

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ КРЫМСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ФЕВЗИ ЯКУБОВА

Тема:

**«Психолингвистические особенности личности с различным
уровнем интернет-активности»**

Киреенко Анна Денисовна, обучающаяся
группы П-1-23

Научный руководитель: Лучинкина И.С.,
к. психол. н, доцент кафедры психологии

2025 г.

Объект исследования: личность интернет-пользователя.

Предмет исследования: психолингвистические особенности личности с различным уровнем цифровой активности.

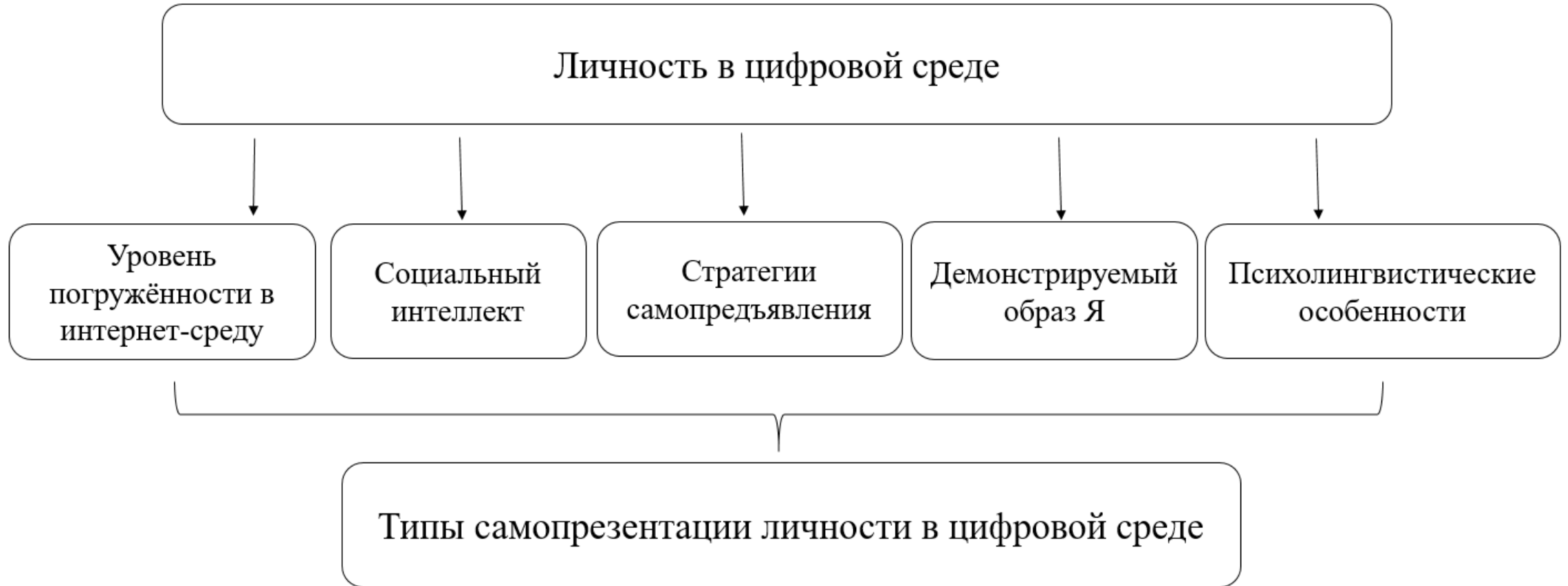
Гипотеза исследования: в зависимости от уровня интернет-активности, социального интеллекта, стратегий самопредъявления, демонстрируемого образа Я и психолингвистических особенностей может быть разработана типология самопрезентации личности в цифровой среде.

Цель исследования: изучить психолингвистические особенности личности с различным уровнем цифровой активности.

Задачи исследования:

1. Провести теоретико-методологический анализ психолингвистических особенностей личности, связанных с уровнем интернет-активности.
2. Выявить психологические особенности личности с различным уровнем интернет-активности.
3. Изучить типологию самопрезентации личности в цифровой среде.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ



ЭМПИРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Компонент	Исследуемые параметры	Методы исследования
Уровень погружённости в интернет-среду	Цифровое потребление, цифровая компетентность, эмоциональная вовлечённость	Индекс погружённости в интернет-среду (Л. А. Регуш и др.)
Социальный интеллект	Социальное осознание, социальные навыки	Шкала социального интеллекта Тромсо (адаптация А. Д. Наследова, В. Ю. Семенова)
Стратегии самопредъявления	Стили самопредъявления в межличностном общении	Опросник Стратегии самопредъявления (И. П. Шкуратова)
Самопрезентация в социальной сети	Реальное демонстративное Я, фальшивое обманное Я	Опросник самопрезентации личности в социальной сети (адаптация Д. С. Корниенко, Н. А. Руднова и др.)
Психолингвистические особенности	Личностные особенности	Контент-анализ сказок по модели В. П. Беянина

ИТОГИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА (ТИПОЛОГИЯ)

ПОКАЗАТЕЛЬ	1 ТИП (16 человек)	2 ТИП (20 человек)	3 ТИП (15 человек)
Индекс погружённости в интернет-среду	Средний	Высокий	Средний и низкий
Социальный интеллект	Высокие значения осознанности, навыков	Средние значения осознанности, навыков	Низкие значения осознанности, навыков
Ведущие стратегии самопредъявления	Стремление понравиться; примерность; отслеживание впечатления	Самопродвижение; вариативность; запугивание	Мольба; низкие значения по другим шкалам
Самопрезентация	Баланс между Реальным Я и Фальшивым Я	Выраженное Фальшивое Я при среднем уровне Реального Я	Выраженное Реальное Я, низкий уровень Фальшивого Я
Типы сказок	Чаще «светлый», реже «печальный» и «красивый»	«Печальный», «светлый», «тёмный», «весёлый»	«Светлый», «печальный», «красивый»; уклонение от выполнения задания

ИТОГИ КОРРЕЛЯЦИОННОГО АНАЛИЗА (критерий Спирмена)



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- 1) В ходе исследования посредством кластерного анализа были выделены 3 группы респондентов по совокупности различий в следующих категориях: уровень интернет-активности, социальный интеллект, стратегии самопредъявления, демонстрируемый образ Я и ряд психолингвистических особенностей.
- 2) Методом корреляционного анализа была выявлена прямая связь между демонстрацией фальшивого Я и выражением лингвистически «тёмных» и «печальных» образов, а также обратная связь между социальной осознанностью и использованием «тёмных» образов или затруднением в написании сказки о себе. Наблюдается тенденция к возникновению обратной связи между реальным Я и «светлыми», «красивыми образами», прямой связи — эмоциональная вовлечённость и «печальные» образы, стратегия самопродвижения и «тёмные», «весёлые» образы.
- 3) Гипотеза исследования подтверждена: на основании представленных категорий удалось разработать типологию самопрезентации личности в цифровой среде.
- 4) В дальнейшем исследование может подлежать проведению в расширенной выборке и с учётом большего ряда критериев для укрепления достоверности связи между полученными данными.