

УДК 316.6

ИЕРАРХИЯ МОТИВОВ И СТРУКТУРА МОТИВАЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СТУДЕНТАМИ

И. В. ТКАЧЁВ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Определены особенности иерархии мотивов и структуры мотивации использования электронных социальных сетей (ЭСС) студентами в зависимости от их пола, возраста и уровня коммуникативной компетентности. Установлено, что женщины, по сравнению с мужчинами, отдают приоритет мотивам «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими» и «самовыражение»; структура их мотивации является более организованной, чем структура мотивации обращения мужчин к ЭСС. Указано, что в иерархии мотивов использования данных медиаплатформ обучающимися 17–19 лет в отличие от такой иерархии мотивов, свойственной студентам 20–25 лет, мотивы «самовыражение» и «новые дружеские отношения» разнесены по разным ступеням; в структуре мотивации обращения представителей младшей группы к ЭСС инструментальные мотивы («академические цели» и «информация») имеют больший вес, чем в данной структуре мотивации, относящейся к старшей группе респондентов; в структуре мотивации использования ЭСС студентами 20–25 лет большую роль играет мотив «самовыражение». Выявлено, что мотивы «развлечения» и «социальная связность» занимают более высокое положение в иерархии мотивов использования ЭСС, характерной для студентов с низким уровнем коммуникативной компетентности, чем для студентов с ее средним и высоким уровнями. Отмечено, что структура мотивации обращения обучающихся с высокими показателями коммуникативной компетентности к данным медиаплатформам обладает меньшей организованностью, т. е. использование ЭСС этими респондентами более дифференцировано.

Ключевые слова: мотивы использования электронных социальных сетей; коммуникативная компетентность; иерархия мотивов; структура мотивации; студенты.

Образец цитирования:

Ткачѳв ИВ. Иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология.* 2025;1:44–54.
EDN: IAZIXO

For citation:

Tkachov IV. Hierarchy of motives and structure of motivation for the use of electronic social networks by students. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology.* 2025;1:44–54. Russian.
EDN: IAZIXO

Автор:

Иван Валентинович Ткачѳв – аспирант кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук. Научный руководитель – кандидат психологических наук, доцент Г. А. Фофанова.

Author:

Ivan V. Tkachov, postgraduate student at the department of social and organisational psychology, faculty of philosophy and social sciences.

tkachovivan13@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0332-193X>

HIERARCHY OF MOTIVES AND STRUCTURE OF MOTIVATION FOR THE USE OF ELECTRONIC SOCIAL NETWORKS BY STUDENTS

I. V. TKACHOV^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. The peculiarities of the hierarchy of motives and the structure of motivation for the use of electronic social networks (ESN) by students depending on their gender, age and level of communicative competency have been determined. It was found that women, in comparison with men, give priority to the motives «social connectedness», «follower and observation of others» and «self-expression»; the structure of their motivation is more organised than the structure of men's motivation for the use of ESS. It is indicated that in the hierarchy of motives for the use of these media platforms by students 17–19 years old, in contrast to the hierarchy of motives, typical of students 20–25 years old, the motives «self-expression» and «new friendships» are placed on different levels; instrumental motives («academic purposes» and «information») have a greater weight in the structure of motivation of the younger group representatives' appeal to ESN than in this structure of motivation, belonging to the older group of respondents; the motive «self-expression» plays a greater role in the structure of motivation for the use of ESS by students 20–25 years old. It was revealed that the motives «entertainment» and «social connectedness» occupy a higher position in the hierarchy of motives for the use of ESN, characteristic of students with a low level of communicative competency, than for students with its medium and high levels. It has been noted that the structure of motivation for the use of these media platforms by students with high indicators of communicative competency is less organised, i. e. the use of ESN by these respondents is more differentiated.

Keywords: motives for the use of electronic social networks; communication competency; hierarchy of motives; motivation structure; students.

Введение

Использование электронных социальных сетей (ЭСС) является частью повседневной жизни современных белорусских студентов [1]. В рамках цифрового пространства можно удовлетворить широкий спектр потребностей, что и делает эти сервисы популярными. Вместе с тем актуализируется вопрос о мотивации обращения к ЭСС, поскольку понимание причин может помочь в прогнозировании и регулировании последствий данного процесса.

В настоящем исследовании под ЭСС подразумевается сетевая коммуникационная платформа, в которой участники имеют уникальные идентифицируемые профили, состоящие из контента, производимого самим пользователем, контента, предоставляемого другими пользователями, и (или) данных системного уровня; могут взаимодействовать с потоками пользовательского контента, предоставленного их контактами на сайте, потреблять и (или) производить его; имеют возможность публично формировать связи, которые могут просматриваться и исследоваться другими пользователями [2, р. 158]. Мотив определяется как психологическое образование, побуждающее к сознательным действиям и служащее для них основанием¹.

Вопрос мотивации совершения действий в ЭСС обсуждается в рамках теории использования и удовлетворения, согласно которой аудитория этих сервисов является активной, ориентированной на достижение цели и выбор тех медиаплатформ, которые

будут наилучшим образом удовлетворять ее потребности. Кроме того, предполагается, что интернет-пользователи обладают достаточным уровнем самоанализа, чтобы объяснить мотивы обращения к данным платформам [3]. В современной научной литературе рассматриваемый вопрос также часто изучается с опорой на теорию базовых психологических потребностей, разработанную М. Р. Райаном и Э. Л. Дечи. Согласно указанной теории у людей присутствуют врожденные потребности в автономии, компетентности и связности, удовлетворение которых является ключевым фактором достижения благополучия [4]. Автономия выступает потребностью в самостоятельной регуляции переживаний и действий. Компетентность служит потребностью в ощущении своей эффективности при взаимодействии с окружающей средой. Потребность в связности определяется стремлением к установлению социальных связей, родства, близких отношений с другими людьми и ощущением причастности к социальным группам [4]. Исследования показали, что удовлетворение перечисленных выше потребностей положительно связано с удовлетворенностью от использования ЭСС [5; 6]. Данный факт свидетельствует о том, что в основе различных мотивов обращения к указанным сервисам лежат базовые психологические потребности.

Поскольку ЭСС – это коммуникационные платформы, интерес представляет изучение мотивации их использования во взаимосвязи с коммуникативной

¹Ильин Е. П. Мотивация и мотивы : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2002. С. 344.

компетентностью студентов. Под ней понимается интегративное психологическое образование, обеспечивающее познание социальных явлений, понимание эмоций и управление ими, а также мотивацию общения с другими людьми и коммуникативное поведение, содействующее достижению поставленных субъектом коммуникативных целей [7, с. 91]. Исследования показывают, что у обучающихся с высоким уровнем коммуникативной компетентности базовые психологические потребности удовлетворяются больше, а фрустрируются меньше [8]. Данный факт подчеркивает потенциальные различия в мотивации использования ЭСС студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

Проблема связи обращения к ЭСС и социально-психологических характеристик субъектов часто рас-

сматривается исходя из гипотезы социальной компенсации (бедный становится богаче) и гипотезы социального усиления (богатый становится богаче). Согласно первой гипотезе люди, сталкивающиеся с трудностями в социальном взаимодействии лицом к лицу, будут чаще прибегать к компьютерно-опосредованной коммуникации и получать от нее больше выгод [9]. В соответствии со второй гипотезой субъекты, которые являются успешными в межличностном взаимодействии и уже имеют обширный круг социальных связей в реальной жизни, получают больше преимуществ от выхода в интернет [10]. Таким образом, можно предположить, что через эффекты социальной компенсации и социального усиления обуславливается связь коммуникативной компетентности и мотивации использования ЭСС.

Материалы и методы исследования

Для разделения выборки на подгруппы по уровню коммуникативной компетентности применялся кластерный анализ методом *k*-средних. В целях выявления иерархии мотивов использовался *t*-критерий Стьюдента для парных выборок. Определение различий средних значений в разных выборках происходило с помощью *t*-критерия Стьюдента для независимых выборок. Взаимосвязи между переменными проверялись путем корреляционного анализа по методу Спирмена.

В качестве инструментов измерения коммуникативной компетентности были использованы следую-

щие опросники: опросник социального интеллекта «Тромсё» [11], опросник эмоционального интеллекта «ЭмИн» [12], опросник аффилиативной тенденции и чувствительности к отвержению [13]. Для измерения мотивов использования ЭСС применялся опросник «Мотивы использования электронных социальных сетей» [1].

В выборку исследования вошли 488 студентов, из них 249 мужчин (51,02 %) и 239 женщин (48,98 %), обучающихся в различных учреждениях высшего образования Республики Беларусь. Возрастной диапазон составил 17–25 лет ($M = 19,03 \pm 1,37$).

Результаты и их обсуждение

Иерархия мотивов и структура мотивации использования ЭСС студентами. На рис. 1 изображена иерархия мотивов использования ЭСС для общей выборки студентов. Наиболее сильными являются мотивы «информация» (поиск актуальных новостей и интересующих тем), «развлечения» и «академические цели». К наиболее слабым относятся мотивы «социальное признание» и «новые дружеские отношения». Исследования показывают, что в основе мотивов «информация» и «академические цели» лежит базовая психологическая потребность в компетентности [14]. Мотив «развлечения» может быть связан с желанием ухода от повседневных забот в цифровое пространство для удовлетворения фрустрированной потребности в автономии [15], поскольку ЭСС предоставляют свободу выбора вида развлекательной активности в интернете. Таким образом, можно предположить, что чаще всего обращение студентов к данным медиаплатформам вызвано стремлением удовлетворить базовые психологические потребности в компетентности и автономии.

Структура мотивации использования ЭСС студентами представлена на рис. 2. Она была определена

с помощью структурно-психологического анализа путем установления корреляции между мотивами. В целях оценки степени значимости каждого мотива для структуры мотивации был вычислен их вес [16, с. 152]. На основании полученной матрицы интеркорреляций высчитывались индексы структурной организации: индекс когерентности структуры (ИКС), индекс дивергентности структуры (ИДС) и индекс организованности структуры (ИОС) [16, с. 153].

Необходимо отметить, что структура мотивации характеризуется высоким ИКС (75 баллов). Ее ИДС равен 0 баллам, что свидетельствует о низкой степени рассогласованности элементов. Следовательно, рассматриваемые мотивы использования ЭСС усиливают друг друга, способствуют общей организованности структуры. Наибольший вес в структуре имеют мотивы «социальная связность», «фоллоуинг и наблюдение за другими», «самовыражение» и «информация». Наименьший вес характерен для мотива «новые дружеские отношения», что согласуется с его размещением на предпоследней позиции в иерархии мотивов. Интересно, что мотив «академические цели» также имеет наименьший вес

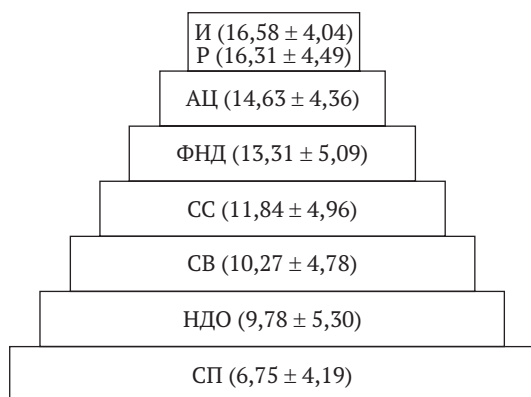


Рис. 1. Иерархия мотивов использования ЭСС студентами:

И – информация; Р – развлечения;
АЦ – академические цели; ФНД – фолловинг и наблюдение за другими; СС – социальная связность; СВ – самовыражение; НДО – новые дружеские отношения; СП – социальное признание

Fig. 1. Hierarchy of motives for the use of electronic social networks (ESN) by students:

И – information; Р – entertainment;
АЦ – academic purposes; ФНД – following and monitoring others; СС – social connectedness; СВ – self-expression; НДО – new friendships; СП – social recognition

в структуре мотивации при его высоком положении в иерархии мотивов. Такая ситуация может указывать на то, что при высокой значимости обращения респондентов к ЭСС в академических целях данный мотив является более независимым в структуре мотивации.

Иерархия мотивов и структура мотивации использования ЭСС студентами разного пола.

Иерархии мотивов использования ЭСС мужчинами и женщинами представлены на рис. 3. По всем мотивам средние значения выше в женской выборке. Статистически значимые различия выявлены по всем мотивам, кроме мотива «академические цели». Уровень значимости для мотива «новые дружеские от-

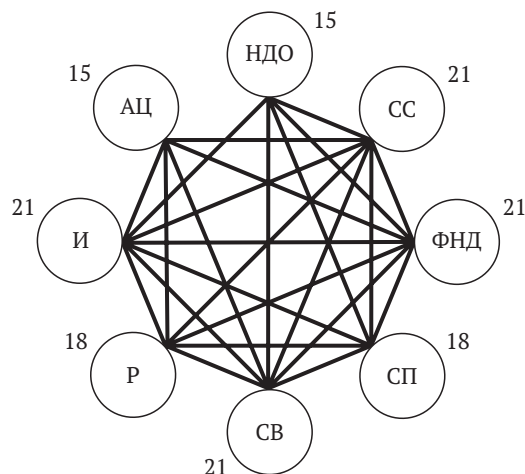


Рис. 2. Структура мотивации использования ЭСС студентами.

Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1. Числа возле кругов означают вес мотивов в структуре мотивации. Полуужирная линия соответствует прямой корреляции при $p \leq 0,01$

Fig. 2. The structure of motivation for the use of ESN by students. Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1. The numbers near the circles denote the weight of the motives in the structure of motivation.

Bold line corresponds to a direct correlation at $p \leq 0.01$

ношения» составил 0,026, для остальных мотивов оказался меньше значения 0,001 или равным ему.

В иерархиях присутствуют различия в положении мотивов «фолловинг и наблюдение за другими», «социальная связность» и «самовыражение». Рассмотрим первые два мотива. У женщин мотив «фолловинг и наблюдение за другими» находится на второй ступени иерархии наравне с мотивом «академические цели», а мотив «социальная связность» – на третьей ступени. У мужчин данные мотивы расположены на ступень ниже, чем у женщин; они характеризуются существенно более низкими средними значениями. В соответствии с исследованием [17] женщины в большей степени, чем мужчины, проявляют социальный

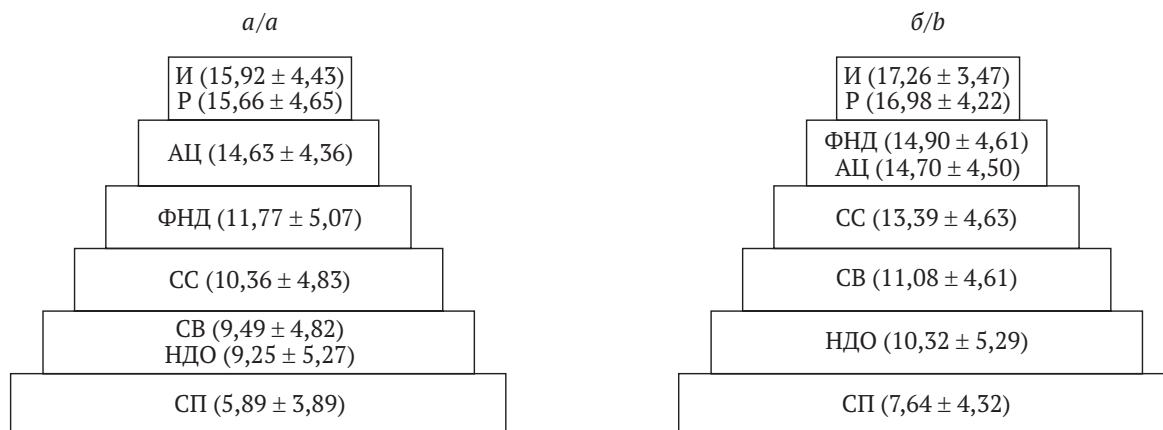


Рис. 3. Иерархии мотивов использования ЭСС мужчинами (а) и женщинами (б).

Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1

Fig. 3. Hierarchies of motives for the use of ESN by men (a) and women (b).

Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1

интерес. Данный факт объясняет доминирование у них рассматриваемых мотивов.

Базовой психологической потребностью, удовлетворяемой мотивом «социальная связность», выступает потребность в связности, поскольку содержательно и концептуально они очень близки друг другу. С удовлетворением названной потребности соотносится и мотив «фолловинг и наблюдение за другими». Об этом свидетельствуют результаты исследований, заключающиеся в том, что наблюдение за друзьями в ЭСС отрицательно коррелирует с чувством одиночества [18]. Кроме того, фолловинг, как процесс просмотра публикаций других пользователей на данных медиаплатформах, приводит к социальному сравнению [18]. В свою очередь, нисходящее социальное сравнение связано с удовлетворением базовой потребности в компетентности, а восходящее социальное сравнение – с ее фрустрацией, что в целом оказывает влияние на самооценку личности [19]. Таким образом, мотив «фолловинг и наблюдение за другими» связан с базовой психологической потребностью в компетентности.

Что касается мотива «самовыражение», то у мужчин он находится на одной ступени с мотивом «новые дружеские отношения», в то время как у женщин эти мотивы разнесены по разным ступеням. Анализируемый мотив связан с самопрезентацией в ЭСС [20], которая, по некоторым исследованиям, в большей степени свойственна женщинам, чем мужчинам [21]. Полученный результат указывает на то, что для жен-

щин самовыражение на данных медиаплатформах играет более значимую роль, чем для мужчин.

Мотив «самовыражение» подразумевает обращение к ЭСС для передачи чувств и мыслей, а также для обсуждения различных тем с другими пользователями. Эти действия предполагают активное проявление человеком себя в цифровом пространстве путем генерации контента. Согласно исследованиям данный процесс связан с удовлетворением базовых психологических потребностей в автономии, компетентности и связности [22]. Таким образом, можно предположить, что в контексте различий в иерархиях мотивов, характерных для мужчин и женщин, это свидетельствует о большей ценности ЭСС в удовлетворении потребностей в связности и компетентности для вторых, чем для первых.

На рис. 4 изображены структуры мотивации использования ЭСС мужчинами и женщинами (значения соответствующих индексов структурной организации приведены в таблице). Более высокий уровень ее организованности у женщин соответствует описанным ранее результатам, согласно которым у них почти по всем мотивам выявлены более высокие показатели, чем у мужчин. Как писал А. А. Карпов, степень структурной организации какой-либо подсистемы психики выступает индикатором ее совершенства и эффективности функционирования [16, с. 154], что в рассматриваемом случае выражается в более сильной мотивации использования ЭСС женщинами, чем мужчинами.

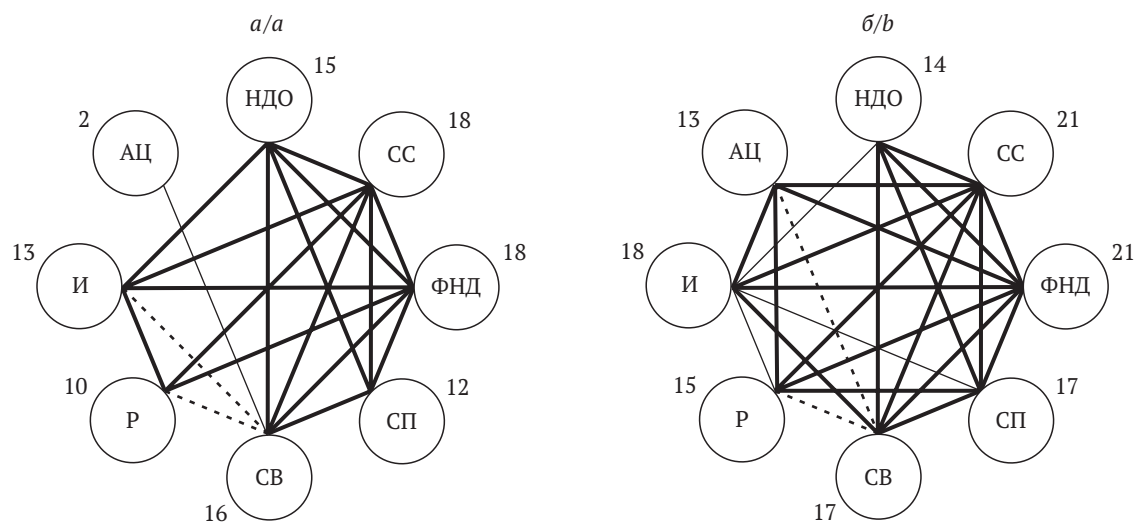


Рис. 4. Структуры мотивации использования ЭСС мужчинами (а) и женщинами (б). Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1. Числа возле кругов означают вес мотивов в структуре мотивации. Полуужирная линия соответствует прямой корреляции при $p \leq 0,01$, светлая линия – прямой корреляции при $p \leq 0,05$, пунктирная линия – прямой корреляции при $p \leq 0,1$

Fig. 4. Structures of motivation for the use of ESN by men (a) and women (b). Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1. The numbers near the circles denote the weight of the motives in the structure of motivation. Bold line indicates to a direct correlation at $p \leq 0.01$, light line corresponds to a direct correlation at $p \leq 0.05$, dashed line indicates direct correlation at $p \leq 0.1$

Значения индексов структурной организации мотивации использования ЭСС студентами в зависимости от их пола, возраста и уровня коммуникативной компетентности, баллы

Values of indices of structural organisation of motivation for the use of ESN by students depending on their gender, age and level of communication competency, points

Индексы структурной организации	Критерии выборки студентов						
	Пол		Возраст, лет		Уровень коммуникативной компетентности		
	Мужской	Женский	От 17 до 19	От 20 до 25	Низкий	Средний	Высокий
ИКС	52	68	69	64	65	67	49
ИДС	0	0	0	0	0	0	0
ИОС	52	68	69	64	65	67	49

При помощи метода экспресс- χ^2 было обнаружено, что структуры мотивации обращения мужчин и женщин к ЭСС являются гомогенными (принципиально подобными) и различаются лишь количественно ($r = 0,78, p = 0,02$) [16, с. 152–153]. Привлекает внимание факт того, что в структуре мотивации на рис. 4, а, мотив «новые дружеские отношения» играет более существенную роль, чем в структуре мотивации на рис. 4, б, в то же время в структуре мотивации на рис. 4, б, мотивы «информация», «социальное признание», «развлечения» и «академические цели» занимают более значимое положение, чем в структуре мотивации на рис. 4, а. Полученные данные свидетельствуют о том, что у мужчин мотив поиска новых друзей в большей степени, чем у женщин, способствует интеграции элементов, составляющих структуру мотивации использования ЭСС. Кроме того, для мужчин более характерны мотивы, которые связаны с удовлетворением базовых потребностей через взаимодействие с другими людьми или потребление контента, относящегося к социальной сфере. Соответственно, в структуре мотивации обращения женщин к ЭСС инструментальные мотивы («информация», «развлечения» и «академические цели») имеют больший вес. Учитывая, что в иерархии

мотивов осуществления действий на данных медиаплатформах мужчинами мотивы «фоллоуинг и наблюдение за другими», «социальная связность» и «самовыражение» занимают средние либо низкие позиции (несмотря на их большой вес в структуре мотивации), можно предположить, что мужчинам сложнее реализовывать эти мотивы в ЭСС, чем женщинам.

Иерархия мотивов и структура мотивации использования ЭСС студентами разных возрастных групп. Выявлены схожие иерархии мотивов использования ЭСС обучающимися 17–19 лет ($M = 18,08 \pm 0,77; n = 288$) и 20–25 лет ($M = 20,38 \pm 0,75; n = 200$), однако есть некоторые различия на нижних ступенях (рис. 5). У студентов 20–25 лет мотивы «самовыражение» и «новые дружеские отношения» занимают одну позицию, при этом у респондентов 17–19 лет эти же мотивы располагаются на разных ступенях и характеризуются более высокими показателями. Уровень статистической значимости для мотива «самовыражение» составил 0,004, для мотива «новые дружеские отношения» – 0,04, для мотива «социальная связность» – 0,05. Полученные данные указывают на то, что респонденты 17–19 лет придают большее значение социальной жизни в ЭСС.

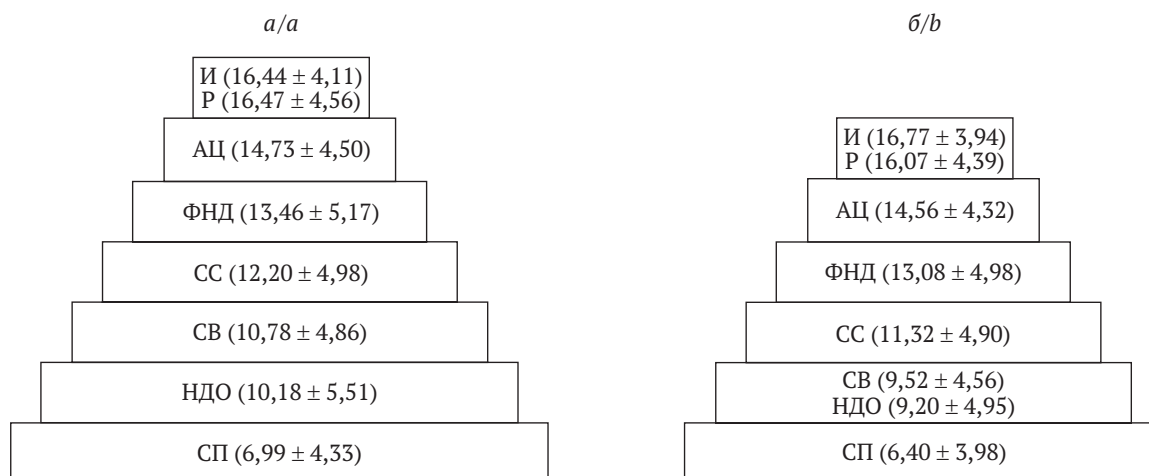


Рис. 5. Иерархии мотивов использования ЭСС студентами 17–19 лет (а) и 20–25 лет (б).

Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1

Fig. 5. Hierarches of motives for the use of ESN by students 17–19 years old (a) and 20–25 years old (b).

Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1

В период адаптации студентов младшего возраста в новой для них среде повышается значимость самовыражения и самопрезентации, что делает эти процессы более осознаваемыми. Можно предположить, что в возрасте 20–25 лет самовыражение и создание новых отношений интегрируются.

Структуры мотивации использования ЭСС студентами 17–19 и 20–25 лет представлены на рис. 6. Организованность у первой структуры выше, чем у второй структуры (см. таблицу). С помощью метода экспресс- χ^2 было выявлено, что данные структуры являются гетерогенными и имеют качественные различия ($r = 0,51, p = 0,28$).

В структуре мотивации обращения респондентов 17–19 лет к ЭСС наибольший вес имеют мотивы «социальная связность», «фоллоуинг и наблюдение за другими» и «информация». Отметим, что в иерархии мотивов мотив «социальная связность» находится на четвертой ступени. Такое расхождение между положением в иерархии мотивов и весом в структуре мотивации указывает на то, что данный мотив, несмотря на относительно невысокую субъективную значимость, играет важную интегрирующую

роль в структуре мотивации студентов младшего возраста. Также для них мотив «информация» имеет большую значимость, чем для респондентов старшего возраста.

Иная ситуация наблюдается в структуре мотивации использования ЭСС обучающимися 20–25 лет: наибольший вес имеет мотив «самовыражение». Этот факт может свидетельствовать о том, что по мере взросления у студентов формируется способ удовлетворения базовых психологических потребностей через самовыражение в ЭСС, которое интегрируется в другие аспекты обращения к таким медиаплатформам. Примечательно, что в структуре мотивации на рис. 6, б, мотив «академические цели» имеет меньший вес, чем в структуре мотивации на рис. 6, а, в то время как в иерархии мотивов использования ЭСС респондентами обеих возрастных групп данный мотив занимает вторую позицию. Указанное несоответствие говорит о том, что у студентов 20–25 лет мотив «академические цели» менее интегрирован в структуру мотивации совершения действий в ЭСС для удовлетворения базовой психологической потребности в компетентности.

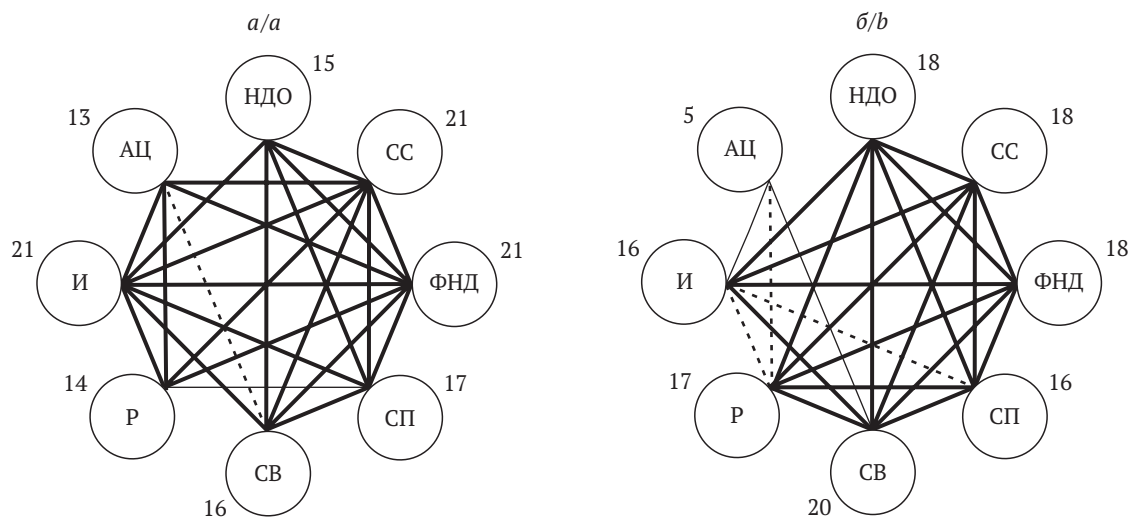


Рис. 6. Структуры мотивации использования ЭСС студентами 17–19 лет (а) и 20–25 лет (б). Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1. Числа возле кругов означают вес мотивов в структуре мотивации. Полу жирная линия соответствует прямой корреляции при $p \leq 0,01$, светлая линия – прямой корреляции при $p \leq 0,05$, пунктирная линия – прямой корреляции при $p \leq 0,1$

Fig. 6. Structures of motivation for the use of ESN by students 17–19 years old (a) and 20–25 years old (b). Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1. The numbers near the circles denote the weight of the motives in the structure of motivation. Bold line indicates direct correlation at $p \leq 0,01$, light line corresponds to a direct correlation at $p \leq 0,05$, dashed line indicates direct correlation at $p \leq 0,1$

Иерархия мотивов и структура мотивации использования ЭСС студентами с различными уровнями коммуникативной компетентности. В результате проведения кластерного анализа при помощи внутренних индексов валидности (РВМ-индекса, точно-бисериального коэффициента корреляции) трехкластерное решение было определено как наиболее оптимальное. Кроме того, была выявлена устойчивость объединения респондентов в кластеры относительно различных методов кластеризации,

их пола и возраста. В итоге были получены группы обучающихся с низким ($n = 128$), средним ($n = 248$) и высоким ($n = 112$) уровнями коммуникативной компетентности.

На рис. 7 показаны иерархии мотивов использования ЭСС студентами с низким, средним и высоким уровнями коммуникативной компетентности. У респондентов с низким уровнем коммуникативной компетентности на первой ступени иерархии стоит мотив «развлечения» и на второй ступени – мотив

«информация», тогда как у обучающихся со средним и высоким уровнями коммуникативной компетентности данные мотивы занимают, наоборот, вторую и первую позицию соответственно. Таким образом, студенты с низкими показателями коммуникативной компетентности ориентированы на развлечения в ЭСС ($p < 0,05$). Можно предположить, что они испытывают более острую психологическую потребность в автономии, чем другие обучающиеся, поскольку она может не удовлетворяться в полном объеме в реальной жизни из-за ограничений, накладываемых низким уровнем коммуникативной компетентности.

Различия присутствуют и в положении мотива «социальная связность». Данный мотив стоит на четвертой ступени наравне с мотивом «фолловинг и наблюдение за другими» в иерархии мотивов на рис. 7, а, и на ступень ниже в иерархиях мотивов на рис. 7, б и в. Наблюдение за другими в интернете подразумевает потребление контента, т. е. пассивное использование ЭСС. Обращение к данным медиаплатформам для получения чувства социальной интегрированности также необязательно предполагает генерацию контента и активное проявление себя. Учитывая, что названные мотивы равнозначны для студентов с низким уровнем коммуникативной компетентности,

можно предположить, что для них в большей степени характерно пассивное (безопасное) использование ЭСС с целью компенсировать недостаточное удовлетворение базовых психологических потребностей в связности и компетентности.

У респондентов с низкими показателями коммуникативной компетентности мотивы «самовыражение» и «новые дружеские отношения» разнесены по разным ступеням иерархии мотивов, тогда как у обучающихся со средними показателями коммуникативной компетентности они занимают одну позицию. Отметим, что в иерархии мотивов осуществления действий в ЭСС студентами с высокими показателями коммуникативной компетентности названные мотивы находятся на одной ступени с мотивом «социальная связность». Уменьшение дифференцированности мотивов «самовыражение» и «новые дружеские отношения» в иерархии при повышении уровня коммуникативной компетентности может свидетельствовать о ее влиянии на возможности реализации мотивов в рамках ЭСС. Для обучающихся с низкими показателями коммуникативной компетентности публикация какого-либо контента на данных сервисах для самовыражения, которое необязательно предполагает построение взаимоотношений,

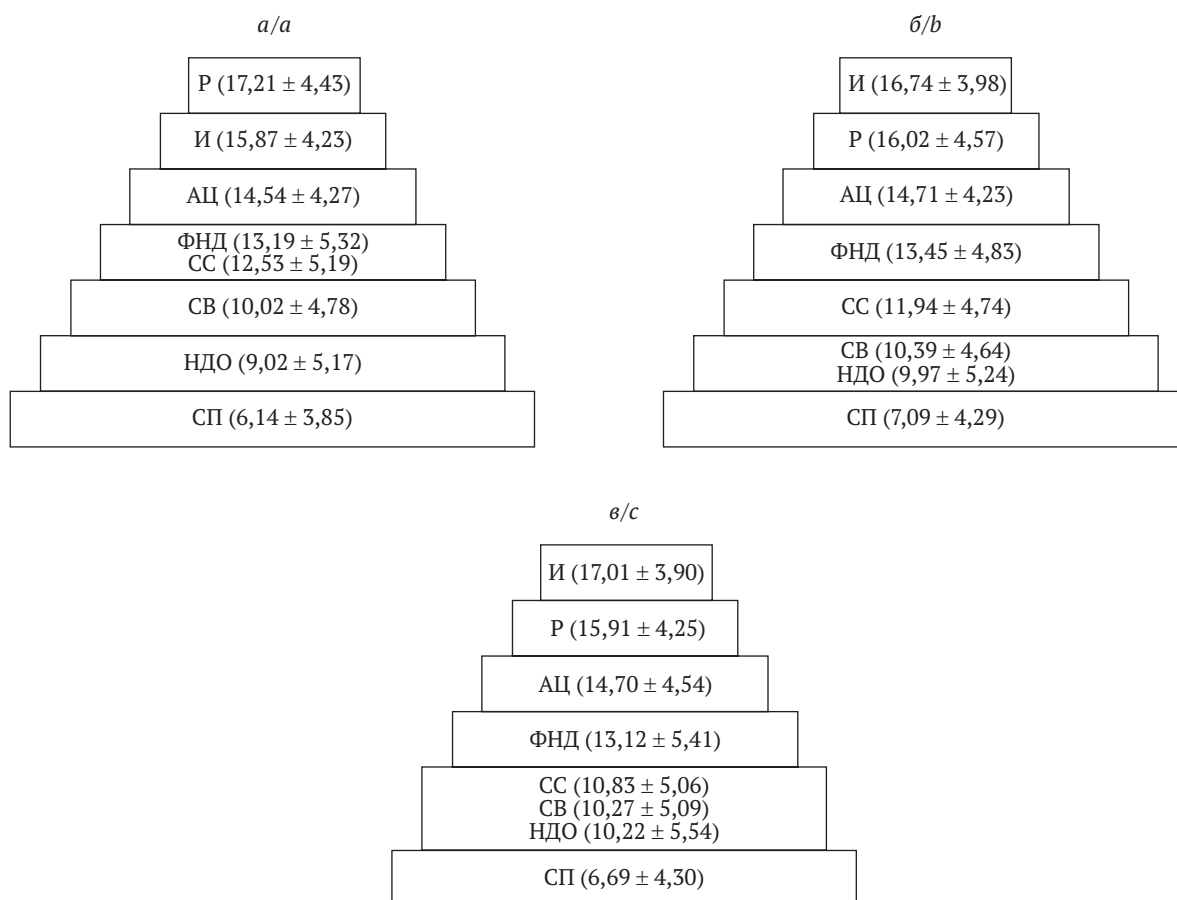


Рис. 7. Иерархии мотивов использования ЭСС студентами с низким (а), средним (б) и высоким (в) уровнями коммуникативной компетентности. Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1

Fig. 7. Hierarchies of motives for the use of ESN by students with low (a), medium (b) and high (c) levels of communication competency. Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1

воспринимается менее небезопасной и более простой в реализации, в то время как поиск новых друзей, подразумевающий установление взаимоотношений и требующий большей коммуникативной компетентности, выступает более затруднительным. В связи с этим мотивы «самовыражение» и «новые дружеские отношения» имеют у них разную силу. У студентов со средними и высокими показателями коммуникативной компетентности данный разрыв проявляется в меньшей степени, что объясняется более развитой коммуникативной компетентностью, которая позволяет самовыражаться и искать новые знакомства в ЭСС с одинаковой сложностью.

Рассмотрим структуры мотивации использования ЭСС студентами с различными уровнями коммуникативной компетентности (рис. 8). По данным таблицы, ИДС составил 0 баллов во всех группах, ИКС имеет существенно более низкое значение в груп-

пе респондентов с высокими показателями коммуникативной компетентности, чем в других группах. Метод экспресс- χ^2 позволил определить, что структура мотивации на рис. 8, а, гомогенна по отношению к структурам мотивации на рис. 8, б ($r = 0,87, p = 0,005$), и рис. 8, в ($r = 0,88, p = 0,004$). В то же время структура мотивации на рис. 8, б, является гетерогенной по отношению к структуре мотивации на рис. 8, в ($r = 0,61, p = 0,107$). С одной стороны, гомогенность структур мотивации использования ЭСС студентами с низкими показателями коммуникативной компетентности по отношению к структурам мотивации, характерным для респондентов со средними и высокими показателями коммуникативной компетентности, обуславливает наличие в них общих черт. С другой стороны, гетерогенность структуры мотивации обращения обучающихся со средним уровнем коммуникативной компетентности к ЭСС

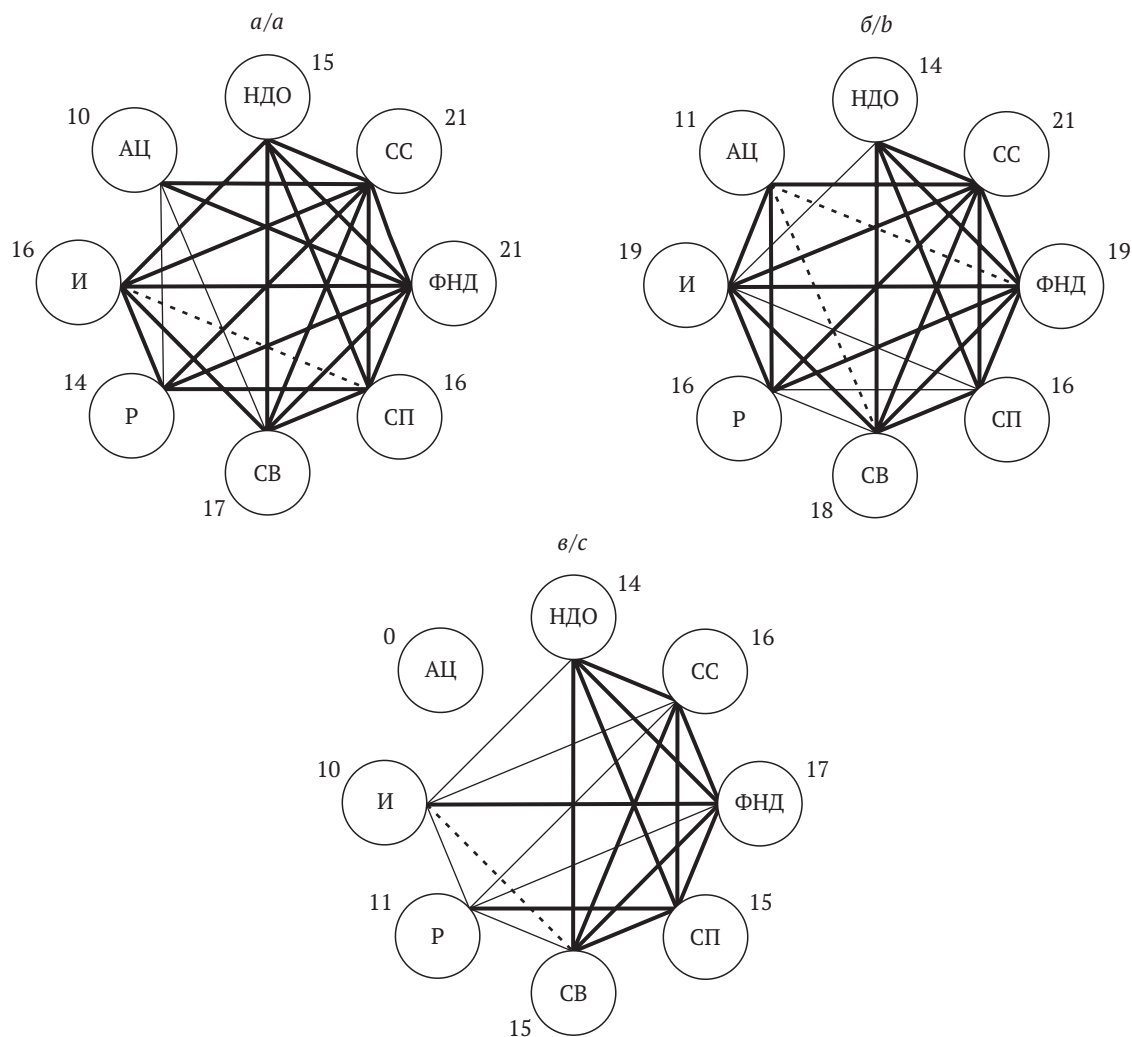


Рис. 8. Структуры мотивации использования ЭСС студентами с низким (а), средним (б) и высоким (в) уровнями коммуникативной компетентности. Расшифровка условных обозначений приведена в подписи к рис. 1. Числа возле кругов означают вес мотивов в структуре мотивации. Полу жирная линия соответствует прямой корреляции при $p \leq 0,01$, светлая линия – прямой корреляции при $p \leq 0,05$, пунктирная линия – прямой корреляции при $p \leq 0,1$

Fig. 8. Structures of motivation for the use of ESN by students with low (a), medium (b) and high (c) levels of communication competency. Deciphering of the symbols is given in the caption to fig. 1. The numbers near the circles denote the weight of the motives in the structure of motivation. Bold line indicates direct correlation at $p \leq 0,01$, light line corresponds to a direct correlation at $p \leq 0,05$, dashed line indicates direct correlation at $p \leq 0,1$

по отношению к такой структуре мотивации, свойственной студентам с высоким уровнем коммуникативной компетентности, может являться следствием перестройки их структуры мотивации.

В структуре мотивации использования ЭСС респондентами с низким уровнем коммуникативной компетентности наибольший вес имеют мотивы «социальная связность» и «фоллоуинг и наблюдение за другими», предполагающие пассивность действий на этих медиаплатформах. Данная ситуация свидетельствует о наличии эффекта социальной компенсации: желание чувствовать связь с другими людьми и наблюдать за их жизнью соотносится с усилением остальных мотивов обращения к ЭСС, несмотря на то что в иерархии мотивов первую ступень занимает мотив «развлечения».

Следует отметить, что структура мотивации использования ЭСС студентами со средними показателями коммуникативной компетентности являет-

ся наиболее равномерной с позиции распределения веса ее элементов.

Что касается респондентов с высоким уровнем коммуникативной компетентности, то их структура мотивации обращения к ЭСС характеризуется меньшей организованностью (мотивы обладают большей независимостью друг от друга). Следовательно, использование таких сервисов данными студентами более дифференцировано. Можно предположить, что они являются более избирательными и прагматичными, лучше осознают цель выхода в цифровое пространство и пути ее достижения. Полученный результат не соответствует гипотезе социального усиления с точки зрения силы мотивов и организованности структуры мотивации, однако это не касается последствий их обращения к ЭСС, которые могут быть отличными от последствий использования этих медиаплатформ студентами с другими показателями коммуникативной компетентности.

Заключение

Результаты настоящего исследования указывают на то, что наиболее сильными мотивами использования ЭСС студентами являются мотивы «информация», «развлечения» и «академические цели». К наиболее слабым мотивам относятся мотивы «социальное признание» и «новые дружеские отношения». Структура мотивации обращения респондентов к данным сервисам характеризуется высокой степенью организованности.

В иерархии мотивов использования ЭСС женщинами наблюдается более высокое положение мотивов «социальная связность», «фоллоуинг и наблюдение за другими» и «самовыражение», чем в такой иерархии, свойственной мужчинам. Исследование позволило предположить, что ЭСС обладают большей ценностью для женщин, которые прибегают к ним для удовлетворения, прежде всего, базовых потребностей в связности и компетентности.

Для студентов 17–19 лет по сравнению с обучающимися 20–25 лет характерно более четкое разделение мотивов «самовыражение» и «новые дружеские отношения», что может быть связано с активным формированием идентичности и установлением социальных связей. У респондентов старшей группы эти мотивы находятся на одном уровне иерархии, что в данный возрастной период может указывать на их интеграцию. Кроме того, студенты 20–25 лет демонстрируют более избирательный подход к ис-

пользованию ЭСС, при котором мотив «самовыражение» становится основным объединяющим компонентом, а мотив «академические цели» реализуется относительно независимо от других мотивов обращения к данным сервисам.

Можно предположить, что респондентам с низким уровнем коммуникативной компетентности в большей степени свойственно пассивное использование ЭСС с целью компенсировать недостаточное удовлетворение базовых психологических потребностей в связности и компетентности. Об эффекте социальной компенсации также может свидетельствовать ведущее положение мотива «развлечения» в иерархии мотивов при явной значимости мотивов «социальная связность» и «фоллоуинг и наблюдение за другими» в структуре мотивации.

Структура мотивации обращения обучающихся со средними показателями коммуникативной компетентности к ЭСС представляется наиболее равномерной с точки зрения распределения веса ее элементов.

В структуре мотивации использования ЭСС студентами с высоким уровнем коммуникативной компетентности мотивы обладают большей независимостью друг от друга. Указанная ситуация может свидетельствовать о том, что обучающиеся являются более избирательными и прагматичными при обращении к таким медиаплатформам.

Библиографические ссылки

1. Ткачѳв ИВ, Фофанова ГА. Адаптация опросника «Мотивы использования электронных социальных сетей» на выборке белорусских студентов. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2023;1:82–94.
2. Ellison NB, Boyd DM. Sociality through social network sites. In: Dutton WH, editor. *The Oxford handbook of Internet studies*. Oxford: Oxford University Press; 2013. p. 151–172. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008.
3. Katz E, Blumler JG, Gurevitch M. Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*. 1973;4:509–523. DOI: 10.1086/268109.

4. Ryan RM, Deci EL. *Self-determination theory: basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York: Guilford publications; 2017. 756 p.
5. Wang Xuequn, Li Yibai. Users' satisfaction with social network sites: a self-determination perspective. *Journal of Computer Information Systems*. 2016;1:48–54. DOI: 10.1080/08874417.2015.11645800.
6. Xiao Qian, Zhuang Weiling, Hsu MK. Using social networking sites: what is the big attraction? Exploring a mediated moderation relationship. *Journal of Internet Commerce*. 2014;1:45–64. DOI: 10.1080/15332861.2014.898441.
7. Ткачѐв ИВ. Компонентный состав коммуникативной компетентности и ее измерение. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2022;2:85–92.
8. Hodis GM, Hodis FA. Examining motivation predictors of key communication constructs: an investigation of regulatory focus, need satisfaction, and need frustration. *Personality and Individual Differences*. 2021;2:110985. DOI: 10.1016/j.paid.2021.110985.
9. McKenna K, Bargh JA. Plan 9 from cyberspace: the implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*. 2000;1:57–75. DOI: 10.1207/S15327957PSPRO401_6.
10. Kraut RE, Kiesler S, Boneva B, Cummings J, Helgeson V, Crawford A. Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*. 2002;1:49–74. DOI: 10.1111/1540-4560.00248.
11. Наследов АД, Семенов ВЮ. Модификация шкалы социального интеллекта tromsø для российских школьников. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 2015;4:5–21.
12. Люсин ДВ. Опросник на эмоциональный интеллект «ЭмИн»: новые психометрические данные. В: Люсин ДВ, Ушаков ДВ, редакторы. *Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям*. Москва: Институт психологии РАН; 2009. с. 264–278.
13. Магомед-Эминов МШ. *Мотивация достижения: структура и механизмы* [диссертация]. Москва: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 1987. 343 с.
14. Faye C, Sharpe D. Academic motivation in university: the role of basic psychological needs and identity formation. *Canadian Journal of Behavioural Science*. 2008;4:189–199. DOI: 10.1037/a0012858.
15. Masur PK, Reinecke L, Ziegele M, Quiring O. The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*. 2014;39:376–386. DOI: 10.1016/j.chb.2014.05.047.
16. Карпов АА. *Общие способности в структуре метакогнитивных качеств личности*. Ярославль: Ярославский государственный университет; 2014. 272 с.
17. Archer J. The reality and evolutionary significance of human psychological sex differences. *Biological Reviews of the Cambridge Philosophical Society*. 2019;4:1381–1415. DOI: 10.1111/brv.12507.
18. Hunt M, All K, Burns B, Li K. Too much of a good thing: who we follow, what we do, and how much time we spend on social media affects well-being. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2021;1:46–68. DOI: 10.1521/jscp.2021.40.1.46.
19. Vogel EA, Rose JP, Roberts L, Eckles K. Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*. 2014;4:206–222. DOI: 10.1037/ppm0000047.
20. Cheung Ting Ting. A study on motives, usage, self-presentation and number of followers on Instagram. *Outstanding Academic Papers by Students of the City University of Hong Kong* [Internet]. 2014 [cited 2025 January 11]. Available from: <http://dspace.cityu.edu.hk/bitstream/2031/7521/1/fulltext.html>.
21. Горбушина ЕА. Особенности самопрезентации в социальных сетях с учетом половых различий. *Психологические исследования*. 2023;4:2. DOI: 10.54359/ps.v16i90.1434.
22. Wang Xuequn, Li Yibai. How trust and need satisfaction motivate producing user-generated content. *Journal of Computer Information Systems*. 2017;1:49–57. DOI: 10.1080/08874417.2016.1181493.

Статья поступила в редколлегию 12.01.2025.
Received by editorial board 12.01.2025.