

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра Общей и социальной
психологии
наименование кафедры

**«Особенности взаимосвязи акцентуаций характера с
представлениями о личности блогера»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) 4 курса 461 группы

направления
(специальности) 37.03.01 «Психология»
код и наименование направления (специальности)

факультета психологии
наименование факультета, института, колледжа

Головиной Галины Дмитриевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
(руководитель)
Доцент кафедры общей и
социальной психологии,
кандидат пед.наук

должность, уч. степень, уч. звание

М.В. Жижина

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
доцент, профессор, д-р.псх.н.

должность, уч. степень, уч. звание

Л.Н. Аксеновская

инициалы, фамилия

Саратов 2020

Введение. В настоящее время мы живём в информационном обществе и не удивительно, что самой большой ценностью для современного человека является информация. Данное явление обусловлено появлением интернета и глобальным его распространением по всему миру, а возникновение различных медиа платформ закрепило такое главенствующее положение. Сейчас невозможно представить человека, который не является активным пользователем социальных сетей и других платформ. Большую популярность завоевал видеохостинг под названием YouTube. Он выполняет ряд функций: хранение, доставка и показ видео. Его появление повлекло за собой возникновение различных феноменов и в их числе – видеоблогинг. На данный момент блогосфера уже заняла существенное место в медиaprостранстве.

Популяризация данного феномена обусловлена как самими блогерами, число которых с каждым днём растёт вместе с вариативностью направленности их тем, так и большой заинтересованностью ими со стороны людей, которые в последствии становятся частью аудитории понравившихся блогеров[38]. Блогеры в настоящее время являются новыми лидерами общественного мнения, оказывая социально-психологическое воздействие как на эмоциональную сферу личности, так и на его социальное поведение. Колоссальное влияние блогеров на общественное мнение и на личность конкретно связано прежде всего с признанием блогеров в качестве референтной группой. Многие из них являются своеобразными открывателями для ряда пользователей. Блогеры показывают иной мир, отличный от его жизненного мира, полный радости и приключений, транслирующий ценности гедонизма, красивой жизни наполненной материальными благами и саморазвития и др.

В силу этого у общества формируются конкретные социальные представления, которые предположительно основываются на различных акцентуациях личности и различаются у представителей разных возрастных категорий.

Проблемой настоящего исследования выступает потребность в обнаружении и сравнении особенностей взаимосвязи акцентуаций характера и отношения личности к феномену блогерства разных возрастных групп (школьники и взрослые).

- Объект исследования: представления о личности блогера
- Предметом исследования выступают особенности взаимосвязи акцентуаций характера школьников и взрослых с их представлениями о блогере

Гипотезы исследования заключаются в следующем:

- 1) социальные представления о личности блогера у школьников и взрослых людей могут быть различны;
- 2) в группе «взрослые» представления о блогере носят более негативный характер, чем представления школьников;
- 3) существует взаимосвязь между акцентуациями личности и представлениями о личности блогера.

Цель нашего исследования:

изучить взаимосвязь между акцентуациями характера и представлениями о личности блогера.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. провести теоретический анализ проблемы исследования;
2. выявить содержание представлений о личности блогера у школьников и взрослых
3. определить особенности содержания социальных представлений у школьников и взрослых;
4. провести исследование по выявлению акцентуаций характера личности у школьников и взрослых;
5. выявить наличие или отсутствие взаимосвязи между акцентуациями и представлениями личности о феномене блогерства.

Теоретико-методологическими основаниями исследования выступили теория социальных представлений С. Московиси.

Методы исследования:

Метод беседы, наблюдение, опрос, ассоциативный эксперимент, метод незаконченных предложений, методика определения акцентуации личности (К. Леонгард-Х.Смишек). Для обработки исследовательских данных использовался контент анализ, корреляционный анализ Спирмена и факторный анализ.

Для обработки полученных данных был проведен статистический анализ с помощью программы SPSS Statistics. Нами были использованы следующие методы статистической обработки: критерий Колмогорова-Смирнова (для проверки нормальности распределения), корреляционный анализ Спирмена и факторный анализ.

Структура работы включает в себя: введение, основную часть, заключение, список литературы, приложения.

Этапы исследования:

- подготовка анкеты;
- диагностика;
- обработка результатов;
- обобщающие выводы.

Основное содержание работы. В первой главе – «Теоретические основы изучения представлений о личности блогера» представлен обзор основных теорий изучения социальных представлений и описаны их основные функции. Так же был проведен обзор исследований о личности блогера и феномене блогерства.

Для того, что бы обозначить место изучения социальных представлений в контексте психологической науки, необходимо обратиться к высказыванию Р.Ю. Вербицкого «социальные представления в перспективе могут предстать в качестве предмета социальной психологии, решив тем самым сразу две основные проблемы данной научной дисциплины – понимание предмета и формирование собственных универсальных методов». В своей статье, «Социальные представления как предмет социальной психологии»[7], Р.Ю.Вербицкий очень подробно разобрал понятие «Социальные представления», поднимая психологические процессы его формирования, и обозначил место изучения социальных представлений в социально-психологической науке.

В настоящее время понятие «социальные представления» включает в себя достаточно обширное количество определений. И при большом количестве трактовок изучаемого в данной работе понятия следует отметить, что определение данное С. Московиси, который под социальными представлениями понимает способность человека воспринимать, делать выводы, вспоминать, чтобы придавать смысл вещам и объяснять личностную ситуацию – мы принимаем за основное[20]. Он считал социальные представления исключительным и универсальным феноменом, который включает в себя все формы познания.

Важной частью исследовательской работы стало изучение личности блогера в контексте социально-психологического исследования. В этой части теоретической работы были даны определения таким терминам как «блог», «блогинг», «блогосфера» и «блогер». Блог (blog– интернет-журнал) - веб-сайт, в основное содержание которого регулярно добавляются элементы, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Блоги характеризуются короткими записями временного значения, расположенными в обратном хронологическом порядке. Главным отличием блога от дневника является публичность и возможность коммуникации между блогером и его читателем посредством переписки в комментариях[33]. Люди, которые ведут свой блог, называются блогерами. Блогосферой называют совокупность всех блогов в интернет пространстве. Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев) посетителей. Это делает их сетевой коммуникационной средой, которая предлагает значительные преимуществ по сравнению с электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами.

Анализируя теоретические источники можно с уверенностью сделать вывод о том, что социальные представления играют важную роль в нашей жизни выполняя основные функции, а именно функции адаптации и коммуникации. Блогеры являются лидерами общественного мнения, которым верят и к которым прислушиваются. Было проведено множество исследований на тему влияния блогера на решение обывателя, которые подтвердили предполагаемую взаимосвязь. Теперь блог это не только способ самовыражения, а так же и способ коммуникации и управления мнением общества. Из-за того, что блогеров считают референтной группой, которая всегда на слуху, у пользователей интернета формируются различные социальные представления по данной тематике, которые необходимо изучить. Также, важно заметить, что не смотря на отсутствие эмпирических исследований в данной области тема блогинга является актуальной.

Во второй главе «Методологические основания и методологические аспекты применения проективных методов для изучения социальных представлений» - описывается проведение эмпирического исследования, а также приводится анализ результатов и их обсуждение.

Выборку для данного исследования составили ученики МОУ «СОШ №1» г. Петровска, студенты СГУ им Чернышевского и работники пожарной части №6 заводского района г. Саратов. Всего в исследовании приняли участие 61 человек. В группе «школьники» в исследовании приняли участие 30 человек из них 13 участников мужского и 17 участниц женского пола. В группе «взрослые» в исследовании приняли участие 31 человек, из них 19 мужчин и 12 женщин.

Для обработки полученных данных был проведен статистический анализ с помощью программы SPSS Statistics 23. Нами были использованы следующие методы статистической обработки: критерий Колмогорова-Смирнова (для проверки нормальности распределения), корреляционный анализ Спирмена, и факторный анализ.

В рамках данной выпускной квалификационной работы можно выделить следующие этапы (временные промежутки могут пересекаться в связи с поперечной работой в рамках выделенных этапов):

На первом этапе (сентябрь 2019 – май 2020) осуществлялся теоретический анализ психологической литературы, публикаций, касающихся тематики социальных представлений и акцентуаций личности, их разновидностей и форм проявления. Был выделен объект и структура исследования для выявления взаимосвязи социальных представлений и акцентуации личности.

На втором этапе (октябрь 2019) нами корректировался предмет и тема исследования, была поставлена цель и выделены соответствующие задачи для ее достижения; также нами был осуществлен выбор методик проведения экспериментальных работ и отобраны диагностические материалы по теме исследования.

На третьем этапе (октябрь 2018 по март 2020) было проведено эмпирическое исследование, включающее в себя сбор, обработку, последующий анализ и интерпретацию данных исследования респондентов. На данном этапе проводилась статистическая обработка полученных данных, сформулированы выводы на основе полученных результатов.

На данном этапе респондентам были предъявлены следующие психодиагностические методики:

- 1) Метод неоконченных предложений;
- 2) Метод ассоциативного эксперимента;
- 3) Методика определения акцентуации личности (К. Леонгард-Х. Смишек).

По итогам психодиагностического тестирования респондентов можно сделать следующие выводы:

- 1) Большая часть респондентов имеют представления о блогере как о достаточно интеллектуально развитом человеке, который при этом отличаются и чувством юмора. Также подчеркивают его

коммуникабельность, экстравертированность и отзывчивость. Внимание привлекает при восприятии образа блогера у респондентов внешняя привлекательность и харизматичность личности.

2) Молодые респонденты значительно больше внимания уделяют внешности блогера, его направленности на помощь окружающим и харизматичности. Респонденты в возрасте от 23 до 56 лет видят в блогере больше интеллектуально развитого, активного, интересного и коммуникабельного человека. Для обеих возрастных групп характерно подчеркивание чувства юмора у блогера.

4) Результаты тестирования респондентов по методике определения акцентуации личности позволяют судить о том, что респонденты достаточно веселые, деловитые, достаточно компанейские, эмоциональные, несколько вспыльчивые, могут испытывать сложности с принятием на себя ответственности и при наличии монотонной работы. У респондентов могут проявляться элементы приукрашивания собственных качеств, потребность во внимании, лабильность эмоциональных состояний, компенсаторное поведение в виду наличия неадекватной самооценки и склонность к лидерству. Также в выборке могут прослеживаться эмоциональная чувствительности, гуманная направленность поведения, тревожность и обостренное чувство долга.

5) В целом нужно отметить, что результаты респондентов не достигают высоких баллов, которые указывают на ярко выраженные акцентуации. Различия в возрастных подгруппах крайне малы, а несколько более высокие баллы по акцентуациям в группе респондентов от 14 до 17 лет могут быть вызваны возрастными особенностями, которые со временем сглаживаются.

На основе проведенного статистического анализа нами были сделаны следующие выводы:

1) По многим взаимосвязям было видно, что респонденты видят в блогере то, что не находят в себе самом и, в связи с этим делают

акцент на определенных представлениях. Так, когда респонденты видят в блогере открытого человека, сами они отличаются проявлениями занудливости, характеризуются немногословностью, могут проявлять подозрительность, ригидность установок и заикленность на каких-то беспокоящих ситуациях или реакциях. Респонденты, характеризующиеся сменами настроения, чувствительностью внутреннего состояния к воздействию извне, имеют представления о блогере как о независимом человеке.

2) Более направленные во вне и чувствительные респонденты описывают блогера как профессионала в своей области, что вполне ожидаемо в виду особенностей данной акцентуации, ведь люди, отличающиеся эмотивностью, достаточно мягкосердечны, отзывчивы, склонны видеть лучшее в людях и в меньшей степени проявляют конфликтность.

3) Факторный анализ позволил комплексно рассмотреть социальные представления об образе блогера и показатели, относящиеся к акцентуациям личности, полу и возрасту респондентов.

Таким образом, гипотеза нашего исследования о том, что существует взаимосвязь между акцентуациями личности и выраженностью социальных представлений об образе блогера нашла свое эмпирическое подтверждение. Вместе с тем, нами были рассмотрены возрастные особенности системы представлений личности об образе блогера.

Заключение. На основе проведенного исследования были выявлены специфические особенности проявления социальных представлений об образе блогера в связи с акцентуациями личности. Кроме того, мы рассмотрели наиболее часто встречающиеся социальные представления об образе блогера с учетом возраста респондентов и на базе общей выборки. Наибольший интерес представляет выявленная тенденция о том, что часто респонденты акцентировали

внимание на тех представлениях о блогере, которым сами могут не соответствовать. Наполненность факторов в статистическом анализе даже позволила судить о некоторых комплексах не совсем позитивных представлений о блогере в связи с акцентуациями личности. Но необходимо отметить, что мы не можем однозначно судить о позитивной или негативной эмоциональной окраске социальных представлений респондентов, для этого необходимы дополнительные исследования.

Таким образом, гипотеза нашего исследования подтвердилась, цель работы может считаться достигнутой. В рамках продолжения исследования имеет смысл расширить выборку, чтобы отобрать каталог наиболее частотных социальных представлений об образе блогера, разработать оценочные критерии под этот список представлений, который может быть использован в семантическом дифференциале и включить в процедуру исследования оценку рассматриваемых представлений с точки зрения позитивного или негативного эмоционального отношения к ним.

Результаты могут быть использованы в работе маркетологов, социальных психологов, при построении дальнейших исследований в рамках данной тематики, для специалистов по продвижению блогеров в социальных сетях или для самих блогеров с той же целью.