

Секция «Психология»

**Анализ взаимосвязи самопрезентации личности с  
индивидуально-психологическими особенностями.**

**Ноликова Екатерина Андреевна**

*Студент*

*Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Факультет  
психологии, Саратов, Россия  
E-mail: katya.nolikova@mail.ru*

Интернет – пространство представляет собой в настоящее время широкое исследовательское поле для изучения психологических проблем, и одна из них – самопрезентация в сети интернет. Что же касается непосредственно возможности исследования взаимосвязи идентичности и самопрезентации пользователя в виртуальной среде, то она определяется прежде всего спецификой этой самой среды. (Пикулёва, 2013, с. 117) Понятие «самопрезентация» обычно используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и тактик, применяемых индивидом для создания необходимого впечатления о себе. Одним из первых исследователей, серьёзно занимавшихся феноменом самопрезентации, был Ирвин Гоффман. Подход, развиваемый в данной работе, — это подход театрального представления, а следующие из него принципы суть принципы драматургические. В ней рассматриваются способы, какими индивид в самых обычных рабочих ситуациях представляет себя и свою деятельность. (Гоффман, 2000, с. 29) Актуальность изучения самопрезентации в современных научных публикациях связывается с запросами социальной практики, с успешностью межличностных коммуникаций и социального продвижения личности. Проблема самопрезентации в интернет – пространстве активно изучается, в частности, исследования психологических особенностей в виртуальном пространстве представлены в работах Е. П. Белинской, А. Е. Войскунского, А. А. Гавриленко, А. Е. Жичкиной, З. С. Завьялова, Е. Ю. Крылова, Ю. В. Чепеля, Н. В. Чудовой, И. С. Шевченко, О. А. Пикулева, у таких зарубежных представителей, как Дж. Мид, Ч. Кули, М. Кун, Э. Гоффман, Р. Ковальски, М. Снайдер, Т. Питтман, Дж. Тедеш, Л. Фестингера, Ф. Хайдера, Б. Шленкера, Р. Чалдини. Однако, несмотря на повышенный интерес к данной проблеме, остается еще множество не раскрытых вопросов.

Наше исследование посвящено изучению взаимосвязей самопрезентации личности в социальных сетях с её индивидуально-психологическими особенностями, в частности, самооценкой и акцентуациями характера. Данное исследование имеет практическую ценность, так как доказывает, что имеется возможность косвенно рассматривать личность человека через его самопрезентацию в социальных сетях. Цель работы – выявить взаимосвязь между индивидуально-психологическими особенностями и самопрезентацией личности в социальных сетях на примере социальной сети Вконтакте. Гипотеза исследования: самопрезентация личности в социальной сети связана с ее индивидуально-психологическими особенностями. В исследовании принимали участие студенты, имеющие свою личную страницу в социальной сети Вконтакте. Общий объем выборки составил 60 человек. Для реализации поставленной цели были использованы следующие методы и методики: классические методы – наблюдение и беседа, методики «Акцентуации личности» Леонгарда-Шмишека, методика С. А. Будасси «На-

хождение количественного выражения уровня самооценки», а так же авторскую анкету «Моё поведение в социальной сети». Для изучения виртуальной самопрезентации участников исследования были проанализированы их личные страницы в социальной сети Вконтакте, а именно: аватар (его наличие/отсутствие, его характер), никнейм (соответствие/несоответствие реальному имени), индикатор текущего состояния (статус), размещение фотоматериалов (характер фотографий, рисунков), информация, отражающая социально-демографические и статусные характеристики, количество друзей. Социальная сеть Вконтакте была выбрана по причине высокой популярности в России – у нее самый высокий процент российский интернет-пользователей.

В результате исследования было выяснено, что респонденты, у которых количественное выражение уровня самооценки интерпретируется как «адекватная самооценка» общительны в социальных сетях, у них довольно много друзей, и они готовы общаться с незнакомыми и малознакомыми людьми. Их ник-нейм не отличается от реального имени, главная фотография – аватар – это фотография самого индивида и/или с семьей и друзьями. Социально-демографические характеристики не отличаются от реальных: пол, возраст, семейное положение правдивы. Поведение в социальной сети почти не отличается или не отличается вовсе от поведения в реальной жизни.

Респонденты, у которых количественное выражение уровня самооценки интерпретируется как «заниженная самооценка» или «завышенная по невротическому типу» склонны сообщать не правдивую информацию о себе или не сообщать вообще. У людей с заниженной самооценкой очень редко в качестве юзерпика можно увидеть реальную фотографию – чаще это картинка или фотография другого человека. Личных фотографий мало или они отсутствуют. Также и с личной информацией – она искажена (например, изменен возраст) или вообще не сообщается. У респондентов с завышенной самооценкой больше половины фотографий в альбомах – это личные фотографии, могут представляться человеком другого пола, возраста, статуса – то есть так же склонны к искажению информации о себе.

По результатам опросника Леонгарда-Шмишека было выявлено, что сходные по типам акцентуации респонденты предпочитают отмечаться в сходных по тематике группах и сообществах, а специфика наполнения контента страницы коррелирует со специфическими чертами личности, описанными Леонгардом. Было так же выявлено, что содержание аватаров не связано с типом акцентуации – в качестве юзерпика может быть личная фотография, картинка, фотографии животных, юмористические картинки, символы и тому подобное. С индивидуально-психологическими особенностями респондента тесно связано желание или нежелание заводить новые знакомства и контакты, предпочтение в общении со старыми знакомыми. В анализе результатов опросника было установлено, что существует несколько типов акцентуаций, которые встречаются у пользователей социальной сети Вконтакте чаще, чем остальные.

### **Литература**

1. Пикулёва О. А. Психология самопрезентации личности: Монография. М., 2013
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон-Пресс, 2000.

### **Слова благодарности**

*Конференция «Ломоносов 2014»*

Спасибо за организацию конференции!