

**ԻՆՏՐԱՎԵՐՏ ԵՎ ԷՔՍՏՐԱՎԵՐՏ ՏԻՊԵՐԻ ՆԵՐԳՐԱՎՎԱԾՈՒԹՅԱՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՅԵՐՈՒՄ**

*Խաչատրյան Ա. Ս. (ՀՀ ՊԿԱ, Երևան, Հայաստան)
armine.khachatryan1991@gmail.com*

Ներկայացման ամս.՝ 18.07.2019

գրախոսման ամս.՝ 26.08.2019

տպագրության ընդունման ամս.՝ 13.09.2019

Հոդվածում անդրադարձ է կատարվում սոցցանցերի այժմյան ակտիվ դերակատարությանը, ինչպես նաև ընդհանուր կողմնորոշման տիպերի՝ էքստրավերսիայի և ինտրավերսիայի առանձնահատկություններին: Ամփոփվում են պիլոտային հետազոտության արդյունքում ստացված՝ սոցցանցերում անձի ներգրավվածության և օգտատերերի էքստրավերտ, ինտրավերտ լինելու միջև եղած փոխկապակցվածության արդյունքները:

Հանգուցային բառեր՝ *համացանց, սոցիալական ցանցեր, էքստրավերսիա, ինտրավերսիա, ամբիվերտ:*

Ներկայիս տեղեկատվական միջավայրի ազդեցությունը մարդու հոգեկանի տարբեր կառուցվածքների վրա հետազոտության այնքան լայն բնագավառ է, որն ընդգրկում է հոգեբանական իմացության գրեթե բոլոր ուղղությունները: Վերջին ժամանակներում սոցցանցերի զարգացումը ապացուցում է, որ տեխնոլոգիան կարելի է օգտագործել տարբեր, այդ թվում՝ փոխադարձորեն միմյանց հակասող նպատակներով: Այսօր՝ ընդամենը սոցցանցերի ստեղծումից տարիներ անց, մարդիկ, ովքեր նախկինում ոչ մի վտանգ չէին տեսնում համացանցում իրենց դիրքերը գրավելու հարցում, արդեն մտահոգված են, թե ինչպես պաշտպանեն իրենց մասնավոր կյանքը ֆեյսբուքում և ինչպես ապահովեն երեխաների ապահով, անվտանգ աշխատանքը համացանցում:

Տեղեկատվական հասարակության հիմնական առանձնահատկությունն այն է, որ բնակչության մեծ մասը զբաղված է տեղեկատվական գործունեությամբ: «Տեղեկատվությունը դառնում է արտադրության հիմնական արդյունքներից և սոցիալական գլխավոր արժեքներից մեկը և դառնում հասարակական հարաբերությունների միավորման հիմնական գործոնը» [1; էջ 134]: Գլոբալ հասարակությունը հայտնվում է ոչ միայն կառուցվածքային, այլև որակական փոխակերպումների շեմին: Փոխվում են ոչ միայն գոյության պայմանները, այլև ինքը՝ միջավայրը, քանի որ ձևավորվում է գոյության համար բոլորովին նոր՝ վիրտուալ հարթություն: «Փոխվում է քաղաքական մշակույթը, վարքագծի սոցիալ-մշակութային ձևերի կարծրատիպերը, ինչի արդյունքում կազմավորվում են վարքի նոր ձևեր» [2; էջ 44]:

Խելացի սարքերի արտադրությամբ զբաղվող Nest ընկերության ղեկավար Թոնի Ֆադելը սյունյակ է գրել Wall Street Journal-ի համար, որտեղ ակնարկել է. շուտով ինտերնետը կդառնա մարդու հիմնական պահանջներից մեկը՝ ավելի ու ավելի դեպի ներքև առաջանալով Ա. Մասլուոյի պահանջների բուրգում: Մասլուոյի

«Պահանջների հիերարխիայի» բուրգում համացանցը գնալով ավելի ու ավելի է սերտանում առօրյա կյանքին ամենաստորին մասում, կերակուրից, ջրից ու ապաստանից անմիջապես հետո»,-գրում է Ֆադեյը՝ նշելով, որ գլոբալ համացանցը գնալով ավելի մեծ տարածում է ստանում [5]:

Սոցիալական ցանցերը դարձել են այսպես ասած ինտերնետ-ապաստարաններ, որտեղ յուրաքանչյուրը կարող է գտնել տեխնիկական և սոցիալական հիմք իր իսկ վիրտուալ «ես»-ի ստեղծման համար: Միևնույն ժամանակ, յուրաքանչյուր օգտվող հնարավորություն ունի ոչ միայն շփվելու և ստեղծագործելու, այլ նաև իր ստեղծագործության պտուղներով կիսելու այս կամ այն սոցիալական ցանցի բազմամիլիոն լսարանի հետ:

Սոցիալական ցանցերը հանդիսանում են տեղեկատվության հիմնական աղբյուր նաև հայ օգտագործողների համար: Համաշխարհային տեղեկատվական-հաղորդակցական տեխնոլոգիաների լայն տարածումը և արմատավորումը կյանքի տարբեր ոլորտներում, իր ներգործությամբ հանրությանը դրդում է հատուկ ուշադրություն դարձնել հոգեբանական այն փոփոխություններին, որոնք հնարավոր են և արդեն տեղի են ունենում դրանց ազդեցությամբ: Առավել նշանակալիների թվին պետք է դասել վիրտուալ «ես»-ի ձևավորումը, կոգնիտիվ գործընթացների ոլորտում փոխակերպումները, ինչպես նաև մարդու անձնային որակների, հատկապես՝ էքստրավերտ և ինտրովերտ տիպերի ներգրավվածության առանձնահատկությունները սոցցանցերում, ինչն արդի հիմնախնդիր է հոգեբանության տեսանկյունից և պահանջում է համալիր տեսական և փորձարարական հետազոտում: Գիտության պատմության ամենավաղ օրերից ի վեր, նկատելի էր ռեֆլեկտիվ ինտելեկտի կողմից՝ մարդկանց երկու բևեռների՝ բացարձակ նմանության և տարբերության, միջև սահմանների անցկացման փորձեր: Այն իր դրսևորումը ստացավ որոշակի քանակությամբ տիպերի և «խառնվածքների» դասակարգմամբ (Պլատոն, Հիպոկրատ, Կ. Գալեն, Ու. Ջեմս, Ֆ. Ջորդան, Զ. Ֆրեյդ, Կ. Գ. Յունգ) [3; էջ 656]:

Իր «Հոգեբանական տեսակներ» գրքում Կ. Գ. Յունգը տվել է բացառապես հոգեբանական տիպաբանության մանրամասն նկարագրություն, առանձնացնելով երկու սկզբունքորեն տարբեր դիրքորոշումներ: Նա կարծում էր, որ ցանկացած մարդ կամ ձգտում է ընկալել արտաքին աշխարհի օբյեկտները, կամ ձգտում է դրանցից վերացարկվել: Այդ տարբերությունը նա անվանում էր ընդհանուր կողմնորոշման տիպ և անվանում էր էքստրավերսիա և ինտրավերսիա [6]: Սակայն Յունգը նշում էր, որ չի կարելի անձին միանշանակ դասել որևէ ուղղվածության, քանզի չկա մաքուր ինտրավերսիա կամ մաքուր էքստրավերսիա: Հետագայում նաև շատ ուսումնասիրությունների արդյունքում պարզվեց, որ շատերի մոտ այդ երկու ուղղվածությունները հավասար են բաշխված, որոնց անվանեցին ամբիվերտներ: Երկու տեսակներին բնորոշ հիմնական առանձնահատկություններից, պարզ է դառնում, որ էքստրավերտը ակտիվորեն ձգտում է արտաքին աշխարհի հետ փոխհարաբերություններ հաստատել, իսկ ինտրովերտը ընդհակառակը նախընտրում է սեփական անձի հետ միայնությունն՝ աղմկոտ և մարդաշատ ընկերախմբերին: Էքստրավերտ-

ները սիրում են կիսվել իրենց էներգիայով ու ոգեշնչվածությամբ բոլոր նրանց հետ, ում տեսնում են իրենց շուրջը, իսկ ինտրովերտները էներգիայի աղբյուրը գտնում են իրենց սեփական ներաշխարհում՝ մտքերում, տպավորություններում, հույզերում և հուշերում [4]:

Դիտարկելով տեսական մոտեցումներն ու դրույթները, այնուամենայնիվ կարևոր է այս երկու տիպերի անհատական դրսևորումների առանձնահատկությունների ուսումնասիրվածության աստիճանը մեզ համար հետաքրքրություն ունեցող՝ համացանցում և սոցիալական ցանցերում: Հայաստանում բացակայում են նման հետազոտություններ, որոնք բացահայտում են երկու տիպերի ներգրավվածության առանձնահատկությունները վերը թվարկված վիտտուալ հարթակներում: Նպատակ ունենալով ուսումնասիրել սոցիալական ցանցերում օգտատերերի հիմական ակտիվության ուղղությունները և օգտատերերի էքստրավերտ, ինտրավերտ լինելը, ինչպես նաև դրանց միջև առկա փոխկապակցվածությունները՝ մեր կողմից իրականացվել է պիլոտային հետազոտություն, որին մասնակցել են 20-38 տարեկան 60 օգտատերեր: Հետազոտությունն իրականացվել է թեստավորման և հարցարանի մեթոդով:

Թեստավորման և հարցարանի կիրառման արդյունքում ստացված տեղեկատվության համադրումը թույլ կտա կատարել ընդհանրական վերլուծություն ուսումնասիրվող խնդրի վերաբերյալ:

Որպես մեթոդիկաներ կիրառվել են՝

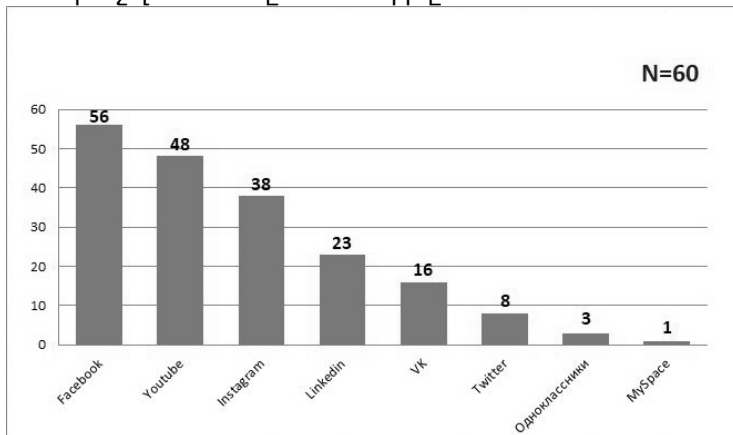
- Մեր կողմից մշակված սոցցանցերում անձի ներգրավվածության ինքնագնահատման հարցարանը
- Հ. Այգենկի անձի խառնվածքը բացահայտող (վարքագծին, զգացողությանը և գործելակերպին վերաբերվող) թեստը:

Հետազոտության արդյունքներ

- Հետազոտության արդյունքներից պարզ դարձավ, որ հարցվածների գերակշիռ մասը՝ 29-ը անբիվերտ են, 19-ը ինտրովերտ և միայն 12-ը էքստրավերտ, ինչը նշանակում է, որ մեծամասնության մոտ երկու ուղղվածությունները հավասար են բաշխված: Էքստրավերտները բնութագրվում են արտաքին օբյեկտի նկատմամբ հետաքրքրությամբ, ճկունությամբ և պատրաստակամությամբ ընկալելու արտաքին իրադրությունները, ցանկությամբ ազդել և լինել իրադարձությունների ազդեցության տակ, արտաքին աշխարհի հետ փոխհարաբերությունների հաստատման պահանջմունքով, իսկ ինտրովերտներին հատուկ է այնպիսի վարք, որը կապված է մենակության, մտորումների, անհանգստությունների, ստեղծագործելու և այդ ամենին հետևելու հետ: Ինտրովերտը իր էներգիայի աղբյուրը փնտրում է սեփական ներաշխարհում՝ մտքերում, տպավորություններում և հույզերում:
- Հարցվածների 93%-ը (56 մարդ) օգտվում են սոցիալական ցանցերից, 2-ն ունեն պրոֆիլներ, որոնցից չեն օգտվում, իսկ մյուս 2-ը ընդհանրապես չեն օգտվում սոցիալական ցանցերից, ընդ որում նրանցից 3-ը ինտրովերտ են,

իսկ 1-ը էքստրավերտ: Որպես սոցցանցերից չօգտվելու պատճառ հարցվողները նշել են՝ «սոցցանցերը օգտակար են, բայց կլանող հատկություն ունեն, ինչը ստիպում է չգրանցվել որևէ կայքում», «չկա ցանկություն և ժամանակ»:

- Գծապատկեր 1-ում ներկայացված են հարցման մասնակիցների շրջանում ամենատարածված սոցիալական ցանցերը՝ Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, VK.com, Twitter, Одноклассники և MySpace-ը: Այլ դաշտում առավել հաճախ նշել են՝ Viber-ը և Whatsapp-ը:

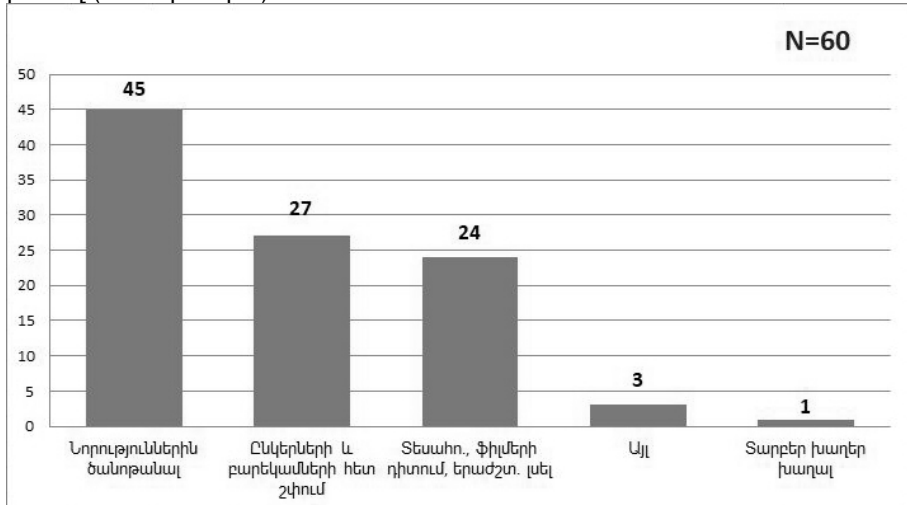


Գծապատկեր 1. Հարցվածների գնահատմամբ առավել օգտագործվող սոցիալական ցանցերը

- 47%-ը (28 մարդ) սոցիալական ցանցերում ունեն 200-500 ընկեր, 25%-ը (15 մարդ) 500-ից ավել, 17%-ը (10 մարդ) 100-200, 5%-ը 50-100 և 1 հոգի ունի 50-ից քիչ ընկեր:
- Սոցիալական ցանցերում ընկերների թվաքանակը 90%-ի (54 մարդ) մոտ նշանակություն չունի, մինչդեռ 7%-ը՝ ամբիվերտներն ու էքստրավերտները (4 մարդ) համարում են, որքան շատ ընկերներ ունեն այնքան լավ է:
- Արդյո՞ք ունեք ընկերներ, ովքեր գրանցված չեն սոցիալական ցանցերում հարցին մասնակիցների 72%-ը (43 մարդ) պատասխանել են այո, իսկ 25%-ը (15 մարդ) ոչ:
- Սոցցանցերում անցկացվող ժամանակի հարցին 33%-ը (20 մարդ) պատասխանել է, որ անցկացնում է օրական 1-ից 3 ժամ, 32%-ը (19 մարդ) 15 րոպեից մինչև 1 ժամ, 15%-ը (9 մարդ) 3-ից ավել ժամ, 8%-ը (5 մարդ) գրեթե ողջ օրը, 1 հոգի 15 րոպեից քիչ ժամանակահատված: Այլ դաշտում նշված պատասխաններից էին՝ մի քանի ամսվա ընթացքում 1 կամ 2 անգամ քիչ ժամանակահատվածով սոցցանցեր մուտք գործելը:
- 37%-ը (22 մարդ) այնքան հաճախակի է մուտք գործում սոցցանցում իր էջ, որ ստույգ քանակը չի կարող նշել, 25%-ը (15 մարդ) օրական այցելում է 2-5

անգամ, 20%-ը (12 մարդ) 5-ից ավել անգամներ և 10%-ը (6 մարդ) 1-ից 2 անգամ, այս հարցին երկու տիպերը պատասխանել են հավասարաչափ:

- Հետազոտության մասնակիցներին առավել շատ սոցցանցերում գրավում է 70%-ը (42 մարդ) նորություններին ծանոթանալու հնարավորությունը, 45%-ին (27 մարդ) ընկերների և բարեկամների հետ շփումը, 38%-ին (23 մարդ) տեսահոլովակների և ֆիլմերի դիտումն ու երաժշտությունը, այդ թվում 8%-ը (5 մարդ) ընտրել է այլ տարբերակը և նշել՝ այլևս ոչինչ չի գրավում, գրավում է տեղեկացվածության արագությունը, այցելում եմ էջը միայն աշխատանքի բերումով (տե՛ս գծապ. 2):



Գծապատկեր 2. Սոցցանցերում օգտատերերի այցելության պատճառները

- Սոցցանցերում սեփական էջն այցելելու հնարավորության բացակայության դեպքում 75%-ը (45 մարդ) զգում է անտարբերություն, 15%-ը (9 մարդ) անհանգստություն և 5%-ը (3 մարդ) զայրույթ, ընդ որում անհանգստություն և զայրույթ առավել հաճախ զգում են էքստրավերտները:
- 43%-ը (26 մարդ) չի կարող ջնջել իր էջը սոցցանցերից, քանի որ այնտեղ առկա է անհրաժեշտ տեղեկատվություն և կոնտակտներ, 35%-ը (21 մարդ) կարող է առանց որևիցե խնդրի ջնջել իր էջը կամ նրանում առկա ողջ տեղեկատվությունը և այլևս մուտք չգործել այնտեղ և 5%-ը (3 մարդ) չի կարող դա անել, քանի որ ունի շատ ընկերներ և բարձր վարկանիշ: Այդ թվում 12%-ը (7 մարդ) ընտրել է այլ տարբերակը և նշել՝ «երբեմն ապասկտիվացնում եմ 1-3 շաբաթով, կարող եմ, սակայն աշխատանքի համար պետք է գալիս, չեմ ջնջում, սակայն կարող եմ ամիսներով չօգտվել սոցցանցերից»:

Այսպիսով փորձարարական հարցման ընթացքում ձեռք բերված տվյալներից կարելի է եզրակացնել, որ հարցվածների գերակշռող մասը օգտվում է սոցիալական ցանցերից, չօգտվողների մեծամասնությունը ինտրովերտ են, որոնց բնորոշ է այն-

պիսի վարք, որը կապված է մենակության, ստեղծագործելու, սեփական աշխարհում ամփոփվելու հետ: Հայ օգտատերերի համար առավել տարածված ցանցերն են համարվում՝ Facebook-ը, Youtube-ը, Instagram-ը և LinkedIn-ը: Հարցման մասնակիցները սոցիալական ցանցերում անցկացնում են օրական 3 և ավելի ժամ, որոշները գրեթե ողջ օրը, ինչը բացատրվում է հեռախոսների միջոցով հաճախակի անկանոն այցելություններով: Սեփական էջն այցելելու հնարավորության բացակայության դեպքում առավել հաճախ զայրույթ և անհանգստություն զգում են էքստրավերտները, որոնք մշտապես գտնվում են զգայական և հուզական տեղեկատվության փնտրտուքի մեջ:

Հիմնական հետաքրքրությունը նորություններին ծանոթանալն է, ընկերների հետ շփումն ու աշխատանքային հարաբերությունների հաստատումը: Իսկ Vk.com-ը, փաստացի, մեծամասնությունը օգտագործում է զուտ որպես երաժշտություն լսելու կամ ֆիլմեր դիտելու հարթակ: Հարցվածների միայն քիչ մասն է նշել, որ օգտագործում են սոցցանցերը բացառապես աշխատանքային նպատակներով և հանգիստ կարող են հրաժարվել դրանցից, միևնույն ժամանակ գրեթե կեսը չի կարող ջնջել իր էջը սոցցանցերից, քանի որ այնտեղ առկա է անհրաժեշտ տեղեկատվություն և կոնտակտներ: Հետազոտության արդյունքներից պարզ դարձավ, որ որոշ հարցերում էքստրավերտներն ու ինտրովերտները սոցցանցերում գործում են իրենց հոգեբանական տիպերին համապատասխան՝ ինչպես օրինակ զայրույթ և անհանգստություն զգալով, շատ ընկերներ ունենալու ցանկությամբ, ինչը բնորոշ է էքստրավերտներին, կամ սոցցանցերից չօգտվելու պատրաստակամությամբ, ինչը հատուկ է ինտրովերտներին, որոնք էներգիայի աղբյուրը փնտրում են իրենց ներաշխարհում: Միևնույն ժամանակ այս տեսակներից և ոչ մեկով պայմանավորված չէ հարցվածների սոցցանցերում անցկացրած ժամանակն ու մուտք գործելու հաճախականությունը:

Գրականություն

1. **Негодаев А.И.** Информатизация культуры. Ростов-на-Дону, 2002. С.-134.
2. **Садков Е.В.** Маргинальность и приступность. Социологическое исследование, М., 2000, № 4, 44 с.
3. **Юнг К. Г.** Психологические типы. // Минск: Попурри, 1998. 656 с.
4. **Erica N. Grodin, Tara L. White.** The neuroanatomical delineation of agentic and affiliative extraversion // Published 2015 in Cognitive, affective & behavioral neuroscience, Volume 15, Issue 2.
5. **Fadell T.** "On the Future of the Internet" // Published April 26, 2015 edition of The Wall Street Journal
URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>
6. **Jung, C. G.** Psychologische Typen. — Zurich : Rascher Verlag, 1921.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ЭКСТРАВЕРТ И ИНТРОВЕРТ ТИПОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Хачатрян А.С. (АГУ РА, Ереван, Армения)

В статье рассматривается текущая активная роль социальных сетей, а также особенности общих типов ориентации, экстраверсии и интроверсии. Суммируются результаты пилотного опроса, взаимосвязи между вовлеченностью личности в социальные сети и экстравертностью, интравертностью пользователя.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, экстраверсия, интроверсия, амбивертность.

RESEARCH ON INVOLVEMENT EXTRAVERT AND INTROVERT TYPES IN SOCIAL NETWORKS

Khachatryan A.S. (PAARA, Yerevan, Armenia)

The article discusses the current active role of social networks, as well as the general orientation types, extraversion and introversion peculiarities. The results of the pilot survey, the relationship between the involvement of the individual in social networks and extrovert, introvert users summarized.

Keywords: internet, social networks, extraversion, introversion, ambivercity.