

Факторная структура восприятия онлайн- и офлайн-коммуникации и её связь с личностными чертами

Abramova Anna Sergevna

Студент (бакалавр)

Бакинский филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова,
Факультет психологии, Баку, Азербайджан
E-mail: abramovmisha24@gmail.com

В условиях цифровизации общества межличностное взаимодействие всё чаще осуществляется в онлайн-среде. Онлайн-коммуникация обладает рядом специфических характеристик, включая опосредованность взаимодействия, снижение выраженности невербальных сигналов и возможность контроля самопрезентации. В отличие от неё офлайн-коммуникация предполагает непосредственный контакт участников взаимодействия и более выраженную эмоциональную насыщенность общения. В современной социальной психологии коммуникация рассматривается как сложный процесс, включающий когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты взаимодействия [3].

Одной из наиболее распространённых моделей описания индивидуально-личностных различий является модель «Большой пятёрки», включающая экстраверсию, доброжелательность, добросовестность, негативную эмоциональность и открытость опыту [1]. Данные характеристики описывают устойчивые особенности поведения, эмоционального реагирования и взаимодействия человека с окружающими. Ряд исследований показывает, что личностные черты могут быть связаны с особенностями коммуникации человека в различных социальных средах [2].

Цель исследования – выявить факторную структуру восприятия онлайн- и офлайн-коммуникации и определить её связь с личностными характеристиками.

В исследовании приняли участие 120 респондентов. Для диагностики личностных характеристик использовалась краткая версия опросника Big Five Inventory–2 (BFI-2-S) в русской адаптации С.А. Щебетенко и соавторов. Особенности восприятия онлайн- и офлайн-коммуникации оценивались с помощью метода семантического дифференциала, включающего характеристики общения (интерес, вовлеченность, живость общения, удовольствие от общения, ясность общения, энергичность взаимодействия, естественность общения, поддержка общения, теплота взаимодействия, доверие, эмоциональная насыщенность общения, глубина общения, персонализированность общения, интимность общения, характер выражения, искренность общения, лёгкость установления контакта, комфорт взаимодействия и безопасность общения). Для обработки данных применялись методы факторного анализа, корреляционного анализа Пирсона и t-критерия Стьюдента.

Факторный анализ характеристик коммуникации проводился методом главных компонент с вращением Варимакс.

Анализ характеристик офлайн-коммуникации показал высокую адекватность выборки (КМО = 0,88). Критерий сферичности Бартлетта оказался статистически значимым ($\chi^2 = 1262,79$; $p < 0,001$), что свидетельствует о возможности проведения факторного анализа. В результате анализа было выделено три фактора, объясняющих 58,9 % общей дисперсии.

Первый фактор – живость и устойчивость взаимодействия – объясняет 32,1% дисперсии и включает показатели живости общения, естественности общения, поддержки общения, ясности общения и устойчивости взаимодействия. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,87$.

Второй фактор – искренность и эмоциональная глубина общения – объясняет 13,85 % дисперсии и объединяет показатели искренности общения, эмоциональной насыщенности

общения, глубины общения, вовлечённости, характера выражения, интимности и персонализированности общения. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,76$.

Третий фактор – установление и комфорт контакта – объясняет 12,88 % дисперсии и включает показатели лёгкости установления контакта, теплоты взаимодействия, комфорта взаимодействия и безопасности общения. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,70$.

Анализ характеристик онлайн-коммуникации также показал высокую адекватность выборки (КМО = 0,86). Критерий сферичности Бартлетта оказался статистически значимым ($\chi^2 = 1023,02$; $p < 0,001$), что свидетельствует о возможности проведения факторного анализа. В результате анализа было выделено три фактора, объясняющих 51,5 % общей дисперсии.

Первый фактор – активность и качество взаимодействия – объясняет 35,89 % дисперсии и включает показатели комфорта при взаимодействии, удовольствия от общения, энергичности взаимодействия, интереса к общению, поддержки общения и ясности общения. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,83$.

Второй фактор – эмоциональная и психологическая безопасность – объясняет 8,42 % дисперсии и объединяет показатели эмоциональной насыщенности общения, безопасности общения, уровня доверия, вовлечённости, интимности, персонализированности и естественности общения. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,78$.

Третий фактор – глубина и качество контакта – объясняет 7,20 % дисперсии и включает показатели искренности общения, эмоциональной насыщенности общения, лёгкости установления контакта, глубины общения, теплоты взаимодействия и живости общения. Надёжность шкалы составила $\alpha = 0,78$.

Корреляционный анализ выявил ряд статистически значимых связей между личностными характеристиками и особенностями коммуникации. Экстраверсия отрицательно связана с глубиной и качеством контакта в онлайн-коммуникации ($r = -0,18$; $p = 0,045$). Негативная эмоциональность отрицательно связана с эмоциональной и психологической безопасностью онлайн-коммуникации ($r = -0,23$; $p = 0,009$). Экстраверсия, напротив, имеет положительную связь с установлением и комфортом контакта в офлайн-коммуникации ($r = 0,34$; $p < 0,001$). Доброжелательность также положительно связана с данным фактором ($r = 0,241$; $p = 0,008$). Негативная эмоциональность, в свою очередь, отрицательно связана с установлением и комфортом контакта в офлайн-коммуникации ($r = -0,21$; $p = 0,017$). Открытость опыту положительно связана с живостью и устойчивостью взаимодействия ($r = 0,21$; $p = 0,019$) и искренностью и эмоциональной глубиной общения ($r = 0,23$; $p = 0,011$). Кроме того, выявлена отрицательная связь между активностью и качеством взаимодействия в онлайн-коммуникации и живостью и устойчивостью взаимодействия в офлайн-коммуникации ($r = -0,29$; $p = 0,001$).

С помощью t-критерия Стьюдента были выявлены статистически значимые гендерные различия по показателю открытости опыту ($t = -3,21$; $p = 0,002$), а также по фактору комфорта и безопасности офлайн-коммуникации ($t = 2,03$; $p = 0,044$). По остальным показателям статистически значимых различий обнаружено не было.

Полученные результаты свидетельствуют о наличии связи между личностными характеристиками и особенностями восприятия онлайн- и офлайн-коммуникации. При этом наибольшее количество статистически значимых связей выявлено для характеристик офлайн-коммуникации, что может указывать на более выраженную роль индивидуально-личностных особенностей в восприятии непосредственного межличностного взаимодействия по сравнению с онлайн-коммуникацией.

Источники и литература

1. McCrae R.R., Costa P.T. Jr. Personality in adulthood: A five-factor theory perspective. New York: Guilford Press, 2003.

2. John O.P., Srivastava S. The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives // Handbook of personality: Theory and research. New York: Guilford Press, 1999. P. 102–138.
3. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2017.
4. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2016.