

Ермолова Екатерина Олеговна**Тютюникова Наталья Викторовна****ОСОБЕННОСТИ НАРЦИССИЧЕСКИХ ПРОЯВЛЕНИЙ ЛИЧНОСТИ
В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Аннотация. Статья посвящена актуальной для современной науки теме исследования нарциссических проявлений личности в условиях сетевой коммуникации. В статье раскрываются основные понятия «сетевая коммуникация» и «нарциссические проявления личности». Представлены результаты фрагмента эмпирического исследования, которое проводилось с использованием следующего банка методик: «Нарциссические черты личности» (О. А. Шамшикова, Н. М. Клепикова), «Диагностика нарциссизма» (О. А. Шамшикова, Н. М. Клепикова), «Диагностический тест личностных расстройств» (В. П. Дворщенко). Активность респондентов в социальных сетях выявлялась с помощью авторской исследовательской анкеты. Диагностические процедуры проводились на 42 респондентах (студенты 2-го курса, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет»). Показано, что у более активных пользователей социальных сетей нарциссические проявления выражены ярче. Поведение пользователей с более выраженными нарциссическими проявлениями личности значительно отличается от поведения респондентов, уровень нарциссических проявлений которых значительно ниже.

Ключевые слова: нарциссизм, социальные сети, нарциссические проявления личности, влияние социальных сетей на нарциссизацию личности, активность в социальных сетях.

Ermolova Ekaterina Olegovna**Tyutyunikova Natalya Viktorovna****FEATURES OF NARCISSISTIC MANIFESTATIONS OF PERSONALITY
IN NETWORK COMMUNICATION**

Abstract. This work is devoted to the topic of personality narcissistic manifestations in the context of network communication, relevant to the modern science. The article reveals the basic concepts of «network communication» and «personality narcissistic manifestations». The results of the empirical study, which was carried out using the bank of questionnaires, are presented: «Narcissistic personality traits» (O. A. Shamshikova, N. M. Klepikova), «Diagnosis of narcissism» (O. A. Shamshikova, N. M. Klepikova), «Diagnostic test of personality disorders» V. P. Dvorshchenko). The activity of respondents in social networks

Ермолова Екатерина Олеговна – кандидат психологических наук, профессор кафедры общей психологии и истории психологии, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет», Shamka05@mail.ru, Новосибирск, Россия

Тютюникова Наталья Викторовна – медиа-менеджер, Агентство маркетинговых коммуникаций «Pro-Vision Communications», 2452525@mail.ru, Москва, Россия

Ermolova Ekaterina Olegovna – Candidate of Psychological Science, Professor of the Department of General Psychology and History of Psychology, Novosibirsk State Pedagogical University, Shamka05@mail.ru, Novosibirsk, Russia

Tyutyunikova Natalya Viktorovna – Media Manager, Marketing Communications Agency «Pro-Vision Communications», 2452525@mail.ru, Moscow, Russia

was revealed using the author's research questionnaire. Diagnostic procedures were carried out on 42 respondents (2nd year students, Novosibirsk State Pedagogical University). It is shown that for more active users of social networks, narcissistic manifestations are more pronounced. The behavior of users with more pronounced narcissistic manifestations is significantly different from the behavior of respondents, the level of narcissistic manifestations of which is lower.

Keywords: narcissism, social networks, narcissistic manifestations of personality, influence of social networks on narcissization of personality, activity in social networks.

Введение. В современной психологии и смежных ее областях понятию «нарциссизм» в последние десятилетия уделяется все больше внимания, а проблема нарциссизма личности становится одной из наиболее востребованных для изучения в разных парадигмах науки. Связано это с тем, что в обществе активно пропагандируется опора на индивидуальность и именно под маской индивидуальности чаще всего скрывается непревзойденный нарцисс. Общие тенденции развития современного российского общества таковы, что их вектор все чаще направляется в сторону ориентации на общество стран Запада, где на уровне государства и церкви культивируются и поощряются проявления индивидуалистичности. Представляется, что нарциссизм вносит значительный вклад в процветание индивидуалистичных культур, что обуславливает широкий интерес к исследованию этого феномена в зарубежной и отечественной научно-психологической литературе. При этом проблема нарциссизма существует столько, сколько существует человечество, на что указывает хотя бы происхождение термина от имени Нарцисса – героя древнегреческого мифа, написанного Овидием и получившего широкую известность благодаря научным изысканиям З. Фрейда и К. Г. Юнга (см.: [8; 9]). Психические феномены часто оказываются культурно детерминированными. «Психическое функционирование людей, т. е. поддерживаемые в определенное время определенным сообществом дискурсы не только обеспечивают участников ресурсами для придания смысла их поведению или переживаниям, но и определяют само это поведение и переживания» [1, с. 45].

Наряду с возрастающим интересом к понятию «нарциссизм» большое внимание в настоящее время привлекают к себе социальные сети как социально-психологический феномен, в которых как нельзя лучше видно самолюбование отдельных личностей. Сетевая жизнь – это реальность, которая переросла из эпифеномена развития технологий в самодостаточную среду, которая во многом вытесняет реальное взаимодействие между людьми. Проблематика влияния социальных сетей и сетевой коммуникации на личностные особенности рассматривается чаще всего с позиции анализа самоутверждения, самопрезентации, позиционирования себя в виртуальном пространстве. Парадокс заключается в том, что социальные сети, несмотря на свое название, выступают площадкой для проявления и выражения индивидуализации субъекта через самореализацию, самовыражение в подборе и публичном размещении фотографий, своих мыслей, событий повседневной жизни, направленных на ожидание похвалы, большого количества комментариев от других пользователей, их положительных оценок личного контента субъекта, что, несомненно, напоминает нарциссические черты личности: 1) грандиозное чувство самозначимости; 2) поглощенность фантазиями о неограниченном успехе и власти; 3) вера в собственную уникальность; 4) потребность во внимании и восхищении; 5) чувство привилегированности; 6) склонность к манипулятивному поведению в межличностных отно-

шениях; 7) отсутствие эмпатии; 8) зависть к достижениям других; 9) вызывающее, наглое поведение [10].

Методология исследования. В связи со значимостью влияния киберпространства как многомерной совокупности пересекающихся друг с другом виртуальных социальных сообществ на развитие личностных черт представляется необходимым углубить существующие представления о феномене сетевой коммуникации в контексте культуры, а также эмпирически исследовать нарциссические проявления личности в условиях сетевой коммуникации. В этом состоит как научная новизна, так и практическая значимость представленного фрагмента исследования.

Под нарциссизмом в нашей работе понимается особое состояние, которое характеризуется концентрацией всей психической активности на себе [13]; под нарциссическими проявлениями понимается «совокупность нарциссических черт (устойчивых, повторяющихся в различных ситуациях особенностей поведения)», которые как динамические тенденции определяют направленность личности и проявляются в любых ситуациях, «входят в структуру нарциссического расстройства личности, но не достигают уровня, необходимого для диагностики патологического нарциссизма» [10, с. 266]; под сетевой коммуникацией – форма межличностной коммуникации, осуществляемой в глобальной информационной сети, которая конкретизируется в следующих аспектах: общение посредством компьютерной сети; общение посредством Интернета (социальных сетей) [4].

Для реализации исследования применялись следующие методы: теоретический (анализ литературных источников), эмпирический (анкетирование и тестирование) – и методики: «Нарциссические черты личности» (О. А. Шамшикова, Н. М. Клепикова, 2010), разработанная для эффективного измерения различных конфигураций нарциссических черт личности, образующих континуум переходных форм нарциссизма [7]; опросник «Диагностика нарциссизма» (F. W. Deneke, B. Hilgenstock, R. B. Muller, в адаптации О. А. Шамшиковой, Н. М. Клепиковой, 2006), который направлен на изучение нарциссических способов регуляции представления личности о себе [6]; диагностический тест личностных расстройств (В. П. Дворщенко, 2008), предназначенный специально для диагностики специфических личностных расстройств у взрослых [2]; исследовательская анкета «Особенности пользования социальными сетями», разработанная Н. В. Тютюниковой (2019), которая создана для изучения различных аспектов использования социальных сетей.

В исследовании приняли участие студенты 2-го курса, обучающиеся Новосибирского государственного педагогического университета. Количество респондентов – 42 человека, среди которых 34 девушки, 8 молодых человека в возрасте 19–21 года. Полученные в результате диагностики данные были подвергнуты математической обработке с применением компьютерной программы SPSS Statistics 23.0.

Результаты исследования. *Особенности пользования социальными сетями.* Проведенный опрос позволил тщательно изучить особенности пользования социальными сетями респондентами и различные аспекты их поведения. Выяснилось, что в жизни пользователей социальных сетей эти площадки для общения занимают очень значимое место. Они отдают им большое количество своего времени, регулярно их посещают, презентуют в них себя другим людям и изучают выложенную ими информацию.

100 % респондентов ответили, что они являются пользователями социальных сетей, указав при этом социальные сети, в которых они зарегистрированы (рис. 1).

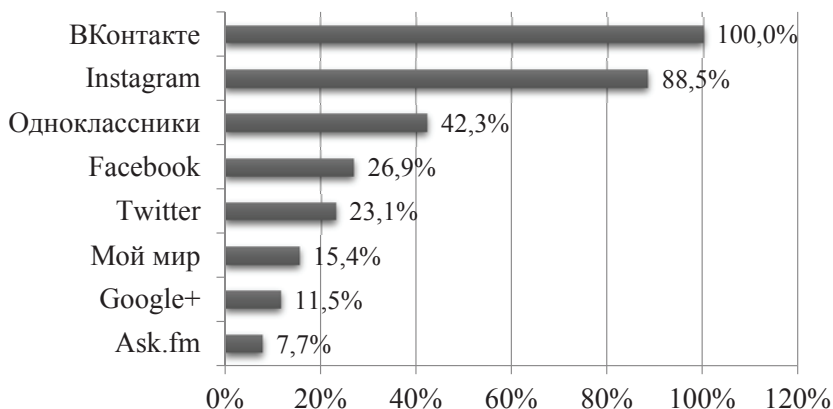


Рис. 1. Социальные сети, в которых зарегистрированы испытуемые

Ответы респондентов на вопрос о том, какую информацию они выкладывают в социальных сетях, представлены на рис. 2.

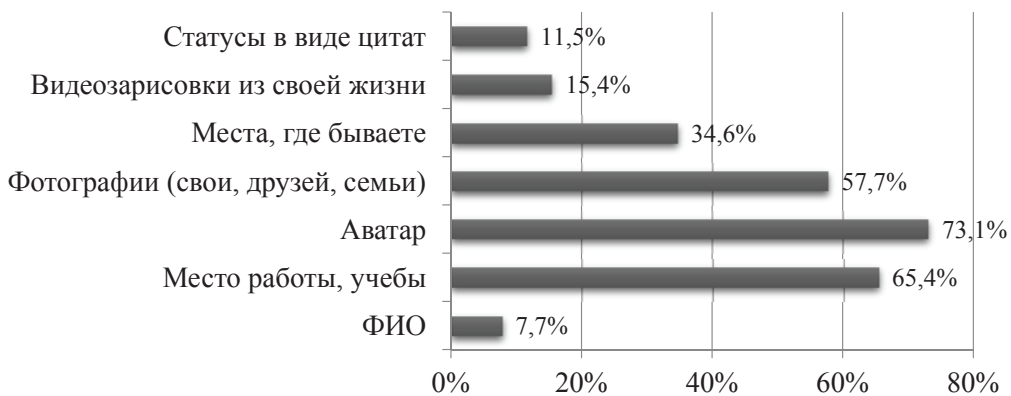


Рис. 2. Информация о себе, которую размещают пользователи в социальных сетях

Также респонденты отвечали на вопрос о том, сколько времени они проводят в социальных сетях (рис. 3).

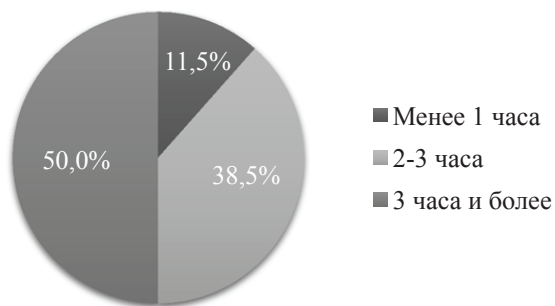


Рис. 3. Количество времени, которое испытуемые проводят в социальных сетях

Большинство респондентов написали, что они общаются с друзьями и знакомыми (92,3 %), слушают музыку и смотрят фильмы (84,6 %), а также ищут полезную информацию (80,8 %). 53,8 % опрошенных наблюдают за людьми, 38,5 % выкладывают фотографии (свои, семьи, друзей). Менее четверти испытуемых используют социальные сети для работы (23,1 %), 11,5 % ищут новые знакомства.

Как следует из ответов, социальные сети выступают для респондентов важным аспектом их социальной жизни. Они регулярно их посещают, проводят в них большое количество времени. Со слов самих опрошенных на данных площадках для общения они презентуют себя под настоящим именем и выкладывают о себе достоверную информацию. При этом социальные сети, в первую очередь, используются ими по основному назначению: для налаживания и поддержания социальных контактов.

Нарциссические черты личности у пользователей социальных сетей. Для выявления нарциссических черт личности использовались методики «Нарциссические черты личности» и «Диагностика нарциссизма». По каждой шкале было посчитано количество испытуемых с низким, средним и высоким уровнем нарциссизма. Результаты, полученные по первой методике, отражены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты методики «Нарциссические черты личности»

№	Уровень нарциссизма	Низкий	Средний	Высокий
	Название шкалы	%	%	%
1	Грандиозное чувство самозначимости	42,3	38,5	19,2
2	Поглощенность фантазиями	26,9	61,5	11,5
3	Вера в собственную уникальность	3,8	84,6	11,5
4	Потребность в постоянном внимании и восхищении	11,5	65,4	23,1
5	Ожидание особого отношения	15,4	61,5	23,1
6	Манипуляции в межличностных отношениях	3,8	69,2	26,9
7	Дефицит эмпатии	15,4	65,4	19,2
8	Сверхзанятость чувством зависти	11,5	73,1	15,4
9	Дерзкое, заносчивое поведение	19,2	73,1	7,7

Как следует из таблицы, у пользователей социальных сетей самое большое количество низких значений по шкале «Грандиозное чувство самозначимости». Также у более чем четверти опрошенных (26,9 %) низкие значения по шкале «Поглощенность фантазиями». Самые высокие значения у пользователей социальных сетей наблюдается по шкале «Манипуляции в межличностных отношениях» (26,9 %).

Результаты обработки методики «Диагностика нарциссизма» представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты методики «Диагностика нарциссизма»

№	Уровень нарциссизма	Низкий	Средний	Высокий
	Название шкалы			
1	2	3	4	5
1	Бессильное Я	7,7	69,2	23,1
2	Потеря контроля над аффектами и импульсами	30,8	57,7	11,5

1	2	3	4	5
3	Дереализация/деперсонализация	23,1	53,8	23,1
4	Базовое доверие	15,4	73,1	11,5
5	Осознание ничтожности Я	15,4	61,5	23,1
6	Негативное отношение к телу	3,8	50,0	46,2
7	Социальная изоляция	7,7	65,4	26,9
8	Возврат к архаическим фантазиям	15,4	69,2	15,4
9	Грандиозное Я	38,5	53,8	7,7
10	Стремление к идеальному self-объекту	26,9	57,7	15,4
11	Жажда похвалы и подтверждения значимости	46,2	42,3	11,5
12	Нарциссический гнев	26,9	61,5	11,5
13	Идеал независимости	15,4	65,4	19,2
14	Обесценивание объекта	19,2	69,2	11,5
15	Идеалы ценностей	19,2	69,2	11,5
16	Симбиотическая самозащита	7,7	76,9	15,4
17	Навязчивые страхи	23,1	42,3	34,6
18	Нарциссическая польза от болезней	26,9	57,7	15,4

Наибольшее количество высоких значений по этой методике было получено по шкале «Негативное отношение к телу» (46,2 %). Более четверти испытуемых получили высокие значения по шкале «Социальная изоляция» (26,9 %). По шкале «Жажда похвалы и подтверждения значимости» большинство пользователей социальных сетей получили низкие значения (46,2 %), отражающие нарциссическую фасадность.

Таким образом, можно говорить о том, что нарциссические черты личности у пользователей социальных сетей по большинству шкал соответствуют норме, однако в полученных данных имеются специфические особенности.

Следует обсудить результаты обработки «Диагностического теста личностных расстройств» В. П. Дворщенко. В рамках настоящего исследования учитывались только данные, полученные по шкале «Нарциссическое личностное расстройство», а также по оценочным шкалам данной методики. По интересующей нас диагностической шкале 4,76 % обследуемых пользователей социальных сетей набрали достаточное количество баллов для постановки диагноза «Нарциссическое расстройство личности». Эти респонденты не были включены в эмпирическую выборку исследования.

Сравнительный анализ активных и неактивных пользователей социальных сетей. С целью сравнения более активных и менее активных пользователей социальных сетей все испытуемые были разделены на две группы по 20 и 22 человека соответственно. Критерием такого разделения стали полученные в результате анкетирования данные о количестве времени в день, которое респонденты проводят в социальных сетях, а также активное добавление контента в социальные сети. К группе менее активных пользователей социальных сетей (ЭГ-1) были отнесены респонденты, которые проводят в социальных сетях менее трех часов в день и добавляющие меньше контента на свои страницы. Активные пользователи, которые проводят в социальных сетях больше трех часов в день и активно добавляющие

в социальные сети контент, составили вторую группу (ЭГ-2). Для проверки статистической значимости различий между группами был использован *U*-критерий Манна – Уитни.

Полученные в результате обработки данные (SPSS, Statistics 23) по методикам «Нарциссические черты личности» и «Диагностика нарциссизма» приведены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты *U*-критерия Манна – Уитни для методик «Диагностика нарциссизма» и «Нарциссические черты личности»

№	Шкала	Средний ранг ЭГ-1	Средний ранг ЭГ-2	<i>U</i> -критерий
1ДН	Бессильное Я	17,20	25,41	134,00*
2ДН	Потеря контроля над аффектами	15,38	27,07	97,50*
3ДН	Дереализация/деперсонализация	16,85	25,73	127,50*
4ДН	Базовое доверие	19,23	23,57	174,50
5ДН	Осознание ничтожности Я	21,58	21,43	218,50
6ДН	Негативное отношение к телу	16,98	25,61	129,00*
7ДН	Социальная изоляция	23,68	19,52	176,50
8ДН	Возврат к архаическим фантазиям	16,40	26,14	118,50*
9ДН	Грандиозное Я	18,35	24,36	157,50
10ДН	Стремление к идеальному self-объекту	20,15	22,73	193,00
11ДН	Жажда похвалы	18,08	24,61	151,50
12ДН	Нарциссический гнев	20,18	22,70	184,00
13ДН	Идеал независимости	23,05	20,09	193,50
14ДН	Обесценивание объекта	20,78	22,16	205,00
15ДН	Идеалы ценностей	25,85	17,55	133,00*
16ДН	Симбиотическая самозащита	21,00	21,95	210,00
17ДН	Навязчивые страхи	18,95	23,82	169,00
18ДН	Нарциссическая польза от болезней	17,45	25,18	155,00
1НЧЛ	Грандиозное чувство самозначимости	20,40	22,50	198,00
2НЧЛ	Поглощенность фантазиями	18,33	24,39	156,50
3НЧЛ	Вера в собственную уникальность	19,15	23,64	173,00
4НЧЛ	Потребность в постоянном внимании и восхищении	14,45	27,91	79,00*
5НЧЛ	Ожидание особого отношения	18,68	24,07	163,50
6НЧЛ	Манипуляции в межличностных отношениях	19,78	23,07	185,00
7НЧЛ	Дефицит эмпатии	20,08	22,80	191,50
8НЧЛ	Сверхзанятость чувством зависти	17,43	25,20	138,50*
9НЧЛ	Дерзкое, заносчивое поведение	19,98	22,89	189,50

Примечание: * – значимо при вероятности ошибки 5 %.

Как следует из таблицы, статистически значимые различия между группами более и менее активных пользователей социальных сетей были выявлены для шкал методики «Нарциссические черты личности»: «Потребность в постоянном внимании и восхищении» и «Сверхзанятость чувством зависти» ($U = 138,5$ $p \leq 0,05$).

В группе более активных пользователей социальных сетей наблюдаются более высокие значения по данным шкалам.

В норме по шкале «Потребность в постоянном внимании и восхищении» ($U = 79,00, p \leq 0,05$) люди ожидают успеха и восхищения, но у них нет потребности «вымогать» у других обратную связь о собственной талантливости и исключительности. Мир не воспринимается как место, которое требует постоянного подтверждения самооценки, а представление о себе мало зависит от внешнего одобрения. Исходя из полученных результатов, можно говорить о том, что испытуемые второй группы больше нуждаются в восхищении и подпитке со стороны окружающих. Важно отметить, что источником такой потребности выступает внутренняя неуверенность в себе. Таким образом, с одной стороны, более активные пользователи социальных сетей могут уделять больше времени общению на различных виртуальных площадках, чтобы получать свою порцию внимания и восхищения от других людей. С другой стороны, те, кто очень много времени проводит в социальных сетях, могут попасть в большую зависимость от чужого мнения и поддаваться влиянию иллюзорных представлений о значимости восхищения со стороны большого количества незнакомых людей.

Высокие значения шкалы «Сверхзанятость чувством зависти» ($U = 138,5, p \leq 0,05$) указывают на преувеличение собственных способностей, достижений и ожидание оценки себя окружающими как особо одаренной личности, невзирая на то, что достижения объективно не столь значительны. Для личности, имеющей максимальные оценки по шкале, характерны позиция превосходства и сверхамбициозность. Такая личность гонится за престижем и высоким социальным статусом, знает о жизни все и всегда может воспользоваться своими успехами и достижениями для того, чтобы доказать, что она самая лучшая. В социальных сетях эта черта может выражаться в ожидании оценки в виде лайков от своих подписчиков, а также в преувеличении собственных достоинств путем ретуширования фотографий и трансляции активности и успешности в своей жизни.

Для остальных шкал применяемой методики не было выявлено статистически значимых различий между группами более и менее активных пользователей социальных сетей.

В методике «Диагностика нарциссизма» статистически значимые различия были выявлены для следующих шкал: «Бессильное Я», «Потеря контроля над аффектами», «Негативное отношение к телу», «Идеалы ценностей», «Дереализация/деперсонализация» и «Возврат к архаическим фантазиям».

Так, шкала «Бессильное Я» отражает функционирование системы «Я» в ситуации угрозы. Выявленные различия ($U = 134,00, p \leq 0,05$) указывают на то, что более активные пользователи социальных сетей в ситуации угрозы для своего Я склонны к более интенсивным переживаниям, которые проявляются в ощущении собственной хрупкости, неконтролируемого страха и тревоги, чувстве одиночества, аутоагрессии и других переживаниях, от которых личность не может защититься.

Схожие результаты были получены и по шкале «Потеря контроля над аффектами» ($U = 97,50, p \leq 0,05$). Для испытуемых из второй группы более характерна дестабилизация поведения в результате потери адекватного контроля над эмоциями и представлениями и усиления чувства страха из-за этого.

Шкала «Дереализация/деперсонализация» также отражает состояние Я в ситуации дестабилизации, но уже внутри самой системы. Выявленные значимые различия ($U = 127,50, p \leq 0,05$) указывают на более высокие значения по этой шкале

в группе активных пользователей социальных сетей. Угрожающими воспринимаются деперсонализация и дереализация сами по себе, поскольку сопровождаются высокой тревожностью, преобладанием агрессивных импульсов и только форсируют дестабилизацию. Такой процесс отражает дезадаптивность состояния системы Я у респондентов второй группы.

По шкале «Негативное отношение к телу» также были получены результаты, указывающие на то, что для активных пользователей социальных сетей, составляющих вторую группу, более характерно обесценивание собственного тела, чем для респондентов первой группы ($U = 129,00, p \leq 0,05$).

Шкала «Возврат к архаическим фантазиям» отражает способ нарциссической регуляции, выражающийся в стремлении к бесконечному покою, когда человек включается в поиск объектов, которые, в отличие от разочаровавших и ненадежных людей, были бы постоянно доступны. Статистически значимые различия между группами по этой шкале ($U = 118,50, p \leq 0,05$) показывают, что активные пользователи социальных сетей более склонны к нарастанию регрессивных тенденций с фантазиями единения с природой и уходом от социальных отношений.

Интересные результаты были получены по шкале «Идеалы ценностей», которая отражает преувеличение масштабов собственной значимости, связанное с обесцениванием ценностей других людей. Для этой шкалы также были выявлены статистически значимые различия между группами ($U = 133,00, p \leq 0,05$), однако анализ средних рангов для каждой группы показал, что в данном случае, наоборот, высокие значения характерны для испытуемых первой группы, а для активных пользователей социальных сетей свойственны более низкие значения, указывающие на неуверенность в том, что приоритеты, жизненные ориентиры правильно определены и могут служить опорой в трудных ситуациях, являясь отправной точкой при пересмотре ценностей.

Сравнительный анализ поведения в социальных сетях у пользователей с низким и средним уровнем выраженности нарциссических проявлений. С целью сравнения поведения в социальных сетях у пользователей с разным уровнем нарциссических проявлений все испытуемые были разделены на две группы по признаку выраженности нарциссических проявлений. Критерием такого разделения стали полученные в результате обработки диагностического теста личностных расстройств В. П. Дворщенко данные об уровне выраженности нарциссических проявлений. В результате обработки теста для каждого испытуемого были посчитаны баллы по шкале «Нарциссизм»: к группе с низким уровнем выраженности нарциссических проявлений отнесены респонденты, у которых сумма баллов составила 3 и менее баллов (ЭГ-3); к группе со средним уровнем выраженности нарциссических проявлений были отнесены респонденты, у которых сумма баллов по данной шкале составила 4–7 баллов (ЭГ-4). Деление на группы осуществлялось на основании ранее проведенного кластерного анализа [14].

По интересующей нас шкале «Нарциссическое личностное расстройство» были выявлены статистически значимые различия между первой и второй группами ($U = 140,50, p \geq 0,05$). Согласно утверждениям автора теста люди с таким расстройством личности характеризуются повышенным чувством собственной важности и величия, собственной уникальности. Обладая уверенностью в успехе, они так увлекаются самолюбованием, что теряют из виду намеченные цели, и их основной целью становится наслаждение собственными достоинствами.

После деления респондентов на две группы были проанализированы их ответы на вопросы анкеты пользования социальными сетями (табл. 4).

Таблица 4

Результаты сравнения респондентов по активности в социальных сетях

№	Вопросы анкеты, указывающие на активное пользование социальными сетями	Количество пользователей, положительно ответивших на ответы анкеты		φ
		ЭГ-3	ЭГ-4	
1	Зарегистрированы более, чем в 3-х социальных сетях	33 %	45 %	0,63
2	Проводят более 3-ч в день в социальных сетях	36 %	60 %	1,24
3	Более 100 человек в друзьях	40 %	54 %	0,72
4	Активно комментируют популярные паблики и участвуют в обсуждении	0 %	27 %	3,10**
5	Переживают радость, находясь в социальных сетях	26 %	36 %	0,49
6	Активно загружают контент: фотографии (свои, семьи, друзей), видеозарисовки, геометки	26 %	63 %	2,86*
7	Важно количество лайков под фото	6 %	45 %	2,91**
8	Важно количество друзей в социальных сетях	6 %	18 %	0,97
9	Не смогли бы отказаться от социальных сетей	60 %	54 %	0,31

Примечание: * – значимо при вероятности ошибки 5 %; ** – значимо при вероятности ошибки 1 %.

Как следует из таблицы, в группе, в которой уровень выраженности нарциссических проявлений выше, количество людей, активно пользующихся социальными сетями, тоже выше.

Критерий сравнения Фишера показал значимые различия между группами по утверждению «Активно загружаю контент: фотографии (свои, семьи, друзей), видеозарисовки, геометки» ($\varphi = 2,86, p \leq 0,005$), что указывает на то, что респонденты группы ЭГ-4 намного активнее, чем респонденты группы ЭГ-3. В группе ЭГ-4 63 % респондентов активно загружают контент в социальные сети, тогда как в группе ЭГ-3 утвердительно ответили на этот вопрос всего 26 %.

Интересен результат по вопросу «Активно комментирую популярные паблики и участвую в обсуждении» ($\varphi = 3,10, p \leq 0,001$). Согласно ответам на этот вопрос анкеты никто из пользователей ЭГ-3 не комментирует популярные паблики и не участвует в обсуждениях в социальных сетях, тогда как 27 % респондентов группы ЭГ-4 ответили на предложенный вопрос утвердительно.

Показателен результат по утверждению «Важно количество лайков под фото» ($\varphi = 2,91, p \leq 0,001$). В группе ЭГ-4 больше положительных ответов на это утверждение на 39 %.

По остальным утверждениям, указывающим на активное пользование социальными сетями, не было выявлено статистически значимых различий, но очевидна

разница в количестве ответивших на них утвердительно. Особенно это касается ответа на пункт анкеты «Проводят более 3 ч в день в социальных сетях»: в ЭГ-4 респонденты в 60 % случаях в отличие от ЭГ-3 (36 %) проводят больше времени в социальных сетях.

Таким образом, в результате сравнения двух групп с низким и средним уровнем выраженности нарциссических проявлений выяснилось, что поведение в социальных сетях респондентов со средним уровнем выраженности нарциссических проявлений значительно отличается от поведения респондентов, уровень нарциссических проявлений которых ниже.

Обсуждение. Является ли часто описываемое поколение «Me» продуктом социальных сетей, потому что оно пропагандирует индивидуалистические тенденции или сами социальные платформы просто обеспечивают идеальную среду для нарциссических проявлений, остается открытым? Очевидно то, что для большинства представителей этого поколения важна форма, а не содержание, виртуальное представление, а не реальность, иллюзия неограниченной свободы действий, а не нормативность культуры [12]. Сетевое пространство – это пространство установления соотношений между самопрезентацией в нем и реальной идентичностью, позволяющее экспериментировать с разыгрываемыми ролями и самоопределяться в этом процессе. Следует предположить, что связь между уровнем нарциссизма и поведением в социальных сетях следует модели самодетерминирующей спирали. Индивидуальный характер и личностные особенности контролируют действия в социальных сетях, а эти действия в свою очередь усиливают социальную тенденцию [12]. «Кроме того, что социальные дискурсы обеспечивают смысловую рамку для понимания и описания человеческого поведения и опыта, они, как уже отмечалось, влияют на само человеческое поведение и опыт» [1, с. 46]. Эгоцентрические тенденции, демонстрируемые молодыми людьми в социальных сетях, отражают общий социокультурный фон российского общества [3].

В результате проведенного эмпирического исследования удалось установить, что у активных пользователей социальных сетей ярче проявляются такие нарциссические черты, как «Потребность в постоянном внимании и восхищении» и «Сверхзанятость чувством зависти». Такие личности больше нуждаются в восхищении и подпитке со стороны окружающих, а источником этой потребности выступает внутренняя неуверенность в себе. Также для них характерны нарциссические проявления, указывающие на реакции «Я» в ситуациях угрозы и дестабилизации: «Бессильное Я», «Потеря контроля над аффектами», «Дереализация/деперсонализация». Дестабилизация «Я» происходит в результате потери адекватного контроля над эмоциями и представлениями; они склонны к более интенсивным переживаниям, которые проявляются в ощущении собственной хрупкости, неконтролируемого страха и высокой тревожности, а также преобладание агрессивных и даже аутоагрессивных импульсов. Активные пользователи социальных сетей более склонны к нарастанию регрессивных тенденций с фантазиями единения с природой и уходом от социальных отношений, что находит свое отражение в механизме нарциссической регуляции «Возврат к архаическим фантазиям».

Поведение в социальных сетях респондентов с более высоким уровнем выраженности нарциссических проявлений значительно отличается от поведения респондентов, уровень нарциссических проявлений которых ниже. Молодые люди с более высоким уровнем выраженности нарциссических проявлений активнее загружают контент: фотографии (свои, семьи, друзей), видеозарисовки, геометки;

активнее комментируют популярные паблики и участвуют в их обсуждениях; для них важно количество положительных лайков под фото и возможность общаться с несколькими людьми одновременно. Они проводят более трех часов в день в социальных сетях и переживают такие эмоции, как радость и прилив сил.

Поскольку одна из общепризнанных функций социальных сетей – это возможность самовыражения, а особенностей их влияния – идеализация образа «Я», то интернет-пространство содержит большое количество возможностей для поддержания, а возможно, развития нарциссических проявлений личности. Социальные сети позволяют создавать интернет-сетевую идентичность, управлять самопрезентацией в виртуальной среде согласно идеальным представлениям о самом себе [11].

Проведенное исследование согласуется с результатами схожих (но не идентичных) работ [11; 12], в которых авторы утверждают связь между активным поведением в виртуальном пространстве и социальных сетях и преувеличенной выраженностью нарциссических черт и механизмов нарциссической регуляции. Мы же в свою очередь предлагаем продолжить исследования в русле выявления направления причинно-следственной связи между обозначенными психологическими переменными, а также дальнейшего углубленного исторического анализа влияния культуры на развитие и поддержание нарциссических тенденций в социальных сетях.

Список литературы

1. Бусыгина Н. П. Психические феномены и дискурс: перспектива социального конструкционизма // Культурно-историческая психология, 2009. Т. 5, № 4. С. 44–52.
2. Дворецко В. П. Диагностический тест личностных расстройств. М.: Речь, 2008. 112 с.
3. Дмитриева Ю. Н. Психологические детерминанты самоутверждения личности в социальных сетях // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 12 (128). С. 283–287.
4. Курбатов В. И. Виртуальная коммуникация, виртуальное сетевое мышление и виртуальный язык // Гуманитарий юга России. 2013. № 4. С. 56–68.
5. Малкин В. М. Виртуальная личность как объект и как субъект сетевых коммуникаций // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология. 2017. № 2. С. 112–117.
6. Шамшикова О. А., Клепикова Н. М. К вопросу о верификации концепта «нарциссизм»: Стандартизация зарубежной методики «Narzissmusinventar» // Психологическая диагностика. 2006. № 1. С. 39–71.
7. Шамшикова О. А. Опросник «Нарциссические черты личности» // Психологический журнал. 2010. Т. 31, № 2. С. 114–128.
8. Шамшикова О. А., Шамшикова Е. О. Игра мерцающих смыслов. Психологические аспекты мифа о нарциссе: между З. Фрейдом и К. Г. Юнгом // Журнал практического психолога. 2006. № 1. С. 170–193.
9. Шамшикова О. А. Миф о нарциссе как модель универсальных внутриличностных проблем современного человека // Мир науки, культуры, образования. 2009. № 4 (16). С. 162–167.
10. Шамшикова О. А., Шамшикова Е. О. Нарциссические проявления личности как образующие континуума переходных форм существования «Границ Я» // Мир науки, культуры, образования. 2009. № 7-2 (19). С. 265–270.
11. Шамшикова Е. О., Шамшикова О. А. Социальные сети как механизм нарциссизации общества // Человек в эпоху перемен. Вызовы настоящего, построение будущего: материалы IV Съезда психотерапевтов, психиатров, психологов и консультантов Сибирского Федерального Округа. Новосибирск, 2015. С. 245–251.

12. *Gnamb T., Appel. M.* Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis // Journal of Personality. 2017. Vol. 86, issue 2. P. 200–212.

13. *Silver C. B.* Erich Fromm and the Making and Unmaking of the Sociocultural // Psychoanal Review. 2017. Vol. 104, issue 4. P. 389–414.

14. *Shamshikova E. O., Shamshikova O. A., Klepikova N. M.* Isolation versus communion. Model characteristics of narcissistic personality types // Behavioral, Cognitive and Psychological Sciences Selected: peer reviewed papers from the 2011 2nd International Conference on Behavioral, Cognitive and Psychological Sciences (BCPS 2011), November 25–26, 2011 / edited by Chen Dan. Maldives: International Proceedings of Economics Developmet and Research, 2011. P. 17–22.

