетирования показал, что по степени вовлеченности подростки могут быть разделены на 2 группы: школьники, проводящие до 2 часов в день в социальных сетях и школьники, проводящие свыше 2 часов в день в социальных сетях.

Школьников, которые проводят в социальных сетях свыше 2 часов в день, оказалось 50 человек, что составило 71% от всех школьников, участвующих в опросе. Наглядно соотношение подростков по двум группам изображено на рис. 1.

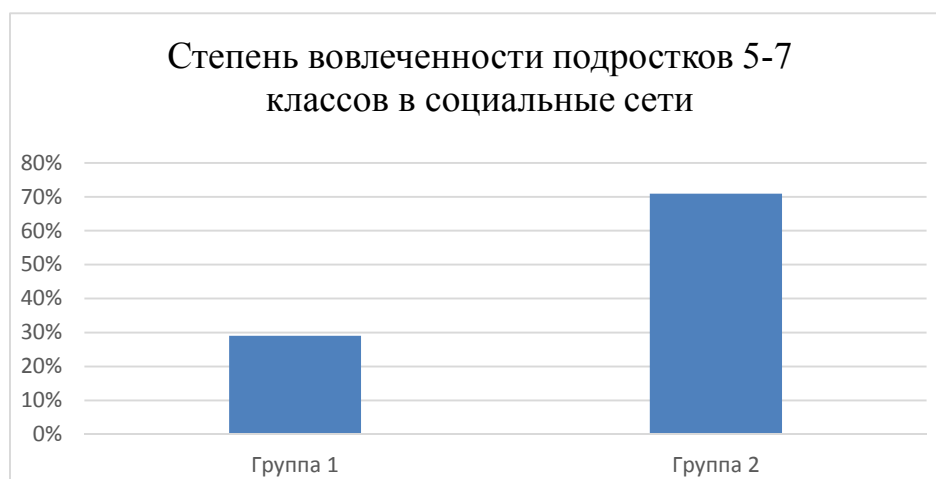


Рис. 1. Степень вовлеченности подростков в социальные сети

Fig. 1. The degree of involvement of adolescents in social networks

При оценке результатов анкеты в отношении присущих подросткам господствующих социально-психологических установок была использована шкала с вариантами присвоения баллов от одного до пяти с тем, чтобы выявить степень проявления той или другой установки у подростка. Соответственно, более высокий балл в шкале присваивался позитивной составляющей установки, более низкий – негативной.

Все установки были поделены на пять крупных групп: материальные, со-

циальные, коммуникативные, творческие, личностные.

На рис. 2 изображено соотношение установок у подростков двух групп в соответствии с установленными пятью шкалами по результатам анкетирования. У подростков группы 2, проводящих более 2 часов в интернете в день, преобладают материальные, личностные и творческие социально-психологические установки, а у подростков группы 1, проводящих менее 2 часов в день в социальных сетях и интернете, преобладают социальные и коммуникативные установки.

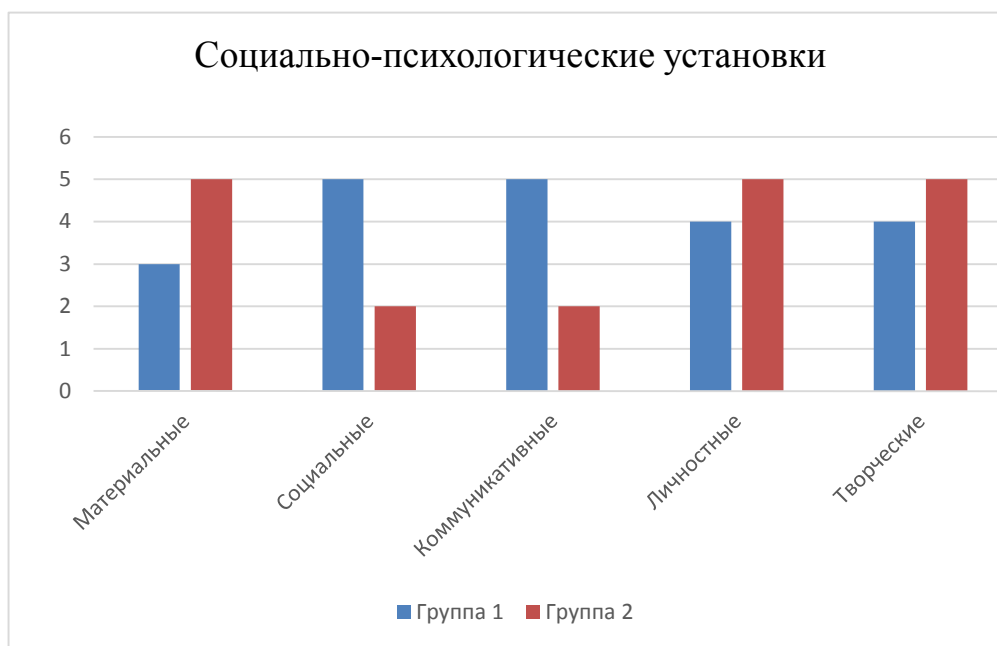


Рис. 2. Распределение групп социально-психологических установок по результатам анкетирования подростков

Fig. 2. Distribution of groups of socio-psychological attitudes according to the results of the survey of adolescents

Данные по наличию и степени выраженности социально-психологических установок у подростков двух групп, полученные в результате анкетирования, были впоследствии подтверждены методиками О.Ф. Потемкиной и Б. Басса. Результаты психодиагностики обеих групп были практически диаметрально противоположными.

Для подростков Группы 1 по методике Б. Басса «Направленность личности» в качестве ведущих были выявлены О-направленность, либо Д-направленность, то есть направленность либо на социум, помощь людям, либо любовь к общим задачам, ориентация на процесс выполнения той или иной задачи. Для респондентов этой группы важно совместное выполнение задач с другими участниками команды, а не достижение цели в

сжатые сроки. Для них являются ценными установки на любовь, создание семьи, гармоничные отношения с родителями, дружбу, как совместное общение и пребывание вместе, помощь друг другу. Результаты диагностики ведущей направленности школьников Группы 1 изображены на рис. 3.

И, наоборот, для подростков группы 2 ведущей является Я-направленность. Для таких подростков приоритетными являются установки на быстрое обогащение, удовлетворение собственных интересов, достижение собственных целей. Особую значимость для них имеют социальный статус, престиж, деньги. Результаты диагностики ведущей направленности школьников Группы 2 изображены на рис. 4.



Рис. 3. Распределение видов направленности личности подростков Группы 1

Fig. 3. Distribution of the types of personality orientation of adolescents in Group 1

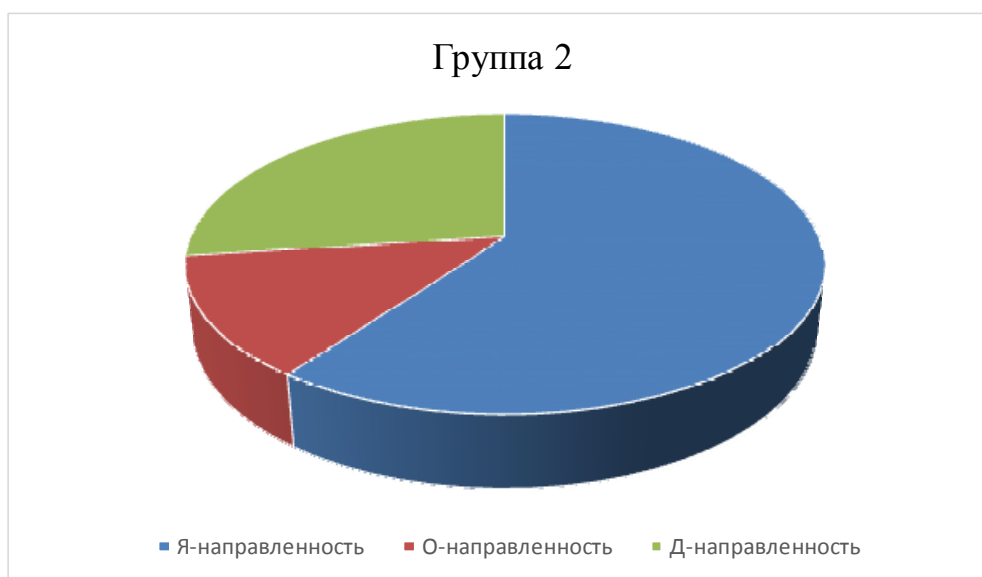


Рис. 4. Распределение видов направленности личности подростков Группы 2

Fig. 4. Distribution of the types of personality orientation of adolescents in Group 2

Результаты оценки социально-психологических установок подростков по тесту-опроснику О.Ф. Потемкиной «Методика выявления социально-психологических установок, направленных на «Альтруизм – Эгоизм», «Процесс – Результат» показали, что 30% (21 человек) обучающихся 5-7 классов показали высокую направленность на процесс и труд, что говорит о стремлении быть социаль-

но активным, приносить пользу обществу. Однако у этих же респондентов отмечен высокий показатель свободы, объясняемый стремлением к избавлению от социальных ограничений. Эти обучающиеся были отнесены нами по результатам диагностического опроса к группе 1. В целом у обучающихся из группы 1 была отмечена отчётливая тенденция снижения направленности на деньги и власть

в пользу увеличения направленности на альтруизм. Во 2 группе у 50% (35 человек) обучающихся была выявлена тенденция к увеличению показателя эгоизма, в то время как у 40% обучающихся (28 человек) сильно выражена ориентация на деньги, что частично подтверждает предварительно выдвигаемую нами гипотезу о том, что социальные сети и интернет постоянно демонстрируют подросткам психологию потребления, экономические ценности, показывая, что деньгами можно купить любую жизнь, любовь и счастье.

По данным тестирования по методике О. Потемкиной установки по достижению успеха и личной самореализации оказались присущи 42 обучающимся (60% респондентов). Установки на коммуникации с социумом оказались характерны для 17 школьников (25% респондентов). Установки на исполнительность, трудолюбие оказались присущи 14 школьникам (20% респондентов). Результаты по методике О.Ф. Потемкиной изображены на рис. 5 и 6.



Рис. 5. Распределение социально-психологических установок подростков группы 1 по тесту-опроснику О.Ф. Потемкиной «Методика выявления социально-психологических установок»

Fig. 5. Distribution of socio-psychological attitudes of group 1 adolescents according to the O. F. Potemkina test-questionnaire «Methodology for identifying socio-psychological attitudes»



Рис. 6. Распределение социально-психологических установок подростков группы 2 по тесту-опроснику О.Ф.Потемкиной «Методика выявления социально-психологических установок»

Fig. 6. Distribution of socio-psychological attitudes of group 2 adolescents according to the O. F. Potemkina test-questionnaire «Methodology for identifying socio-psychological attitudes»

Для установления корреляции между временем пребывания подростками в интернете и степенью выраженности их негативных социально-психологических установок нами был вычислен r -коэф-

фициент Спирмена. Для этого все респонденты были разделены на группы на основании результатов по тесту-опроснику О. Ф. Потемкиной.

Таблица 1. Анализ результатов по определению r -коэффициента Спирмена

Tab. 1. Analysis of the results for determining Spearman's r -coefficient

Направленность установок	Группа 1	Группа 2	Ранг 1	Ранг 2	Разность рангов	Квадрат разности рангов
Альтруизм	80	20	5	4,5	0,5	0,25
Эгоизм	20	80	5	5,5	-0,5	0,25
Процесс	70	15	4	5	-1	1
Результат	30	85	4	5	-1	1
Свобода	70	40	6	6	0	0
Власть	30	60	4	5	-1	1
Труд	80	10	5	3	2	4
Деньги	20	90	5	4	1	1
			38	38	0	8,5

В результате $r = 0,90$, значение находится в зоне значимости на оси значимости, что подтверждает статистическую достоверность полученных результатов о том, что есть прямая взаимосвязь между временем пребывания подростков в интернете (более 2 часов в день) и степенью выраженности их негативных социально-психологических установок.

Выводы

Таким образом, результаты нашего исследования показали, что социальные сети оказывают прямое влияние на формирование социально-психологических установок подростков. В связи с этим, подростки с преобладающими негативными социально-психологическими уста-

новками, нуждаются в специально организованном психолого-педагогическом сопровождении. Психолого-педагогическое сопровождение подростков в контексте формирования их социально-психологических установок под влиянием социальных сетей и интернета – это системно организованная профессиональная деятельность педагогов, направленная на создание психолого-педагогических условий, способствующих успешной коррекции негативных социально-психологических установок школьников и их постепенному преобразованию в адекватные, позитивные установки, способствующие формированию здоровой, гармонично развитой, личности подростка.

Список литературы

1. Соколов М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 9-49.
2. Войскунский А.Е. Исследование интернета в психологии // Интернет и российское общество. М.: Гендальф, 2002. С. 235-250.

3. Гаврилов А. А. Коммуникативно-содержательные средства медиавоздействия // Молодой ученый. 2014. № 9. С. 438-441.
4. Петров А.В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений // Социологические исследования. 2008. № 2. С. 83-90.
5. Шихирев П.Н. Современная социальная психология США. М.: Наука, 1979. 459 с.
6. Крук Ч. Школы будущего // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 314-332.
7. Мид М. Культура и мир детства. М.: Наука, 1988. 361 с.
8. Термин «Социальные сети» // Социальные сети от А до Я: путеводитель по социальным сетям Интернета. URL: <http://www.social-networking.ru/article/social-networks>.
9. Социальная психология / сост.: Р.И. Мокашенцев, А.В. Мокашенцева. Новосибирск: Сибирское соглашение; М.: ИНФРА-М, 2001. 408 с.
10. Социальная психология: хрестоматия / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 2003. 475 с.
11. Гулевич О. А., Безменова И. Аттитюды и их взаимодействие с поведением. М.: Российское психологическое общество, 1999. 345 с.
12. Божович Л. И. Проблемы формирования личности. Воронеж, 2001. 350 с.
13. Ковалев С.В. Нейротрансформинг. Команда нашего «Я». М.: Библиотека NLP, 2016. 176 с.
14. Савельева И. М., Полетаев А. В. История и время. В поисках утраченного. М.: Языки русской культуры, 1997. 486 с.
15. Ковалев С.В. Введение в нейротрансформинг. М.: Библиотека NLP, 2013. 224 с.

References

1. Sokolov M. *Onlajnovyj dnevnik, teorii virtual'noj identichnosti i rezhimy raskrytiya personal'noj informacii* [Online diary, virtual identity theories and personal information disclosure modes]. St. Petersburg, 2006, pp. 9-49.
2. Vojskunsij A.E. [Internet research in psychology]. *Internet i rossijskoe obshchestvo* [The Internet and Russian society]. Moscow, Gendal'f Publ., 2002, pp. 235-250 (In Russ.).
3. Gavrilov A. A. Kommunikativno-soderzhatel'nye sredstva mediavozdejstviya [Communicative and informative means of media interaction]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2014, no. 9, pp. 438-441.
4. Petrov A.V. Cennostnye predpochteniya molodezhi: diagnostika i tendencii izmenenij [Value preferences of young people: diagnostics and trends of changes]. *Sociologicheskie issledovaniya = Sociological Research*, 2008, no. 2, pp. 83-90.
5. Shihirev P.N. *Sovremennaya social'naya psihologiya SSHA* [Modern social Psychology of the USA]. Moscow, Nauka Publ., 1979. 459 p.
6. Kruk Ch. [Schools of the future]. *Gumanitarnye issledovaniya v Internete* [Humanitarian studies on the Internet]. Moscow, Terra-Mozhaysk Publ., 2000, pp. 314-332 (In Russ.).
7. Mid M. *Kul'tura i mir detstva* [Culture and the world of childhood]. Moscow, Nauka Publ., 1988. 361 p.
8. Termin «Social'nye seti» [The term "Social networks"]. *Social'nye seti ot A do Ya: putevoditel' po social'nym setyam Interneta* [Social networks from A to Z: a guide to social networks of the Internet]. Available at: <http://www.social-networking.ru/article/social-networks>.
9. *Social'naya psihologiya* [Social Psychology]; ed. by R.I. Mokashencev, A.V. Mokashenceva. Novosibirsk, Sibirskoe soglashenie; Moscow, INFRA-M Publ., 2001. 408 p.
10. *Social'naya psihologiya: Hrestomatiya* [Social Psychology]; ed. by E. P. Belinskaya, O. A. Tihomandrickaya. Moscow, Aspekt Press Publ., 2003. 475 p.

11. Gulevich O. A., Bezmenova I. *Attityudy i ih vzaimodejstvie s povedeniem* [Attitudes and their interaction with behavior]. Moscow, Rossijskoe psihologicheskoe obshchestvo Publ., 1999. 345 p.
12. Bozhovich L. I. *Problemy formirovaniya lichnosti* [Problems of personality formation]. Voronezh, 2001. 350 p.
13. Kovalev S.V. *Nejrotransforming. Komanda nashego «YA»* [Neurotransforming. The team of our "I"]. Moscow, Biblioteka NLP Publ., 2016. 176 p.
14. Savel'eva I. M., Poletaev A. V. *Istoriya i vremya. V poiskah utrachennogo* [History and time. In search of the lost]. Moscow, Yazyki russkoj kul'tury Publ., 1997. 486 p.
15. Kovalev S.V. *Vvedenie v nejrotransforming* [Introduction to Neurotransforming]. Moscow: Biblioteka NLP Publ., 2013. 224 p.

Информация об авторах / Information about the Authors

Никитина Елена Александровна, кандидат психологических наук, заведующий кафедрой коммуникологии и психологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация
e-mail: eanikitina72@mail.ru

Elena A. Nikitina, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of Communicative and Psychological Science Department, Southwest State University, Kursk, Russian Federation
e-mail: eanikitina72@mail.ru

Желобанова Анна Юрьевна, специалист ООО «Аутспан Интернешнл», г. Яхрома, Дмитровский район, Московская область, Российская Федерация
e-mail: annazhel32@gmail.com

Anna U. Zhelobanova, Specialist of LLC, «Out-span International», Yakhroma, Dmitrovsky district, Moscow region, Russian Federation
e-mail: annazhel32@gmail.com