

Секция «Психология»

**Факторы аттракции на этапе восприятия информации о пользователе
электронной социальной сети**

Чумакова Валерия Алексеевна

Студент

*Белорусский государственный университет, Философии и социальных наук, Минск,
Беларусь*

E-mail: Valery_ch@list.ru

Быстрые темпы развития информационных технологий позволили расширить арсенал средств организации коммуникативного процесса за счет включения в их перечень Интернет-ресурсов. Электронная коммуникация стала неотъемлемым элементом социальной активности современного человека. Рост популярности электронных сетей обусловил необходимость пересмотра феноменологии общения с учетом новых технологических возможностей. Отдельное место среди исследований занимает сетевая специфика формирования впечатления о партнере по коммуникации, в том числе и факторы формирования в процессе восприятия людьми друг друга в виртуальном пространстве положительного эмоционального отношения друг к другу, что и стало предметом проведенного эмпирического исследования.

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе в исследовании участвовало 59 пользователей социальных сетей, на втором – 80. Выборку наполовину составили респонденты женского пола, наполовину – мужского. Возраст респондентов – 17-25 лет.

Для сбора данных на первом этапе использовалась авторская анкета об особенностях интернет-коммуникации в социальных сетях. На основе полученной информации были составлены макеты личных страниц пользователей социальных сетей, которые предлагались в качестве стимульного материала для оценки респондентам на втором этапе исследования. Применялся также тест неоконченных предложений для пользователей интернет-СМИ Е.В. Пономаревой. Для статистической обработки данных использовались регрессионный анализ, частотный анализ, χ^2 – критерий Пирсона.

Были получены следующие результаты. У женщин в неформальной интернет-коммуникации в социальных сетях решающее значение при формировании образа привлекательного партнера мужского пола на этапе восприятия информации его личной страницы имеют образование и возраст; в деловой интернет-коммуникации более важными факторами являются семейное положение и город проживания мужчины. В общении с представителями своего пола в неформальной интернет-коммуникации при восприятии информации личной страницы большое значение для женщин имеют записи на «стене», а точнее демонстрируемый в них стиль общения, и образование; в деловой же коммуникации – наличие и характер фотографии. У мужчин доминирующими факторами аттракции при восприятии информации, представленной о пользователе на его личной странице, являются наличие фотографии, семейное положение и город проживания женщины и наличие фотографии мужчины (в условиях как неформальной так и деловой интернет-коммуникации в социальных сетях).

В целом, полученные данные подтверждают эволюционную теорию возникновения аттракции [1]: для женщин наиболее важными являются параметры, показывающие

статус партнера противоположного пола. Кроме того в интернет-коммуникации для женщин оказывается важным наличие фотографии партнера (как наиболее информативного и эмоционально насыщенного параметра), для мужчин – физическая привлекательность женщины. Однако следует отметить, что не столько фотография или ее наличие является фактором аттракции для мужчин и женщин в общении как с представителями своего, так и противоположного пола, сколько ее форма и содержание, которые позволяют судить о внешности и других характеристиках субъекта.

Также на данном этапе исследования была получена информация о параметрах привлекательности фотографии и записей на стене личной страницы собеседников. Респондентам предлагалось в свободной форме описать фотографию и записи «стены» страницы собеседника, которые для него были бы наиболее привлекательными. Среди последних наиболее интересными на «стене» партнера независимо от пола являются фотографии, всевозможные высказывания и цитаты.

Особенности привлекательной фотографии, отмечаемые респондентами, были нами обобщены в две основные группы: 1) особенности внешних данных собеседника; 2) особенности самой фотографии. При этом респонденты женского пола при описании наиболее привлекательной фотографии в неформальной коммуникации в большей степени ориентируются на особенности самого собеседника (внешность, фигура, личностные характеристики, о которых можно судить по фотографии и т.д.), респонденты мужского пола ориентируются больше на саму фотографию (ее качество, фокус, фон, оригинальность и т.д.).

Также необходимо отметить, что мужчины и женщины по-разному воспринимают важность наличия фотографий партнера. Мужчины считают, что фотографии важны, так как позволяют получить больше информации о внешности женщины, в то время как женщины считают, что фотографии позволяют понять интересы и характер человека.

Таким образом, были получены факторы аттракции при восприятии информации о пользователе электронной социальной сети, выявлены особенности факторов аттракции в неформальной и деловой коммуникации, а также их половая специфика.

Литература

1. Sprecher, S. Insiders' perspectives on reasons for attraction to a close other / S. Sprecher // *Social Psychology Quarterly*. – 1998. – Vol. 61, № 4. – P. 287 – 300.