

Овчарова Раиса Викторовна

доктор психологических наук, профессор,
профессор кафедры психологии
Института педагогики, психологии
и физической культуры
Курганского государственного университета

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ И ЮНОШЕЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ*

Аннотация:

В статье рассматривается феномен самопрезентации личности подростков и юношей в социальной сети «ВКонтакте», используемой ими для удовлетворения актуальных потребностей, среди которых стремление ориентироваться в социальном мире, поиск и получение нужной информации, общение, возможность проявить свою индивидуальность. Исследование было призвано определить детерминанты самопрезентации личности подростков и юношей в сетевой коммуникации с точки зрения различий в способах их самопредставления в зависимости от уровня самооценки, возраста, пола. Установлено, что самопрезентация в социальных сетях отражает возрастные психологические новообразования: у подростков – чувство взрослости, конформизм, стремление к социальному одобрению, синдром дисморфофобии; у юношей – формирование Я-концепции, личностное и профессиональное самоопределение, стремление к самоактуализации. Выявлено, что исследуемые возрастные группы пользователей по-разному подходят к заполнению страниц в социальной сети «ВКонтакте». Самоописания подростков содержат больше искажений реальных биографических данных, чем самопрезентации юношей. Определено, что тактики представления себя в социальных сетях меняются в зависимости от уровня самооценки пользователей. Подтверждена тенденция размывания гендерных различий при выборе способа самопрезентации в онлайн-профилях.

Ключевые слова:

подросток, юноша, социальная сеть, стратегии и тактики самопрезентации

Ovcharova Raisa Viktorovna

D.Phil. in Psychology, Professor,
Professor of Psychology Department,
Institute of Pedagogics,
Psychology and Physical Culture,
Kurgan State University

SELF-PRESENTATION OF THE PERSONALITY OF ADOLESCENTS AND YOUNG MEN IN THE SOCIAL NETWORK**

Summary:

The article deals with the phenomenon of self-presentation of the personality of adolescents and young men in the social network "VKontakte", which they use to meet their current needs, including the desire to navigate the social world, search for and receive the necessary information, communication, and the opportunity to express their individuality. The study was designed to determine the determinants of self-presentation of the personality of adolescents and young men in network communication in terms of differences in the ways of their self-representation, depending on the level of self-esteem, age, and gender. It is established that self-presentation in social networks reflects age-related psychological neoplasms. Speaking about adolescents, it is a sense of adulthood, conformism, the desire for social approval, dysmorphophobia syndrome. As for young men, it is the formation of self-concept, personal and professional self-determination, the desire for self-actualization. It was revealed that the studied age groups of users have different approaches to filling out pages in the social network "VKontakte". Self-descriptions of teenagers contain more distortions of real biographical data than self-presentations of young men. It is determined that the tactics of presenting oneself in social networks change depending on the level of user's self-esteem. The trend of blurring gender differences when choosing a method of self-presentation in online profiles is confirmed.

Keywords:

teenager, young man, social network, strategies and tactics of self-presentation

Введение. В связи с постоянным снижением возраста инициации в социальных сетях и повышением онлайн-активности молодежи в последние годы наблюдается возрастающий интерес отечественных и зарубежных ученых к проблеме киберсоциализации [1]. Внимание многих исследователей привлекает феномен самопрезентации личности в социальных сетях, которая у подростков и юношей отражает центральную тенденцию формирования личности [2]. Ресурс социальной сети «ВКонтакте» отвечает актуальным потребностям подростково-юношеского возраста, среди которых умение ориентироваться в социальном мире, поиск и получение нужной информации, общение, возможность проявить свою индивидуальность [3].

В работе были использованы следующие методы исследования: контент-анализ, «Шкала измерения тактик самопрезентации» С.-Ж. Ли, Б. Куигли и др., тест «Самооценка» О.Ю. Казьминой, U-критерий Манна – Уитни и кластерный анализ.

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ и правительства Курганской области. Проект «Исследование субъективного образа социального мира учащейся молодежи Курганской области с целью прогнозирования социальных процессов в молодежной среде» №19-413-450002/20.

** This work was supported by a grant from the Russian Foundation for Basic Research and the Government of the Kurgan Region. Project "Research of the subjective image of the social world of student youth in the Kurgan region in order to predict social processes in the youth environment" №19-413-450002/20.

Контент-анализ – это метод качественно-количественного анализа содержания, который позволил судить о характеристиках самопрезентации личности подростков в социальной сети «ВКонтакте». Был использован для определения принципов самооценки и тактик самопрезентации, применяемых пользователями виртуальных социальных сетей. Основания для контент-анализа страниц в социальной сети «ВКонтакте» ранее разрабатывались в работах И.В. Черемисовой [4]. Для контент-анализа характеристик самопрезентации личности подростков и юношей в социальной сети «ВКонтакте» были выделены смысловые единицы: соотношение позитивных и негативных высказываний, наличие указанной сферы увлечений в данном разделе; использование символических рисунков, описание внешности и наличие цитирований [5]. Также проведен сравнительный анализ соотношения объективных и субъективных данных в самопрезентациях, касающихся имени, года рождения, семейного положения, рода деятельности, даты окончания вуза.

«Шкала измерения тактик самопрезентации» С.-Ж. Ли, Б. Куигли и др. позволяет представить самопрезентационное поведение индивида в виде 5 стратегий (уклонение, аттрактивное поведение, самовозвышение, самопринижение, силовое влияние, запугивание, негативная оценка других) и 12 тактик самопрезентации. Кроме того, методика выявляет защитный и ассертивный типы поведения.

Тест «Самооценка» О.Ю. Казьминой для подростково-юношеского возраста был использован для определения уровня самооценки испытуемых (высокого, среднего, низкого).

U-критерий Манна – Уитни привлекался нами с целью выявления различий в значениях параметров между малыми выборками.

Кластерный анализ был применен для выделения типологических групп по признакам пола, возраста, стратегий и тактик самопрезентации.

Выборку исследования составили 72 пользователя социальной сети «ВКонтакте». Изучено 36 профилей испытуемых в возрасте от 12 до 15 лет и 36 профилей молодых людей в возрасте от 18 до 21 года, давших информированное согласие.

Проблема исследования связана с определением детерминант самопрезентации личности подростков и юношей в сетевой коммуникации. Нас интересовали следующие исследовательские вопросы: как соотносятся тактики самопрезентации в социальных сетях и самооценка; отличаются ли тактики самопрезентации в социальных сетях у подростков и юношей; имеются ли половые различия самопрезентации в социальных сетях «ВКонтакте».

Анализ проблемы исследования. Трактовка понятия «самопрезентация» включает представленность разной степени осознаваемого и реализуемого в межличностном взаимодействии процесса предъявления Я-информации. Она осуществляется в вербальной и невербальной форме с учетом специфики социальной ситуации. Стратегия самопрезентации – это в различной мере осознаваемое и планируемое поведение субъекта, направленное на создание желаемого впечатления. Тактика самопрезентации предполагает использование краткосрочных поведенческих актов, совокупности приемов вербального и невербального поведения, направленных на создание желаемого впечатления о субъекте самопрезентации [6, с. 29].

Исследователи отмечают, что защитный тип самопрезентации имеет место, когда событие содержит угрозу существующей или желаемой идентичности. В этом случае самопрезентация будет направлена на восстановление и сохранение идентичности или на сокращение негативных последствий, угрожающих ситуации. Ассертивный тип самопрезентации относится к проактивному поведению, нацеленному на создание определенной идентичности.

Поскольку самопрезентация является выражением образа Я, она связана с уровнем самооценки, которая отражает особенности осознания человеком своих поступков и действий, своих возможностей и способностей. У подростков наряду с общим принятием себя сохраняется и ситуативно-отрицательное отношение к собственной личности. Оно зависит от оценок окружающих, прежде всего сверстников. Позднее они начинают сопоставлять особенности своей личности и поведения с социальными нормами [7]. В юношеском возрасте продолжается рост осознанного отношения к себе [8].

Исследователи анализируют специфику самопрезентации в социальных сетях. Она связана с возможностью управлять впечатлением о себе, создавать любые образы, удовлетворять потребность в признании. В подростковом возрасте самопрезентация исходит из стремления к подражанию, потребности быть частью группы, заявить о себе. В качестве главных причин смены самопрезентации в юношеском возрасте указываются: неудовлетворенность некоторыми сторонами своей личности; саморазвитием; растущее любопытство, а также получение нового опыта [9]. Подтверждена связь склонности подростков экспериментировать с онлайн-самопрезентацией, обусловленная изменением уровня их самооценки. Индивиды, обладающие менее устойчивым чувством собственного «Я», экспериментируют с онлайн-самопрезентацией более регулярно, делая ее автономной. Подростки чаще проявляют непоследовательность, в то время как юноши ведут себя более закономерно в различных контекстах общения [10].

Результаты экспериментов показали, что использование истинного стиля самопрезентации больше удовлетворяет пользователей с высокой самооценкой, чем с низкой [11]. Доказана связь между личностью и шаблонами онлайн-самопрезентации. Особенности характера и темперамента могут определить выбор индивидом вариантов используемых в профиле изображений и модели поведения, общения в Сети [12].

Исследователи подтверждают тенденцию размывания половых различий в самопрезентациях в онлайн-профилях. Как мальчики, так и девочки демонстрируют на своих страницах менее сексуально дифференцированную самооценку и автопортрет, чем типичный взрослый, с небольшим предпочтением мужских черт [13]. Доказано, что увеличение использования социальных сетей линейно связано с ростом реальной социальной изоляции. Причем эта связь различалась по сознательности. Деадаптивные зависимые подростки и юноши ответили отрицательно на негативные сценарии обратной связи. Адаптивные и независимые личности положительно реагировали на ее позитивные сценарии [14]. Самопрезентация в социальных сетях, с одной стороны, – это замещение или дополнение живого общения, а с другой – способ превращения человека в интернет-заложника, определяющий его реальные отношения с другими людьми [15].

Поскольку использование социальных сетей стало ведущей деятельностью многих подростков и молодых людей, злоупотребление ими и неадаптированное применение цифровых технологий было определено как потенциальная проблема психического здоровья. Поэтому необходимы специальные образовательные программы для содействия более безопасному использованию социальных сетей подростками и молодыми людьми, а также для предотвращения возможных негативных последствий увлечения Интернетом.

Особенности самоописания в интернет-дневниках подростков и молодежи, изученные О.В. Гавриченко и Т.В. Смоляковой (на примере интернет-блогов), не отражают известных стратегий и тактик самопрезентации, основаны на авторской анкете и способе контент-анализа без выделения известных единиц. Наше исследование преодолевает эти недостатки.

Изучение взаимосвязи личностных особенностей подростков с их поведением в виртуальном пространстве (на примере социальной сети «ВКонтакте») О.В. Рубцовой с соавторами имело целью определение функций социальных сетей в жизни современных подростков. В нем не рассматривались стратегии и тактики самопрезентации. Наша работа отличается новизной по поставленным задачам и другим методам исследования (за исключением контент-анализа) [16].

Анализ и обсуждение результатов исследования. Основным методом исследования – контент-анализ – обнаружил, что подростки, в отличие от юношей, довольно часто искажают информацию о себе в социальной сети «ВКонтакте». Обычно это касается имени, пола, возраста, года рождения, семейного положения, деятельности и интересов.

Имя. При отсутствии достоверных различий выявлены особенности самопрезентации подростков в Сети. Они называют себя вымышленными именами (например, «Невидимка»). Юноши представляют себя онлайн-сообществу на основе реальных данных.

Год рождения. Подростковая группа часто игнорирует этот раздел, оставляя его незаполненным.

Семейное положение. Половина подростков в этом разделе называет своих несуществующих брачных партнеров или свои симпатии (например, «есть друг/подруга» или «встречается с...», «влюблен/на в...»). Юноши сообщают реальные сведения.

Деятельность. Данная графа содержит примерно равное количество недостоверной информации в обеих возрастных группах. Тем не менее подростки чаще приписывают себе несуществующие виды деятельности и должности.

Дата окончания вуза. У половины подростков названы нереальные вузы, а дата их окончания совпадает с датой окончания школы. В группе юношеского возраста большинство испытуемых приводят достоверные сведения (78 %).

Процент заполнения страницы. В подростковой группе заполняется 90 % контента, а в юношеской – 60 %. Причем подросткам свойственно давать полную самопрезентацию, даже используя нереальные сведения.

Соотношение позитивных и негативных высказываний. Самоописания подростков включают преимущественно позитивные высказывания, из них 17 % представляют собой идеализированные оценки. Отрицательные суждения встречаются в 11 % случаев. Остальные самопрезентации соответствуют действительности.

75 % самоописаний юношей являются нейтральными. Их сложно отнести к позитивным или негативным. Это связано с особенностями Я-концепции молодых людей, которая усложняется и становится более неопределенной, чем у подростков.

Интересы. Большинство пользователей обеих групп обозначили их в разделе «О себе». Они используют эту категорию для самопрезентации.

Символический рисунок. Для придания своей странице большей привлекательности и оригинальности подростки (25 %) размещают на ней различные символы. Юноши практикуют это значительно реже (5,5 %).

Внешность. Описания внешности подтверждают сведения об увеличении доли объективных характеристик по мере взросления от подросткового к юношескому возрасту.

Цитирование. Юноши чаще воспроизводят на своей странице фразы, относящиеся к их школьной жизни и учебной деятельности, используя их в качестве афоризмов. Подростки применяют те же выражения, но в шуточной форме, придавая им новый смысл.

Анализ средних значений показал, что в группе подростков преобладает завышенная самооценка – 46 %, при средней, характерной для 19 % информантов, и низкой, отмеченной у 35 % пользователей первой группы. Мальчики с высокой самооценкой предпочитают тактику запугивания, со средней – принятия ответственности, с низкой – отречения и оправдания себя. Для девочек с высокой самооценкой характерно желание понравиться, со средней – тактика извинения, выбора примера для подражания, с низкой – оправдания, отречения, просьбы (таблица 1).

Таблица 1. – Соотношение самооценки и тактик самопрезентации

Самооценка	Тактики самопрезентации			
	Подростки (1 группа)		Юноши (2 группа)	
	Мальчики	Девочки	Юноши	Девушки
Высокая	Запугивание	Желание понравиться	Желание понравиться, преувеличение достижений	Желание понравиться
Средняя	Принятие ответственности	Извинение, пример для подражания	Принятие ответственности	Извинение, принятие ответственности
Низкая	Отречение, оправдание себя	Оправдание, отречение, просьба	Отречение	Просьба

В группе 2 (юношеский возраст) преобладает взвешенная средняя самооценка – ее продемонстрировали 53 % информантов, 28 % пользователей имеют высокую и 19 % – низкую самооценку. При высокой самооценке юноши используют тактики желаний понравиться и преувеличения своих достижений, а девушки – только желаний понравиться. Для юношей со средней самооценкой характерна тактика принятия ответственности, а для девушек – извинения, принятия ответственности. Наконец, юноши с низкой самооценкой практикуют тактику отречения, а девушки – тактику просьбы.

Подростки и юноши используют тактики как проактивного ассертивного типа, направленные на создание собственной идентичности (5), так и защитного типа (3), содействующие ее восстановлению и сохранению. Соотношение таких типов по полу: женский пол – 6 и 4; мужской – 8 и 3. Аналогичное соотношение у подростков составляет 5 и 4, у юношей – 6 и 2, что подтверждает возрастную динамику формирования идентичности.

Согласно критерию Манна – Уитни достоверные различия между группами с различиями в самооценке обнаружены по всем четырем стратегиям и девяти тактикам самопрезентации из двенадцати, что полностью подтверждает наше предположение (таблица 2).

Так, для выборки с высокой самооценкой преимущественно характерны стратегии аттрактивного поведения и самовозвышения. Подростки и юноши со средней самооценкой в равной мере используют стратегии уклонения и аттрактивного поведения, в меньшей – самопринижения и самовозвышения.

Таблица 2 – Сравнение показателей самопрезентации у лиц с разной самооценкой

Стратегии и тактики самопрезентации	Самооценка			U-критерий	Значения Р
	Высокая	Средняя	Низкая		
Уклонение	7,19	59,17	68,46	1 698	**
Аттрактивное поведение	67,45	56,25	5,15	1 839	*
Самовозвышение	32,67	25,14	20,67	713	**
Самопринижение	8,12	30,12	40,20	1 726	**
Принятие ответственности	55,86	67,12	3,17	1 590	**
Оправдание с принятием ответственности	7,83	40,21	26,19	1 705	**
Отречение	4,26	45,64	67,35	726	**
Извинение	6,25	52,93	48,45	1 801	*
Желание понравиться	39,15	35,12	9,12	1 724	**
Запугивание	78,85	56,19	2,12	1 715	**
Просьба	8,21	55,79	71,12	1 637	**
Приписывание себе достижений	72,45	45,65	2,18	1 714	**
Пример для подражания	31,67	25,14	20,64	713	**

Примечание: * – достоверные различия при $p \leq 0,05$; ** – достоверные различия при $p \leq 0,01$.

Способом выявления типов подростков и юношей стал кластерный анализ. В качестве исходных данных использовался набор 27 переменных, отражающих параметры возраста, пола, самооценки и самопрезентационных тактик.

Полученные в результате иерархической кластеризации данные позволяют говорить о том, что по сочетанию изученных параметров выборка делится на три отличных друг от друга группы в соответствии с уровнем самооценки (высоким, средним, низким), каждая из которых имеет четыре кластера. Таким образом, в описании типологических особенностей выборка была разделена на 12 кластеров-групп. 1, 2, 3 и 4 кластеры охватывали лиц с высокой самооценкой, 5, 6, 7 и 8 – информантов со средней самооценкой, 9, 10, 11 и 12 – с заниженной самооценкой. Кластеры значительно отличались друг от друга по количественному составу. Часть из них обладала разновозрастными характеристиками, по половому признаку все кластеры являлись смешанными.

Итак, кластерный анализ также указывает на обусловленность самооценки тактиками самопрезентации и частично – возрастом. При этом связь с полом просматривается незначительно, что подтверждает идею о размывании гендерных различий в самопрезентациях онлайн.

Отвечая на поставленные исследовательские вопросы, можно сделать следующие выводы:

1. Самопрезентация в социальных сетях отражает содержание развития личности в подростково-юношеском возрасте, ее психологические новообразования: у подростков – чувство взрослости, конформизм, стремление к социальному одобрению, синдром дисморфофобии; у юношей – формирование Я-концепции, личностное и профессиональное самоопределение, стремление к самоактуализации.

2. Различия между подростками и юношами выявлены в способах заполнения страниц в социальной сети «ВКонтакте». Самоописания подростков содержат больше искажений реальных биографических данных. Они зачастую не осознают своих предпочтений и интересов. Самопрезентации юношей в большинстве случаев нейтральные и неопределенные, при этом их высказывания о собственных интересах чаще всего сформулированы конкретно.

3. Тактики самопрезентации в социальных сетях меняются в зависимости от уровня самооценки пользователей. Высокая самооценка подростков и юношей, обусловленная удовлетворением возрастных потребностей, детерминирует тактики самопрезентации ассертивного типа. Формируемой при блокировке этих потребностей низкой самооценке соответствуют тактики защитного типа (отречение, оправдание себя, пример для подражания, извинение). Со средним уровнем чаще соотносятся продуктивные тактики.

4. При фрустрации базовых возрастных потребностей формируется низкая самооценка, которая провоцирует стратегии и тактики защитного типа (отречение, оправдание себя, пример для подражания, извинение). При этом у мальчиков преобладают силовые тактики, а у девочек – самопринижающие и препятствующие самовозвышению (просьба, отречение, извинение, принятие ответственности). Однако тактики самопрезентации в гендерном отношении во многом являются схожими, что подтверждает тенденцию размывания половых различий в онлайн-профилях.

5. Результаты проведенного исследования применимы для практической работы с подростками и юношами в аспекте оптимизации их реального общения со сверстниками, формирования адекватной самооценки и самопрезентации. Возможно их использование и в качестве диагностической основы при разработке программ развития самопрезентационной компетентности, тренингов эффективной подачи себя в целях формирования желательного имиджа и получения социального одобрения.

Ссылки:

1. Гавриченко О.В., Смолякова Т.В. Особенности самопрезентации в интернет-дневниках подростков и молодежи [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2008. №1 (1). С. 1–9. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 23.04.2019); Пикулева О.А. Психологическая многозначность понятия «самопрезентация личности» и современные научные подходы к пониманию его содержания // Социальная психология и общество. 2013. № 2. С. 21–37; Рожкова А.В. Самовыражение (самопрезентация) в социальных интернет-сетях как феномен киберсоциализации [Электронный ресурс] // Homo Cyberus. 2017. № 2 (3). URL: http://journal.homocyberus.ru/Samovyrazhenie_v_socialnyh_internet- (дата обращения: 15.05.2019); Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Исследование взаимосвязи личностных особенностей подростков с их поведением в виртуальном пространстве (на примере социальной сети «ВКонтакте») // Психологическая наука и образование. 2018. Т. 23, № 3. С. 54–66. <https://doi.org/10.17759/pse.2018230305>; Черемисова И.В. Контент-анализ страниц активных пользователей социальной сети «ВКонтакте» // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 11. Естественные науки. 2016. № 2 (16). С. 74–80. <https://doi.org/10.15688/jvolsu11.2016.2.9>; Jang W., Bucy EP., Cho J. Self-esteem Moderates the Influence of Self-presentation Style on Facebook Users' Sense of Subjective Well-being // Computers in Human Behavior. 2018. Vol. 85. P. 190–199. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.044>; Metzler A., Scheithauer H. The Long-Term Benefits of Positive Self-Presentation via Profile Pictures, Number of Friends and the Initiation of Relationships on Facebook for Adolescents' Self-Esteem and the Initiation of Offline Relationships // Frontiers in Psychology. 2017. Vol. 8. P. 1981. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01981>; Oberst U., Chamorro A., Renau V. Auto-representaciones de Adolescentes en Facebook // Comunicar. 2016. Vol. 24, iss. 48. P. 81–90; Tifferet S., Vilnai-Yavet I. Gender Differences in Facebook Self-presentation: An International Randomized Study // Computers in Human Behavior, 2014. Vol. 35. P. 388–399. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.016>.

2. Рожкова А.В. Указ. соч.
3. Рожкова А.В. Указ. соч. ; Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Указ. соч. ; Черемисова И.В. Указ. соч.
4. Черемисова И.В. Указ. соч.
5. Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Указ. соч. ; Черемисова И.В. Указ. соч.
6. Пикулева О.А. Указ. соч. С. 29.
7. Гавриченко О.В., Смолякова Т.В. Указ. соч.
8. Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Указ. соч.
9. Там же.
10. Oberst U., Chamarro A., Renau V. Op. cit.
11. Metzler A., Scheithauer H. Op. cit.
12. Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Указ. соч. ; Jang W., Вусу ЕР., Cho J. Op. cit.
13. Tifferet S., Vilnai-Yavet I. Op. cit.
14. Jang W., Вусу ЕР., Cho J. Op. cit.
15. Ibid.
16. Гавриченко О.В., Смолякова Т.В. Указ. соч. ; Рубцова О.В., Панфилова А.С., Смирнова В.К. Указ. соч.

Редактор: Ситникова Ольга Валериевна
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна