

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2024, Том 12, № 3 / 2024, Vol. 12, Iss. 3 <https://mir-nauki.com/issue-3-2024.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/102PSMN324.pdf>

5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Жихарева, Л. В. Взаимосвязь ясности образа Я и особенностей онлайн-самопрезентации личности подростков / Л. В. Жихарева, М. В. Корниенко, Э. У. Куркчи // Мир науки. Педагогика и психология. — 2024. — Т. 12. — № 3. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/102PSMN324.pdf>

For citation:

Zhikhareva L.V., Kornienko M.V., Kurkchi E.U. The relationship between self-image clarity and online self-presentation characteristics of adolescents. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2024;12(3): 102PSMN324. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/102PSMN324.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 159.923

Жихарева Лилия Владимировна

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь, Россия
Заведующий кафедрой «Психологии»
Кандидат психологических наук, доцент
E-mail: liliya_80@list.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=794069

Корниенко Марина Васильевна

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь, Россия
E-mail: marina777ttt@gmail.com

Куркчи Эмиль Усеинович

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова», Симферополь, Россия
Старший преподаватель
E-mail: kurkchi69@mail.ru

Взаимосвязь ясности образа Я и особенностей онлайн-самопрезентации личности подростков

Аннотация. Данная статья посвящена изучению психологических особенностей взаимосвязи между ясностью представлений человека о себе и особенностями его самопрезентации в интернет-среде. Описан феномен самопрезентации в интернет-среде в подростковом возрасте. Современный человек все больше времени проводит в интернет-среде, активно взаимодействуя и презентуя себя онлайн. Подростковый возраст — важный период в развитии я-концепции, однако мало что известно о том, как ясность я-концепции соотносится с поведением в Сети. Интернет обладает рядом уникальных свойств, повышающих гибкость самопрезентации: анонимность, контроль над контентом и асинхронное взаимодействие. Это позволяет людям применять разные маски и экспериментировать с самопрезентацией. Исследования показывают, что интернет можно рассматривать как социальную лабораторию для экспериментов с самопрезентацией, что может как положительно, так и отрицательно влиять на личность подростков. Для эмпирической части исследования были использованы следующие методические инструменты: Шкала ясности образа «Я» Дж. Кэмпбелл, опросник онлайн-самопрезентации К. Фулвуда, методы математической обработки данных. Статистическая обработка результатов осуществлялась с помощью критерия ранговой корреляции Спирмена. В исследовании приняли участие 80 подростков в возрасте от 15 до 18 лет. Результаты исследования показали, что для большинства подростков не характерна

идеализация или множественность своего «онлайн-образа», большинство подростков исследуемой выборки стремятся формировать виртуальный образ в социальных сетях, максимально приближенный к реальному.

Ключевые слова: образ Я; ясность Я-концепции; онлайн-самопрезентация; подростки; интернет-поведение

Введение

Актуальность исследования состоит в том, что современный человек все больше времени проводит в интернет-среде, активно взаимодействуя и презентуя себя онлайн. Особенности этого процесса могут быть связаны с представлениями личности о себе.

Подростковый возраст — важный период в развитии я-концепции; однако мало что известно о том, как ясность Я-концепции соотносится с поведением в Сети. Исследователи, в целом, согласны с тем, что Интернет обладает рядом уникальных свойств, которые повышают гибкость самопрезентации. К ним относятся: виртуальная среда, в которой самораскрытие кажется более безопасным и легким из-за возросшего потенциала для анонимного взаимодействия; большой контроль над созданием и изменением контента (например, пользователи могут более тщательно выбирать, какие фотографии загружать); и расширенные возможности для асинхронного взаимодействия, позволяющих пользователям редактировать сообщения/контент перед отправкой/постингом.

Выход в Интернет, несомненно, дает возможность примерить разные маски и посмотреть, как они работают. На самом деле многие люди обнаруживают, что их образ в сети и за ее пределами несколько не совпадает. Исследования выявили ряд переменных, связанных с экспериментированием с самопрезентацией в Интернете, включая одиночество, низкий уровень социальной поддержки, низкую самооценку и нарциссизм. Определенные типы людей могут быть более склонны к экспериментам с самопрезентацией в Интернете, поскольку они особенно мотивированы компенсировать определенные недостатки или произвести желаемое впечатление.

Мир Интернета и, в частности, социальные сети предоставляют молодым людям «инструмент», позволяющий опробовать различные презентации себя и посмотреть, как на них реагируют другие. Получение одобрения (например, в виде «лайков») может служить подтверждением подлинности определенной презентации себя, которая, затем, может быть включена в его автономную идентичность.

В отечественных и зарубежных исследованиях показано, что интернет можно рассматривать как социальную лабораторию, представляющую свободу для экспериментов с различными самопрезентациями [1–5]. Показано, что самопрезентация в интернете может как положительно, так и отрицательно влиять на самооценку подростков [5–7]. Подростки, имеющие ясное представление о себе, склонны к более аутентичной самопрезентации в социальных сетях, низкая самоидентификация может приводить к негативным последствиям [8]. Высокая самооценка и экстраверсия способствует более позитивной и уверенной самопрезентации [9; 10]. Видеоигры могут служить платформой для самовыражения и экспериментов с идентичностью, подростки могут использовать видеоигры для создания идеализированных версий себя [10; 11].

Личностные характеристики подростков, оказывают значительное влияние на их активность и способы самопрезентации в социальных сетях. Так, экстраверты, как правило более активны в социальных сетях. Они чаще публикуют обновления, фотографии и участвуют в различных группах или сообществах. Склонны делиться положительными моментами своей жизни [9].

По мнению Е.Ю. Крылова, способность к саморефлексии и критическому анализу собственного онлайн-поведения способствует более осознанной, аутентичной и эффективной самопрезентации в интернете. Эти способности помогают пользователю лучше понимать себя и свою аудиторию, корректировать свое поведение и контент, а также управлять своими эмоциями и репутацией в долгосрочной перспективе [13].

В ряде исследований предметом исследования является взаимосвязь стратегий и тактик самопрезентации в интернет-среде и гендерной идентичности. Эта взаимосвязь может проявляться в различных аспектах, включая выбор контента для публикации, стиль коммуникации, визуальное оформление профилей и интерактивное поведение. Так, мужчины склонны к публикации контента, связанного с их увлечениями или профессиональной деятельностью, подчеркивая достижения и навыки, а также спортивную и другую физическую активность. Женщины часто делятся контентом, который отражает их личную жизнь, включая семью, друзей и повседневные моменты, а также могут больше времени уделять эстетике и красоте в своих публикациях [14; 15].

Исследования, основанные на интернет-зависимости как факторе, влияющем на самопрезентацию, указывают на искажении восприятия собственного Я из-за постоянного сравнения себя с другими, роста чувства социальной изоляции. Интернет-зависимые пользователи могут в большей степени зависеть от внешнего одобрения в виде лайков и комментариев. Склонны к созданию идеализированного образа в интернете, часто публикуя контент, который подчеркивает только положительные аспекты их жизни. Могут использовать фото и видео контент, который максимально повышает социальный статус или привлекательность. Напротив, интернет-независимые склонны к более аутентичной и менее идеализированной самопрезентации, делясь реальными моментами своей жизни без приукрашаний. Могут использовать интернет как средство для выражения себя и поддержания связи с друзьями и семьей, не стремясь к внешнему одобрению. Предпочитают качество взаимодействия количеству, фокусируясь на реальных социальных связях, а не на количестве подписчиков или лайков [16; 17].

Представленные исследования помогают понять, как личность использует социальные сети для создания и поддержания своего онлайн-образа «Я», какие стратегии самопрезентации применяются, какие аспекты личности подвержены изменениям в цифровой среде, а также какие последствия это может иметь на их самовосприятие и межличностные отношения.

Цель исследования

Изучение психологических особенностей взаимосвязи между ясностью представлений человека о себе и особенностями его самопрезентации в интернет-среде.

Методы исследования (подробное описание исследования)

Для эмпирической части исследования были выбраны две методики, описанные ниже:

1. Шкала ясности образа «Я» Дж. Кэмпбелл.

Цель методики: выявление уровня сформированности представлений человека о себе, как о личности, а также убеждений относительно себя и осознания респондентом собственных мотивов, потребностей и возможностей.

Опросник включает в себя 12 утверждений, которые респонденту предлагается оценить по Лайкертовской шкале, ранжируя варианты ответов от «абсолютно не согласен» до «абсолютно согласен».

2. Опросник онлайн самопрезентации К. Фулвуда.

Цель методики: изучение психологических особенностей, связанных с восприятием личностью самой себя в контексте онлайн-пространства.

Методика включает 21 высказывание, которые характеризуют предпочтения респондента в виртуальной самопрезентации.

Методика содержит 4 субшкалы:

- «Я идеальное» — демонстрирует степень идеализации респондентом своего онлайн-образа;
- «Множественные Я» — демонстрирует степень реализации стратегии множественных идентичностей (кибер-идентичностей) в виртуальном пространстве;
- «Устойчивое Я» показывает, насколько «образы Я» совпадают или расходятся в онлайн-и офлайн-пространствах;
- «Предпочтения в самопрезентации в онлайн-пространстве» показывает степень предпочтения виртуальной коммуникации реальному общению.

Данные четырех суммарных показателей объединяются в общую шкалу — «Представление себя в Интернете». Оценка всех высказываний методики осуществляется по 5-балльной шкале Лайкерта. Обработка результатов осуществляется в соответствии с ключом.

Статистическая обработка результатов осуществлялась с помощью критерия ранговой корреляции Спирмена.

В исследовании приняли участие 80 подростков в возрасте от 15 до 18 лет.

Результаты исследования

Согласно результатам исследования ясности образа «Я», представленным на рисунке 1, нами было выявлено, что у подростков преобладают низкие показатели ясности образа Я, которые были выявлены у 47,5 % респондентов.

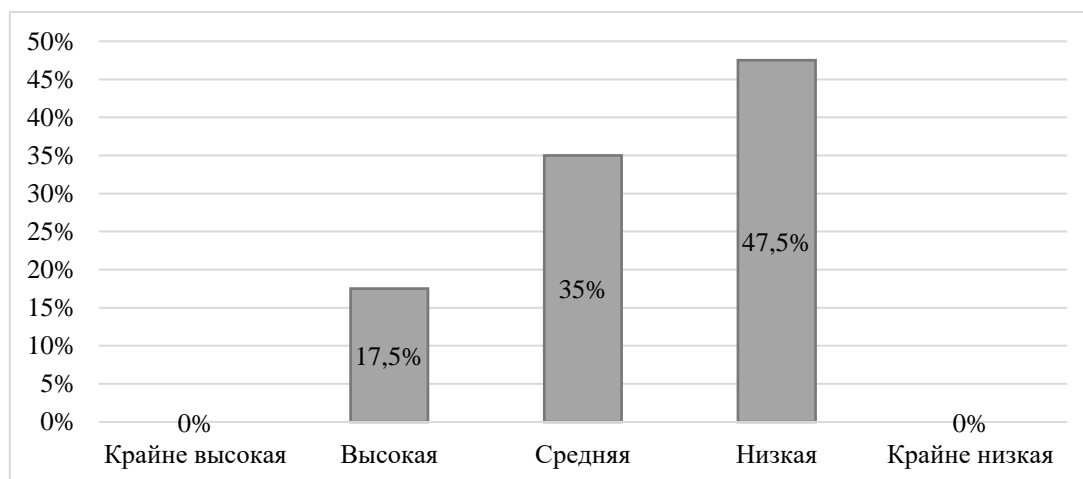


Рисунок 1. Результаты исследования ясности образа «Я»
(составлено авторами на основе экспериментальных данных)

Для 35 % подростков были характерны средние показатели ясности Я-концепции. Высокие показатели данного параметра были выявлены у 17,5 % опрошенных. Крайних показателей, со смещением как в одну, так и в другую сторону по уровню ясности образа «Я», выявлено не было.

Изучение психологических особенностей самопрезентации дало следующие результаты:

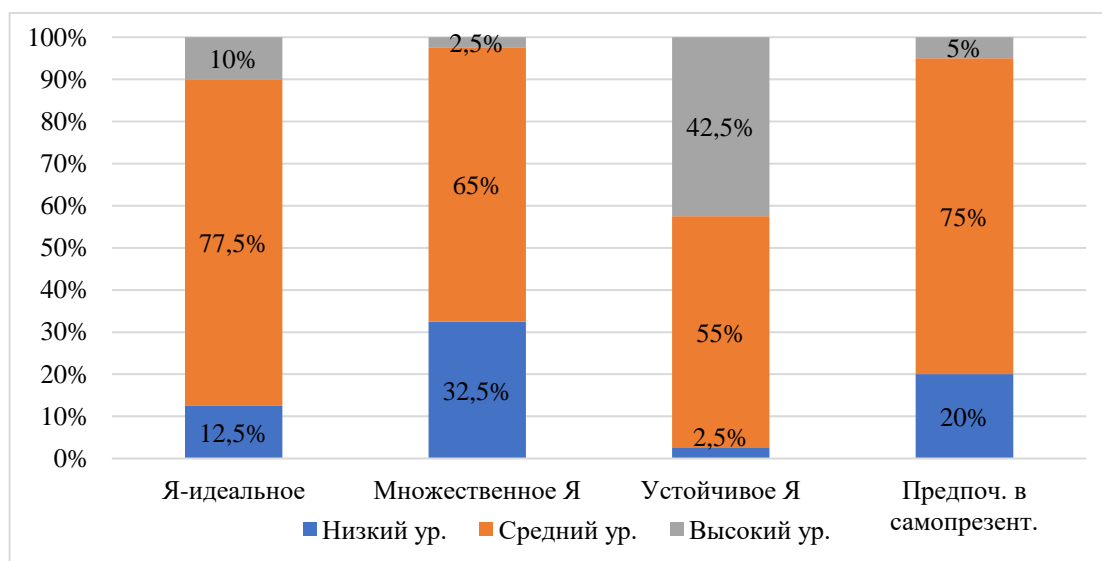


Рисунок 2. Результаты исследования самопрезентации в виртуальном пространстве (составлено авторами на основе экспериментальных данных)

Согласно данным, представленным на рисунке 2, по шкале «Я-идеальное» было выявлено, что для большинства подростков (77,5 %) характерны средние показатели. Высокий уровень «идеального Я» был обнаружен у 10 % респондентов, а низкий — у 12,5 %. Это свидетельствует о том, что для большинства подростков не свойственна идеализация своего «онлайн-образа».

По шкале «Множественное Я» 65 % подростков продемонстрировали средний уровень, 32,5 % — низкие результаты, и лишь 2,5 % — высокие показатели. Таким образом, только небольшая часть подростков склонна к частому использованию стратегии множественных идентичностей в виртуальном пространстве.

По шкале «Устойчивое Я» 55 % подростков показали средние результаты, а 42,5 % — высокие. Низкий уровень был выявлен у 2,5 % респондентов. Это говорит о том, что в большинстве случаев образы «Я» в реальном и виртуальном пространстве у подростков значительно или практически полностью совпадают.

По шкале «Предпочтения в самопрезентации в онлайн-пространстве» 75 % подростков продемонстрировали средние показатели, 20 % — низкие, и лишь 5 % — высокие. Данные результаты могут свидетельствовать о том, что у современных подростков не превалирует предпочтение виртуальной коммуникации перед реальной. Подростки стремятся к реальному общению и самопрезентации в офлайн-пространстве, хотя взаимодействие в интернет-пространстве также имеет для них высокое значение.

Нами был осуществлен корреляционный анализ по результатам, полученным в ходе проведения психодиагностических методик.

Множественное «Я» не является типичной стратегией для большинства подростков, что указывает на устойчивую самоидентификацию. То есть, чем выше уровень ясности образа Я, тем выше уровень показателя Множественное «Я» ($r = 0,381$ при $p < 0,05$). Возможно, это связано с желанием модифицировать собственный сложившийся образ Я, пробовать что-то новое. При высоком уровне ясности собственного Я ($r = 0,376$ при $p < 0,01$), проявляется и высокий уровень конгруэнтности виртуального и реального образа. То есть, большинство подростков стремятся к балансу в самопрезентации как в онлайн, так и офлайн пространствах.

Чем выше степень реализации стратегии множественной идентичности у подростков, тем больше подростки склонны идеализировать свой онлайн-образ ($r = 0,74$ при $p < 0,01$). Также при высоком уровне сформированности представлений о себе, подросток предпочитает виртуальную коммуникацию реальному общению ($r = 0,397$ при $p < 0,05$). При этом, высокий показатель ясности образа Я подростков указывает на высокий уровень идеализации собственного онлайн-образа ($r = 0,546$ при $p < 0,01$).

Выводы

В целом, полученные результаты свидетельствуют о том, что для большинства подростков характерна ясность и устойчивость образа «Я» как в реальном, так и в виртуальном пространстве. Они не склонны к идеализации или множественности своего «онлайн-образа», предпочитая формировать виртуальный образ, максимально приближенный к реальному. Кроме того, подростки не демонстрируют явного предпочтения виртуальной самопрезентации перед реальной, сохраняя стремление к непосредственному общению и самовыражению в офлайн-пространстве.

Таким образом, в ходе изучения самопрезентации подростков в интернет-пространстве, нами были получены преимущественно усредненные результаты по всем показателям методики. Отличительным может быть результат, полученный при изучении устойчивого «Я», где большая часть подростков (42,5 %) показали высокие показатели. В таком случае, можно констатировать, что для подростков не свойственно идеализировать и множить свой виртуальный образ. Напротив, подростки стремятся формировать виртуальный образ как можно приближенный к реальному, а также предпочитают «презентовать себя» в реальном, а не виртуальном пространстве.

Проведенное исследование самопрезентации подростков в интернет-пространстве показало, что для большинства из них характерны средние показатели по основным параметрам. Так, большинство подростков (77,5 %) не склонны к идеализации своего «онлайн-образа», а также не используют стратегию множественных идентичностей (65 % — средний уровень). При этом образы Я в реальном и виртуальном пространстве у большей половины исследуемых подростков (55 %) значительно или практически полностью схожи.

Кроме того, современные подростки не демонстрируют явного предпочтения виртуальной коммуникации перед реальной — 75 % показали средние результаты по этому параметру. Таким образом, можно заключить, что подростки стремятся формировать свой виртуальный образ, максимально приближенный к реальному, и не склонны к его идеализации или множеству идентичностей.

Отличительным результатом стало то, что 42,5 % подростков показали высокие показатели по шкале «Устойчивое Я», что свидетельствует о сформированности и непротиворечивости образа «Я» в разных сферах жизни. В целом, полученные данные демонстрируют, что современные подростки не склонны к кардинальной трансформации своей личности в виртуальном пространстве, а стремятся к ее целостности и непротиворечивости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Овчарова Р.В. Самопрезентация личности подростков и юношей в социальной сети / Р.В. Овчарова // Общество: социология, психология, педагогика. — 2021. — № 3(83). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-lichnosti-podrostkov-i-yunoshey-v-sotsialnoy-seti> (дата обращения: 20.06.2024).

2. Щекотуров А.В. От флирта до смены пола онлайн: подростковые практики альтернативных самопрезентаций в социальной сети «ВКонтакте» / А.В. Щекотуров // Мониторинг. — 2017. — № 6(142). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-flirta-do-smeny-pola-onlayn-podrostkovye-praktiki-alternativnyh-samoprezentatsiy-v-sotsialnoy-seti-vkontakte> (дата обращения: 21.06.2024).
3. Карпова М.К. Социальные сети как особый канал самопрезентации индивида / М.К. Карпова, М.А. Моница // Наука. Общество. Государство. — 2018. — № 1(21). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-osobyi-kanal-samoprezentatsii-individa> (дата обращения: 25.06.2024).
4. Рубцова О.В. Особенности поведения в виртуальной среде подростков с разным уровнем сформированности «образа Я» / О.В. Рубцова, Т.А. Посакалова, Е.И. Ширяева // Психологическая наука и образование. — 2021. — Том 26. — № 4. — С. 20–33.
5. Жихарева, Л.В. Психологические особенности Я-концепции личности подростков склонных к рискованному поведению в интернет-пространстве / Л.В. Жихарева, М.В. Корниенко, А.С. Андреев // Мир науки. Педагогика и психология. — 2023. — Т. 11. — № 6. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/06PSMN623.pdf>.
6. Пикулёва О.А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет / О.А. Пикулёва // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. — 2013. — 5(4). — С. 77–81.
7. Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы / Д.Н. Погорелов, Е.Л. Солдатова // The Education and science journal. Образование и наука. — 2018. — 20(5) — С. 105–124.
8. Расина Э.О. Взаимосвязь структурных и содержательных компонентов виртуального образа Я и ясности Я-концепции интернет-пользователей / Э.О. Расина // Человеческий капитал, 2022. — № 7(163). — С. 252–263.
9. Subrahmanyam, K., Šmahel, D. (2011). Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation. In: Digital Youth. Advancing Responsible Adolescent Development. Springer, New York, NY. URL: https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6278-2_4.
10. Valkenburg P.M., Peter J., Schouten A.P. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. Cyberpsychol Behav. 2006 Oct; 9(5): 584–590. doi: 10.1089/cpb.2006.9.584. PMID: 17034326.
11. Przybylski A.K., Weinstein N., Murayama K., Lynch M.F., Ryan R.M. The ideal self at play: the appeal of video games that let you be all you can be. Psychol Sci. 2012 Jan 1;23(1): 69–76. doi: 10.1177/0956797611418676. Epub 2011 Dec 14. PMID: 22173739.
12. Рубцова О.В. Исследование взаимосвязи личностных особенностей подростков с их поведением в виртуальном пространстве (на примере социальной сети «ВКонтакте») / О.В. Рубцова, А.С. Панфилова, В.К. Смирнова // Психологическая наука и образование. — 2018. — Том 23. № 3. — С. 54–66. DOI: 10.17759/pse.2018230305.
13. Регуш Л.А. Самопрезентация в виртуальной среде: концепция обучения / Л.А. Регуш, Е.Ю. Крылов // Россия на рубеже тысячелетий: общество, наука, образование. Межвузовский сборник научных трудов. — Выпуск 10. — Пятигорск- Минеральные воды: «ПГЛУ — МВФ МОСА», 2011. — С. 66–71.

14. Горбушина Е. Особенности самопрезентации в социальных сетях с учетом половых различий / Е. Горбушина // Психологические исследования. — Том 16. № 90. — 2023. — URL: <https://doi.org/10.54359/ps.v16i90.1434>.
15. Остапенко И.А. Тендерные аспекты коммуникации в Интернет-среде / И.А. Остапенко // Актуальные проблемы обществознания: межвузовский сборник научных трудов — Зерноград (Ростовская обл.): АЧГАА, 2004. — URL: https://studexpo.net/1110758/filosofiya/tendernye_aspekty_kommunikatsii_internet_s_rede#738
16. Наумова, Т.А. Социально-психологические особенности зависимых и независимых от Интернет пользователей / Т.А. Наумова // Человек и мир: социальное поведение личности в изменяющемся мире: Материалы научно-практической конференции, 15–17 января 2007 г. — Ижевск, 2007. — С. 251–253.
17. Леонов Н.И. Образ «я» в виртуальном пространстве интернет-независимых и интернет-зависимых социальных агентов / Т.А. Наумова, Н.И. Леонов // Педагогическое образование в России. — 2013. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-ya-v-virtualnom-prostranstve-internet-nezavisimyh-i-internet-zavisimyh-sotsialnyh-agentov> (дата обращения: 20.06.2024).

Zhikhareva Lilia Vladimirovna

Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov, Simferopol, Russia
E-mail: liliya_80@list.ru
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=794069

Kornienko Marina Vasilievna

Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov, Simferopol, Russia
E-mail: marina777ttt@gmail.com

Kurkchi Emil Useinovich

Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov, Simferopol, Russia
E-mail: kurkchi69@mail.ru

The relationship between self-image clarity and online self-presentation characteristics of adolescents

Abstract. This article is devoted to the study of the psychological features of the relationship between the clarity of a person's self-image and the peculiarities of his self-presentation in the Internet environment. The phenomenon of self-presentation in the Internet environment in adolescence is described. Modern people spend more and more time in the Internet environment, actively interacting and presenting themselves online. Adolescence is an important period in the development of the self-concept, but little is known about how the clarity of the self-concept correlates with online behavior. The Internet has a number of unique properties that increase the flexibility of self-presentation: anonymity, control over content and asynchronous interaction. This allows people to apply different masks and experiment with self-presentation. Research shows that the Internet can be considered as a social laboratory for experiments with self-presentation, which can both positively and negatively affect the personality of teenagers. For the empirical part of the study, the following methodological tools were used: The scale of clarity of the image of «I» by J. Campbell, the questionnaire of online self-presentation by K. Fulwood, methods of mathematical data processing. Statistical processing of the results was carried out using Spearman's rank correlation criterion. The study involved 80 adolescents aged 15 to 18 years. The results of the study showed that the majority of adolescents are not characterized by idealization or multiplicity of their «online image», the majority of adolescents in the study sample tend to form a virtual image on social networks, as close as possible to the real one.

Keywords: self-image; clarity of self-concept; online self-presentation; adolescents; Internet behavior