

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Объект авторского права
УДК 316.628-057.87:316.472.4

ТКАЧЁВ
Иван Валентинович

**МОТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЕЙ СТУДЕНТАМИ С РАЗЛИЧНЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ
КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

по специальности 19.00.05 – социальная психология

Минск, 2025

Научная работа выполнена в Белорусском государственном университете

Научный руководитель

Фофанова Галина Александровна,
кандидат психологических наук, доцент,
доцент кафедры социальной и
организационной психологии Белорусского
государственного университета

Официальные оппоненты:

Даукша Лилия Марьяновна,
кандидат психологических наук, доцент,
заведующий кафедрой возрастной и
педагогической психологии
учреждения образования
«Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы»

Медведская Елена Ивановна,
доктор психологических наук, доцент,
заведующий кафедрой психологии
учреждения образования «Брестский
государственный университет
имени А.С. Пушкина»

Оппонирующая организация

Учреждение образования «Гомельский
государственный университет имени
Франциска Скорины»

Защита состоится «15» января 2026 г. в 14.00 на заседании совета по
защите диссертаций Д 02.01.19 при Белорусском государственном университете
по адресу: г. Минск, ул. Ленинградская, 8 (корпус юридического факультета),
ауд. 407. Телефон ученого секретаря: 209-53-89, e-mail: jfrolova@yandex.by.

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке
Белорусского государственного университета.

Автореферат разослан «12» декабря 2025 г.

Ученый секретарь совета
по защите диссертаций,
кандидат психологических наук, доцент

Ю.Г. Фролова

ВВЕДЕНИЕ

В Республике Беларусь по состоянию на январь 2025 года насчитывается 6,36 млн. пользователей социальных медиа, что составляет примерно 70,5% от общей численности населения. По результатам исследования, проведенного на выборке белорусских студентов, 53,2 % респондентов ответили, что используют такой вид социальных медиа, как электронные социальные сети, каждый день, 39,7 % участников опроса в режиме онлайн остаются практически на протяжении всего дня. Это указывает на то, что использование социальных медиа стало частью повседневной жизни молодых людей. Рост популярности данных сервисов вызывает интерес исследователей к основным причинам и последствиям их использования, прежде всего, молодежью.

В этом контексте многие исследователи изучают характер связи между использованием электронных социальных сетей и личностными качествами субъектов и как последние могут влиять на мотивацию их использования. Немало исследований посвящено тому, как данные медиаплатформы могут влиять на личность.

Однако относительно небольшое количество исследований посвящено вопросу связи мотивации использования электронных социальных сетей со способностью субъекта к компетентному социальному взаимодействию. Особенno важен данный вопрос в контексте студенчества – периода перехода молодых людей к самостоятельной жизни и адаптации к новой социальной среде. Для этого особенно важны коммуникативные качества субъекта, позволяющие устанавливать социальные связи и приспосабливаться к новому окружению.

Анализ научной литературы показал, что на данный момент проблема связи мотивов использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентности студентов, в основном, косвенно затрагивается в работах, посвященных изучению личностных качеств и других социально-психологических характеристик в контексте активности в электронных социальных сетях. Например, установлено, что мотивация их использования положительно коррелирует с экстраверсией, социальной тревожностью и отрицательно – с одиночеством. Однако данные исследования не дают ответа на вопрос о том, каким образом конкретные составляющие коммуникативной компетентности, влияющей на достижение субъектом коммуникативных целей, связаны с мотивацией использования электронных социальных сетей, а также с какой целью их используют студенты с различными показателями коммуникативной компетентности. Ответ на данные вопросы позволит углубить знания в таких практических областях деятельности, как

профилактика проблемного использования электронных социальных сетей, маркетинг в цифровом пространстве, развитие коммуникативной компетентности и других сферах.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами

Диссертационное исследование выполнялось в соответствии с темой научно-исследовательской работы кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета «Социально-психологические факторы развития межкультурной компетентности в цифровую эпоху» (2021–2025 гг.; № ГР 20213119; научный руководитель И. А. Фурманов).

Тема диссертации соответствует приоритетным направлениям научной, научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь на 2021–2025 гг. (Указ Президента Республики Беларусь № 156 от 07.05.2020 г., п. 6 «Обеспечение безопасности человека, общества и государства: социогуманитарная, экономическая и информационная безопасность»).

Цель, задачи, объект и предмет исследования

Цель исследования – охарактеризовать мотивы использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

Задачи исследования:

1. Определить теоретико-методологические основания исследования мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

2. Адаптировать методику измерения мотивов использования электронных социальных сетей студентами.

3. Охарактеризовать иерархию мотивов и структуру мотивации использования электронных социальных сетей студентами.

4. Выявить половые и возрастные особенности мотивов использования электронных социальных сетей студентами.

5. Установить различия мотивов использования электронных социальных сетей между студентами с низкими, средними и высокими показателями коммуникативной компетентности.

6. Охарактеризовать взаимосвязь мотивов использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентности студентов.

Объект исследования – мотивы использования электронных социальных сетей студентами.

Предмет исследования – мотивы использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

Научная новизна

Научная новизна работы заключается в том, что в результате исследования впервые охарактеризованы мотивы использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности. Адаптирована методика «Мотивы использования электронных социальных сетей». Охарактеризованы иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами. Выявлены половые и возрастные особенности мотивов использования электронных социальных сетей студентами. Установлены различия мотивов использования электронных социальных сетей между студентами с низкими, средними и высокими показателями коммуникативной компетентности. Охарактеризована взаимосвязь мотивов использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентности студентов.

Положения, выносимые на защиту

1. Адаптированная методика «Мотивы использования электронных социальных сетей» является валидным и надежным инструментом изучения мотивов использования электронных социальных сетей студентами. Методика позволяет измерить восемь переменных: «новые дружеские отношения» (мотив поиска новых дружеских знакомств), «академические цели» (мотив получения информации и помощи по академическим вопросам), «социальная связность» (мотив социальной принадлежности и включенности в общество), «фолловинг и наблюдение за другими» (мотив наблюдения за жизнью других людей, изучая их профили и публикации), «развлечения» (мотив развлечений и времяпровождения), «социальное признание» (мотив поиска популярности и обратной связи («лайков» и комментариев)), «самовыражение» (мотив выражения своих чувств и мнений) и «информация» (мотив поиска информации по интересующим темам и актуальным новостям).

2. В иерархии мотивов использования электронных социальных сетей студентами наиболее сильными являются мотивы «развлечения», «информация», «академические цели»; наиболее слабыми выступают мотивы «социальное признание» и «новые дружеские отношения» вне зависимости от показателей коммуникативной компетентности студентов.

В структуре мотивации использования электронных социальных сетей наибольшим структурным «весом» обладают мотивы «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «самовыражение» и «информация»; наименее значимый структурный «вес» – у мотивов «академические цели», «новые дружеские отношения» вне зависимости от показателей коммуникативной компетентности студентов.

Иерархия мотивов использования электронных социальных сетей студентов с высокими показателями коммуникативной компетентности является менее дифференцированной, а структура мотивации – менее организованной по сравнению с иерархией мотивов и структурой мотивации студентов с низкими и средними показателями коммуникативной компетентности.

3. Студенты женского пола, по сравнению со студентами мужского пола, характеризуются более сильными мотивами использования электронных социальных сетей для поиска новых дружеских отношений, поддержания чувства социальной связности, наблюдения за другими, развлечений, получения социального признания, самовыражения и получения информации.

Студенты младшей возрастной группы, по сравнению со студентами старшей возрастной группы, характеризуются более сильными мотивами использования электронных социальных сетей для поиска новых дружеских отношений, поддержания чувства социальной связности и самовыражения.

4. Студенты с низкими показателями коммуникативной компетентности характеризуются более сильным мотивом использования электронных социальных сетей для развлечений и более слабыми мотивами поиска новых дружеских отношений и информации по сравнению со студентами со средними и высокими показателями коммуникативной компетентности.

Студенты со средними показателями коммуникативной компетентности характеризуются более сильным мотивом использования электронных социальных сетей для социального признания по сравнению со студентами с низкими показателями коммуникативной компетентности.

Студенты с высокими показателями коммуникативной компетентности характеризуются более слабым мотивом использования электронных социальных сетей для поддержания чувства социальной связности по сравнению со студентами с низкими и средними показателями коммуникативной компетентности.

5. Мотивы поиска новых дружеских отношений, наблюдения за другими и социального признания положительно коррелируют со стремлением к принятию; мотив социальной связности положительно коррелирует со страхом отвержения вне зависимости от показателей коммуникативной компетентности студентов.

Для студентов с низкими и средними показателями коммуникативной компетентности общими являются положительная корреляция мотива социальной связности со стремлением к принятию; положительная корреляция мотива наблюдения за другими со страхом отвержения.

Для студентов с низкими и высокими показателями коммуникативной компетентности общей является положительная корреляция мотива развлечений со стремлением к принятию.

Для студентов со средними и высокими показателями коммуникативной компетентности общими являются положительная корреляция мотивов новых дружеских отношений, социального признания со страхом отвержения; положительная корреляция способности к управлению своими и чужими эмоциями с академическим мотивом и отрицательная – с мотивом наблюдения за другими.

6. Для студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности характерны отрицательная корреляция мотива развлечений со способностью к управлению своими и чужими эмоциями и положительная – со страхом отвержения; положительная корреляция мотивов поиска новых дружеских отношений и получения социального признания с социальными навыками.

У студентов со средними показателями коммуникативной компетентности мотивы поиска новых дружеских отношений и социального признания отрицательно коррелируют со способностью к пониманию социальных ситуаций; мотив социальной связности отрицательно коррелирует со способностью к управлению своими и чужими эмоциями; мотивы наблюдения за другими, социального признания и развлечений положительно коррелируют со способностью к обработке социальной информации; мотив самовыражения положительно коррелирует со стремлением к принятию.

Для студентов с высокими показателями коммуникативной компетентности характерны отрицательная корреляция мотива развлечений со способностью к пониманию социальных ситуаций; положительная корреляция академического мотива с социальными навыками; отрицательная корреляция мотива самовыражения со способностью к пониманию своих и чужих эмоций.

7. Мотив социальной связности отрицательно коррелирует со способностью к пониманию и управлению своими и чужими эмоциями, социальными навыками; мотивы наблюдения за другими, социального признания отрицательно коррелируют со способностью к пониманию социальных ситуаций; мотивы наблюдения за другими, самовыражения положительно коррелируют со страхом отвержения; информационный мотив положительно коррелирует с социальными навыками и стремлением к

принятию; академический мотив положительно коррелирует со способностью к управлению своими и чужими эмоциями только у студентов мужского пола при сравнении со студентами женского пола.

Мотив новых дружеских отношений положительно коррелирует со способностью к управлению своими и чужими эмоциями; мотив наблюдения за другими положительно коррелирует со способностью к обработке социальной информации; мотив социального признания положительно коррелирует со способностью к обработке социальной информации, социальными навыками; мотив самовыражения положительно коррелирует со способностями к обработке социальной информации, пониманию своих и чужих эмоций; мотив развлечений отрицательно коррелирует со способностями к пониманию и управлению своими и чужими эмоциями, пониманию социальных ситуаций, социальными навыками только у студентов женского пола при сравнении со студентами мужского пола.

Личный вклад соискателя ученой степени

Диссертационная работа является самостоятельным и завершенным теоретико-эмпирическим исследованием. Все положения, выносимые на защиту, имеют научную новизну, практическую значимость и разработаны соискателем лично. Вклад научного руководителя в совместной публикации состоит в обсуждении полученных результатов.

Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов

Основные положения диссертации были представлены в докладах и сообщениях на следующих научно-практических и международных конференциях: Международная научно-практическая конференция и научно-практические семинары «Социальные практики и развитие городской среды: урбанистика и инноватика» (Минск, 25–26 ноября 2021 г.); Научная конференция студентов, магистрантов и аспирантов факультета философии и социальных наук БГУ «Человек. Культура. Общество» (Минск, 28 апреля 2022 г.; 27 апреля 2023 г.); Научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Машеровские чтения» (Витебск, 21 октября 2022 г.; 20 октября 2023 г.); Международная научно-практическая конференция «Наука. Образование. Культура» (Комрат, 10 февраля 2023 г.).

Результаты диссертационного исследования внедрены в образовательный процесс ГУО «Республиканский институт высшей школы» в рамках повышения квалификации по программе «Образовательный потенциал виртуального

пространства: факторы и ресурсы создания обучающего контента» (имеется 1 акт о практическом использовании результатов).

Опубликованность результатов диссертации

Основные результаты опубликованы в 17 научных работах: 7 статьях, соответствующих п. 19 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий (общим объемом 7,2 авторского листа), 2 статьях в других научных изданиях, 8 статьях в сборниках материалов научных конференций.

Структура и объем диссертации

Диссертация состоит из перечня сокращений и обозначений, введения, общей характеристики работы, двух глав, заключения, списка использованных источников, 9 приложений.

Полный объем диссертации составляет 204 страниц. Работа содержит 33 рисунка на 17 страницах, 77 таблиц на 36 страницах, 9 приложений на 43 страницах. Список использованных источников содержит 242 наименования (на 25 страницах), включая 17 публикаций автора.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Глава 1 «Коммуникативная компетентность и мотивы использования электронных социальных сетей как психологическая проблема» посвящена обсуждению феномена коммуникативной компетентности в качестве психологического образования, способствующего достижению поставленных субъектом коммуникативных целей. Рассматриваются содержательные особенности мотивации использования электронных социальных сетей, а также базовые психологические потребности, лежащие в ее основе.

В первом разделе отмечаются подходы к пониманию коммуникативной компетентности, обсуждается ее компонентный состав.

В ситуационном подходе (B. Spitzberg, W. Cupach и др.) коммуникативная компетентность рассматривается как феномен, характерный для конкретной социальной ситуации. В данной работе коммуникативная компетентность рассматривается исходя из диспозиционного подхода (И. А. Зимняя, Ю. М. Жуков, J. Wiemann, R. B. Rubin и др.). Согласно ему, коммуникативная компетентность – это интегративное относительно стабильное психологическое образование, включающее коммуникативные знания, способности, навыки, умения, а также другие индивидуально-психологические качества субъекта, способствующие достижению поставленных им коммуникативных целей. На

основании анализа научной литературы в коммуникативную компетентность были включены социальный и эмоциональный интеллект, а также две тенденции мотивации аффилиации: стремление к принятию и страх отвержения, образующие когнитивный, поведенческий, эмоциональный и мотивационный компоненты коммуникативной компетентности.

Когнитивный компонент коммуникативной компетентности включает конструкты «обработка социальной информации» и «социальное осознание», поведенческий компонент – «социальные навыки» и «управление эмоциями», эмоциональный компонент – конструкт «понимание эмоций» и мотивационный компонент – конструкты «стремление к принятию» и «страх отвержения». Таким образом, коммуникативная компетентность была определена как интегративное психологическое образование, обеспечивающее познание социальных явлений, понимание эмоций и управление ими, а также мотивацию общения с другими людьми и коммуникативное поведение, способствующее достижению поставленных субъектом коммуникативных целей.

Во втором разделе представлен анализ феномена электронных социальных сетей, обсуждается теория базовых психологических потребностей.

В рамках теории самодетерминации (M. R. Ryan и E. L. Deci) выделяются три базовые психологические потребности: в автономии, компетентности и связности. Автономия – это потребность в саморегуляции своих переживаний и действий. Потребность в компетентности связана с ощущением своей эффективности во взаимодействии с окружающей средой. Потребность в связности определяется стремлением к установлению социальных связей, родства, близких отношений с другими людьми и ощущением своей причастности к социальным группам.

Под мотивом в данной работе понимается психологическое образование, которое выполняет побудительную функцию и служит причиной или основанием поведения. Базовые психологические потребности, связанные с дефицитом, относящимся к социальной жизни субъекта, лежат в основе формирования мотивов использования электронных социальных сетей.

Электронные социальные сети рассматриваются исходя из определения D. M. Boyd и N. B. Ellison. Согласно авторам, электронная социальная сеть – это это сетевая коммуникационная платформа в которой участники: 1) имеют уникальные идентифицируемые профили, состоящие из контента, производимого самим пользователем, контента, предоставляемого другими пользователями, и/или данных системного уровня; 2) имеют возможность публично формировать связи, которые могут просматривать и исследовать другие пользователи; 3) могут потреблять, производить и/или взаимодействовать с потоками пользовательского контента, предоставленного

их контактами на сайте. Исходя из вышеописанных пунктов, к электронным социальным сетям можно отнести популярные в Беларуси сервисы «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram», «TikTok» и «Twitter» (с июля 2023 г. – «Х»). Мессенджеры не рассматриваются в данном исследовании в качестве электронных социальных сетей.

Мотивы использования электронных социальных сетей изучаются в рамках теории использования и удовлетворения (E. Katz, J. G. Blumler, M. Gurevitch). Согласно теории, аудитория данных сервисов рассматривается как активная, направленная на достижение цели в рамках цифрового пространства. С методологической точки зрения предполагается, что люди обладают достаточным уровнем самоанализа, чтобы сообщить свои мотивы выхода в цифровое пространство.

В третьем разделе приводится обоснование особенностей мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

Согласно гипотезе социальной компенсации или «бедный становится богаче» (K. Y. A. McKenna, J. A. Bargh), люди, сталкивающиеся с трудностями в межличностном взаимодействии лицом к лицу, будут в большей степени прибегать к компьютерно-опосредованной коммуникации и получать больше выгод от нее. Это связано с тем, что вызывающие тревогу стимулы, которые обычно присутствуют при реальном взаимодействии, в значительной степени нивелируются при цифровой коммуникации. Согласно гипотезе социального усиления или «богатый становится богаче» (R. Kraut, M. Patterson, V. Lundmark, S. Kiesler, T. Mukopadhyay, W. Scherlis), от использования интернета больше выгод получают более общительные субъекты, имеющие обширный запас социальных ресурсов в реальной жизни.

Высокую коммуникативную компетентность можно рассматривать как индикатор «социально богатых» субъектов, а низкую – «социально бедных». Исследования указывают на то, что у студентов с высокой коммуникативной компетентностью базовые психологические потребности удовлетворяются больше, а фruстрируются меньше, что подчеркивает потенциальные различия в мотивации использования электронных социальных сетей студентами с различной коммуникативной компетентностью.

Исходя из этого выдвинуто предположение о том, что наиболее сильные мотивы использования электронных социальных сетей будут у студентов, обладающих низкими и высокими показателями коммуникативной компетентности. В случае с низкой коммуникативной компетентностью будет проявляться эффект социальной компенсации, а в случае с высокой компетентностью – социального усиления.

Глава 2 «Характеристика мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности» включает описание методологических оснований, методов и методик исследования, а также результатов эмпирического исследования мотивов использования электронных социальных и коммуникативной компетентности студентов.

Первый раздел включает описание выборки, методологических оснований, методик исследования.

Методологическую основу работы составили: 1) компетентностный подход (И. А. Зимняя, В. Д. Шадриков) к коммуникативной компетентности; 2) представления Д. В. Ушакова о социальном интеллекте; 3) модель эмоционального интеллекта Д. В. Люсина; 4) концепция A. Mehrabian, согласно которой мотивация аффилиации имеет две тенденции: стремление к принятию (аффилиативная тенденция), страх отвержения (чувствительность к отвержению); 5) теория базовых психологических потребностей (M. R. Ryan и E. L. Deci); 6) теория использования и удовлетворения (E. Katz, J. G. Blumler, M. Gurevitch); 7) гипотеза социальной компенсации (K. Y. A. McKenna, J. A. Bargh) и гипотеза социального усиления (R. Kraut, M. Patterson, V. Lundmark, S. Kiesler, T. Mukopadhyay, W. Scherlis).

Метод исследования – опрос. В работе были использованы следующие методики: опросник социального интеллекта «Tromsø» D. H Silvera, M. Martinussen и T. I. Dahl в адаптации А. Д. Наследова и А. Н. Шамаева; опросник эмоционального интеллекта «ЭМИн» Д. В. Люсина; опросник аффилиативной тенденции и чувствительности к отвержению A. Mehrabian в адаптации М. Ш. Магомед-Эминова; опросник «Мотивы использования электронных социальных сетей» M-Á. Pertegal-Vega, A. Oliva, A. Rodríguez-Meirinhos в адаптации И. В. Ткачёва и Г. А. Фофановой.

Исследование проводилось в 2020–2023 годах и включало два основных этапа: адаптация методики и основное исследование. Всего было опрошено 770 студентов дневной формы обучения. На этапе адаптации методики в опросе приняло участие 282 студента, из них 138 мужчин и 144 женщины в возрасте 17–23 года ($M=19,28 \pm 1,16$). Выборку основного исследования составили 488 студентов, из них 249 мужчин и 239 женщин. Возрастной диапазон составил 17–25 лет ($M=19,03 \pm 1,37$).

Основные методы статистической обработки включали в себя эксплораторный и конфирматорный факторный анализ, кластерный анализ методом k-средних, t-критерий Стьюдента, ANOVA, корреляционный анализ по методу Спирмена. Данные обрабатывались в статистических пакетах SPSS Statistic 20 и Stata 17.

Во втором разделе представлены результаты адаптации опросника мотивов использования электронных социальных сетей. Процедура включала следующие этапы: 1) подготовку перевода оригинальной методики на русский язык; 2) сбор эмпирических данных; 3) оценку факторной структуры методики, проверку внутренней согласованности и оценку конвергентной валидности; 4) повторный сбор данных в целях выявления надежности методики по критерию устойчивости.

Полученные результаты подтвердили высокую надежность и валидность опросника. Анализ эмпирических исследований позволил предположить, что определенный мотив использования электронных социальных сетей может быть детерминирован одной базовой психологической потребностью в большей степени, чем другими. Это позволило соотнести мотивы использования электронных социальных сетей с базовыми психологическими потребностями (таблица 1).

Таблица 1 – Связь мотивов с базовыми психологическими потребностями

Мотив	Первичная базовая потребность
Новые дружеские отношения	связность
Социальная связность	связность
Фолловинг и наблюдение за другими	связность, компетентность
Самовыражение	автономия, компетентность, связность
Социальное признание	связность, компетентность
Академические цели	компетентность
Информация	компетентность
Развлечения	автономия

В третьем разделе представлены результаты проверки модели коммуникативной компетентности студентов, приведены различия показателей компетентности по полу и возрасту. Также описаны результаты деления студентов на группы с низкими, средними и высокими показателями компетентности.

Результаты конфирматорного факторного анализа подтвердили модель коммуникативной компетентности студентов, что позволило рассматривать показатели «обработка социальной информации», «социальное осознание», «понимание эмоций», «управление эмоциями», «социальные навыки», «стремление к принятию», «страх отвержения» в качестве конструктов, в которых проявляется компетентность. Показатели соответствия модели составили: $\chi^2/df=2,79$, CFI=0,98, TLI=0,97, SRMR=0,03, RMSEA=0,06.

По результатам кластерного анализа было получено три группы студентов: с низкими показателями коммуникативной компетентности ($n=128$), средними

(n=248) и высокими (n=112). Результаты ANOVA подтвердили, что все группы по всем переменным статистически значимо различаются между собой ($p \leq 0,001$).

В результате сравнения показателей коммуникативной компетентности в зависимости от пола было выявлено, что средние значения по шкалам «управление эмоциями» ($t=5,23, p \leq 0,001$), «понимание эмоций» ($t=2,32, p=0,020$) статистически значимо выше в мужской выборке, чем в женской. Установлено, что показатели по шкалам «стремление к принятию» ($t=-2,21, p=0,028$) и «страх отвержения» ($t=-4,36, p \leq 0,001$) выше в женской выборке. При сравнении групп студентов 17–19 лет ($M=18,08 \pm 0,77; n=288$) и 20–25 лет ($M=20,38 \pm 0,75; n=200$) было выявлено, что среднее значение по шкале «стремление к принятию» статистически значимо выше у студентов 17–19 лет ($t=2,79, p=0,006$).

В **четвертом разделе** характеризуются иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами, приводятся различия в показателях мотивов в зависимости от пола и возраста.

Установлено, что в иерархии мотивов студентов наиболее сильными являются следующие мотивы: «информация», «развлечение», «академические цели». Наиболее слабые мотивы – «социальное признание» и «новые дружеские отношения». Наибольшим «весом» в структуре мотивации использования электронных социальных сетей обладают мотивы «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «самовыражение», «информация». Наименее значимые мотивы для организации структуры – «академические цели», «новые дружеские отношения».

В результате проверки различий по полу было обнаружено, что средние по всем мотивам, кроме мотива «академические цели», статистически значимо выше в женской выборке. В иерархии мотивов использования электронных социальных сетей женщин мотивы «самовыражение», «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими» занимают более доминирующие позиции по сравнению с иерархией мотивов мужчин. Структура мотивации женщин является более организованной по сравнению со структурой мотивации мужчин.

В результате сравнения выборок разного возраста (17–19 лет и 20–25 лет) выявлено, что среднее значение по шкалам «новые дружеские отношения» ($t=2,05, p=0,045$), «социальная связность» ($t=1,94, p=0,053$), «самовыражение» ($t=2,90, p=0,004$) статистически значимо выше у студентов 17–19 лет. В иерархии мотивов студентов 17–19 лет мотив «самовыражение» доминирует в большей степени по сравнению с иерархией мотивов студентов 20–25 лет. В структуре мотивации студентов 17–19 лет наибольший «вес» имеют мотивы «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «информация», тогда как в структуре студентов 20–25 лет – мотив «самовыражение».

В пятом разделе обсуждаются иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами с низкими, средними и высокими показателями коммуникативной компетентности. Также представлены межгрупповые различия мотивов.

В результате сравнения студентов с *низкими и средними* показателями коммуникативной компетентности было выявлено, что мотив «развлечения» сильнее в группе студентов с низкими показателями компетентности ($t=2,42$, $p=0,016$). Мотивы «социальное признание» ($t=-2,11$, $p=0,036$), «информация» ($t=-1,96$, $p=0,050$) сильнее в группе со средними показателями коммуникативной компетентности. То же самое на уровне тенденции обнаружено для мотива «новые дружеские отношения» ($t=-1,68$, $p=0,094$).

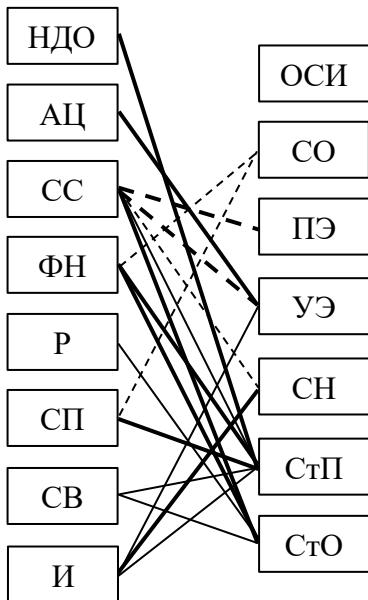
При сравнении студентов со *средними и высокими* показателями коммуникативной компетентности выявилось, что у студентов со средними показателями мотив «социальная связность» сильнее, чем у студентов с высокими показателями ($t=2,02$, $p=0,044$).

В результате сравнения выборок студентов с *низкими и высокими* показателями коммуникативной компетентности, выявлено, что у студентов с низкими показателями мотивы «социальная связность» ($t=2,56$, $p=0,011$) и «развлечения» ($t=2,31$, $p=0,022$) сильнее, чем у студентов с высокими показателями. А у последних мотив «информация» сильнее, чем у студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности ($t=-2,15$, $p=0,033$). То же самое наблюдается для мотива «новые дружеские отношения», но на уровне тенденции ($t=-1,74$, $p=0,082$).

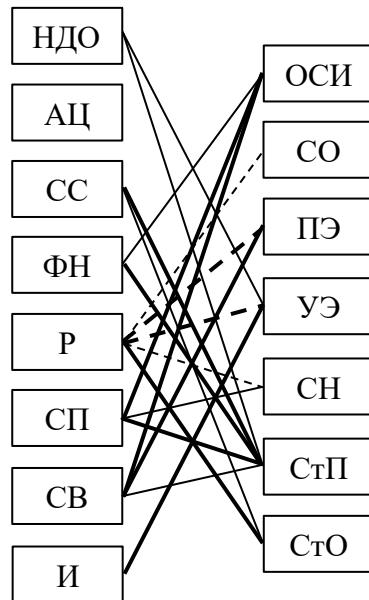
У студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности на первой ступени иерархии мотивов стоит мотив «развлечения» и на второй ступени – «информация», тогда как у студентов со средними и высокими показателями компетентности – наоборот. У студентов с низкими показателями компетентности мотив «социальная связность» занимает более доминирующую позицию в иерархии мотивов по сравнению с иерархиями других групп. У студентов со средними показателями коммуникативной компетентности распределение «веса» элементов структуры является наиболее равномерным. У студентов с высокими показателями коммуникативной компетентности иерархия мотивов является менее дифференциированной, а структура мотивации – менее организованной по сравнению со структурой и иерархией студентов других групп.

В шестом разделе анализируются взаимосвязи показателей коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей. На рисунке 1 представлены *корреляционные связи мотивов и показателей компетентности в мужской и женской выборках*.

Мужчины



Женщины



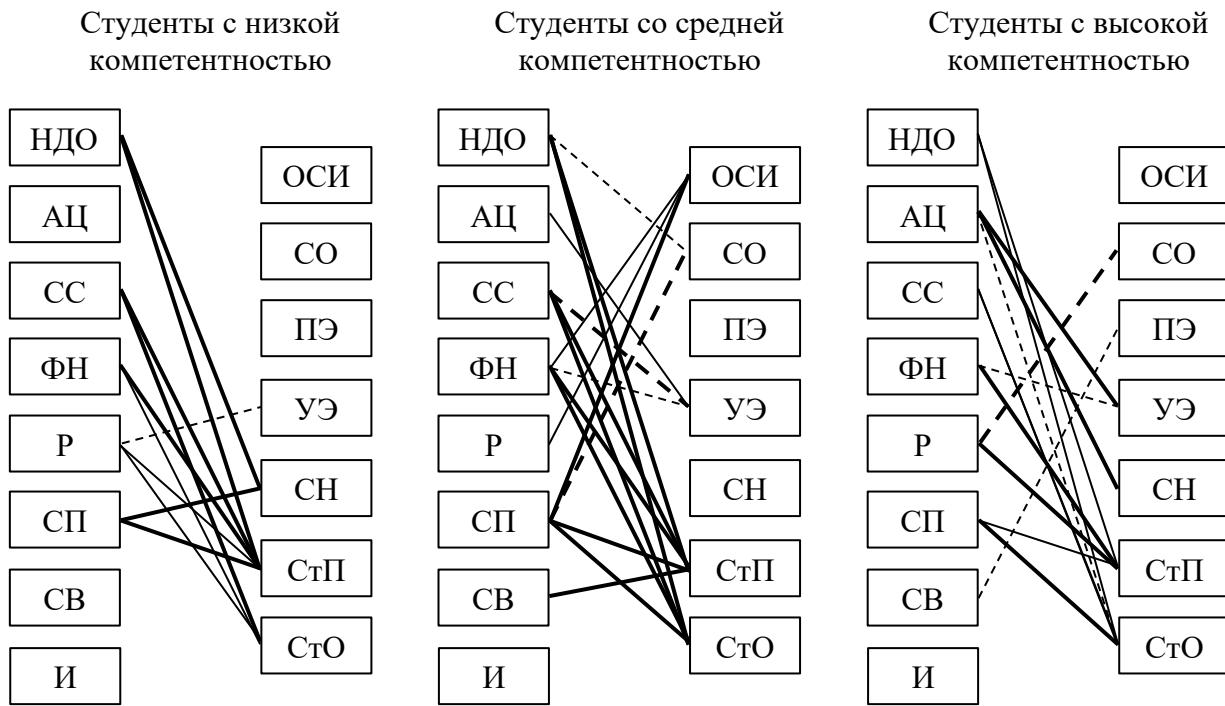
Примечание – НДО – новые дружеские отношения, АЦ – академические цели, СС – социальная связность, ФН – фолловинг и наблюдение за другими, Р – развлечения, СП – социальное признание, СВ – самовыражение, И – информация, ОСИ – обработка социальной информации, СО – социальное осознание, ПЭ – понимание эмоций, УЭ – управление эмоциями, СН – социальные навыки, СтП – стремление к принятию, СтО – страх отвержения, «—» – прямая корреляция при $p \leq 0,01$, «—» – прямая корреляция при $p \leq 0,05$, «- - -» – обратная корреляция при $p \leq 0,01$, «-----» – обратная корреляция при $p \leq 0,05$.

Рисунок 1 – Взаимосвязь мотивов использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентности мужчин и женщин

На рисунке 2 представлены *корреляции между мотивами использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентностью в группах студентов с различными ее показателями*.

Исследование показало, что у студентов с низкой компетентностью присутствует меньше всего корреляций мотивов с показателями компетентности, что может указывать на то, что электронные социальные сети имеют для них наименьшую ценность для «усиления» и «компенсации» удовлетворения базовых потребностей.

У студентов со средними показателями выявлено больше всего связей. Это может указывать на то, что студенты данной группы наиболее активно используют электронные социальные сети для «компенсации» и «усиления» удовлетворения базовых потребностей в цифровом пространстве.



Примечание – Расшифровка условных обозначений приведена в примечании к рисунку 1.

Рисунок 2 – Взаимосвязь мотивов использования электронных социальных сетей и коммуникативной компетентности студентов с различными ее показателями

В группе студентов с высокими показателями компетентности в большей степени проявляется эффект социального усиления. Для них характерно использовать свою коммуникативную компетентность для удовлетворения базовой психологической потребности в компетентности путем потребления контента в электронных социальных сетях и решения академических задач. В каждой из трех групп присутствуют связи, которые могут свидетельствовать о действии и эффекта социального усиления, и эффекта социальной компенсации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации

1. Коммуникативную компетентность можно определить как интегративное психологическое образование, обеспечивающее познание социальных явлений, понимание эмоций и управление ими, а также мотивацию общения с другими людьми и коммуникативное поведение, способствующее достижению поставленных субъектом коммуникативных целей. Понятие коммуникативной компетентности включает в себя следующие конструкты: «обработка социальной информации», «социальное осознание», «понимание эмоций», «управление эмоциями», «социальные навыки», «стремление к

принятию», «страх отвержения», образующие когнитивный, эмоциональный, поведенческий и мотивационные компоненты коммуникативной компетентности, в которых она проявляется [1–А, с. 83; 2–А, с. 90–91; 6–А, с. 72–73; 14–А, с. 658; 17–А].

2. Электронная социальная сеть (ЭСС) – это сетевая коммуникационная платформа, в которой участники: 1) имеют уникальные идентифицируемые профили, состоящие из контента, производимого самим пользователем, контента, предоставляемого другими пользователями, и/или данных системного уровня; 2) имеют возможность публично формировать связи, которые могут просматривать и исследовать другие пользователи; 3) могут потреблять, производить и/или взаимодействовать с потоками пользовательского контента, предоставленного их контактами на сайте. Данное определение позволяет отнести к ЭСС популярные сервисы «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram», «TikTok», «Х».

Базовые психологические потребности в автономии, компетентности и связности лежат в основе формирования различных мотивов использования ЭСС. Мотив – психологическое образование, которое выполняет побудительную функцию и служит причиной или основанием поведения. Аудитория ЭСС является активной и ориентированной на выбор тех платформ, которые будут наилучшим образом удовлетворять их потребности. При этом получаемое удовлетворение способствует намерению продолжать использовать те или иные сервисы. Одними из факторов связи коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей являются эффекты «социальной компенсации» и «социального усиления» [6–А, с. 68–70; 10–А; 11–А, с. 505–506; 16–А].

3. Результаты психометрических процедур позволили сделать вывод о высокой валидности и надежности опросника «Мотивы использования электронных социальных сетей». Данная методика позволяет измерить восемь переменных, соответствующих следующим мотивам: «новые дружеские отношения», «академические цели», «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «развлечения», «социальное признание», «самовыражение» и «информация» [3–А, с. 85–91; 9–А].

4. Женщины характеризуются более высокими показателями стремления к принятию и страха отвержения по сравнению с мужчинами. Мужчины характеризуются более высокими показателями понимания эмоций и управления ими по сравнению с женщинами. Стремление к принятию выражено сильнее у студентов младшей возрастной группы по сравнению со студентами старшей возрастной группы [5–А, с. 288–292].

5. В иерархии мотивов использования ЭСС студентами наиболее

сильными мотивами являются «информация», «развлечения», «академические цели». Наиболее слабые мотивы – «социальное признание», «новые дружеские отношения». Наибольший структурный «вес» в структуре мотивации использования ЭСС имеют мотивы «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «самовыражение», «информация». Наименьшим структурным «весом» обладают мотивы «академические цели» и «новые дружеские отношения» [7–А, с. 47].

6. У студентов женского пола все мотивы, кроме мотива «академические цели», сильнее по сравнению со студентами мужского пола. В иерархии мотивов использования ЭСС женщин мотивы «самовыражение», «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими» доминируют в большей степени, чем в иерархии мотивов мужчин. Структура мотивации использования электронных социальных сетей женщин является более организованной по сравнению со структурой мотивации мужчин [5–А, с. 288–292; 7–А, с. 47–49, 8–А; 12–А; 13–А, с. 654].

У студентов младшей возрастной группы мотивы использования ЭСС «новые дружеские отношения», «социальная связность», «самовыражение» сильнее по сравнению со студентами старшей возрастной группы. В иерархии мотивов использования ЭСС студентов младшей возрастной группы мотив «самовыражение» занимает более доминирующее положение по сравнению с иерархией мотивов студентов старшей возрастной группы. В структуре мотивации использования ЭСС студентов младшей возрастной группы наибольший «вес» имеют мотивы «социальная связность», «фолловинг и наблюдение за другими», «информация», тогда как в структуре мотивации студентов старшей возрастной группы только мотив «самовыражение» [5–А, с. 288–292; 7–А, с. 49–50].

7. У студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности на первой ступени иерархии мотивов стоит мотив «развлечения» и на второй ступени – «информация», тогда как у студентов из других групп – наоборот. У студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности мотив «социальная связность» занимает более доминирующее положение в иерархии мотивов по сравнению с иерархиями студентов со средними и высокими показателями компетентности. У студентов с высокими показателями коммуникативной компетентности иерархия мотивов является менее дифференциированной, а структура мотивации менее организованной по сравнению со структурой и иерархией студентов других групп [7–А, с. 50–53].

Студенты с низкими показателями коммуникативной компетентности характеризуются более высоким средним значением мотива «развлечения» и более низкими средними значениями мотивов «новые дружеские отношения»

(на уровне тенденции) и «информация» по сравнению со студентами со средними и высокими показателями коммуникативной компетентности. Студенты со средними показателями коммуникативной компетентности имеют более сильный мотив «социальное признание» по сравнению со студентами с низкими показателями коммуникативной компетентности. Студенты с высокими показателями коммуникативной компетентности имеют более слабый мотив «социальная связность» по сравнению со студентами с низкими и средними показателями коммуникативной компетентности [6–А, с. 73–78].

8. Выявлены различия во взаимосвязях показателей коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей между студентами из мужской и женской выборок. Характер взаимосвязей в мужской выборке может свидетельствовать о более сильном действии эффекта «социальной компенсации» по сравнению с женской выборкой. Об этом свидетельствует большее количество положительных связей мотивов с переменной «страх отвержения» и большее количество отрицательных связей других показателей компетентности с мотивами, в основе которых лежат базовые потребности в связности и компетентности. В мужской выборке коммуникативная компетентность может способствовать удовлетворению базовой потребности в компетентности путем потребления контента и решения академических задач.

В женской выборке характер взаимосвязей может свидетельствовать о более сильном действии эффекта «социального усиления» по сравнению с мужской выборкой. Обнаружено меньшее количество положительных связей мотивов с переменной «страх отвержения» и большее количество положительных связей других показателей компетентности с мотивами, в основе которых лежат потребности в связности и компетентности. Кроме того, обнаружено, что у женщин недостаток коммуникативной компетентности может проявляться в усилении мотива использования ЭСС для развлечений [4–А, с. 169–171].

9. Исследование показало, что у студентов с низкими показателями коммуникативной компетентности присутствует меньше всего корреляций мотивов с показателями компетентности, что может указывать на то, что ЭСС имеют наименьшую ценность для данных студентов для удовлетворения базовых потребностей вследствие недостатка компетентности, а также ее реализации в цифровом пространстве для более объемного удовлетворения потребностей. У студентов со средними показателями коммуникативной компетентности выявлено больше всего связей показателей компетентности с мотивами использования ЭСС. Это может указывать на то, что студенты данной группы наиболее активно используют ЭСС для компенсации

неудовлетворенных потребностей вследствие недостатка компетентности, а также благодаря ей реализуют потребности в цифровом пространстве. В группе студентов с высокими показателями коммуникативной компетентности в большей степени проявляется эффект социального усиления. Для них характерно использовать свою коммуникативную компетентность для удовлетворения базовой психологической потребности в компетентности путем потребления контента в ЭСС и решения академических задач. Это может объясняться их более высокой учебной мотивацией и стремлением к академическим достижениям.

В каждой из трех групп присутствуют связи, которые могут свидетельствовать о действии и эффекта «социального усиления», и эффекта «социальной компенсации». При этом результаты указывают на то, что оба эффекта в большей степени проявляются у студентов со средними показателями коммуникативной компетентности, что обуславливает более сильную ее связь с мотивами использования ЭСС по сравнению со студентами из других групп [4–A, с. 171–175; 15–A].

Рекомендации по практическому использованию результатов

Результаты диссертационного исследования могут быть использованы:

- 1) для измерения мотивов использования ЭСС студентами высших учебных заведений Республики Беларусь и последующего изучения этого феномена в связи с другими психологическими параметрами;
- 2) при разработке психокоррекционных и развивающих мероприятий в области развития коммуникативной компетентности студентов и профилактики проблемного использования ЭСС;
- 3) для разработки контента и форматов взаимодействия в ЭСС с учетом особенностей коммуникативной компетентности и мотивации использования ЭСС различными группами пользователей;
- 4) для разработки обучающих спецкурсов или дополнения содержания обучающих программ, связанных с проблемным полем межличностной и цифровой коммуникации.

Результаты диссертационного исследования были использованы в образовательном процессе кафедры молодежной политики и социокультурных коммуникаций ГУО «Республиканский институт высшей школы» в рамках повышения квалификации по программе «Образовательный потенциал виртуального пространства: факторы и ресурсы создания обучающего контента» (акт о внедрении в учебный процесс от 10.05.2023 г.).

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

Статьи в соответствии с п. 19 Положения о присуждении ученых степеней и присвоения ученых званий

1–А. Ткачёв, И. В. Подходы к определению понятия коммуникативной компетентности в психологии / И. В. Ткачёв // Право. Экономика. Психология. – 2022. – № 2. – С. 78–84.

2–А. Ткачёв, И. В. Компонентный состав коммуникативной компетентности и ее измерение / И. В. Ткачёв // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2022. – № 2. – С. 85–92.

3–А. Ткачёв, И. В. Адаптация опросника «мотивы использования электронных социальных сетей» на выборке белорусских студентов / И. В. Ткачёв, Г. А. Фофанова // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2023. – № 1. – С. 82–94.

4–А. Ткачёв, И. В. Взаимосвязь коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей студентами / И. В. Ткачёв // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2023. – № 2. – С. 166–178.

5–А. Ткачёв, И. В. Половозрастные различия коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей студентами / И. В. Ткачёв // Научные труды Республиканского института высшей школы. Исторические и психолого-педагогические науки : сб. науч. ст. в 3 ч. / Респ. ин-т высш. школы ; под ред. В. А. Гайсёнка. – Минск, 2023. – Вып. 23, ч. 3. – С. 284–294.

6–А. Ткачёв, И. В. Характеристика мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности / И. В. Ткачёв // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2023. – № 3. – С. 67–82.

7–А. Ткачёв, И. В. Иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами / И. В. Ткачёв // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2025. – № 1. – С. 44–54.

Статьи в других научных изданиях

8–А. Ткачёв, И. В. Исследование интернет-зависимости среди белорусских студентов / И. В. Ткачев // София: электрон. науч.–просветит. журн. – 2022. – № 2. – С. 80–84.

9–А. Ткачёв, И. В. Проверка инвариантности измерений и стандартизация опросника «Мотивы использования электронных социальных сетей» на выборке студентов / И. В. Ткачёв // София: электрон. науч.–просветит. журн. – 2023. – № 1. – С. 66–71.

Статьи в сборниках материалов научных конференций

10–А. Ткачёв, И. В. Электронные социальные сети как виртуальное пространство для удовлетворения потребностей горожан / И. В. Ткачёв // Социальные практики и развитие городской среды: урбанистика и инноватика : материалы междунар. науч.-практ. конф., Респ. Беларусь, Минск, 25–26 нояб. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. В. Пинчук (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2021. – С. 310–315.

11–А. Ткачёв, И. В. Проблема мотивов использования электронных социальных сетей / И. В. Ткачёв // Человек. Культура. Общество : сб. науч. ст. 19-й ежегодной науч. конф. студентов и аспирантов фак. философии и социальных наук Белорус. гос. ун-та, Минск, 28 апр. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Т. В. Бурак (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2022. – С. 504–509.

12–А. Ткачёв, И. В. Проверка психометрических свойств и стандартизация опросника проблемного использования социальных сетей на выборке белорусских студентов / И. В. Ткачёв // XVI Машеровские чтения : материалы междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Витебск, 21 окт. 2022 г. : в 2 т. / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: Е.Я. Аршанский (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2022. – Т. 1. – С. 236–239.

13–А. Ткачёв, И. В. Взаимосвязь частоты и мотивов использования электронных социальных сетей белорусскими студентами / И. В. Ткачёв // Наука. Образование. Культура : сб. науч. ст. междунар. науч.-практ. конф, Комрат, 10 февраля 2023 г. / Комрат. гос. ун-т ; редкол.: С. К. Сулак (гл. ред.) [и др.]. – Комрат, 2023. – Т. 3. – С. 652–657.

14–А. Ткачёв, И. В. Эмоциональный интеллект студентов с различными показателями аффилиативной тенденции и чувствительности к отвержению / И. В. Ткачёв // Наука. Образование. Культура : сб. науч. ст. междунар. науч.-практ. конф, Комрат, 10 февраля 2023 г. / Комрат. гос. ун-т ; редкол.: С. К. Сулак (гл. ред.) [и др.]. – Комрат, 2023. – Т. 3. – С. 657–661.

15–А. Ткачёв, И. В. Эмоциональный интеллект и мотивы использования электронных социальных сетей в контексте информационно- психологической безопасности студентов / И. В. Ткачёв // Преподавание социально-гуманитарных дисциплин в высшей школе: проблемы и перспективы : сб. материалов XX науч.-методической конф. фак. философии и социальных наук Белорус. гос. ун-та, посвященной памяти профессора И. Л. Зеленковой, Минск, 31 марта 2023 г. /

БГУ, Фак. философии и социальных наук ; редкол.: Н. В. Курилович (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 230–233.

16–А. Ткачоў, І. В. Гіпотэзы сацыяльнай кампенсацыі і сацыяльнага ўзмацнення ў кантэксце матывацый выкарыстання электронных сацыяльных сетак / І. В. Ткачоў // Человек. Культура. Общество : сб. науч. ст. 20-й ежегод. науч. конф. студентов и аспирантов фак. философии и социальных наук Белорус. гос. ун-та, Минск, 27 апр. 2023 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Т. В. Бурак (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 514–519.

17–А. Ткачоў, І. В. Развіццё камунікатыўнай кампетэнтнасці ў раннім і дашкольным узросце / І. В. Ткачоў // XVII Машеровские чтения : материалы междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Витебск, 20 окт. 2023 г. : в 2 т. / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: Е. Я. Аршанский (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 124–126.

РЭЗЮМЭ

Ткачоў Іван Валянцінавіч

Матывы выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі з рознымі паказнікамі камунікатыўнай кампетэнтнасці

Ключавыя слова: камунікатыўная кампетэнтнасць, сацыяльны інтэлект, эмацыйны інтэлект, імкненне да прыняцця, страх адхілення, электронныя сацыяльныя сеткі, матывы выкарыстання электронных сацыяльных сетак, студэнты.

Мэта работы: ахарактарызаваць матывы выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі з рознымі паказнікамі камунікатыўнай кампетэнтнасці.

Методы даследавання: тэарэтычны аналіз літаратуры, апытанне (анкетаванне), методы статыстычнай апрацоўкі дадзеных.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Вызначаны тэарэтыка-метадалагічныя падставы даследавання матываў выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі з рознымі паказнікамі камунікатыўнай кампетэнтнасці. Адаптаваны апытальнік «Матывы выкарыстання электронных сацыяльных сетак». Ахарактарызаваны іерархія матываў і структура матывацыі выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі. Выяўлены палавыя і ўзроставыя асаблівасці матываў выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі. Усталяваны адрозненні матываў выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі з рознымі паказнікамі камунікатыўнай кампетэнтнасці. Ахарактарызавана ўзаемасувязь камунікатыўной кампетэнтнасці і матываў выкарыстання электронных сацыяльных сетак студэнтамі.

Рэкамендацыі па выкарыстанні і галіна скарыстання. Вынікі даследавання могуць быць скарыстаны для вымярэння матываў выкарыстання электронных сацыяльных сетак беларускімі студэнтамі; пры распрацоўцы псіхакарэктных мерапрыемстваў у сферы развіцця камунікатыўной кампетэнтнасці і карэктнай проблемнага выкарыстання электронных сацыяльных сетак; для распрацоўкі кантэнту і фарматаў узаемадзеяння ў электронных сацыяльных сетках з улікам асаблівасцяў камунікатыўной кампетэнтнасці і матывацыі выкарыстання электронных сацыяльных сетак рознымі групамі карыстачоў; для распрацоўкі навучальных спецкурсаў ці дапаўнення навучальных праграм, звязаных з проблемным полем лічбавай камунікацыі.

РЕЗЮМЕ

Ткачёв Иван Валентинович

Мотивы использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, социальный интеллект, эмоциональный интеллект, стремление к принятию, страх отвержения, электронные социальные сети, мотивы использования электронных социальных сетей, студенты.

Цель работы: охарактеризовать мотивы использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности.

Методы исследования: теоретический анализ литературы, опрос (анкетирование), методы статистической обработки данных.

Полученные результаты и их новизна. Определены теоретико-методологические основания исследования мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности. Адаптирован опросник «Мотивы использования электронных социальных сетей». Охарактеризованы иерархия мотивов и структура мотивации использования электронных социальных сетей студентами. Выявлены половые и возрастные особенности мотивов использования электронных социальных сетей студентами. Установлены различия мотивов использования электронных социальных сетей студентами с различными показателями коммуникативной компетентности. Охарактеризована взаимосвязь коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей студентами.

Рекомендации по использованию и область применения. Результаты исследования могут быть использованы для измерения мотивов использования электронных социальных сетей белорусскими студентами; при разработке психокоррекционных мероприятий в области развития коммуникативной компетентности и коррекции проблемного использования электронных социальных сетей; для разработки контента и форматов взаимодействия в электронных социальных с учетом особенностей коммуникативной компетентности и мотивации использования электронных социальных сетей различными группами пользователей; для разработки обучающих спецкурсов или дополнения обучающих программ, связанных с проблемным полем цифровой коммуникации.

SUMMARY

Ivan Tkachou

Motives for the use of electronic social networks by students with different indicators of communication competence

Keywords: communication competence, social intelligence, emotional intelligence, affiliative tendency, rejection sensitivity, electronic social networks, motives for using electronic social networks, students.

The purpose of the study is to characterise the motives of using electronic social networks by students with different indicators of communication competence.

Research methods: theoretical analysis of literature, survey (questionnaire), methods of statistical data processing.

The obtained results and their novelty. The theoretical and methodological foundations for studying the motives of electronic social networks use among students with different indicators of communication competence have been established. The questionnaire «Motives for Using Electronic Social Networks» has been adapted. The hierarchy of motives and the structure of motivation for the use of electronic social networks by students were characterized. Sex- and age-specific features of students' motives for using electronic social networks have been identified. Differences in electronic social networks usage motives among students with different indicators of communication competence have been revealed. The relationship between communication competence and students' motives for using electronic social networks has been characterized.

Recommendations for use and scope of application. The results of the study can be used to diagnose the motives for the use of electronic social networks by Belarusian students; to develop psychologically corrective measures in the development of communication competence and correction of problematic use of electronic social networks; to develop a strategy for promoting goods and services in electronic social networks, taking into account the psychological portrait of the target audience, including the features of communication competence; to develop training special courses related to the problematic field of digital communication.

