

Феномен независимости от внешней оценки в социальных сетях

Научный руководитель – Бабаева Юлия Давидовна

Свешникова Екатерина Никитична

Выпускник (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия

E-mail: e.n.sveshnikova@gmail.com

Вербальное творчество в Интернете стало одной из первых форм виртуальной активности, и до сих пор является одним из наиболее популярных способов самопрезентации в сети [1, 2; 3]. Открытость творческих продуктов в сети для широкой аудитории делает виртуальное творчество подверженным значительному влиянию социальных факторов, таких как социальная адаптация [4], принадлежность к группе [5] и, особенно, внешняя оценка со стороны аудитории [6]. Исследования показали, что для большинства пользователей оценка аудитории является значимым мотивирующим фактором для творческой деятельности в сети, однако, можно выделить группу пользователей, для которых будет характерен так называемый феномен неостребованного творчества [7]. В своей творческой активности в социальных сетях эти пользователи не будут ориентироваться на оценку со стороны своей аудитории. Выявление социально-психологических, мотивационных и когнитивных особенностей этой группы представляется очень актуальным как с точки зрения психологии Интернета, так и в рамках исследований психологии творческой деятельности.

Целью настоящего исследования стало выявление психологических условий, позволяющих старшеклассникам быть независимыми от внешней оценки при творческой деятельности в социальных сетях.

Испытуемые. Первоначальная выборка составила 297 учеников 9-11 классов московских школ (163 девочки и 134 мальчика). Для выявления группы испытуемых, демонстрирующих феномен независимости творческой деятельности от внешней оценки, был проведен экспертный анализ текстовых постов испытуемых за один год в их профилях в социальной сети «ВКонтакте». Задачей было выявление группы подростков, для которых регулярность творческой продуктивности не зависела от оценки, получаемой от аудитории. Для всего текстового контента рассчитывалась корреляция между внешней оценкой творческой записи (количество «лайков»/среднее количество «лайков») и количеством «не-творческих» постов до следующей записи. Большинство испытуемых продемонстрировали выраженное влияние внешней оценки на регулярность их творческой активности (значимая корреляция, $p < 0,05$). Независимость творческой деятельности была выявлена у 95 испытуемых. Таким образом, были выделены две контрастные группы. *Группа А* - с высоким уровнем влияния социальной оценки (уровень значимости коэффициента корреляции Пирсона между изменением регулярности творческих постов и их социальной оценкой меньше 0,01). В группу вошло 89 человек, из них 50 девушек и 39 юношей. И *группа В* - испытуемые, продемонстрировавшие феномен независимости творчества (не выявлено значимой корреляции между изменением регулярности творческих постов и их социальной оценкой). В группу вошло 98 человек, из них 43 девушки и 55 юношей.

Методики. Для оценки адаптации подростков в виртуальной среде использовалась методика К. Роджерса и Р. Даймонда (адаптация Осницкого А.К., 2004. Для оценки креативности использовался краткий тест творческого мышления П. Торренса (адаптация Е. Щеплановой, И. Авериной). Уровень ценности творчества выявлялся с помощью методики «Ценностные ориентации» Рокича (адаптация Д.А. Леонтьева, 1993). ИмPLICITные

представления о творчестве анализировались с помощью методики Ю.Д. Бабаевой «Символ творчества», которая позволяет выявить различные аспекты понимания творчества (личностный, процессуальный, продуктивный и социальный).

Результаты. Испытуемые, не ориентирующиеся в своей творческой деятельности на внешнюю оценку (группа В), демонстрируют значимо более высокий уровень творческой продуктивности ($t = 3,21$). Это согласуется с «принципом внутренней мотивации творчества», предложенным Т. Амабайль [8], который описывает ориентацию на внешнюю оценку как подавляющий фактор творческой продуктивности.

Сравнение результатов методики социально-психологической адаптации в двух группах показало, что значения интегрального показателя адаптации в группе «творчески независимых» подростков оказались значимо ниже ($t = 3,11$), чем в группе с высоким уровнем влияния социальной оценки. Также для творчески независимых подростков характерны более низкие показатели по фактору «Эмоциональный комфорт» ($t = 2,25$). Однако, показатели по факторам «Доминирование» и «Внутренний локус контроля» для этой группы значимо выше ($t = 3,17$ для фактора «Доминирование»; $t = 2,12$ для фактора «Внутренний локус контроля»). Эти данные подтверждают предположение, что подростки, в большей степени ориентирующиеся на свои внутренние представления и убеждения, будут в большей степени независимы от мнения окружающих, в том числе в творческой деятельности.

Ценность творчества значимо не различается в группах с разным уровнем влияния внешней оценки, однако, анализ имплицитных представлений испытуемых выявил значимые отличия. Подростки, независимые в своей деятельности от оценки аудитории, значимо чаще в своих представлениях обращаются к личностному (представление о творчестве как о процессе персональной самореализации, через который личность творца находит свое отражение) и процессуальному (представление творчества как процесса) аспектам творчества. Подростки же из группы с высоким уровнем влияния социальной оценки чаще понимают творчество как создание творческого продукта или способ получить признание со стороны окружения. Хотя сравнение групп не выявило значимых различий по показателю креативности, можно заметить, что в группе В оказалось 70 % испытуемых, продемонстрировавших уровень креативности выше возрастной нормы, тогда как в группе А оказались только 5 % высококреативных испытуемых.

Таким образом, можно видеть, что феномен независимости творческой деятельности от внешней оценки включает в себя своеобразие социально-психологических и личностных условий, которые позволяют пользователям в большей мере ориентироваться на реализацию собственных ценностей и представлений.

Источники и литература

- 1) Пэлфри Д., Гассер У. Дети цифровой эры. М.: Эксмо-пресс, 2011
- 2) Cheung C. A home on the web: presentations of self on personal homepages / Rewiring Media Studies for the Digital Age, edited by D. Gauntlett. London: Edward Arnold, 2000.
- 3) Benkler Y. The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom. New Haven and London: Yale University Press, 2006.
- 4) Свешникова Е.Н. Адаптация в виртуальной среде как фактор творческой реализации у подростков // Психологические исследования, 2016, 9(45), 4.
- 5) Яголковский С. Р. Творческая деятельность субъекта в условиях инновационного процесса: когнитивный и групповой аспекты // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 3. С. 98- 108.

- 6) Miura A., Yamashita K. Psychological and social influences on blog writing: an online survey on blog authors in Japan // Journal of Computer Mediated Communication, Vol 12, № 4, 2007
- 7) Бабаева Ю.Д. Современные тенденции в исследовании одаренности // Вестник Моск. ун-та, Сер. 14. Психология. 2008. No. 2
- 8) Amabile, T., Pillemer. J. Perspectives on the Social Psychology of Creativity // Journal of Creative Behavior, 2012, 46, no. 1