

**Выявление особенностей личности на основе изучения поведения аккаунта в социальных медиа**

**Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович**

**Томилова Кристина Ильинична**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

*E-mail: kristina-tomilova@bk.ru*

С развитием цифровых технологий, проникновением их практически во все сферы жизни и практически в каждую семью развивается такое явление, как медиадизация общества. Согласно данным StockApps на 2021 год 67% (5,3 млрд) населения мира пользуются мобильными телефонами[1], а по итогам глобального отчёта Digital 2021 April Global Statshot Report от апреля 2021 года количество пользователей социальных сетей выросло на 330 млн и составляет 4,7 млрд. Эти цифры говорят нам о том, как стремительно с помощью новых медиа создается новая коммуникативная система современного общества[2].

Социальные сети - феномен, который благодаря неуклонно растущей популярности приобретает в последнее время все большую социальную значимость. В 2017 г. количество пользователей социальных сетей в мире превысило 3 млрд. человек, в экономически развитых странах их доля достигает 98-99% населения. Согласно исследованиям Mediascore.net, в 2019 году русскоязычная аудитория интернета достигла 93 млн человек, увеличившись за последние три года на 7%[3].

На текущий момент свыше 4,5 млрд человек на Земле пользуются интернетом, то есть почти 60% населения планеты имеют возможность выходить в онлайн. Количество пользователей социальных сетей преодолело отметку в 3,8 млрд человек[4]. При этом состояние медиасреды оставляет желать лучшего, так как в докладе И.С. Ашманова на основе анализа сетевого трафика в режиме реального времени с помощью систем искусственного интеллекта представлены качественно-количественные характеристики современного состояния медиасреды, было определено, что 90% сообщений рунета-это спам, дубли и информационный мусор[5]. По тональности больше негативного контента, чем позитивного (2:1), а количество оригинальных сообщений всего 5%. Безусловно, все это сказывается на пребывании человека в медиапространстве, а по данным «We are social» среднестатистический пользователь интернета в возрасте от 16 до 64 лет проводит онлайн 6 часов 43 минуты ежедневно.

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена стремительным развитием онлайн пространства, которое занимает большую часть жизни современного человека. Марк Цукерберг предполагает, что интернет пространство постепенно становится альтернативой реальной жизни, где можно делать все - учиться, работать, общаться, дружить. Социологи задаются вопросом: можно ли по этой метавселенной изучать общество, можно ли полученные данные использовать в решении социально значимых общественных проблем? В связи с этим остро стоит необходимостью рассмотреть наличие корреляций между психологическими характеристиками человека и его аккаунтом в социальных медиа. Взаимоотношения между людьми для ученых является одной из центральных тем для изучения, интересно определить, какое значение люди придают взаимоотношениям в информационном пространстве, выявить особенности поведения аккаунтов в социальных медиа и типы

поведения людей в социальных сетях. Данные аспекты темы действительно актуальны, так как вместе с развитием цифровых технологий, переходом в онлайн-пространство стали возникать проблемы, связанные с заменой традиционных социальных институтов, с интернет-зависимостью, манипулированием сознанием в социальных медиа, уязвимостью пользователей в Интернете.

Но есть и позитивные последствия, например, возможности исследования общества с помощью изучения аккаунтов в социальных медиа. Эта сфера сейчас активно развивается, социологи совместно с психологами и экспертами в сфере искусственного интеллекта пытаются выработать алгоритмы, которые бы смогли распознавать определенные аспекты личности в социальных медиа, что позволило бы решить множество проблем в различных сферах нашего общества. Например, в 2012 году группа исследователей из Китая пыталась найти корреляции между психологическими особенностями человека и его поведением в социальных сетях[6], разработчики уверены, что психологические особенности человека влияют на его способ ведения аккаунта и в ходе исследования удалось найти некоторые зависимости.

Цель исследования: выявить и интерпретировать взаимосвязи социально-психологических характеристик личности с особенностями поведения ее аккаунта в социальных медиа. Для достижения данной цели Будет использованы метод анализа онлайн-материалов, метод визуальной антропологии (анализ фотографий), метод постдемографии, метод сравнения данных, полученных в ходе полуструктурированного интервью с данными, полученными в ходе анализа профиля в сети.

### Источники и литература

- 1) StockApps, 2021г. Электронный ресурс: <https://www.ixbt.com/news/2021/09/02/5-3-3.html> (дата обращения: 10.01.22г.)
- 2) Отчёт Digital 2021 April Statshot Report, 2021 г. Электронный ресурс: <https://сра.rip/stati/digital-2021-april/> (дата обращения: 10.01.22г.)
- 3) Mediascope.net, 2019 г. <https://mediascope.net/news/1035826/> (дата обращения: 03.01.2021).
- 4) Digital, 2020 г. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/> (дата обращения: 03.01.2021).
- 5) Ашманов И.С. Социальные сети – орудие информационной войны. 2018. Дек., 21. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=DwLrR34E840> (дата обращения: 03.01.2021).
- 6) Социальные сети: психология, социология, бизнес, 2013 <https://compress.ru/article.aspx?id=23890>