

Самопрезентация в социальной сети

*Позднякова Александра Валерьевна
Педагог-психолог, социальный педагог
Муниципального бюджетного общеобразовательного
учреждения г.Дубны Московской области
лицея №6 им. ак. Г.Н. Флерова
[http://www.lyceeb.ru/wp/lib/
alexpozdneyakova@mail.ru](http://www.lyceeb.ru/wp/lib/alexpozdneyakova@mail.ru)*

Аннотация

Статья посвящена исследованию самопрезентации в социальной сети с учетом особенностей Я-концепции данной личности и возможностей самопрезентации, предлагаемых социальной сетью.

В работе поставлены следующие гипотезы:

1. Большинство учащихся начинают пользоваться социальной сетью «ВКонтакте» в возрасте до 10 лет (начальные классы).
2. У учащихся лицея не наблюдается сильной зависимости от постоянного нахождения в социальной сети и контроля происходящих там изменений.

Данная статья адресована в первую очередь педагогам-психологам, учителям, работающим в школах, а также может быть полезна широкому кругу читателей, интересующихся психологией.

Ключевые слова

Самопрезентация, я-концепция, социальная сеть.

Содержание

1. Введение.
2. Результаты исследования.
3. Заключение.
4. Список литературы.

Каким образом происходит формирование Я-концепции индивида? Взаимосвязи человека с миром богаты и разносторонни. В системе этих взаимосвязей ему приходится выступать в разных качествах, в разных ролях, быть субъектом самых разнообразных видов деятельности. И из каждого взаимодействия с миром вещей и миром людей человек «выносит» образ своего Я.

Активное развитие информационных технологий привело к формированию новых технических и психологических феноменов, в том числе: «виртуальной реальности» и «киберпространства». Становление информационного пространства – специфика социума. Распространение интернета и социальных сетей привело к глобализации, которое способствует развитию социальных контактов и нарушению их. Интернет – пространство для общения и самопрезентации на различном уровне.

При заполнении анкеты в интернете человек может осознанно или не осознанно исказить информацию о себе, создавая не точную копию реального себя, а социально желаемую или идеальную личность.

Сегодня исследователи говорят о социальной сети не только как о форме организации социального пространства, но и как о форме бытия и социальном институте. Социальная сеть – неоднозначный, до конца не изученный феномен. В работе мы хотим рассмотреть самопрезентации личности в социальной сети «ВКонтакте» с учетом особенностей Я-концепции данной личности и возможностей самопрезентации, предлагаемых социальной сетью.

Объект исследования: Я-концепция личности.

Предмет исследования: взаимосвязь между Я-концепцией личности и выбранным

личностью стилем самопрезентации в социальной сети.

Цель исследования:

1. Изучение самопрезентации личности в социальной сети с учетом особенностей Я-концепции данной личности и возможностей самопрезентации, предлагаемых социальной сетью.

Гипотезы исследования:

1. Большинство учащихся начинают пользоваться социальной сетью «ВКонтакте» в возрасте до 10 лет (начальные классы).

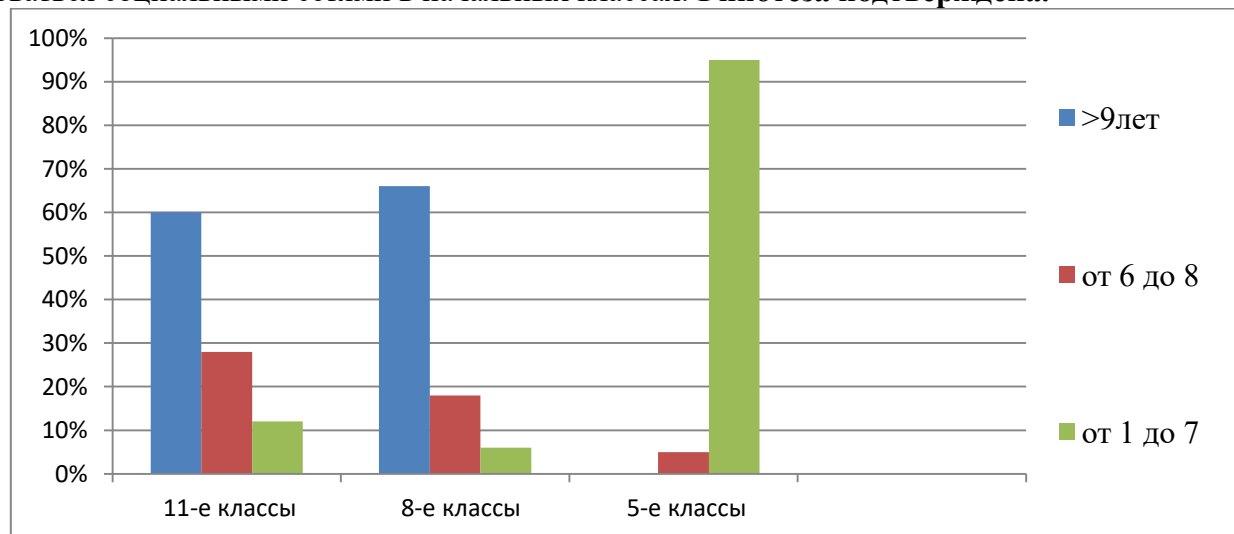
2. У учащихся лица не наблюдается сильной зависимости от постоянного нахождения в социальной сети и контроля происходящих там изменений.

Как показывают результаты проведенного исследования, подавляющее количество учащихся в 5-м классе зарегистрировано в социальной сети «ВКонтакте» меньше 1 года (51%) или от 1 до 3 лет (44%). Таким образом, перед нами – временные пользователи без стажа. Данные говорят о том, что пользователи еще малы и неопытны в использовании социальной сети.

Подавляющее количество исследуемых 8-х классов зарегистрировано в социальной сети «ВКонтакте» более 4-х лет (56%) или от 6 до 9 лет (30%). Таким образом, перед нами – постоянные пользователи. Данные говорят о том, что пользователи верны социальной сети.

Количество исследуемых 11-х классов зарегистрировано в социальной сети «ВКонтакте» более 9 лет (60%) или от 6 до 8 лет (28%). Таким образом, перед нами – постоянные пользователи со стажем. Данные говорят о том, что пользователи верны социальной сети, и, следовательно, она отвечает их интересам и позволяет реализовывать свои потребности.

Таким образом, можно сделать вывод, что большинство школьников начинают пользоваться социальными сетями в начальных классах. **Гипотеза подтверждена.**



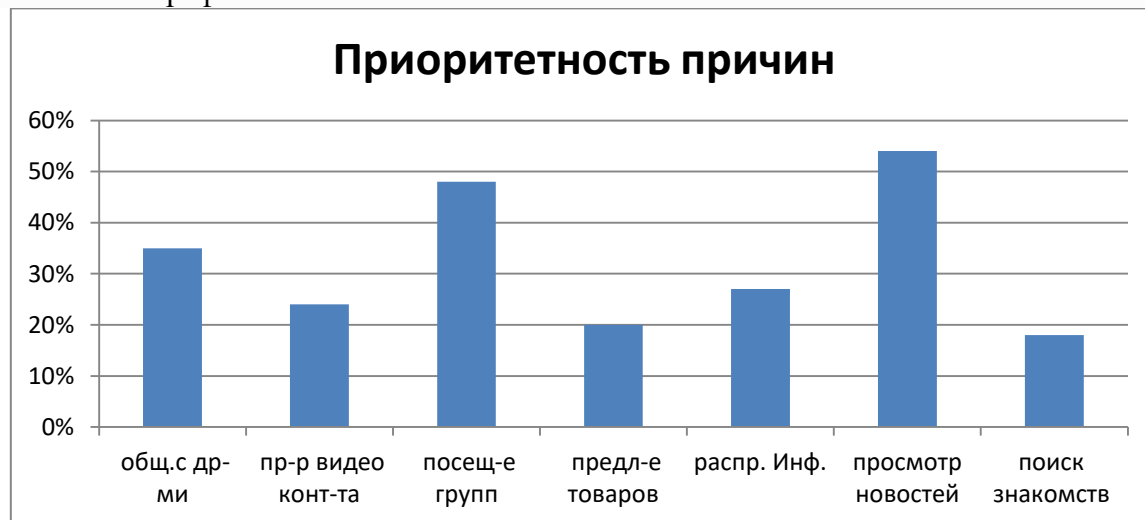
85% учащихся 5 классов посещают социальную сеть редко – заходят 1 раз в день или вообще не заходят. Частота посещения учащихся старших классов (8,11 классы) «ВКонтакте» высока: 66% пользователей заходят в неё по нескольку раз в день, а 18% пользователей находятся онлайн на протяжении всего времени бодрствования. Данные говорят о некоторой зависимости пользователей от своего профиля и высокой важности быть онлайн и проверять, контролировать изменения страницы.

Известно, что социальные сети вызывают психологическую зависимость. Изучению этого феномена посвящена не одна работа. В данном исследовании не ставилось цели изучить причины, приводящие к формированию зависимости от социальных сетей. Но нам важно было понимать, есть ли у исследуемых психологическая зависимость от социальной сети и как она выражается. На вопрос, что будет чувствовать пользователь, если не сможет посетить свою страницу в социальной сети в течение недели, более половины пользователей (54%) ответили, что справятся с этим нормально. Таким образом, можно говорить о том, что у данной группы не

наблюдается сильной зависимости от постоянного нахождения в сети и контроля происходящих там изменений. Их профиль лишь дополняет реальность, а не замещает её. 31% опрошенных ответили, что желание войти в социальную сеть будет, но они без переживаний с ним справятся, что может рассматриваться как проявления самоконтроля пользователей. 13% опрошенных выразили волнение по этому поводу и отметили, что оффлайн вызовет у них крайний дискомфорт.

Гипотеза подтверждена.

Данные, полученные в результате ранжирования пользователями приоритетности причин, побуждающих их посещать свой профиль в социальной сети «ВКонтакте», представлены на графике.

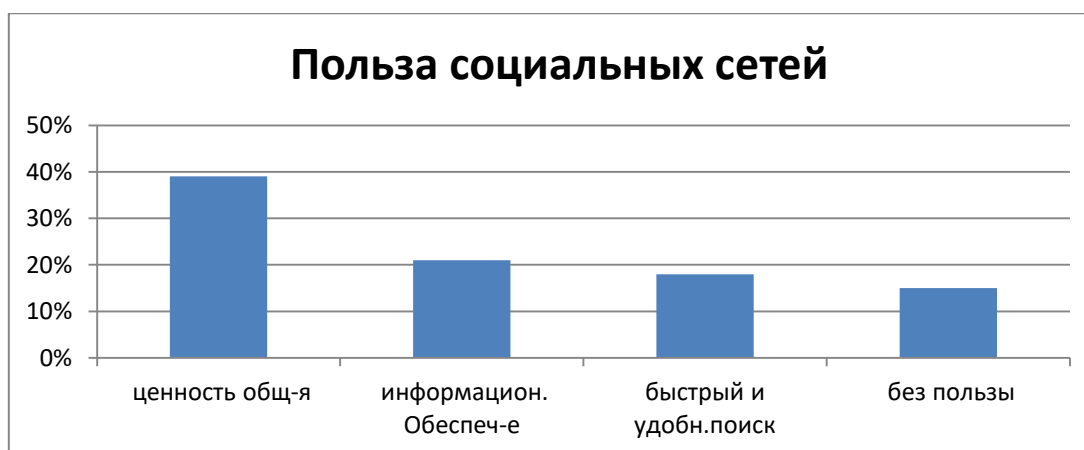


Таким образом, приоритетными причинами посещения социальной сети для опрошенных пользователей 5, 8, 11 классов являются просмотр новостей со страниц друзей, фото, публикаций, видео, посещение групп; таким образом, социальная сеть позволяет пользователям быть в курсе всех событий.

Примечательно, что большинству пользователей (74%) виртуальное общение с незнакомыми людьми не интересно; значительному числу опрошенных (20%) оно интересно частично.

Виртуальное общение зачастую дополняет общение с людьми, с которыми пользователи лично знакомы: об этом говорят 85% опрошенных. Сегодняшняя реальность такова, что случается и обратное – пользователь заводит знакомство в виртуальном пространстве, которое впоследствии перерастает в реальное общение. Существует и практика добавления в свой виртуальный круг друзей, с которыми пользователь не встречается в оффлайне (6%).

На вопрос, обращённый к саморефлексии пользователя по поводу пользы для него социальной сети, получены следующие ответы. Большинство опрошенных (39%) отметили ценность общения, обратившись к основной, коммуникативной функции (свойству) социальной сети. 21% пользователей подчеркнули другое свойство/функцию – информационное обеспечение, выражающееся в получении новой информации и знаний. Несколько меньшее число опрошенных (18%) пользуются социальной сетью для быстрого поиска и удобного доступа к широчайшей библиотеке видео- и аудиоконтента. Интересно, что 15% пользователей осознанно отметили, что никакой пользы в социальной сети не находят, но продолжают ей пользоваться.



Число друзей в социальной сети – это определённый показатель социальной активности пользователя, уровня его коммуникабельности. Для выявления взаимосвязей между особенностями самоотношения испытуемых и спецификой их самопрезентации в социальной сети в проведенном эмпирическом исследовании был проведен корреляционный анализ между показателями самоотношения: значениями по шкалам методик «Q-сортировка» и показателями самопрезентации в сети «ВКонтакте». Четкой взаимосвязи мы не получили.

Самыми активными посетителями социальной сети «ВКонтакте» оказались субъекты с высокими показателями по шкале «Избегание «борьбы» методики «Q-сортировка». Для них характерна наибольшая продолжительность пользования социальной сетью (69%), наиболее высокая частота посещения социальной сети (37%), наибольшее количество друзей (48%). В свою очередь, наименее активно социальной сетью пользуются субъекты с высокими показателями по шкале «Принятие борьбы».

Признаки зависимости от социальной сети, по результатам проведенного исследования, обнаружены у субъектов с высокими показателями по шкале «Общительность» методики «Q-сортировка» (47%). Для лиц с высокими показателями по шкале «Необщительность» такая зависимость, напротив, не характерна.

По-видимому, данная взаимосвязь обусловлена особенностями потребности в общении: общительные испытуемые «привязаны» к социальной сети потому, что она предоставляет им широкие возможности для удовлетворения потребности в общении. Необщительные лица, в свою очередь, подобной нужды не испытывают, и зависимости от социальной сети у них не возникает.

Следовательно, ко лжи в самопрезентации склонны субъекты, неуверенные в себе, склонные к самообвинению, сомневающиеся в ценности своей личности, характеризующиеся повышенной рефлексивностью и критичностью. Возможно, все эти качества формируют у субъекта предубеждение, что в том случае, если он будет честен в самопрезентации, то другие оценят его негативно. Поэтому, вероятно, ложь в данном случае выполняет защитную функцию: субъект стремится приукрасить себя, исказить информацию о себе в лучшую сторону, чтобы скрыть свои реальные или мнимые недостатки и показать себя не таким, каким он является в действительности, а другим, более привлекательным для окружающих.

В свою очередь, субъекты с высоким уровнем самоуверенности, низким уровнем самообвинения и т.д. в подобной защите не нуждаются, и поэтому у них нет необходимости прибегать ко лжи во время самопрезентации в социальной сети.

Гипотеза подтверждена.

По результатам факторного анализа первичных результатов эмпирического исследования было выделено 8 факторов, в структуру каждого из которых с высокими факторными весами вошли как показатели самоотношения, так и показатели самопрезентации в социальной сети «ВКонтакте».

Каждый из выделенных факторов в дальнейшем можно рассмотреть и проанализировать подробнее.

Заключение

Я-концепция играет, по существу, тройственную роль в жизни личности: она способствует достижению внутренней согласованности личности, определяет интерпретацию ее опыта и является источником ожиданий.

Первой, важнейшей функцией Я-концепции является обеспечение внутренней согласованности личности, относительной устойчивости ее поведения.

Вторая функция Я-концепции заключается в том, что она определяет характер интерпретации индивидом его опыта.

Третья функция Я-концепции заключается в том, что она определяет также и ожидания индивида, т.е. представления о том, что должно произойти.

Таким образом, развитие личности, ее деятельность и поведение находятся под существенным влиянием Я-концепции. Социальная сеть – это неоднозначный, до конца не изученный феномен. В настоящее время довольно сложно найти человека, который не использует социальные сети и то, как влияют они на сознание и мировосприятие людей хочется изучать и понимать все больше, исключая то отрицательное, что в них есть, заменяя исключительно положительным и полезным.

Выдвинутые гипотезы в исследовании были подтверждены. Большинство учащихся начинают пользоваться социальной сетью «ВКонтакте» в возрасте до 10 лет (начальные классы). У учащихся лица не наблюдается сильной зависимости от постоянного нахождения в социальной сети и контроля происходящих там изменений.

Список используемой литературы

1. Барановская И.Г., Реферат «Книга и ее функции. 2012.
2. Джемс У. Психология / под ред. Л. А. Петровской. — М.: Педагогика, 1991. - 368 с.
3. Елизаров А.А., Geektimes. Статья: Электронные учебники хуже запоминаются. 2011.
4. Колосова Е.А., Детское чтение в современной России: социальные функции, структура и практики: диссертация к. социол. Н.: 22.00.04 / Колосова Е.А. – Москва, 2011.- 147 с.
5. Кошко К.Н., Диссертация: Книга как социокультурный феномен в условиях информатизации общества: социально-философский анализ. 2006 г.
6. Крайг.С, Психология развития, Human Development, с. 944, Издательство ”Питер”, 2010.