

УДК 1

DOI 10.21661/r-519206

*А.Э. Слюсарева, М.В. Сафонова*

## САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Аннотация:* в статье рассматриваются результаты изучения самопрезентации подростков в социальных сетях. Исследование показало, что не все подростки знакомы с оптимальным способом самопрезентации в социальных сетях.

*Ключевые слова:* подростки, самопрезентация, Я-концепция, социальные сети.

*A.E. Sliusareva, M.V. Safonova*

## SELF-PRESENTATION IN SOCIAL MEDIA AMONG TEENAGERS

*Abstract:* the article analyses the results of a study investigating self-presentation in social media among adolescents. The results suggest that not all teenagers are familiar with optimal ways of online self-presentation.

*Keywords:* teenagers, self-presentation, self-concept, social media.

В настоящее время подростки все более подвержены влиянию сети Интернет, ведь именно оттуда можно узнать о том, что происходит в мире, просто нажав на ссылку, или завести новых друзей, не выходя из дома. Практически с самого рождения детей приучают к «всемирной паутине». Современных подростков даже называют «цифровыми гражданами» только потому, что они практически неразлучны с Интернетом. К постоянному нахождению в Интернете молодых людей больше всего подталкивают быстро набравшие популярность социальные сети, такие как: Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук, Instagram, а также блоги и микроблоги, такие как Твиттер и другие сервисы, позволяющие размещать новости, фотографии, эмоции и так называемые «статусы» в любое время суток для большой (или ограниченной, на усмотрение создавшего аккаунт) аудитории.

Подросток – это еще недостаточно зрелый и недостаточно социально возмужалый человек. Это, как отмечает И.В. Корякина, личность, находящаяся на особой стадии формирования ее важнейших черт и качеств: еще недостаточно развита, чтобы считаться взрослой, и в то же время настолько развита, что в состоянии сознательно вступить в отношения с окружающими и следовать в своих поступках и действиях требованиям общественных норм и правил [6].

Одним из значимых новообразований подросткового возраста является формирование представлений подростка о себе как физическом и социальном субъекте и способность к их знаково-символическому опосредованию, которая, по мнению Л.С. Выготского, служит основой взаимодействия с социальным окружением, как в пределах семьи, так и при более широких контактах. Подросток стремится продемонстрировать свои индивидуальные особенности, включая в их спектр не только телесные и психические параметры, но и обладание предметами (например: одеждой), способность к выполнению определенных действий.

Самопрезентация может быть рассмотрена как поведенческая составляющая «Я-концепции». Самопрезентация, в первую очередь, служит целям проверки и подтверждения когнитивной и оценочной структур.

В узком смысле, самопрезентация – это акт самовыражения и поведения человека, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление или впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам. Самопрезентация в этом случае рассматривается как умение подростка подать себя в новой для него обстановке, в новых условиях пребывания, в новом окружении. Слова «сам», «само» употребляются для придания особой важности личной деятельности. Мы рассматриваем самопрезентацию как один из важных аспектов социальной адаптации подростка. Виртуальный способ взаимодействия все больше распространяется среди подрастающего поколения, что естественным образом меняет их мировосприятие, в том числе отношение к собственному «Я». Самопрезентация в рамках социальных сетей, может коррелировать с такими аспектами самосознания, как «Я-Идеальное» и «Я-Реальное». Самопрезентация в соци-

альных сетях играет немаловажную роль. Стиль самопрезентации личности пользователя в социальной сети определяется особенностями его «Я-концепции»; особенности «Я-концепции» субъекта взаимосвязаны со всеми аспектами пользования социальной сетью [5].

Пользователь социальной сети представляет другим пользователям (круг которых он может контролировать) какие-либо особенности своего Я-образа посредством разнообразных опций социальных сетей (аватар, фотографии, статус, личная информация, членство в группах, репосты и др.). Виртуальная самопрезентация решает проблемы дефицита реальной самопрезентации. Виртуальные каналы социальной сети дают пользователю богатые возможности для построения вариативных Я-образов, многие из которых несут в себе компоненты представления об идеальном Я. Однако вариативность ставит под сомнение целостность Я-образов и говорит об их фрагментарности. Возможности социальных сетей при желании пользователя могут помочь ему преодолеть рамки, наложенные на него культурой или самим собой.

Таким образом, становится актуальным выяснение широты возможностей самопрезентации, которые предоставляют социальные сети [1].

Исследование оптимального способа самопрезентации в социальных сетях подростков проходило на базе МБОУ Лицей №2 г. Красноярска. В эксперименте принимали участие подростки 10-х классов в возрасте 15–16 лет, всего 36 человек. Нами был подобран диагностический комплекс: анкета «Кто я в социальных сетях?»; был проведен контент-анализ страниц в социальных сетях, тест Куна-Макпартленда (модификация В.И. Юрченко «Двадцать утверждений самооотношения»).

Все подростки, принимавшие участие исследовании, зарегистрированы в социальных сетях, но не все знакомы с оптимальным способом самопрезентации в виртуальном пространстве.

44,4% подростков полностью указали информацию о себе (имя и фамилию, пол, возраст, семейное положение, фотографию), 27,8% подростков указали реальные имя и фамилию, пол, не указав при этом возраст и семейное поло-

жение, вместо фотографии были картинки. Десятая часть (11,1%) подростков указали реальное имя (при этом скрыв настоящие фамилии), пол, семейное положение, но при этом возраст указали более старший, хотя на аватаре реальная фотография. 8,33% подростков указали о себе только реальный пол (имя и фамилия вымышлены, на аватаре картинки), столько же имеют аккаунт без фотографий (картинки), но при этом с реальной фамилией и именем, полом (у 5,6% из них указан еще и возраст).

Аккаунт у 19 подростков закрытый (53%), что может говорить о желании скрыть личную информацию, у 17 подростков – открытый (47%).

Аватар у 20 подростков (56%) представлен фотографией из личного архива, что характерно для личностей с высокой самооценкой, для таких подростков самопрезентация регулируется стремлением к принятию, и они, будучи уверенными в своей привлекательности, размещают о себе как можно более полную и подробную информацию, ожидая от окружающих одобрения.

16 подростков (44%) разместили картинки вместо своей фотографии – это может говорить о всевозможных негативных сторонах развития личности, в нашем случае, возможно, стремление к подражанию, или скрытности личности т. к. в аватарах были известные личности.

Никнейм: 26 подростков (72%) указали реальные имена и фамилии, 4 подростка (11%) – реальные имена и вымышленные фамилии, 6 подростков (17%) – вымышленные фамилии и имена, что может говорить о широкой вариативности самопрезентации пользователя, об игре идентичностями. Личность, самопрезентующаяся иносказательно, используя «ник», чаще всего имеет высокий уровень зависимости от группы.

Возраст: свой настоящий возраст указали 18 подростков (50%), 14 подростков (39%) скрыли свой возраст, 4 подростка (11%) указали возраст старше (хотят быть старше своего реального возраста).

Полученные результаты показывают, что виртуальная самопрезентация вносит вклад в изменение реальной социальной идентичности пользователя. Каждый пользователь создает в Интернет свой виртуальный образ, важное вли-

яние на содержание которого оказывают не только феномены Интернет, но и личностные особенности пользователя, стиль самопрезентации. Личность пользователя в социальной сети определяется особенностями его «Я-концепции». Особенности «Я-концепции» субъекта взаимосвязаны со всеми аспектами пользования социальной сетью (аккаунт, аватар, никнейм, возраст и т. д.).

Социальная сеть – это неоднозначный, до конца не изученный феномен. Сегодня исследователи говорят о социальной сети как о форме организации социального пространства, о форме бытия и социальном институте, о средстве для самопрезентации, формирования идентичности и самоутверждения личности пользователя. Самопрезентация в сети – это управляемая личностью передача определённой информации о себе, являющейся выражением эмоциональных и когнитивных элементов «Я-концепции». В самопрезентации равно могут быть отражены как подлинные, так и фальшивые компоненты реального «Я», а также бессознательные компоненты, так как самопрезентация не контролируется личностью до конца.

Из проведенного нами исследования можно сделать следующий вывод: у подростков преобладают средний и низкий уровень безопасной самопрезентации в социальной сети. А это значит, что существует необходимость в проведении психологического консультирования, направленного на повышение уровня самопрезентации в социальных сетях.

### *Список литературы*

1. Арестова О.Н. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия / О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский // Вестн. Моск. ун-та. – 1996. – №4. – С. 14–20.
2. Асеев В.Г. Возрастная психология: учебное пособие. – Иркутск, 2006. – 296 с.
3. Возрастная и педагогическая психология: хрестоматия / сост И.В. Дубровина, А.М. Прихожан, В.В. Зацепин. – М.: Академия, 2007. – 368 с.

4. Гоффман Э. Представление себя другим // Современная зарубежная социальная психология. – М., 1984.

5. Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью: сборник научных трудов / А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская. – СПб.: Питер, 2004. – С. 34–52.

6. Корякина И.В. Межличностные проблемы в среде подростков и их социально-педагогическое значение // Молодой ученый. – 2015. – №11.1. – С. 40–43.

7. Пескова О.Ю. Социальные медиа как платформа для технологий PR2.0. – М., 2011. – С. 200.

8. Социальная психология: хрестоматия / сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – 2010. – С. 56.

### *References*

1. Arestova, O. N., Babanin, L. N., & Voiskunskii, A. E. (1996). Kommunikatsiia v komp'iuternykh setiakh: psikhologicheskie determinanty i posledstviia. Vestn. Mosk. un-ta, 4, 14-20.

2. Aseev, V. G. (2006). Vozrastnaia psikhologiiia., 296. Irkutsk.

3. Prikhozhan, A. M., & Zatsepin, V. V. (2007). Vozrastnaia i pedagogicheskaia psikhologiiia: khrestomatiiia., 368. M.: Akademiia.

4. Goffman, E. (1984). Predstavlenie sebii drugim. Sovremennaia zarubezhnaia sotsial'naia psikhologiiia. -. M.

5. Zhichkina, A. E., & Belinskaia, E. P. (2004). Strategii samoprezentatsii v Internet i ikh sviaz' s real'noi identichnost'iu: sbornik nauchnykh trudov., 34-52. SPb.: Piter.

6. Koriakina, I. V. (2015). Mezhlichnostnye problemy v srede podrostkov i ikh sotsial'no-pedagogicheskoe znachenie. Molodoi uchenyi, 11.1, 40-43.

7. Peskova, O. Iu. (2011). Sotsial'nye media kak platforma dlia tekhnologii PR2.0., 200. M.

8. Belinskaia, E. P., & Tikhomandritskaia, O. A. Sotsial'naia psikhologiiia: khrestomatiiia., 56.

**Слюсарева Александра Эдуардовна** – студентка, ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», г. Красноярск.

**Sliusareva Alexandra Eduardovna** – student, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev, Krasnoyarsk, Russia.

**Научный руководитель Сафонова Марина Вадимовна** –канд. псих. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», г. Красноярск.

**Scientific adviser Safonova Marina Vadimovna** – candidate of psychological sciences, associate professor, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev, Krasnoyarsk, Russia.

---