

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ ЯВЛЕНИЙ И КОММУНИКАЦИЙ

---

**ПРИЗНАКИ СОВМЕСТНОЙ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕТЕВОГО  
СООБЩЕСТВА И ЛИЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕГО ЧЛЕНОВ:  
НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТВИТТЕР.  
ЧАСТЬ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ\***

©2019 г. Ю.В. Ковалева\*

\*Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, лаборатория психологии личности, ФГБУН Институт психологии РАН; 129366, Москва, ул. Ярославская, 13, корп. 1;  
e-mail: julkov@inbox.ru

Поступила в редакцию 5 июня 2019 г.

*Аннотация.* Представлены результаты эмпирического исследования совместной жизнедеятельности сетевого сообщества в социальной сети Твиттер. На основе наблюдения за типичными взаимодействиями пользователей разработан *диагностический инструментарий* в виде авторской анкеты. Также применялись опросные методы – Тест жизнестойкости и опросник «Нарциссические черты личности». Участниками исследования выступило 1069 пользователей социальной сети Твиттер. Показано, что они могут быть отнесены к одному сетевому сообществу, т.к. их взаимодействия отражают теоретическую структуру такового – ответы на вопросы анкеты позволили выделить его ядро, а также ближнюю и дальнюю периферию. Такое сообщество по своим демографическим характеристикам является большой социальной группой, объединенной участием в совместной жизнедеятельности, к которой относятся – интерес и распространение остросоциальной информации, а также самовоспроизводство сообщества в виде поддержания взаимодействия его членов в период отсутствия инфоповодов. Переменные, демонстрирующие активное участие члена сообщества в его жизни, – приветствия таких же пользователей, помощь им в трудный момент, в том числе материальная, мнение, что их присутствие и действия (лайки/ретвиты) важны для других, отклик на различные просьбы –

---

\* Работа выполнена в соответствии с Госзаданием № 0159-2019-003.

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

положительно связаны с переменными жизнестойкости. Характер полученных корреляций с переменными нарциссизма подтверждает и конкретизирует уже существующие данные о нарциссических личностях в социальных сетях. Эти корреляции позволили наметить дальнейшие пути исследований, а именно дифференциальный анализ различных частей структуры сообщества с целью выделения их типичных поведенческих характеристик в социальной сети.

*Ключевые слова:* глобальная психология, цифровое общество, сетевое общество, социальная сеть, пользователи социальной сети, интернет-платформа, сетевое сообщество, члены сетевого сообщества, структура сетевого сообщества, коммуникационный код, Твиттер, микроблог, твит, совместная жизнедеятельность, информационный повод, общественно значимое событие, ценности, традиции, праздник, Бессмертный полк.

В начале описания результатов исследования необходимо напомнить, что целью нашего исследования была разработка *диагностического инструментария* для выявления и подтверждения существования *совместной жизнедеятельности сетевого сообщества* как *группы нового типа* на современном этапе развития общества (Бреслер, 2014; Патяева, 2018) на основе выделения ряда признаков, характерных именно для социальной сети Твиттер. В работе использовались следующие методики:

- 1) *Оригинальная анкета, составленная на основе наблюдений за типичным поведением пользователей и их взаимодействием друг с другом в социальной сети Твиттер*, что позволило сделать предположение, что эти коммуникации имеют целью поддержание функционирования *социального сообщества*. Полный текст анкеты и этапы ее разработки представлены в Приложении 1 первой части статьи. Там же описана вся процедура исследования и обоснование применения двух следующих методик (Ковалева, 2019).
- 2) Тест жизнестойкости, сокращенный вариант в адаптации Е.Н. Осина, Е.И. Рассказовой (Осин, Рассказова, 2013);

3) Тест «Нарциссические черты личности» (НЧЛ) в адаптации О.А. Шамшиковой, Н.М. Клепиковой (Шамшикова, Клепикова, 2010).

*Целью* этой части работы является представление и краткая интерпретация первичных результатов исследования, а также определение возможных путей дальнейшей работы и более глубокой статистической обработки полученных данных.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

### *1. Анкета «Поведение в Твиттере в обычные дни и в период общественно значимых событий»*

Название анкеты условно и респондентам показано не было, на портале эта часть опроса называлась кратко: «Интернет и Твиттер». Результаты ответов на вопросы анкеты представлены последовательно по блокам вопросов.

*1 блок. Социально-демографические вопросы:*

1) *Назовите себя, если можно используйте твиттеровское имя, если нет, то любое другое, можно вымышленное?*<sup>3</sup>

На этот и следующий 21 вопрос (до 23-го включительно) ответило 1069 человек, более 30% ответивших назвали себя полными твиттеровскими именами, с помощью которых возможен поиск их аккаунта, или сразу адресом аккаунта. На наш взгляд, эта цифра может говорить не только об уровне доверия к исследователю, но также и о доверии (подробнее о доверии и недоверии см.: Доверие и недоверие в условиях..., 2013; и др.) ко всем, кто

---

<sup>3</sup> Респонденты представляли 35 городов России, от Кемерово до Калининграда, а также зарубежные страны – Украину, ДНР, Эстонию, Израиль, Италию, Германию, Францию, США, эти данные получены из профилей пользователей в Твиттере, если там была указана геолокация.

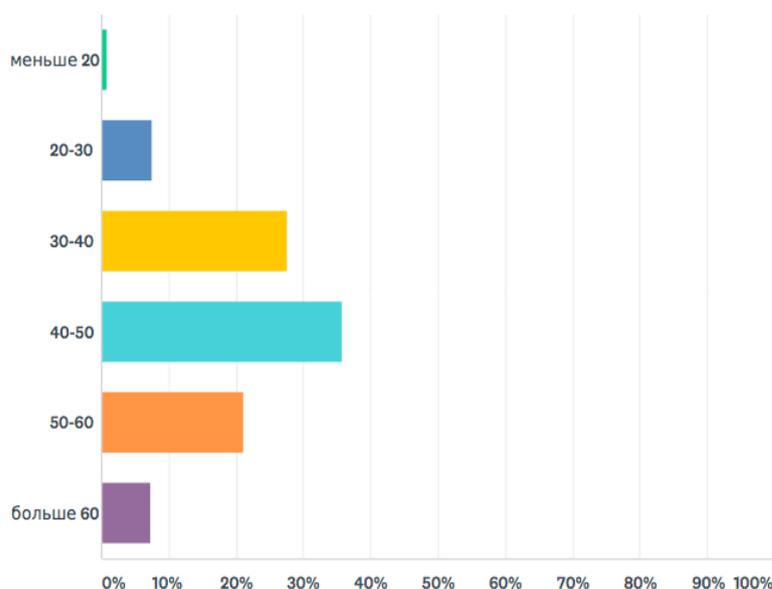
Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

распространял, «ретвитил» твит с приглашением к участию в исследовании, что в свою очередь может свидетельствовать о наличии первичной, базовой общности – доверии, общих ценностях и интересах участников исследования.

2) *Сколько Вам лет?*

Меньше 20 лет – 8 человек (0,75%), 20-30 лет – 81 человек (7,58%), 30-40 лет – 295 человек (27,60%), 40-50 лет – 382 человека (35,73%), 50-60 лет – 225 человек (21,05%), больше 60 – 78 человек (7,30%). Наглядно данные представлены в виде диаграммы на рис. 1.



**Рис. 1.** Распределение респондентов по возрасту, N=1069 (% от общей выборки)

Поскольку не все респонденты указывали свой точный возраст, а называли только диапазон, то проверку распределения этой переменной с помощью критерия Колмогорова-Смирнова, несмотря на то, что она показала значимое отличие от нормального, нельзя считать корректной. Однако наглядно видно, что наибольшую представленность имеют группы респондентов в возрасте от 40-50 лет и 30-40 лет. Этот факт представляет интерес, поскольку по данным статистики наиболее активные пользователи

Твиттера – это молодые люди. Так, молодежь в возрасте до 24 лет составляет около 30% всех пользователей Твиттера<sup>4</sup>.

Таким образом, выборка респондентов, ответивших на этот вопрос анкеты, не является репрезентативной относительно общей массы пользователей социальной сети, однако, на наш взгляд, это косвенно может свидетельствовать, что в исследовании принял участие определенный контингент: во-первых, члены одной *социальной сети* с автором твита, т.е. пользователи, связанные с ним или с теми, кто помогал распространить твит по *коммуникационным каналам*; во-вторых, преобладание в исследовании участников определенного возраста, в нашем случае – среднего, может говорить об общем жизненном опыте, ценностях, пристрастиях, т.е. общем *культурном коде*. Таким образом, полученная возрастная асимметрия выборки указывает в пользу того, что респонденты принадлежат к одному *сетевому сообществу*.

3) *Укажите, пожалуйста, Ваш пол?*

В исследовании приняло участие: мужчин – 619 человек (57,9%), женщин – 450 человек (42,1%).

Анализ такого соотношения представителей разного пола в исследовании будет дан ниже.

4) *Ваше образование?*

Респонденты дали следующие ответы: среднее – 165 человек (15,43%), неоконченное высшее – 172 человека (16,09%), высшее – 732 человека (68,48%).

Необходимо отметить высокий образовательный уровень у подавляющего большинства участников исследования.

5) *Вид Вашей деятельности?*<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>

Среди респондентов были: школьники – 6 человек (0,56%), студенты 26 человек (2,43%), работающие – 864 человека (80,82%), пенсионеры – 173 человека (16,18%).

Участники исследования назвали около 100 профессий и специальностей, которыми они владели.

Таким образом, участники исследования представляли собой большую группу людей разного возраста, пола и образования, среди которых преобладали представители среднего возраста (от 30 до 50), мужчины и женщины составляли 57% и 43%, соответственно, с незначительным преобладанием первых, респонденты в большинстве были с незаконченным высшим и высшим образованием. Основаниями объединения данной группы можно считать наличие общего языка общения (русский), наличие слабых и сильных связей в социальной сети (непосредственное общение и опосредованная связанность через общих подписчиков) и, по-видимому, общие интересы, в качестве одного из которых выступило участие в настоящем исследовании (как примере совместной жизнедеятельности).

*2 блок. Вопросы о статусе аккаунта пользователя (6-12 вопросы):*

б) *Как давно Вы являетесь пользователем Твиттера?*

- меньше полугода – 69 человек (6,45%), около года – 164 человека (15,34%), несколько лет – 836 человек (78,20%).

Результаты по этому вопросу показывают, что выборку исследования составили пользователи с большим опытом пользования данной социальной сетью. Срок более года можно считать вполне достаточным, чтобы приобрести связи, усвоить основные традиции или присоединиться к тому или иному сообществу.

---

<sup>5</sup> Нами также получены данные о конкретных профессиях респондентов.

*Ю.В. Ковалева*

***Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования***

---

7) *Что для Вас Твиттер? (можно отметить несколько вариантов)*

- времяпрепровождение – 355 человек (33,21%), развлечение – 355 человек (33,21%), источник новостей – 881 человек (82,41%), ценное общение – 250 человек (23,39%).

Эти данные могут говорить о том, что ориентация на получение новостей и информации является ведущей. Сумма процентов превышает 100, потому что респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа. Однако остальные три ответа (времяпрепровождение, развлечение и ценное общение), которые предполагают активную коммуникацию между членами социальной сети и сообщества, также нельзя считать низкими. Почти треть пользователей, даже если они выбрали приоритетной новостную составляющую, используют свое пребывание в сети еще и с той или иной рекреационной целью. Преобладание же пользователей, ориентированных на получение новостей, соответствует теоретической структуре сообщества, согласно которой его большинство нацелено на пассивное потребление информации. Таким образом, данные по этому вопросу также свидетельствуют в пользу того, что респонденты принадлежали к одному из сообществ Твиттера.

8) *Сколько других твиттерян Вы читаете?*

- 0-100 – 393 человека (36,76%), 100-1000 – 578 человек (54,07%), 1000-2000 – 58 человек (5,43%), 2000-5000 – 27 человек (2,53%), 5000-10000 – 7 человек (0,65%), больше 10000 – 6 человек (0,56%).

9) *Сколько у Вас подписчиков?*

- 0-100 – 502 человека (46,96%), 100-1000 – 434 человек (40,07%), 1000-2000 – 76 человек (7,11%), 2000-5000 – 36 человек (3,37%), 5000-10000 – 9 человек (0,84%), больше 10000 – 12 человек (1,12%).

Как можно видеть из ответов на 8-й и 9-й вопросы, большинство участников исследования представляют наиболее массовую часть

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

пользователей Твиттера со средним или небольшим числом читателей/читаемых. Надо заметить, что в самой среде Твиттера пользователи с читателями до 1000 составляют большинство, а от 1000 до 2000/5000 тысяч читателей получают условный статус «тысячников» и пользуются определенным уважением, поскольку такое число свидетельствует о признании данного блогера – привлекательности его твитов и манеры общения. В исследовании приняли участие и несколько «топовых» блогеров, у которых в читателях/читаемых более 10000 человек. Подобное соотношение соответствует структуре *социального сообщества* с небольшим числом *активных*, центральных «узлов» и большим числом *комментаторов* и *читателей*.

10) *Ваш ник – это ваше реальное имя?*

- нет – 410 человек (38,35%), неполностью – 461 человек (43,12%), полностью ФИО – 198 человек (18,52%).

11) *Ваш аватар – Ваша реальная фотография?*

- да – 462 человека (43,22%), нет – 607 человек (56,78%).

12) *Пользовались ли Вы фоторедактором, чтобы отредактировать Ваш аватар?*

- да – 148 человек (13,84%), нет – 921 человек (86,16%).

Данный и предыдущий вопросы были направлены на определение степени доверия по отношению к среде Твиттера. Можно говорить о среднем уровне доверия - все-таки большинство респондентов не решилось участвовать в общении под своими реальными именами. Эта совокупность вопросов представляется перспективной для дальнейшего анализа в связи проблемой нарциссической личности и ее поведения в виртуальной среде и шире в условиях цифрового общества. Это является отдельной линией исследования, планируемой в будущем.

*Ю.В. Ковалева*

*Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования*

---

*3 блок. Вопросы о типичном поведении в Твиттере:*

13) *Часто ли Вы используете в своей ленте картинки, фото, видео?*

- никогда – 120 человек (11,23%), крайне редко – 584 человека (54,63%), часто – 273 человека (25,54%), специально ищу в интернете – 58 человек (5,43%), специально ищу и сам переделываю – 34 человека (3,18%).

Этот вопрос связан с предыдущей группой вопросов. Фото и видео являются способом привлечения внимания к своему аккаунту, но также и средствами, с помощью которых осуществляется *совместная жизнедеятельность* (подробнее о феномене и понятии см.: Журавлев, 2001, с. 9-11; и др.) – картинки становятся объектом обсуждения, споров, эмоциональных реакций. Как видно из ответов, все-таки большинство пользователей так или иначе использует этот вид совместной активности, причем лидирует небольшая группа, что также соответствует структуре сетевого сообщества.

14) *Часто ли Вы ставите лайки другим пользователям и ретвитите их?*

- вообще нет – 39 человек (3,65%), только лайкаю, да и то редко – 96 человек (50,61%), часто лайкаю, ретвичу реже – 541 человек (50,61%), очень часто и то, и другое – 393 человека (36,76%).

Этот вопрос был направлен на изучение структуры сообщества. Полученные данные говорят в пользу ее соответствия теоретической – с большим числом «молчащих» читателей и средним, но достаточным числом комментаторов, распространяющих информацию.

15) *Как много времени Вы проводите в Твиттере?*

*Ю.В. Ковалева*

***Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования***

---

- только когда приходят уведомления – 37 человек (3,46%), если зашел, то на несколько минут – 495 человек (46,30%), если зашел, то на несколько часов – 326 человек (30,50%), постоянно на связи – 211 человек (19,74%).

Как видно из ответов на этот вопрос, половина респондентов является активными и очень активными участниками сообщества. По-видимому, другая половина выполняет поддерживающую функцию.

16) *Часто ли Вы участвуете в твиттерских спорах и конфликтах?*

- вообще нет – 412 человек (38,54%), периодически – 596 человек (55,75%), часто – 47 человек (4,40%), сам создаю – 14 человек (1,31%).

Твиттеровские споры и конфликты, в острые информационные моменты, доходящие до холиваров (Синицкая, 2017), в обычные дни могут служить средством поддержания уровня активности сообщества, т.е. способом его самовоспроизводства (современные представления о конфликтах см.: Проблемы социальных конфликтов, 2018; и др.). Количественный состав участников этого вида совместной жизнедеятельности также соответствует структуре сообщества – так или иначе больше половины его членов задействованы в поддержании уровня его активности и структуры.

17) *Участвуете ли Вы в акциях сбора денег?*

- никогда – 788 человек (73,71%), иногда для животных – 79 человек (7,39%), иногда для детей – 144 человек (13,47%), иногда для твиттерских – 42 человека (3,93%), часто – 16 (1,50%).

Это один из сложных вопросов совместной жизнедеятельности сообщества – периодически возникающие сборы материальных средств, приводящие как к его интеграции, так и конфликтам в связи с недоверием. В Твиттере есть случаи выхода в офф-лайн с целью проверки необходимости такого сбора и разоблачения просящих в связи с подозрением в их нечистоплотности.

*Ю.В. Ковалева*

***Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования***

---

18) *Поддерживаете ли Вы просьбы других твиттерян ретвитнуть их – в случае поиска людей или для распространения другой какой-то важной информации?*

- никогда – 169 человек (15,81%), периодически – 581 человек (54,35%), часто – 319 человек (29,84%).

Этот вопрос также относится к типичным формам твиттеровской активности, ответ на него свидетельствует о степени доверия и сплоченности сообщества. Данные говорят о достаточно высоком уровне совместности сообщества - ориентации на потребности друг друга, желании поддержать и помочь.

19) *Как Вы относитесь к твиттеровским приветствиям (доброе утро, доброй ночи)?*

- не обращаю внимания, все равно – 169 человек (15,81%), сам не делаю, но лайкаю – 359 человек (33,58%), сам регулярно это делаю – 603 человек (56,41%).

Этот вопрос касался одной из интересных форм совместной жизнедеятельности твиттерян – традиции приветствий и прощаний, свидетельствующих о сплоченности, эмоциональной связи и потребности ее поддерживать в сообществе. Этот вид активности также является одним из способов самовоспроизводства сообщества. Можно видеть, что в нем задействовано более  $\frac{3}{4}$  ответивших на вопрос, что свидетельствует о высоком уровне заинтересованности членов сообщества друг в друге и его существовании.

20) *Используете ли Вы хэш-тэги?*

- никогда – 584 человека (54,63%), периодически – 453 человека (42,38%), часто – 32 человека (2,99%).

Вопрос направлен на выявление структуры сообщества, т.к. хэш-тэг является одним из современных средств привлечения внимания к информации, ее тематике или какой-то определенной проблеме. Количество членов сообщества, активно использующих его, соответствует его теоретической структуре. В дальнейшем ответ на этот, как и на ряд других вопросов, может позволить разделить группу на подгруппы респондентов с различным уровнем активности в сети и получить более дифференцированные данные о личностных и других характеристиках представителей ядра и периферии сообщества.

21) *Подписаны ли Вы на известных медийных персон? Часто ли им пишете?*

- не подписан – 137 человек (12,82%), подписан, но не пишу – 465 человек (43,50%), подписан, но пишу редко – 399 человек (37,32%), подписан, пишу и комментирую – 68 человека (6,36%).

Вопрос, с одной стороны, связан с группой вопросов о поведении нарциссической личности в интернет-пространстве, с другой, такие известные медиа-персоны являются лидерами информационный повестки, так как создают собственные варианты ее представления и понимания. Как видно из полученных данных, около  $\frac{3}{4}$  членов сообщества так или иначе связаны с такими персонами, т.е. имеют возможность взаимодействовать с их «видением» проблемы; небольшая часть, по-видимому, ядро сообщества взаимодействует с ними активно – распространяет их твиты, «переиначивает», комментируя, вступает в диалоги и, возможно, споры; периферия сообщества ведет себя более пассивно, но все равно так или иначе взаимодействует с ними.

22) *Поздравляете ли Вы с праздниками твиттерян?*

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

- не обращаю внимания, все равно – 252 человека (23,57%), сам не делаю, но лайкаю или комментирую – 246 человек (23,01%), иногда – 473 человека (44,25%), сам регулярно это делаю – 98 человек (9,17%).

Интерпретация ответов на этот вопрос частично совпадает с вопросом № 19, т.к. традиции приветствий, прощаний и поздравлений совпадают как способы самовоспроизводства сообщества. Однако в этом вопросе также отражаются более глубокие пласты общности – ценностные ориентации членов сообщества, потребность в актуализации общей исторической памяти, религиозных традиций, совместных переживаний, коллективных копингов. В Твиттере можно встретить упоминания как хорошо известных праздников, так и совсем малоизвестных дат, например, профессиональных праздников или дней рождений любимых, но забытых актеров. Изучение празднования государственных и больших религиозных праздников, «обросших» в твиттере своими традициями может стать отдельной линией исследований в русле научного направления, связанного с изучением праздников как одной из форм коллективной субъектности (Воловикова, 2018).

23) *Выкладываете ли Вы в ленту личные фотографии, фото с работы, праздники на работе, фото из машины по дороге на работу, рецепты блюд, рассказываете ли о Вашей повседневной жизни и др.?*

- никогда – 614 человек (70,41%), периодически – 242 человека (27,75%), часто – 16 человек (1,83%).

Ответы на этот вопрос также частично связаны с группой вопросов о поведении нарциссической личности в интернет-пространстве, но также свидетельствуют об уровне доверия сообществу и степени пересечения жизни офф- и он-лайн. Около четверти респондентов так или иначе доверяют некоторые подробности своей жизни своим подписчикам. Такая информация, как правило, вызывает большой отклик у членов сообщества, активно

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

комментируется, в том числе с использованием юмора. Возможно, этого вполне достаточно, чтобы поддерживать уровень активности сообщества и не должно исполняться всеми, а только некоторой его активной частью, обеспечивающей определенное времяпрепровождение всем.

24) *Поддерживаете ли Вы сложившиеся твиттеровские традиции и участвуете ли в типичных твиттеровских темах (пятничный отдых, «воровство твитов», выкладываете ли музыку, используете ли выражения «всегда так делаю», «а так можно было?», «тема не раскрыта», «инфотвит», «у меня сейчас так» и др.)*

- никогда – 587 человек (67,32%), периодически – 266 человек (30,50%), часто – 19 человек (2,18%).

25) *Считаете ли Вы, что Ваши лайки и ретвиты, а также другие Ваши действия, важны для других твиттерян, что они ждут и рассчитывают на Вас?*

- нет – 219 человек (25,10%), не уверен – 373 человека (42,78%), скорее да – 260 человек (29,82%), да, это именно так – 20 человек (2,29%).

Вопросы № 24 и № 25 были направлены на выявление степени общности, совместности сообщества, поскольку затрагивали создание и поддержание специфического для сообществ дискурса, в котором проявлялся, в том числе, единый код взаимодействия, а также отношение к твиттеровскому взаимодействию. Как можно видеть, в ответах на этот вопрос проявилась структура сообщества, они также позволят в дальнейшем выявить ядро сообщества, ближнюю и дальнюю периферию для анализа личностных характеристик их представителей.

26) *Сожалеете ли Вы, если у Вас нет возможности зайти в Твиттер?*

- нет – 412 человек (47,25%), не сожалею, но вспоминаю – 332 человека (38,07%), чувствую, что мне реально чего-то не хватает – 128 человек (14,68%).

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

27) *Дает ли или заменяет твиттер то, чего у Вас нет в реальной жизни?*

- нет – 628 человек (72,02%), восполняет нехватку общения – 117 человек (13,42%), дает возможность высказаться – 67 человек (7,68%), второй и третий вариант вместе – 60 человек (6,88%).

Вопросы № 26 и № 27 были направлены не столько на выявление «зависимости» от он-лайн общения, проблемы, о которой много написано в психологической литературе (Гадиев, 2011), сколько предлагали по-новому взглянуть на те возможности, которые предоставляют современные технологии и цифровое общество. По ответам можно видеть, что большинство членов сообщества чувствует себя вполне независимо от интернет-общения, но тем не менее его некоторая, активная, часть действительно включена в новый тип взаимодействия более глубоко. Эти ответы также позволят в дальнейшей работе выделить ядерную часть сообщества и проанализировать характеристики наиболее типичного представителя цифрового общества на современном этапе его развития.

28) *Вам важно быть услышанным Вашими читателями и другими твиттерянами?*

- нет – 293 человека (33,6%), не уверен – 238 человек (27,29%), скорее да – 319 человек (36,58%), да, это именно так – 22 человека (2,52%).

29) *Важно ли для Вас иметь возможность высказаться, которую дает Твиттер?*

- нет – 229 человек (26,26%), не уверен – 178 человек (20,41%), скорее да – 398 человек (45,64%), да, именно так – 67 человек (7,68%).

Вопросы № 28 и № 29 выявляли структуру как самого сообщества, так и его совместной жизнедеятельности, отталкиваясь от главного предназначения самой интернет-платформы – жанра короткого сообщения на актуальную тему.

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

По ответам легко можно увидеть ядро сообщества и ближнюю и дальнюю периферии, чьи цели лежат не в области самостоятельного высказывания, а в его поддержке и «потреблении».

30) *Сложился ли у Вас круг единомышленников в Твиттере?*

- нет – 286 человек (32,80%), да – 586 человек (67,20%).

31) *Есть ли для Вас авторитеты в Твиттере?*

- нет – 390 человек (44,72%), да – 482 человека (55,28%).

32) *Считаете ли Вы себя твиттерянином? Могли бы Вы сказать о себе и о Вашем круге «Мы»?*

- нет – 407 человек (46,67%), иногда бывает такое чувство – 361 человек (41,40%), да, я чувствую такую общность - 104 человека (11,93%).

Вопросы № 30, № 31 и № 32 были призваны получить данные о сплоченности и важности сообщества для его членов. Можно видеть, что простое большинство респондентов дало положительный ответ. Несмотря на то, что немалая часть респондентов отвечала отрицательно, тем не менее можно сказать, что в сообществе сформирована ядерная и ближняя периферийная часть, и они чувствуют потребность друг в друге и общность.

33) *Есть ли у Вас особо значимые темы, на которые Вы всегда откликаетесь?*

- нет – 172 человека (19,72%), есть несколько – 594 человека (68,12%), только особо актуальные - 106 человек (12,16%).

34) *Какое общественно значимое событие последнего года, которое активно обсуждалось в Твиттере, запомнилось Вам больше всего?*

Данные представлены в табл. 1.

**Таблица 1.** Количество упоминаний актуальных событий, привлечших наибольшее внимание респондентов (N=1069).

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

Событие	Количество упоминаний
1. Пенсионная реформа	180
2. Трагедия в колледже Керчи	118
3. События на Донбассе, Новороссии, Украине, автокефалия/томос	77
4. Президентские выборы	73
5. ЧМ по футболу	64
6. Дело Скрипалей, «Петров-Боширов»	58
7. Трагедия в ТЦ «Зимняя вишня» (Кемерово)	51
8. Нет таких	38
9. Много, разные, все, все внешнеполитические, таких много – трудно выделить	36
10. События в Сирии	23
11. Драка футболистов Кокорина и Мамаева	17
12. Комедийный фильм «Праздник» о блокадном Ленинграде	14
13. Послание Путина Федеральному собранию, высказывание про Рай, новые вооружения	13
14. Открытие Керченского моста	9
15. Международные отношения	8
16. День Победы, Бессмертный полк	8
17. «Графиня» из Леруа-Мерлен	8
18. Нападки на Россию, санкции	8
19. Навальный, митинги протеста, Золотов-Навальный	7
20. Внутренние проблемы российского футбола	7
21. Олимпиада	4
22. События на МКС	4
23. Крым	4
24. Повышение НДС	3
25. Фальсификация истории, снос памятников в Польше	3

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

26. Выступление Путина на Валдайском форуме	3
27. Посвящение в студенты	3
28. Обсуждение фильма «Матильда»	3
29. Миграционный кризис в Европе	2
30. События в Одессе 2 мая 2014 г.	2
31. Выборы Мэра Москвы	2
32. Фальшивая смерть журналиста Бабченко	2
33. Скандал вокруг Гоголь-центра	2

Вопросы № 33 и № 34 были призваны детальнее осветить информационные интересы членов сообщества. Кроме упомянутых в табл. 1, другие конкретные события упоминались однократно – выборы в Хакасии, выборы Президента США, гибель доктора Лизы, судья Хахалева, проблема Боинга-МН17 и др. Некоторые респонденты не ответили на вопрос. Всего было получено 854 ответа. Содержание ответов показывает, что основная направленность интересов респондентов – политическая. Ведущими темами являются внутри и внешнеполитические актуальные события последнего года. Можно сказать, что полученная тематика позволяет выделить (отграничить) социальную общность, которую предположительно составляют респонденты, из общей массы пользователей социальной сети Твиттер. Ее можно отнести к патриотическому сегменту российского твиттера, в нее входят состоявшиеся взрослые пользователи твиттера, имеющие опыт жизни в СССР, неоднозначное отношение к современным реформам, «болеющие» за историю страны, ее положение и достоинство на международной арене.

35) *Чаще ли Вы заходите в Твиттер, когда происходят такие события?*

- нет – 267 человек (30,62%), да – 605 человек (69,38%).

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

---

36) *Чаще ли Вы лайкаете или ретвитите других пользователей на фоне таких событий?*

- нет – 340 человек (38,99%), да – 532 человек (61,01%).

37) *Замечали ли Вы, что Вас чаще лайкают или ретвитят на фоне таких событий?*

- нет – 562 человек (64,45%), да – 310 человек (35,55%).

38) *Активнее ли Вы подписываетесь на других твиттерян на фоне таких событий?*

- нет – 617 человек (70,76%), да – 255 человек (29,24%).

39) *Замечали ли Вы, что на Вас чаще подписываются на фоне таких событий?*

- нет – 611 человек (70,07%), да – 261 человек (29,93%).

40) *Замечали ли Вы усиление конфликтности на фоне таких событий?*

- нет – 200 человек (22,94%), да – 672 человека (77,06%).

41) *Чаще ли Вы стараетесь доказать свою точку зрения на фоне таких событий?*

- нет – 634 человека (72,71%), да – 238 человек (27,29%).

Вопросы № 35-41 были направлены на изучение динамики специфической совместной жизнедеятельности сообщества на фоне актуализации информационной и остросоциальной повестки – активизации распространения информации, усиления общности. Первый взгляд на ответы позволяет сказать, что можно отметить некоторые противоречия в них, которые с одной стороны говорят об усилении активности, вплоть до конфликтной, а с другой указывают на некоторую избирательность позиции респондента: конфликтность растет, но сами они свою точку зрения сильнее не аргументируют, информацию распространяют активнее, но их твитов это не касается. Возможно, эти данные не имеют особого значения и просто отражают

*Ю.В. Ковалева*

*Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования*

---

некоторую погрешность измерения, но нельзя исключать, что за этим кроется твиттеровская «ревность» – обостренное внимание к оценке своих действий в твиттере со стороны других пользователей. В любом случае, это представляет собой повод для осмысления полученных данных в дальнейших исследованиях.

*42) Допускаете ли Вы нецензурную речь в Твиттере?*

- в принципе нет – 209 человек (23,97%), для других да, для себя нет – 532 человека (17,09%), допускаю для себя в особых случаях – 514 человек (58,94%).

Вопрос был направлен на изучение уровня агрессии в сообществе по отношению к его нечленам, что может косвенно показывать необходимость защиты границ, а значит, как минимум, их сформированность и рефлексию. Можно заключить, что уровень приемлемости и использования нецензурной лексики довольно высок. Если абстрагироваться от моральной оценки этого явления, можно сказать, что также высоки, по-видимому, уровень близости и доверия по отношению к своим (это видно по уровню допустимости мата), и также велика готовность в особых случаях отстаивать интересы сообщества вплоть до прямой вербальной агрессии. Это, конечно, говорит об общем эмоциональном накале в обществе, который перенесен в он-лайн общение, которое служит для него каналом. Вопрос о том, является ли это амортизацией или, напротив, распаляет общественное настроение, остается открытым.

*43) Считаете ли Вы, что возможно реальное общение между твиттерьянами?*

- нет – 184 человека (21,10%), да, если возникнет необходимость – 532 человека (61,01%), да, я общаюсь с некоторыми – 134 человека (15,37%), да, многие из них мои друзья в реальности – 22 человека (2,52%).

Этот вопрос на данный момент является наиболее практически важным в связи с теми возможностями, которые предоставляют современные технологии при организации протестов, общественных волнений, «цветных» революций

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

(Манойло, 2015). Как можно видеть, около  $\frac{3}{4}$  членов сообщества действительно считают возможной связь между офф- и он-лайн жизнью. Эти ответы, к тому же, на наш взгляд, свидетельствуют об уровне развития цифрового общества, его проникновении в общество предыдущего технологического уклада.

**2. Тест жизнестойкости, сокращенный вариант в адаптации Е.Н. Осина, Е.И. Рассказовой (2013)**

На вопросы этого теста ответило 802 человека. Были получены данные по следующим шкалам опросника: *Вовлеченность (ВОВЛ)*, *Контроль (КОНТР)*, *Принятие риска (РИСК)*, *Общая жизнестойкость (ЖИЗН)*. Описательные статистики по переменным приведены в табл. 2.

**Таблица 2.** Описательные статистики переменных, полученных с помощью опросника «Тест жизнестойкости», N=802.

Переменная	Статистики								
	Среднее	Медиана	Минимум	Максим.	Ст.откл.	Асимметрия	Стд.ош. Асимметрия	Эксцесс	Стд.ош. Эксцесс
ВОВЛ	22,21571	23,00000	3,000000	30,00000	5,15111	-0,781094	0,086333	0,206061	0,172454
КОНТР	16,67207	17,00000	2,000000	24,00000	3,96753	-0,485730	0,086333	0,129234	0,172454
РИСК	11,76683	12,00000	0,000000	18,00000	3,34780	-0,431465	0,086333	0,090244	0,172454
ЖИЗН	50,65461	52,00000	8,000000	72,00000	11,37288	-0,617903	0,086333	0,237053	0,172454

Корреляционный анализ позволил получить следующие взаимосвязи на высоком уровне значимости (табл. 3):

**Таблица 3.** Коэффициенты корреляции между переменными, отражающими типичное поведение в Твиттере, и переменными жизнестойкости (N=802).

Переменные	R Спирмена	p
Замена & ВОВЛ	-0,180711	0,000000
Замена & ЖИЗН	-0,173056	0,000001
Сожаление & РИСК	-0,164637	0,000003
Сожаление & КОНТР	-0,164489	0,000003
Сожаление & ЖИЗН	-0,161024	0,000005
Замена & КОНТР	-0,158790	0,000006
Замена & РИСК	-0,146825	0,000030

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

Сожаление & ВОВЛ	-0,123345	0,000463
Время & ВОВЛ	-0,118169	0,000799
Приветствие & ЖИЗН	0,097380	0,005780
Приветствие & ВОВЛ	0,093571	0,008012
Отклик & ВОВЛ	0,091865	0,009240
Время & ЖИЗН	-0,085142	0,015874
Приветствие & РИСК	0,081460	0,021047
Персональные фото & ВОВЛ	-0,080057	0,023373
Приветствие & КОНТР	0,079602	0,024173
Сборы & ВОВЛ	0,076965	0,029297
Лайк/ретвит & ВОВЛ	0,074421	0,035100

*Примечание: переменные, отражающие поведение в Твиттере: Замена – вопрос № 27; Сожаление – вопрос № 26, Время – вопрос № 15; Приветствие – вопрос № 19; Отклик – вопрос № 18; Персональные фото – вопрос №23; Сборы – вопрос № 17; лайк/ретвит – вопрос № 25.*

Полученные корреляции позволяют увидеть связь между характеристиками виртуального поведения и такой личностной чертой, как *жизнестойкость*. Можно отметить, что ряд характеристик соотносится с переменными жизнестойкости отрицательно. Так, *восприятие своей активности в социальной сети, как замены чего-то в реальности, сожаление о невозможности находиться он-лайн, время нахождения в сети, а также размещение собственных фотографий* связаны с ними негативно, что совпадает с данными литературы о снижении адаптационных возможностей человека, погруженного в виртуальное общение (Гадиев, 2011). И наоборот, человек, включенный в реальную жизнь, является более жизнеспособным. Одновременно с этим, данные свидетельствуют о следующих нюансах: переменные, демонстрирующие активное участие члена сообщества в его жизни, – приветствия таких же пользователей, помощь им в трудный момент, в том числе материальная, мнение, что их присутствие и действия (лайки/ретвиты) важны для других, отклик на различные просьбы – положительно связаны с переменными жизнестойкости. Этот результат, полученный на всей выборке, все-таки представляется довольно общим и

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

поверхностным, но позволяет наметить исследовательскую линию для дальнейшего анализа – возможно, что такие связи различны для разных частей структуры сообщества – для ядра они будут одни, а для периферии – другие, что и планируется проверить в дальнейшем.

**3. Тест «Нарциссические черты личности» (НЧЛ) в адаптации О.А. Шамшиковой, Н.М. Клепиковой (2010)**

На вопросы теста ответило 713 человек. Были получены данные по следующим шкалам опросника: Грандиозное чувство самозначимости (ГРАНД), Поглощенность фантазиями (ФАНТ), Вера в собственную уникальность (В\_УНИК), Потребность в постоянном внимании и восхищении (ПОТР\_ВНИМ), Ожидание особого отношения (ОСОБ\_ОТН), Манипуляция в межличностных отношениях (МАНИП), Отсутствие эмпатии (ОТС\_ЭМПАТ), Сверхзанятость чувством занятости (ЗАВИСТЬ), Дерзкое, заносчивое поведение (ДЕРЗК\_ПОВ). Описательные статистики по переменным приведены в табл. 3.

**Таблица 3.** Описательные статистики переменных, полученных с помощью опросника «Нарциссические черты личности», N=713.

	Статистики								
	Среднее	Медиана	Минимум м	Максим.	Ст.откл.	Асимметрия	Стд.ош. Асимметрия	Эксцесс	Стд.ош. Эксцесс
ГРАНД	32,28612	32,85714	12,85714	50,00000	6,929204	-0,127672	0,091542	-0,234282	0,182830
ФАН	27,45091	27,50000	10,00000	50,00000	7,626062	0,316057	0,091542	0,029008	0,182830
В_УНИК	32,76064	33,33333	16,66667	46,66667	5,525877	-0,221962	0,091542	0,276147	0,182830
ПОТР_ВНИМ	31,04789	31,42857	10,00000	50,00000	7,456087	-0,123998	0,091542	-0,119800	0,182830
ОСОБ_ОТН	35,45782	35,71429	14,28571	50,00000	5,746055	-0,201897	0,091542	-0,057678	0,182830
МАНИП	31,41830	31,25000	10,00000	50,00000	5,946101	-0,073635	0,091542	-0,033131	0,182830
ОТС_ЭМПАТ	31,02384	31,00000	11,00000	47,00000	6,065721	-0,054165	0,091542	-0,032692	0,182830
ЗАВИСТЬ	30,90463	31,25000	15,00000	48,75000	5,398565	0,042314	0,091542	0,113976	0,182830
ДЕРЗК_ПОВ	26,95185	26,66667	10,00000	50,00000	7,997719	0,229441	0,091542	-0,408294	0,182830

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

Корреляционный анализ позволил получить следующие взаимосвязи на высоком уровне значимости (табл. 4):

**Таблица 4.** Коэффициенты корреляции между переменными, отражающими типичное поведение в Твиттере, и нарциссическими чертами личности (N=713).

Переменные	R Спирмена	p
Читаемые & ГРАНД	0,091605	0,014410
Читаемые & В_УНИК	0,097302	0,009329
Подписчики & ГРАНД	0,083104	0,026487
Подписчики & В_УНИК	0,126339	0,000722
Подписчики & ПОТР_ВНИМ	0,085976	0,021679
Использование фото & ГРАНД	-0,125278	0,000801
Использование фото & ФАНТ	-0,149032	0,000065
Использование фото & В_УНИК	-0,100941	0,006986
Использование фото & ПОТР_ВНИМ	-0,081727	0,029103
Использование фото & МАНИП	-0,082491	0,027625
Использование фото & ДЕРЗК_ПОВ	-0,084313	0,024361
Отклик & ГРАНД	0,081187	0,030186
Отклик & ПОТР_ВНИМ	0,097856	0,008932
Отклик & ОТС_ЭМПАТ	-0,115355	0,002035
Отклик & ДЕРЗК_ПОВ	-0,103303	0,005763
Конфликты & ГРАНД	0,176743	0,000002
Конфликты & ФАНТ	0,165685	0,000009
Конфликты & В_УНИК	0,131964	0,000411
Конфликты & ПОТР_ВНИМ	0,109392	0,003448
Сборы & ОТС_ЭМПАТ	-0,092392	0,013587
Сборы & ДЕРЗК_ПОВ	-0,115743	0,001964
Отклик & В_УНИК	0,088641	0,017914
Отклик & ОТС_ЭМПАТ	-0,103291	0,005769
Отклик & ДЕРЗК_ПОВ	-0,108569	0,003702
Приветствия & ГРАНД	0,089914	0,016326
Приветствия & В_УНИК	0,110661	0,003089
Приветствия & ПОТР_ВНИМ	0,078222	0,036776
Хэш-тэги & ГРАНД	0,125834	0,000758
Хэш-тэги & ФАНТ	0,162954	0,000012
Хэш-тэги & В_УНИК	0,090482	0,015658
Медиа персоны & ГРАНД	0,073911	0,048517
Медиа персоны & ФАНТ	0,098809	0,008284
Поздравления & ГРАНД	0,100395	0,007300
Поздравления & В_УНИК	0,137108	0,000241
Поздравления & ПОТР_ВНИМ	0,094291	0,011770

Ю.В. Ковалева

**Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования**

Поздравления & ДЕРЗК_ПОВ	-0,073772	0,048944
Персональный фото & ГРАНД	0,100020	0,007523
Персональный фото & ФАНТ	0,139329	0,000190
Персональный фото & В_УНИК	0,091485	0,014538
Персональный фото & ПОТР_ВНИМ	0,121974	0,001101
Традиции & ГРАНД	0,158815	0,000020
Традиции & ФАНТ	0,126507	0,000710
Традиции & В_УНИК	0,112451	0,002639
Традиции & ПОТР_ВНИМ	0,150860	0,000052
Традиции & ОСОБ_ОТН	0,100196	0,007417
Традиции & ДЕРЗК_ПОВ	0,148113	0,000072
Лайк/ретвит & ГРАНД	0,130503	0,000477
Лайк/ретвит & ФАНТ	0,149058	0,000065
Лайк/ретвит & В_УНИК	0,193454	0,000000
Лайк/ретвит & ПОТР_ВНИМ	0,087285	0,019751
Лайк/ретвит & ДЕРЗК_ПОВ	-0,091811	0,014189
Сожаление & В_УНИК	0,150439	0,000055
Сожаление & ПОТР_ВНИМ	0,153489	0,000039
Сожаление & ЗАВИСТЬ	0,096490	0,009938
Сожаление & ДЕРЗК_ПОВ	-0,119285	0,001418
Замена & ГРАНД	0,111320	0,002915
Замена & ФАНТ	0,110831	0,003043
Замена & В_УНИК	0,178684	0,000002
Замена & ПОТР_ВНИМ	0,083757	0,025320
Замена & ЗАВИСТЬ	0,075673	0,043385

*Примечания: Читаемые – вопрос № 8; Подписчики – вопрос № 9; Использование фото – вопрос № 13; Конфликты – вопрос № 16; Хэш-тэги – вопрос № 20; Медиа персоны – вопрос № 21; Поздравления – вопрос № 22; Традиции – вопрос № 24; остальные переменные см. примечания к табл. 3.*

Характер полученных корреляций с одной стороны подтверждает и конкретизирует уже существующие данные о нарциссических личностях в социальных сетях (Bergman et al., 2011), с другой некоторые корреляции, в основном отрицательные, показывают, что включенность в жизнь сообщества, настроенность на содействие его членам и поддержка традиций социальной общности противоположна нарциссическим проявлениям в реальной жизни. Для дальнейшего анализа перспективными могут оказаться такие направления исследования, как разделение респондентов на подгруппы с различным

уровнем нарциссизма и выявление их типичного поведения в сообществе и участия в совместной его жизнедеятельности.

### ВЫВОДЫ

В настоящей части работы была проанализированы ответы на вопросы анкеты и корреляционные связи переменных совместной жизнедеятельности в социальной сети Твиттер. Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы:

- группа респондентов, участвующая в настоящем исследовании, может быть отнесена к одному сетевому сообществу в связи с ее соответствием теоретической структуре такового – ответы на вопросы анкеты позволяют выделить ядро, а также ближнюю и дальнюю периферию;
- такое сетевое сообщество по своим демографическим характеристикам является неомогенной большой социальной группой, объединенной по признаку участия в совместной жизнедеятельности, к которой относится – интерес и участие в распространении остросоциальной информации, а также самовоспроизводство сообщества в виде поддержания взаимодействия его членов в период отсутствия инфоповодов;
- связи, полученные с переменными таких личностных качеств, как жизнестойкость и нарциссизм, позволяют наметить дальнейшие пути исследований, а именно дифференциальный анализ различных частей структуры сообщества с целью выделения их типичных поведенческих характеристик в социальной сети.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Бреслер М.Г.* Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества. УФА: РИЦ БашГУ, 2014.

*Ю.В. Ковалева*

*Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования*

---

*Воловикова М.И.* Праздники российской молодежи: социально-психологическое исследование // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2018. Т. 3. № 4. С. 31-42. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document645.pdf> (дата доступа 14.05.2019).

*Гадиев З.Р.* Функционирование социальных сетей в виртуальном пространстве на примере «ВКонтакте.ру» // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2011. Т. 16. № 8. С. 75-81. (на русском языке).

Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / Отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова. М.: НИУ ЧШЭ, 2013.

*Журавлев А.Л.* Предисловие // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М.: Изд-во «Социум»; «Институт психологии РАН», 2001. С. 8-11.

*Ковалева Ю.В.* Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 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 доступа 18.05.2019).

*Манойло А.В.* Убить котенка, или технологии конфликтной мобилизации в социальных сетях // Мировая политика. 2015. № 3. С. 1-12.

*Осин Е.Н., Рассказова Е.И.* Краткая версия теста жизнестойкости: психометрические характеристики и применение в организационном контексте // Вестник Московского университета. Серия №14. Психология. 2013. № 2, С. 147-165.

*Ю.В. Ковалева*

*Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования*

---

*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).

Проблемы социальных конфликтов: сущность, детерминанты, регулирование? Отв. ред. А.Л. Журавлев, Д.А. Китова, В.А. Соснин. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

*Синицкая А.В.* Холивар не вынес двоих: коммуникативные конструкты «жертвы» и «provokatora» в интернет-пространстве //

*Шамшикова О.А., Клепикова Н.М.* Опросник «Нарциссические черты личности» // Психологический журнал. 2010. Т. 31. № 2. С7 114-128.

*Bergman S.M., Davenport S., Fearingt M.* Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why // Personality and Individual Differences. 2011. V. 50. № 5. P. 706-711.

#### BIBLIOGRAFICHESKIJ SPISOK

*Bresler M.G.* Social'nye seti i setevye soobshchestva informacionnogo obshchestva. UFA: RIC BashGU, 2014.

*Volovikova M.I.* Prazdniki rossijskoj molodezhi: social'no-psihologicheskoe issledovanie // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2018. Т. 3. № 4. S. 31-42. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document645.pdf> (data dostupa 14.05.2019).

*Gadiev Z.R.* Funkcionirovanie social'nyh setej v virtual'nom prostranstve na primere «VKontakte.ru» // Visnik Odes'kogo naciional'nogo universitetu.

Sociishchlogiya i politichni nauki. 2011. T. 16. № 8. S. 75-81. (na russkom yazyke).

Doverie i nedoverie v usloviyah razvitiya grazhdanskogo obshchestva / Otv. red. A.B. Kuprejchenko, I.V. Mersiyanova. M.: NIU CHSHE, 2013.

Zpuravlev A.L. Predislovie // Psihologiya sovmestnoj zhiznedeyatel'nosti malyh grupp i organizacij. M.: Izd-vo «Socium»; «Institut psihologii RAN», 2001. S. 8-11.

Kovaleva Yu.V. Priznaki sovmestnoj zhiznedeyatel'nosti setevogo soobshchestva i lichnostnye harakteristiki ego chlenov: na primere social'noj seti Ttwitter. CHast' 1. Postanovka problemy i metodicheskij podhod // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2019. T. 4. № 1. S. 6-40. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document659.pdf> (data dostupa 18.05.2019).

Manojlo A.V. Ubit' kotenka, ili tekhnologii konfliktnoj mobilizacii v social'nyh setyah // Mirovaya politika. 2015. № 3. S. 1-12.

Osin E.N., Rasskazova E.I. Kratkaya versiya testa zhiznestojkosti: psihometricheskie harakteristiki i primenenie v organizacionnom kontekste // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya №14. Psihologiya. 2013. № 2, S. 147-165.

Patyaeva E.Yu. Internet-soobshchestva kak novaya social'naya real'nost': psihologicheskie zadachi «cheloveka-setevogo» // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2018. T. 3. № 2. S. 74-109. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document613.pdf> (data obrashcheniya 20.12.2018).

Problemy social'nyh konfliktov: sushchnost', determinanty, regulirovanie? Otv. red. A.L. Zpuravlev, D.A. Kitova, V.A. Sosnin. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2018.

Ю.В. Ковалева

Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования

---

*Sinickaya A.V.* Holivar ne vynes dvoih: kommunikativnye konstrukty «zhertvy» i «provokatora» v internet-prostranstve //

*Shamshikova O.A., Klepikova N.M.* Oprosnik «Narcissicheskie cherty lichnosti» // Psihologicheskij zhurnal. 2010. T. 31. № 2. S7 114-128.

*Bergman S.M., Davenport S., Fearingt M.* Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why // Personality and Individual Differences. 2011. V. 50. № 5. P. 706-711.

**JOINT ACTIVITY'S INDICATIONS OF NETWORK COMMUNITY AND PERSONAL CHARACTERISTICS OF IT'S MEMBERS: ON THE EXAMPLE OF SOCIAL NETWORK TWITTER. PART 2: THE RESULTS OF EMPIRICAL INVESTIGATION\*\***

**Y.V. Kovaleva\***

\*Ph.D. (psychology), senior research officer, laboratory of psychology of personality, FSFES Institute of psychology, Russian Academy of Sciences; 13-1, Yaroslavskaya str., Moscow, 129366; e-mail: [julkov@inbox.ru](mailto:julkov@inbox.ru)

*Summary.* The results of empirical research on the joint activity of a network community on social network Twitter are presented. Based on the observation of typical interactions of users the diagnostic tools in the form of the original questionnaire was developed. Also, the Test of hardiness and the questionnaire "Narcissistic lines of the personality" was applied. One thousand sixty-nine users of social network Twitter have been the participants of the research. It was shown that they belonged to one network community since their interactions reflect its theoretical structure – the answers to questions of the questionnaires allowed to allocate its kernel and the near and the far periphery. Such community with the demographic characteristics is the big social group united by

---

\*\* This research was fulfilled in accordance with the State assignment № 0159-2018-0003.

*Ю.В. Ковалева*

***Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети Твиттер. Часть 2. Результаты эмпирического исследования***

---

participation in a joint activity which treats the interest and the dissemination of acute social information as well as self-reproduction of the community in the form of maintenance of interaction of his members in the period of lack of news. The variables showing the active participation of the community's member in its life – greetings of the same users, the help to them at the difficult moment, including money, opinion that their presence and actions (likes/retweets) were essential for the others, the response to various requests – were positively connected with hardiness variables. The nature of the received correlations with variables of narcissism confirms and concretizes already existing data on narcissistic persons on social networks. These correlations allowed to plan further ways of researches.

*Keywords:* global psychology, digital society, network society, social network, users of social network, Internet platform, network community, members of network community, structure of network community, communication code, Twitter, microblog, tweet, joint activity, information occasion, socially significant event, values, traditions, holiday, Immortal regiment.