

УДК 316.454.2

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТИПЫ СУБЪЕКТНОСТИ ЧЛЕНОВ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ “ТВИТТЕР”)¹

© 2019 г. Ю. В. Ковалева

*Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт психологии РАН;
129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, Россия.
Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник
лаборатории психологии личности.
E-mail: julkov@inbox.ru*

Поступила 27.05.2019

Аннотация. Изучалась субъектность сетевого сообщества как большой социальной группы на основе существующих на данный момент признаков коллективного субъекта. Предполагалось, что взаимодействие членов сетевого сообщества может быть описано структурой переменных, соответствующих признакам коллективного субъекта. На основе факторов этой структуры проведена классификация и выделены психологические типы субъектности членов сетевого сообщества. Получено шесть факторов субъектности: взаимозависимости, самовоспроизводства, активной саморефлексии, взаимосвязанности, ядра сообщества и решения проблем, которые были соотнесены с признаками коллективного субъекта, при этом их содержание обладало спецификой, характерной именно для сетевого сообщества. Выделено четыре типа субъектности членов сетевого сообщества, различающихся их поведением в интернет-взаимодействии и отношением к нему: пассивный, связанный, активной саморефлексии и активного самовоспроизводства.

Ключевые слова: большая социальная группа, коллективный субъект, признаки субъектности, информационное общество, социальная сеть, сетевое сообщество, жизненный цикл сообщества, психологический тип субъектности.

DOI: 10.31857/S020595920007308-4

Проблема коллективного субъекта (КС) значительно разработана: выделены его признаки [10], дан анализ системной организации и актуализации [16], показаны субъектные свойства малых групп [7], разработаны положения о становлении больших социальных групп как КС [9], и др. (подробно см.: [10]). Признаками КС выступают следующие свойства группы: взаимосвязанность/взаимозависимость индивидов, их совместная активность и саморефлексия (или чувство “Мы”) [10, с. 127–130].

Однако все еще нельзя сказать, что сложилось общепринятое понимание концепта *коллективный субъект*, а само понятие *субъектность* вызывает разночтения и описывается многообразными

качествами, требующими систематизации [10]. В перечне форм совместной активности как генерального признака КС отсутствуют многие современные варианты социального взаимодействия, например виртуальное общение. Возникает вопрос, можно ли считать субъектом такой вид групп, как *сетевые сообщества* (СС), возникший на новых этапах общественного развития [4; 21–23], и достаточны ли существующие на данный момент критерии для оценки их субъектности?

В работе изучается субъектность СС как большой социальной группы. Анализ понятий “социальная сеть”, “информационное общество” и “сетевое сообщество” даны нами в [15] (также см.: [19]). Современное социальное развитие характеризуется появлением так называемого *цифрового общества* с сетевым характером взаимосвязей (экономических, политических, межличностных). Социальная сеть в таком обществе — способ существования

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-00-00606 (18-00-00605) “Субъектность сетевых сообществ в дискурсивном пространстве интернета”.

индивидов и групп в форме взаимодействия в целях обмена информацией, а СС — это “децентрализованная (самостоятельная, неиерархическая. — Ю.К.), самовоспроизводящаяся агрегация индивидов/групп индивидов с общими идеями, ценностями, пристрастиями, взаимодействующих в едином коммуникационном коде” [4, с. 59]. Такой код — это способы создания и основы понимания высказывания (кодирования/декодирования информации), а также система символов (например, единый сленг или знаки с присущими им смыслами и др.), позволяющая осуществить коммуникацию.

СС присущ жизненный цикл (ЖЦ), существенно отличающий его от других групп. ЖЦ начинается с информационного воздействия, отторгающего индивидов от первичной агрегации и дифференцирующего на “мы” и “не-мы” с дальнейшей идентификацией ценностей и формированием кода. Часть социальной сети становится СС, в котором прежние слабые связи (по М. Грановеттеру) [24] преобразуются в коммуникационные каналы между индивидами, а затем формируется структура СС: авторы — активные производители информации, комментаторы, способствующие ее распространению, и читатели, ее пассивные потребители (до 80% членов СС). *Самовоспроизводство* — собственно функционирование СС — зависит от активности авторов и комментаторов и соответствия их посланий ожиданиям остальных членов СС. *Распад* происходит с прекращением информационного обмена между его членами [4].

Можно видеть, что СС уже на этапе зарождения удовлетворяет ряду признаков КС. Это для начала пространственно-временная локализация, которой недостаточно для того, чтобы признать группу КС, но она говорит о взаимосвязанности, являющейся сущностным признаком как для зарождения СС, так и для наличия начального уровня субъектности. В СС ее обеспечивают слабые связи между членами группы, которые позволяют ей перейти к следующим этапам существования — формированию своей структуры, но также дают возможность осуществлять и совместную активность, и саморефлексию, т.е. проявлять уровень не только реальной, но и рефлексивной субъектности.

Отличия этапов ЖЦ СС особенно очевидны на примере различных социальных групп (профессиональных, этнических, возрастных и др.). Так, несмотря на сходство с ЖЦ, например, семьи [14], процесс зарождения и функциональная специализация их членов различны. Специфичными также являются организация СС по принципу ядра или нескольких ядер и периферии и доступные для нее

виды совместной деятельности, полностью завязанные на информационном обмене в виртуальной среде.

На данный момент проведено значительное количество исследований, сконцентрированных на описании феноменов, проявляющихся в интернет-взаимодействии: языковых и культурных трансформаций, новых речевых жанров и стратегий [3; 5; 18; 20], социальной перцепции в социальных сетях [6], виртуальной самопрезентации [13], личностных черт [1; 2], ролевых позиций [8] и др. Основные потребности личности в социальных сетях видятся в получении информации и коммуникации [8; 17]. В настоящей работе изучалось взаимодействие членов СС, протекающее в предметном поле создания, потребления, трансформации и распространения информации. Была выбрана социальная сеть “Твиттер”, функциональные особенности которой способствуют образованию СС (см. подробнее: [15]). Для твиттер-коммуникации свойствен творческий характер: необходимость кратко, но емко выразить свою мысль, привлечь к ней внимание и максимально ее распространить [3; 5]. Пользователи “Твиттера” с большим числом подписчиков являются центральными звеньями, авторами СС. Их подписчики образуют круг комментаторов и читателей, которые откликаются на сообщение пассивным прочтением, словом, лайком или ретвитом. В “Твиттере” присутствуют различные варианты СС, основанием для их выделения является прежде всего их отрефлексированность самими пользователями социальной сети: их названия упоминаются, используются для самоидентификации (подробнее см.: [15]).

Идентификация СС возможна в момент его актуализации (временной или постоянной). В этот период СС может быть рассмотрено как субъект совместной жизнедеятельности, в активности членов которого отражается его целевое, ценностное, потребностное, нормативное и другое содержание. СС, существующее в рамках социальной сети, может являться неопределенной по численности и гетерогенной по составу большой социальной группой, изучать субъектность которой можно по тому, как признаки КС представлены в поведении и взаимодействии ее членов [10, с. 142]. Предполагается, что у разных членов СС в зависимости от их принадлежности к той или иной части структуры эти признаки будут выражены по-разному.

Теоретическая гипотеза исследования: субъектность СС проявляется в характеристиках взаимодействия его членов в социальной сети.

Цель исследования: определение типов субъектности членов СС, проявляющихся в различном

соотношении характеристик взаимодействия его членов — пользователей социальной сети.

Исследовательские гипотезы.

Гипотеза 1. Существует латентная факторная структура переменных, описывающих взаимодействие членов СС, факторы этой структуры соответствуют признакам КС.

Гипотеза 2. На основе полученных факторов может быть проведена классификация и выделены психологические (эмпирические) типы субъектности членов СС, которые различаются по уровню проявления характеристик взаимодействия его членов.

МЕТОДИКА

Участники исследования. В исследовании приняли участие пользователи “Твиттера” в возрасте от 17 до 73 лет ($M = 44$ года, ст. откл. = 10.53, распределение близко к нормальному, критерий Колмогорова–Смирнова $d = 0.333$, $p \geq 0.20$). Общая численность выборки составила 872 чел. (42% женщин, 68% имели высшее образование, 16% неоконченное высшее, 16% среднее). Респондентами выступили русскоязычные жители 35 городов России, а также Германии, Израиля, Италии, США, Украины, Франции, Эстонии. Ими было названо около 100 профессий и специальностей, к которым они себя относили. Они, таким образом, представляли гетерогенную по возрасту, образованию, профессиональной принадлежности, месту проживания большую социальную группу русскоязычных пользователей “Твиттера”. Основанием для формирования выборки служили общий язык и сильные (наличие подписки и регулярное общение с подписчиками) и слабые (принципиальная связанность с другими пользователями через своих читателей) связи в социальной сети.

Процедура. Исследование проводилось в течение трех недель с 20 октября по 10 ноября 2018 г., что позволило зафиксировать ответы пользователей в период времени, связанный с конкретными информационными событиями.

С аккаунта автора статьи было размещено приглашение принять участие в исследовании, посвященном изучению “Твиттера”: *“Дорогие мои подписчики! Моя студентка пишет диплом по сетевым сообществам. Ей нужны мнения подписчиков Твиттера! Девочка отличная, старательная! Помогите реально хорошему ребенку, тянущемуся к науке! Всего несколько минут — я уже заполнила!! ru.research.*

net/r/PL6NWV3”². В сообщении давалась ссылка на сайт <https://ru.surveymonkey.com>, на котором были размещены анкета и два опросника (в настоящей работе обсуждаются результаты, полученные только с помощью анкеты).

Взаимодействовали с твитом, т.е. просматривали и переходили по указанной ссылке, 2190 чел., 137 ретвитнули его, т.е. приняли участие в его распространении, 81 отметили твит как понравившийся; всего за время исследования твит более 30 тыс. раз появлялся в ленте пользователей (данные предоставлены сервисом “Твиттера”). Таким образом, был использован сетевой способ его распространения, и участниками исследования оказались те, кто являлись подписчиками не только того аккаунта, с которого он был первоначально опубликован.

Первые 22 вопроса анкеты заполнили 1069 чел., опрос подразумевал только добровольное участие. У большинства он вызвал позитивные эмоции: респонденты желали удачи студентке, писали о своем интересе, тем не менее у некоторых отмечались и сопротивление, усталость, несколько человек высказало подозрение в сборе персональных данных. Полностью опрос прошли 872 чел.

Принадлежность пользователей к одному СС оценивалась по ответу на вопрос № 33 Анкеты (вопрос № 21 в Приложении) [15]: *Какое общественно значимое событие последнего года, которое активно обсуждалось в “Твиттере”, запомнилось Вам больше всего?* Наибольшее количество ответов было получено по следующим темам (можно было указывать несколько): пенсионная реформа (180); трагедия в колледже Керчи (118); события, связанные с Украиной (77); президентские выборы (73); Чемпионат мира по футболу (64); дело Скрипалей (58); трагедия в ТЦ “Зимняя вишня” в Кемерове (51); нет таких (38); все/все внешнеполитические/много (36); события в Сирии (23); драка футболистов (17); комедийный фильм о блокаде Ленинграда (14); послание Президента Федеральному собранию (13); другие события, среди которых открытие Керченского моста, Бессмертный полк, санкции, Олимпиада (всего 20 событий), набрали меньше 10 упоминаний (многие из этих событий либо случились давно, либо, как санкции, представляли постоянный информационный фон, или, как в случае с Бессмертным полком, на момент исследования не были актуальны).

Такое СС является типичным для “Твиттера”, ориентированного на последние новости, его интересы направлены на острую внутреннюю

² В организации исследования принимала участие магистрантка ГАУН А.Н. Книголюбова.

и международную повестку, а основные ценности — социальная справедливость, патриотизм и развитие гражданского сознания.

Методика. Авторская анкета, направленная на изучение характеристик взаимодействия членов СС: статуса, ценностей, отношений, типичного поведения, которая была разработана на основе наблюдения за коммуникациями пользователей “Твиттера”, содержала 42 вопроса, направленных на сбор демографических данных (1–4-й вопросы), информации о статусе аккаунта (5-й, 7–11-й вопросы), типичных взаимодействиях, а также отношении к ним (6-й, 12–42-й вопросы), и которые соответствовали признакам *субъектности группы* (подробно об анкете см.: [15]). Вопросы анкеты, задействованные в настоящем исследовании, и их условные обозначения представлены в Приложении. Их выбор был связан с тем, что они в достаточной степени характеризовали предмет исследования — субъектность членов СС и в отличие от остальных открытых или измерявшихся в дихотомической шкале вопросов оценивались по шкалам, подразумевавшим от 3 до 5 вариантов ответов

(от полного несогласия к полному согласию через нейтральные ответы), что при значительном объеме выборке позволило использовать такие статистические процедуры, как факторный и кластерный анализ.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Результаты факторного анализа методом главных компонент с вращением варимакс представлены в таблице. Общая дисперсия данных, которую описывают факторы, составляет 54%, что больше 50% и может считаться удовлетворительным результатом.

Согласно собственным значениям факторов (см. таблицу), наглядно можно видеть на графике (рис. 1), что уровень пяти из них превышает единицу, однако была выбрана допустимая шестифакторная структура ($k+1$), которая описывает больший процент дисперсии переменных и задействует большее их количество, чем при пятифакторном варианте, при этом собственное значение шестого

Таблица. Факторная структура 20 переменных, метод главных компонент, варимакс вращение ($N = 872$)

Факторы и их доля дисперсии	1 (0.09)	2(0.09)	3 (0.099)	4(0.10)	5(0.12)	6(0.05)
Переменные						
Читаемые	0.10	−0.01	0.07	0.86	0.05	0.04
Читатели	0.07	0.13	0.17	0.81	0.15	0.00
Лайк/ретвит	0.08	−0.11	0.59	0.16	0.31	0.03
Время	0.47	0.17	0.09	0.15	0.16	−0.13
Конфликты	−0.04	0.21	0.19	0.08	0.57	−0.32
Акции	0.03	0.09	0.17	0.05	0.07	0.76
Отзывчивость	0.01	−0.05	0.58	0.08	0.26	0.30
Приветствия	0.14	0.46	0.53	0.24	−0.03	0.02
Хештеги	−0.23	0.24	0.03	0.32	0.41	0.04
Поздравления	0.05	0.22	0.71	0.22	0.10	0.08
Персональные фото	−0.03	0.70	−0.00	0.18	0.18	0.06
Традиции	−0.03	0.49	0.24	0.21	0.18	−0.28
Значимость своих действий	0.43	0.08	0.18	0.12	0.35	0.22
Сожаления	0.74	0.01	0.09	0.04	0.13	0.07
Замена	0.56	0.08	−0.03	0.21	0.35	−0.03
Быть услышанным	0.18	0.12	0.14	0.13	0.76	0.09
Возможность высказаться	0.28	0.05	0.12	0.07	0.75	0.05
Чувство “Мы”	0.49	0.25	0.13	0.30	0.26	−0.02
Важные темы	0.29	−0.12	0.41	−0.19	0.14	−0.32
Реальное общение	0.19	0.72	0.05	−0.08	0.09	0.10
Собственное значение фактора	5.00	1.56	1.28	1.19	1.05	0.94
Общая дисперсия	1.87	1.81	1.93	2.00	2.33	1.07
Доля общей дисперсии, описываемая фактором	0.09	0.09	0.099	0.10	0.12	0.05

Примечание. Полужирным выделены факторные нагрузки, имеющие значимые корреляции с фактором на уровне 0.70 и выше; полужирным курсивом выделены факторные нагрузки, “аффилированные” с фактором, — имеющие значение корреляции выше 0.4.

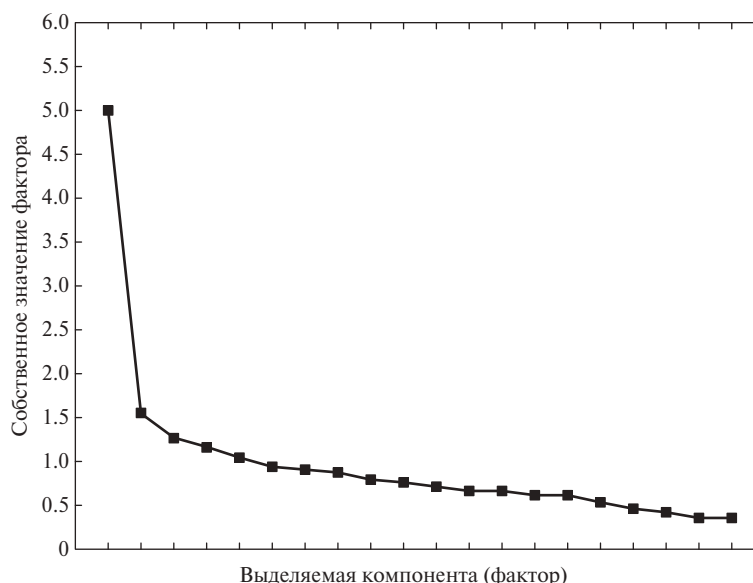


Рис. 1. График собственных значений факторов

фактора имеет приемлемое значение, близкое к единице.

Таким образом, факторный анализ позволил выделить шесть факторов, которые, по нашим предположениям, должны соответствовать признакам субъектности членов СС, проявляющихся в характеристиках их взаимодействия.

По таблице можно видеть, с какими переменными коррелируют и аффилирован каждый фактор. Таким образом:

Ф1 (собственное значение 0.09) отражает зависимость респондентов от СС и связан со временем, проведенным в социальной сети, показывает погруженность респондентов в ее процессы и события, переживание ими значимости собственных действий, а также чувство “Мы” и осознание компенсации жизни в офлайне. Представляется, что этот фактор связан с таким признаком КС, как *взаимосвязанность/взаимозависимость*, относящимся к базовому уровню *потенциальной субъектности* группы, и может быть назван **Фактором взаимосвязанности**.

Ф2 (собственное значение 0.09) показывает открытость членов СС друг другу вплоть до возможности при наличии условий переноса жизни из онлайн в офлайн. Помимо этого он отражает рутинную жизнедеятельность СС, поддерживающую его активное состояние, и целостность в форме регулярных приветствий и специфических твиттеровских традиций (подробнее о традициях в “Твиттере” см.: [15]). Этот фактор, с одной стороны, также близок признаку субъектности — *взаимосвязанности/взаимозависимости* и может быть соотнесен с ним, однако, с другой стороны,

он отражает неучтенный в концепции КС признак самоорганизации и самовоспроизводства СС в отсутствие актуального события (для СС — “инфоповода”). В связи с этим он был назван **Фактором самовоспроизводства**.

Ф3 (собственное значение 0.099) демонстрирует активность членов СС по распространению информации и ее направленность на сохранение и активизацию коллективной памяти, гражданской идентичности и значимых общественных ценностей. Он может быть соотнесен с двумя признаками КС — *совместной активностью* и *саморефлексией*. Это слияние признаков в факторе, возможно, связано со спецификой именно СС, когда в сетевом взаимодействии при часто появляющихся новых членах требуются постоянные акты самоидентификации для определения “своих” и “чужих”. Поскольку информация является единственным предметом совместной активности, она постоянно используется для таких целей, то фактор был назван **Фактором активной саморефлексии**.

Ф4 (собственное значение 0.10) связан с количеством членов СС, на которых подписан респондент, и которые подписаны на него. Этот фактор был назван **Фактором взаимосвязанности**, и он также, как и первый фактор, связан с признаком КС — *взаимосвязанностью/взаимозависимостью*.

Ф5 (собственное значение 0.12) — наиболее специфичный фактор для СС формата “Твиттера”, относящийся к задачам, которые решают ядро СС и его ближайшее окружение: создание переработанного варианта информации в интересном и привлекательном виде, а также отклика, который заинтересует других членов СС и создаст волну его

распространения. Именно поэтому в нем задействованы переменные, связанные с хештегами и конфликтами — персонифицированные сообщения часто вызывают споры. Этот фактор не может быть прямо соотнесен с признаками КС: он подразумевает новый вид совместной активности. Зачастую центры СС — это изолированные члены, мало читающие других, а нацеленные на отслеживание новой информации и создание собственных вариантов ее прочтения. Однако они зависят от распространителей своих сообщений не меньше, чем те от новой информации. Этот фактор был назван **Фактором ядра сообщества**.

Ф6 (собственное значение 0.05) отражает отклик членов СС на просьбы, как правило, это сбор денег для помощи кому-то. Этот фактор связан с двумя признаками субъектности — *взаимосвязанностью/взаимозависимостью* и *совместной активностью* и косвенно — с *самоорганизацией* и *самовоспроизводством*. Он помогает членам СС переживать чувство связанности и собственной значимости в решении реальных жизненных задач. Он был назван **Фактором совместного решения проблем**.

Таким образом, было выделено шесть факторов, которые, с одной стороны, могут быть соотнесены со всеми признаками КС и отражают таким образом субъектность СС, проявляющуюся в конкретных характеристиках его членов, с другой — не совпадают полностью с этими признаками, что,

по-видимому, демонстрирует специфическую жизнедеятельность членов именно сетевого интернет-сообщества.

Результаты иерархического кластерного анализа методом Варда с использованием манхэттенских расстояний (классифицировались участники исследования по шести новым переменным — полученным факторам субъектности) позволяют провести следующую классификацию членов СС. Кластер 1 ($N = 200$), Кластер 2 ($N = 130$), Кластер 3 ($N = 290$), Кластер 4 ($N = 252$) (рис. 2).

График средних значений переменных (оценок факторов субъектности, приписанных каждому респонденту) по четырем кластерам представлен на рис. 3.

По профилям, представленным уровнями средних значений оценок факторов субъектности каждого кластера, был определен тип субъектности входящих в них респондентов.

Тип 1 (получен на основе *Кластера 1*): все показатели факторов субъектности этого кластера находятся ниже их средних значений, кроме Ф6, который находится на среднем уровне. Можно сказать, что это самые пассивные члены, не имеющие потребности высказываться и поддерживать других, не участвующие в традиционной активности СС, кроме самой необходимой — проблемной. Согласно представлениям о структуре СС, этот тип субъектности может быть свойствен периферии:

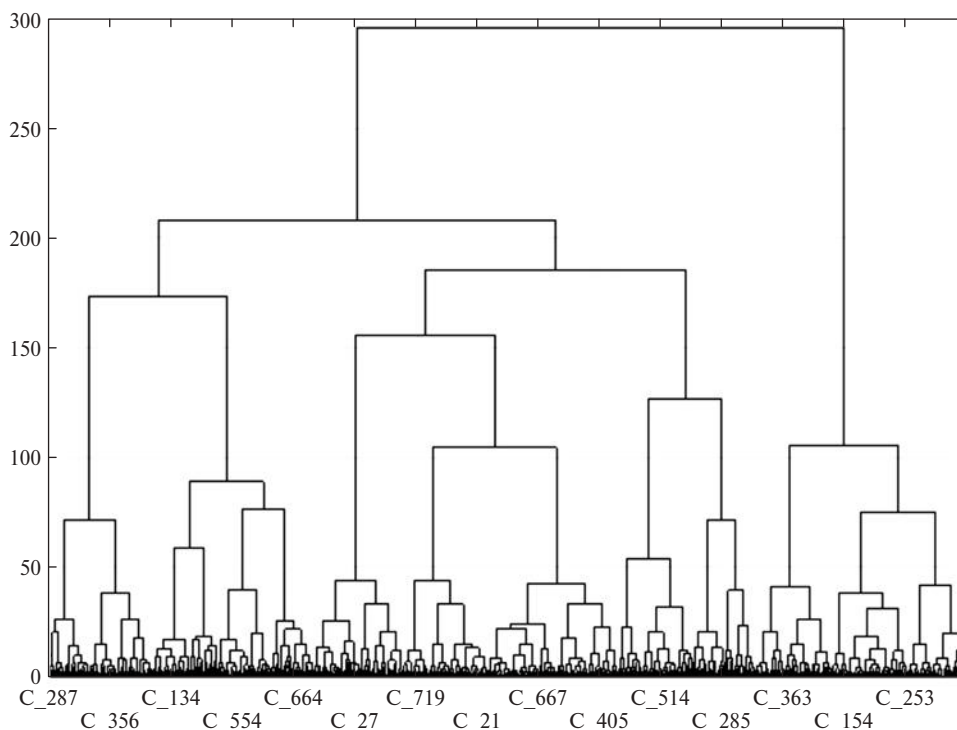


Рис. 2. Дендрограмма для 872 наблюдений (метод Варда, манхэттенское расстояние)

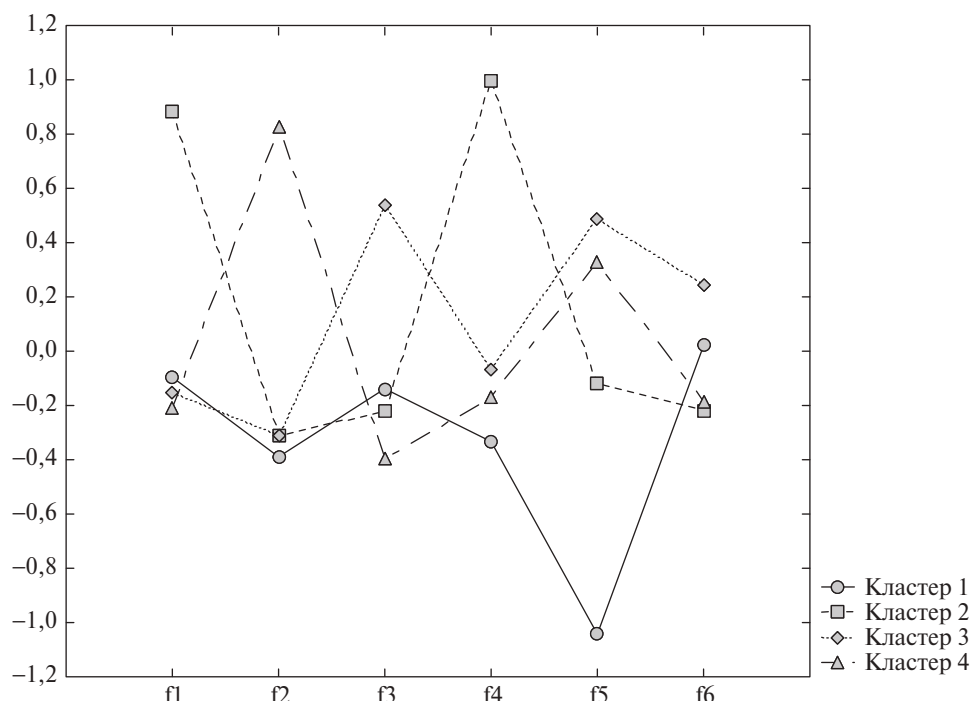


Рис. 3. Линейный график для шести факторов субъектности по четырем кластерам

членам, наиболее удаленным от ядра, составляющим тем не менее важную его часть — целевую аудиторию, заинтересованную в потреблении информации.

Тип 2 (получен на основе *Кластера 2*): в нем показатели трех факторов субъектности (Ф2, Ф3 и Ф5) также находятся на уровне ниже их средних значений, однако средние значения факторов Ф1 (*Взаимозависимость*) и Ф2 (*Взаимосвязанность*) принимают самые высокие значения по всей выборке респондентов. Таким образом, этот тип субъектности членов СС соотносится с потенциальной коллективной субъектностью — необходимой основой субъектности реальной. Возникает вопрос, говорит ли это о том, что эти члены СС готовы к переносу своей активности из онлайн в офлайн? Что могут развить свою субъектность до каких-то следующих форм? Или они уже сейчас выполняют важную функцию по скреплению конкретного СС? Представляется, что ответы на эти вопросы предстоит получить в будущем. Хотя по первому вопросу уже сейчас можно ответить отрицательно: переменная *Реальное общение* относится к Ф2, который в этом кластере принимает низкие значения. Интересно, что это самый малочисленный кластер.

Тип 3 (получен на основе *Кластера 3*): в этом кластере самые высокие средние значения по всей выборке принимают Ф3 и Ф5: *Активная саморефлексия* и *Ядро сообщества*. Этому типу субъектности соответствует самая активная позиция в данном СС: создание и реализация высказывания

в направлении его объединения на основе общих (коллективных) памяти и ценностей.

Тип 4 (получен на основе *Кластера 4*): в этом кластере также на достаточно высоком уровне находится Ф5, т.е. у этих членов СС тоже велика потребность высказаться и быть услышанным, однако эта активность сопряжена с функцией самовоспроизводства, которая заложена в Ф3. Это очень важное поведение членов СС, которое актуализируется в период информационного затишья или проявляется рутинно для целей поддержания активности или, наоборот, отдыха, самоидентификации и развлечения.

Таким образом, классификация респондентов позволила выделить четыре типа субъектности членов СС, различающихся выраженностью факторов субъектности, а в реальности — поведением в интернет-взаимодействии и отношением к нему. Эти типы могут быть названы следующим образом: *пассивный тип*, *связанный тип*, *тип активной саморефлексии* и *тип активного самовоспроизводства*.

Согласно результатам кластерного анализа в СС, по-видимому, существует функциональное или ролевое разделение труда. Согласно теории, структура СС состоит из ядра и ближней и дальней периферии [4]. Полученная в нашем исследовании структура соответствует этому утверждению. Ядро СС составляют его члены, которым присущи такие типы субъектности, как *активная саморефлексия* и *активное самовоспроизводство*, ближней

периферии — *связанный тип* и дальней — *пассивный*. Однако эти результаты не соответствуют теоретическим численным пропорциям, согласно которым ядро должно быть малочисленным, периферия больше по численности, а дальняя периферия многочисленной. Причина этого может заключаться в организации исследования. Возможно, в условиях добровольного участия пассивный читатель также без участия отнесся и к приглашению к исследованию, а на самом деле численность периферии намного больше. Напротив, активные члены СС также инициативно отнеслись и к исследованию и составили больше 60% выборки. Таким образом, численный состав структуры не соответствует теоретическим данным, однако этому есть объяснение.

ВЫВОДЫ

Факторы субъектности: *взаимозависимости, самовоспроизводства, активной саморефлексии, взаимосвязанности, ядра СС и решения проблем* — были соотнесены с признаками КС. Их содержание обладает спецификой, характерной именно для СС: зависимостью от сетевого общения (что скорее является проблемой этого вида взаимодействия), необходимостью прилагать усилия по самовоспроизводству СС (что для реальных групп может решаться автоматически, например форматом общения или деятельности), а также специфическим статусом носителей ядерных свойств СС, замкнутых на взаимодействии с информацией, и др.

Полученные типы субъектности членов СС позволяют утверждать, что ему присущи все три признака коллективной субъектности: *взаимосвязанность/взаимозависимость, совместная активность и саморефлексия*. Носителями этих признаков в той или иной мере являются все члены СС, однако в нем существует функциональная специализация: для определенных членов СС более характерно одно поведение, чем другое. Такая характеристика СС говорит о его целостности: не только о связанности его членов, но и об их внутреннем единстве в решении задач СС, начиная с внешней, связанной со взаимодействием с информацией, до внутренней, направленной на согласование усилий по его самовоспроизводству. Результаты косвенно говорят в пользу взаимодополняемости, кооперации и взаимодействия (подробнее о понятии см.: [16]) членов СС в решении этих задач.

СС в силу принципов своей организации априори относится к группам, которым можно приписать потенциальный уровень субъектности: за счет слабых связей отношения членов социальной сети

отвечают признаку взаимосвязанности. В исследовании было показано, что характер совместной деятельности респондентов: темы, которыми они интересовались, и их саморефлексия — соответствовали уровню рефлексивной субъектности. Для СС был характерен интерес к тематике развитого гражданского самосознания и воспроизводство символов и образов, связанных как с коллективной памятью, так и с опытом (биографией) СС.

Исследование субъектности СС может быть продолжено в направлении выявления различий в личностных характеристиках респондентов, принадлежащих к разным типам субъектности, и таким образом определения связи таких характеристик с субъектностью СС (КС) в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агадулина Е.Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования // Современная зарубежная психология. 2015. Т. 4. № 3. С. 36–46.
2. Ануфриева К.В. “Селфи” как форма проявления нарциссизма личности в современном глобальном обществе // Вестник ТвГУ. Сер. Философия. 2014. Вып. 2. С. 79–90.
3. Атягина А.П. Твиттер как новая дискурсивная практика в сети Интернет // Вестник Омского университета. 2012. № 4. С. 203–208.
4. Бреслер М.Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества. Уфа: РИЦ БашГУ, 2014.
5. Булавина М.А. Прецедентный феномен в твиттер-коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Русский и иностранные языки и методики их преподавания. 2014. № 2. С. 48–56.
6. Войскунский А.Е. Социальная перцепция в социальных сетях // Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология. 2014. № 2. С. 90–104.
7. Гайдар К.М. Субъектный подход к психологии малых групп: история и современное состояние. Воронеж: ВГУ, 2006.
8. Данина М.М., Шаляпин А.А. Социально-психологический аспект исследования социальных сетей в интернете // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 16–33.
9. Емельянова Т.П., Журавлев А.Л. Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 3. С. 5–15.
10. Журавлев А.Л. Коллективный субъект как феномен и понятие в современной психологии // Разработка понятий современной психологии / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2018. С. 116–161.

11. Журавлев А.Л., Ковалева Ю.В. Глобальная психология: основные подходы к пониманию // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 5. С. 201–209.
12. Журавлев А.Л., Мироненко И.А., Юревич А.В. Психологическая наука в глобальном мире: вызовы и перспективы // Психологический журнал. 2018. Т. 39. № 2. С. 58–71.
13. Зембатова О.С. Особенности виртуальной самопрезентации // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Сер. Педагогика. Психология. 2016. № 2 (4). С. 85–91.
14. Ковалева Ю.В. Совместная регуляция поведения супругов на различных этапах жизненного цикла семьи // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 5. С. 50–70.
15. Ковалева Ю.В. Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Ч. 1. Постановка проблемы и методический подход // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 1. С. 6–40. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document659.pdf> (дата обращения: 10.04.2019).
16. Максимова Н.Е., Александров И.О. Структура и актуализация субъекта с позиции системно-эволюционного подхода // Психологический журнал. 2004. Т. 25. № 2. С. 17–40.
17. Маслакова А.А. Пермское твиттер-сообщество: пример интерактивной субкультуры // Социо- и психолингвистические исследования. 2013. Вып. 1. С. 90–94.
18. Овчинникова И.Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) // Вестник Пермского университета. Сер. Политология. 2013. № 2 (22). С. 143–156.
19. Патяева Е.Ю. Интернет-сообщества как новая социальная реальность: психологические задачи “человека-сетевого” // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2018. Т. 3. № 2. С. 74–109. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document613.pdf> (дата обращения: 20.12.2018).
20. Поветьева Е.В. Интертекстуальность как постмодернистская характеристика современного интернет-дискурса на примере блога и микроблога // Научное мнение. 2013. № 2. С. 36–41.
21. Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспективы / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Д.А. Китова. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2018.
22. Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. М.: Наука, 2007.
23. Соснин В.А., Ковалева Ю.В. Субъектность больших социальных групп в условиях глобализации: постановка проблемы на примере исследования сетевых сообществ // Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2018. С. 877–884.
24. Granovetter M. The sociological approaches to labor marketing analysis: a social structural view // The Sociology of Economic Life / Eds. Granovetter I., Swedberg R. Boulder: Westview Press, 1992. P. 244–245.
25. Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2013. V. 110. № 15. P. 5802–5805.

PSYCHOLOGICAL TYPES OF SOCIAL COMMUNITY'S MEMBERS' SUBJECTIVITY (ON THE EXAMPLE OF TWITTER)³

Y. V. Kovaleva

*Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences;
129366, Moscow, Yaroslavskaya str., 13, Russia.*

*PhD (Psychology), Senior Research Officer of Laboratory of Psychology of Personality.
E-mail: julkov@inbox.ru*

Received 27.05.2019

Abstract. The work has been devoted to studying the subjectivity of network community (NC) as a big social group. The analysis of the compliance of the NC life cycle's stages based on the current signs of a collective subject has been carried out. The finding of psychological types of the subjectivity of NC members, which

³The reported study was funded by RFBR according to the research project № 18-00-00606 (18-00-00605).

manifest in the various ratio of the characteristics of the interaction of its members — users of social network's (Twitter) was the research objective. It was supposed that it could be described by the structure of variables, which are corresponding to signs of a collective subject. And based on the factors of this structure the classification could be carried out, and psychological types of the subjectivity of members of NC could be allocated. Five factors of subjectivity — The factor of interdependence, The factor of self-reproduction, The factor of the active self-reflection, The factor of coherence, The factor of the core of the community and The factor of the solution of problems which have been linked with the signs of a collective subject had been received. Their contents at the same time have had the specifics of NC. Four types of NC members' subjectivity which differed of their Internet interactions and the attitudes towards NC have been allocated. These types could be called as follows: The passive type, The connection type, The type of the active self-reflection and The type of active self-reproduction. The tasks for further work have been set.

Keywords: big social group, collective subject, signs of subjectivity, informational society, social network, network community, community's life cycle, psychological type of subjectivity.

REFERENCES

1. *Agadulina E.R.* Pol'zovateli social'nyh setej: sovremennyye issledovaniya. Sovremennaya zarubezhnaya psihologiya. 2015. V. 4. № 3. P. 36–46. (in Russian)
2. *Anufrieva K.V.* “Selfi” kak forma proyavleniya narcissizma lichnosti v sovremennom global'nom soobshhestve. Vestnik TvGU. Seriya “Filosofiya”. 2014. Vyp. 2. P. 79–90. (in Russian)
3. *Atjagina A.P.* Twitter kak novaya diskursivnaya praktika v seti Internet. Vestnik Omskogo universiteta. 2012. № 4. P. 203–208. (in Russian)
4. *Bresler M.G.* Social'nye seti i setevye soobshhestva informacionnogo obshhestva. Ufa: RIC BashGU, 2014. (in Russian)
5. *Bulavina M.A.* Precedentnyy fenomen v twitter-kommunikacii. Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Russkij i inostrannyye jazyki i metodiki ih prepodavaniya. 2014. № 2. P. 48–56. (in Russian)
6. *Vojskunskij A.E.* Social'naya percepcija v social'nyh setjah. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psihologiya. 2014. № 2. P. 90–104. (in Russian)
7. *Gajdar K.M.* Sub”ektnyj podhod k psihologii malyh grupp: istoriya i sovremennoe sostojanie. Voronezh: VGU, 2006. (in Russian)
8. *Danina M.M., Shaljamin A.A.* Social'no-psihologicheskij aspekt issledovaniya social'nyh setej v internete. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. 2012. № 3. P. 16–33. (in Russian)
9. *Emel'janova T.P., Zhuravlev A.L.* Psihologiya bol'shix social'nyh grupp kak kollektivnyh sub”ektov. Psikhologicheskii zhurnal. 2009. V. 30. № 3. P. 5–15. (in Russian)
10. *Zhuravlev A.L.* Kollektivnyy sub”ekt kak fenomen i ponjatie v sovremennoj psihologii. Razrabotka ponjatij sovremennoj psihologii. Eds. A.L. Zhuravlev, E.A. Sergienko. Moscow: Izd-vo “Institut psihologii RAN”, 2018. P. 116–161. (in Russian)
11. *Zhuravlev A.L., Kovaleva Ju.V.* Global'naya psihologiya: osnovnye podhody k ponimaniyu. Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. 2018. № 5. S. 201–209. (in Russian)
12. *Zhuravlev A.L., Mironenko I.A., Jurevich A.V.* Psihologicheskaja nauka v global'nom mire: vyzovy i perspektivy. Psikhologicheskii zhurnal. 2018. V. 39. № 2. P. 58–71. (in Russian)
13. *Zembatova O.S.* Osobennosti virtual'noj samoprezentacii. Uchenye zapiski Krymskogo inzhenerno-pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psihologiya. 2016. № 2 (4). P. 85–91. (in Russian)
14. *Kovaleva Ju.V.* Sovmestnaya reguljacija povedenija suprugov na razlichnyh etapah zhiznennogo cikla sem'i. Psikhologicheskii zhurnal. 2012. V. 33. № 5. P. 50–70. (in Russian)
15. *Kovaleva Ju.V.* Priznaki sovmestnoj zhiznedejatel'nosti setevogo soobshhestva i lichnostnye harakteristiki ego chlenov: na primere social'noj seti Twitter. Chast' 1. Postanovka problemy i metodicheskij podhod. Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naja i jekonomicheskaja psihologiya. 2019. V. 4. № 1. P. 6–40. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document659.pdf> (data obrashhenija: 10.04.2019). (in Russian)
16. *Maksimova N.E., Aleksandrov I.O.* Struktura i aktual'noe sostojanie sub”ekta s pozicii sistemno-jevoljucionnogo podhoda. Psikhologicheskii zhurnal. 2004. V. 25. № 2. P. 17–40. (in Russian)
17. *Maslakova A.A.* Permskoe twitter-soobshhestvo: primer interaktivnoj subkul'tury. Socio- i psiholingvisticheskie issledovaniya. 2013. Vyp. 1. P. 90–94. (in Russian)
18. *Ovchinnikova I.G.* Kommunikacija i identifikacija v social'nyh setjah: faktory, tipazhi, nacional'no-kul'turnaja specifika (na materiale social'noj seti Twitter). Vestnik Permskogo universiteta. Seriya Politologiya. 2013. № 2 (22). P. 143–156. (in Russian)
19. *Patjaeva E. Ju.* Internet-soobshhestva kak novaya social'naja real'nost': psihologicheskie zadachi “cheloveka-setevogo”. Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naja i jekonomicheskaja psihologiya. 2018. V. 3. № 2. P. 74–109. URL: <http://soc-econom->

- psychology.ru/engine/documents/document613.pdf (data obrashhenija: 20.12.2018). (in Russian)
20. *Povet'eva E.V.* Intertekstual'nost' kak postmodernistskaja harakteristika sovremennogo internet-diskursa na primere bloga i mikrobloga. Nauchnoe mnenie. 2013. № 2. P. 36–41. (in Russian)
 21. Psihologicheskie issledovanija global'nyh processov: predposylki, tendencii, perspektivy. Eds. A.L. Zhuravlev, D.A. Kitova. Moscow: Izd-vo "Institut psihologii RAN", 2018. (in Russian)
 22. Rossiya v globalizirujushemsja mire: mirovozzrencheskie i sociokul'turnye aspekty. Ed. V.S. Stepin. Moscow: Nauka, 2007. (in Russian)
 23. *Sosnin V.A., Kovaleva Ju.V.* Sub"ektnost' bol'shih social'nyh grupp v uslovijah globalizacii: postanovka problemy na primere issledovanija setevyh soobshhestv. Psihologija cheloveka kak sub"ekta poznanija, obshhenija i dejatel'nosti. Moscow: Izd-vo "Institut psihologii RAN", 2018. P. 877–884. (in Russian)
 24. *Granovetter M.* The sociological approaches to labor marketing analysis: a social structural view. The Sociology of Economic Life. Eds. Granovetter I., Swedberg R. Boulder: Westview Press, 1992. P. 244–245.
 25. *Kosinski M., Stillwell D., Graepel T.* Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. Proceedings of the National Academy of Sciences. 2013. V. 110. № 15. P. 5802–5805.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Переменные, задействованные в статистических процедурах, и их условные обозначения

Вопрос	Условное обозначение
Социально-демографический блок: имя (никнейм), пол, возраст, образование, место жительства (определялось по геолокации, указанной в профиле пользователя, если она была представлена)	
Сколько других твиттерян Вы читаете?	Читаемые
Сколько у Вас подписчиков?	Читатели
Часто ли Вы ставите лайки другим пользователям и ретвитите их?	Лайк/ретвит
Как много времени проводите в Твиттере?	Время
Часто ли участвуете в твиттерских спорах и конфликтах?	Конфликты
Участвуете ли в акциях сбора денег?	Акции
Поддерживаете просьбы других твиттерян ретвитнуть их — в случае поиска людей или для распространения другой какой-то важной информации?	Отзывчивость
Как Вы относитесь к твиттеровским приветствиям? (доброе утро, доброй ночи?)	Приветствия
Используете ли Вы хештеги?	Хештег
Поздравляете ли Вы с праздником твиттерян?	Поздравления
Выкладываете ли Вы в ленту личные фотографии, фото с работы, праздники на работе, фото из машины или метро по дороге на работу, рецепты блюд, рассказываете о своей повседневной жизни, рыбалке, грибах, домашних заготовках и др.?	Персональные фото
Поддерживаете ли Вы сложившиеся твиттеровские традиции и участвуете ли в типичных твиттеровских темах (пятничный отдых, выкладываете ли музыку, используете выражения: "сам всегда так делаю", "а так можно было?", "тема не раскрыта", "инфотвит", "у меня сейчас так" и др.)	Традиции
Считаете ли Вы, что Ваши лайки и ретвиты, а также другие Ваши действия важны для других твиттерян, что они ждут и рассчитывают на Вас?	Значимость
Сожалеете ли Вы, если у вас нет возможности зайти в Твиттер?	Сожаления
Дает ли или заменяет Твиттер то, чего у Вас нет в реальной жизни?	Замена
Вам важно быть услышанным Вашими читателями и другими твиттерянами?	Быть услышанным
Вам важно иметь возможность высказаться?	Возможность высказаться
Считаете ли Вы себя твиттерянином? Могли бы Вы сказать о себе и о вашем круге "Мы"?	Чувство "Мы"
Если ли у Вас особо значимые темы, на которые Вы всегда откликаетесь?	Важные темы
Какое общественно значимое событие последнего года, которое активно обсуждалось в Твиттере, запомнилось Вам более всего?	
Считаете ли Вы себя твиттерянином? Могли бы Вы сказать о себе и о вашем круге "Мы"?	Реальное общение