
СУНГУРОВА Н.Л.,

кандидат психологических наук,
доцент, кафедра психологии и
педагогики,
ФГБОУ ВПО «Российский
университет дружбы народов»,
г. Москва, Россия

ИВАЩЕНКО А.В.,

доктор педагогических наук,
профессор, кафедра психологии
и педагогики,
ФГБОУ ВПО «Российский
университет дружбы народов»,
г. Москва, Россия

ВИРТУАЛЬНАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ЦЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

У статті проведено психологічний аналіз проблеми віртуальної самопрезентації у взаємозв'язку з цінностями сучасної студентської молоді. Автори звертають увагу на те, що соціокультурне середовище інформаційного простору породжує варіативність віртуальної самопрезентації особистості. У статті представлені результати емпіричного дослідження варіативності самопрезентації особистості в Інтернеті, особливостей цінностей студентів з різними стратегіями віртуальної самопрезентації, взаємозв'язку стратегій самопрезентації та цінностей.

Ключові слова: цінності, варіативність, віртуальна самопрезентація.

В статье проведен психологический анализ проблемы виртуальной самопрезентации во взаимосвязи с ценностями современной студенческой молодежи. Авторы обращают внимание на то, что социокультурная среда информационного пространства порождает вариативность виртуальной самопрезентации личности. В статье представлены результаты эмпирического исследования вариативности самопрезентации личности в Интернете, особенностей ценностей студентов с разными

© СУНГУРОВА Н.Л., ИВАЩЕНКО А.В., 2017

стратегиями виртуальной самопрезентации, взаимосвязи стратегий самопрезентации и ценностей.

Ключевые слова: ценности, вариативность, виртуальная самопрезентация.

The article has a psychological analysis of the problem of virtual self-presentation, which is interconnected with the values of modern student youth. The authors pay attention to the fact that the socio-cultural environment of the information space generates variability in the virtual self-presentation of the individual. The article presents the results of an empirical study of the variability of self-presentation of the individual on the Internet, the characteristics of students' values with different strategies of virtual self-presentation, the relationship between self-presentation strategies and values.

Key words: values, variability, virtual self-presentation.

- Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, грант № 15-06-10956а «Индивидуально-типологические характеристики личности студентов в информационном пространстве».

Социокультурная среда современного информационного пространства, возможности общения, опосредованного сетью, создают особые условия для самовыражения человека, самопрезентации личности и вариативности этой самопрезентации.

Исследованию самопрезентации в Интернете посвящены работы В. Фриндте, Т. Келера, Е.П. Белинской, А.Е. Войскунского, А.Е. Жичкиной, И.С. Шевченко.

Самопрезентация (или самопредъявление) рассматривается как сознательно управляемая передача информации о себе собеседнику. Виртуальная самопрезентация может пониматься как сознательное экспериментирование с собственной идентичностью, как стремление проявлять себя различных ролях, испытывать новизну впечатления от новой роли (Н.Л. Сунгурова).

В. Фриндте, Т. Келер выделили сеть способов самопрезентации или идентификации в Интернете: адрес

электронной почты, имя пользователя, псевдонимы («ники»), подписи, личные странички, самоописания, селективные самопрезентации (шутки, смайлики).

Виртуальная самопрезентация личности осуществляется в разнообразных формах общения: общение в режиме реального времени, общение, при котором сообщения адресату приходят с отсрочкой (А.Е. Войскунский)

Участники виртуального взаимодействия активны, непредсказуемы. Они выступают в различных социальных ролях (профессиональной, статусной). При этом дифференциация этих ролей достаточно условна, да и статусное положение не имеет особого значения. Стратегии сетевого поведения могут транслироваться из реальной жизни, могут частично изменяться, а могут порождаться в виде новой и непривычной формы (И.С. Шевченко).

Если в реальной жизни человек оказывается включенным в более или менее структурированные, ре-

гламентированные отношения, то в пространстве виртуальном наблюдается динамичность, безграничность, разнообразие возможностей и некая социальная неопределенность, что актуализирует потребность в виртуальной самоактуализации, виртуальной идентичности (Е.П. Белинская, А.Е. Войскунский, А.Е. Жичкина).

Потенциальная и актуальная множественность виртуальной идентичности могут порождать многообразные самопрезентации личности в сетевом взаимодействии. Построение сетевой идентичности отличной от реальной, может быть связано как с неудовлетворенностью определенными сторонами реальной идентичности, с нереализованностью в действительности, так и с желанием стать лучше, создать идеализированный образ «Я», с потребностью быть признанным. Примером создания сетевой идентичности, отличающейся от реальной, можно считать виртуальную «смену пола» (Дж. Сулер) или конструирование ненормативных виртуальных личностей (отдельные сетевые субкультуры).

В связи с поисками виртуальной идентичности встает вопрос ценностей участников сетевого взаимодействия, особенно молодежи, которые отличаются неустойчивостью, чувствительностью к влиянию различных внешних детерминант, в том числе, Интернет-ресурсов.

В психологии понятие «ценность» рассматривается как продукт общественного сознания, отражающий представление нормам и правилах поведения в различных сферах общественной жизни (Серый, Яницкий). Личностные ценности выступают структурным образованием направленности личности, являются компонентом культуры человека.

На формирование и развитие ценностей студенческой молодежи, оказывают влияние собственный опыт, семья, образовательные учреждения, средствами массовой коммуникации, Интернет. Являясь новым способом коммуникации, сетевые ресурсы выступают не только источником информации об окружающем мире, но и средством передачи и воспроизводства общечеловеческих, конкретно-исторических, социальных ценностей, норм, правил взаимодействия и моделей социального поведения.

Приведем описание результатов эмпирического исследования вариативности виртуальной самопрезентации и ценностей студентов в Интернет-взаимодействии. В нем приняли участие студенты московских вузов. Общий объем выборки составил 356 человек. В задачи исследования входило выявление особенностей виртуальной самопрезентации, ценностей студентов, характера взаимосвязи самопрезентации и ценностей, проведение качественного анализа ценностей студентов с разными стратегиями самопрезентации. Использовались методики: опросник «Я в Интернет-общении» (И.С. Шевченко), «Уровень соотношения «Ценности» и «Доступности» в различных жизненных сферах» (Е. Б. Фанталова). Методы математической обработки данных: описательная статистика, непараметрическая статистика, корреляционный анализ. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, IBM SPSS Statistics Version 20.

Содержательно были выделены два варианта самопрезентации в Интернет-общении: «статусная самопрезентация» и «личностная самопрезентация». Первая из них позволяет изучить вариативность в сфере создания впе-

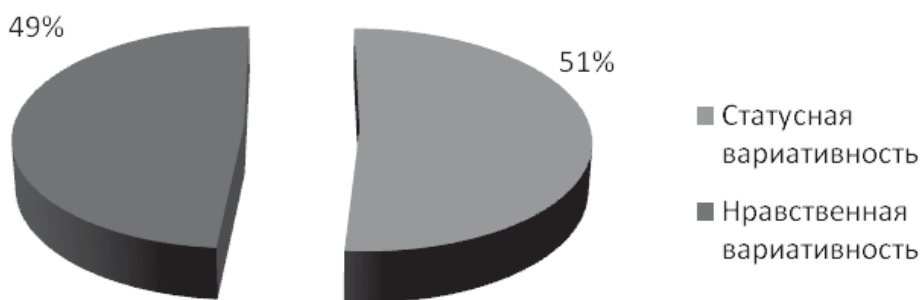


Рис.1. Процентное соотношение по шкалам самопрезентации в Интернете

чтения о статусе, социальной роли респондентов. Вторая – определить вариативность самопрезентации нравственного, этического слоя личности.

Процентное распределение по шкалам опросника «Я в Интернет-общении» (И. Шевченко) представлено на рис 1.

Для образа «Я в Интернет-общении» наших респондентов характерна и нравственная вариативность само-

презентации, и проявление различных социальных ролей, варьирование своим личным, социальным статусом. Статистическая обработка данных по критерию Фридмана χ^2 не выявила значимых различий в уровне средних значений рангов по шкалам.

На рисунке 2 показан сравнительный анализ средних тенденций стратегий самопрезентации по полу (140 девушек, 156 юношей). В выборке юно-

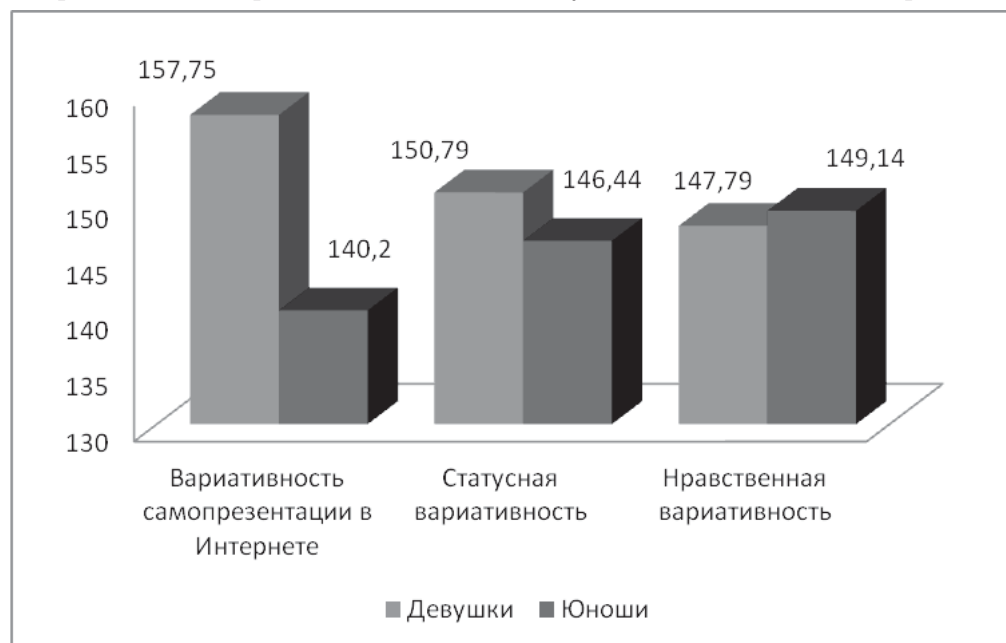


Рис.2. Сравнительный анализ стратегий самопрезентации в Интернете по полу

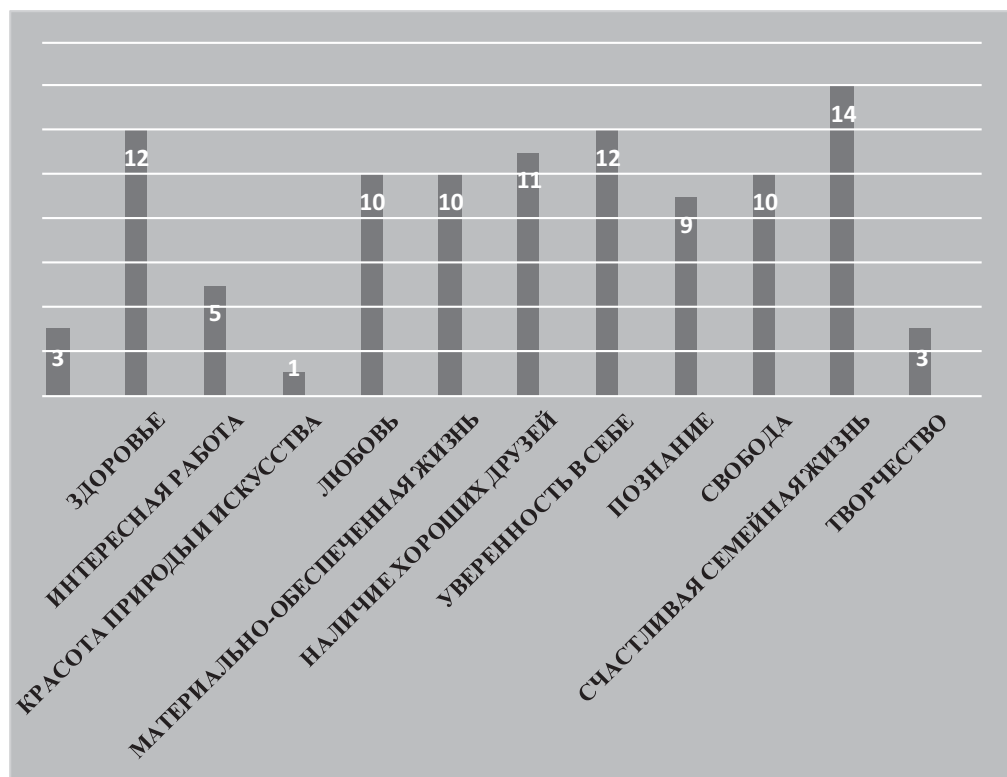


Рис. 3. Процентное соотношение ценностей студентов с выраженной вариативностью самопрезентации в Интернете

шей преобладает стратегия «Нравственная вариативность», а в выборке девушек – «Общая вариативность» и «Статусная вариативность». Девушки в большей мере склонны изменять свой социальный статус, варьировать различными ролями. Однако, статистическая обработка по критерию Манна-Уитни не выявила значимых различий.

Далее представим результаты структурного качественного анализа исследования ценностей студентов для каждой стратегии самопрезентации. На этом этапе были исследованы 70 респондентов. На рисунке 3 показаны ценности респондентов с высоким уровнем «Общей вариативности самопрезентации».

На первом месте оказывается ценность «счастливая семейная жизнь» (14%), на втором – ценности «уверенность в себе» и «здоровье» (12%), на третьем – «наличие хороших и верных друзей» (11 %).

На рисунке 4 представлено распределение ценностей респондентов с высоким уровнем «Статусной вариативности».

Первую позицию снова занимает ценность «счастливой семейной жизни» (16%), вторую - ценности «любовь» и «наличие хороших и верных друзей» (15%), третью - «здоровье» (13 %). Студенты активно используют возможности электронной коммуникации для демонстрации своего личностного статуса. Что во многом объ-

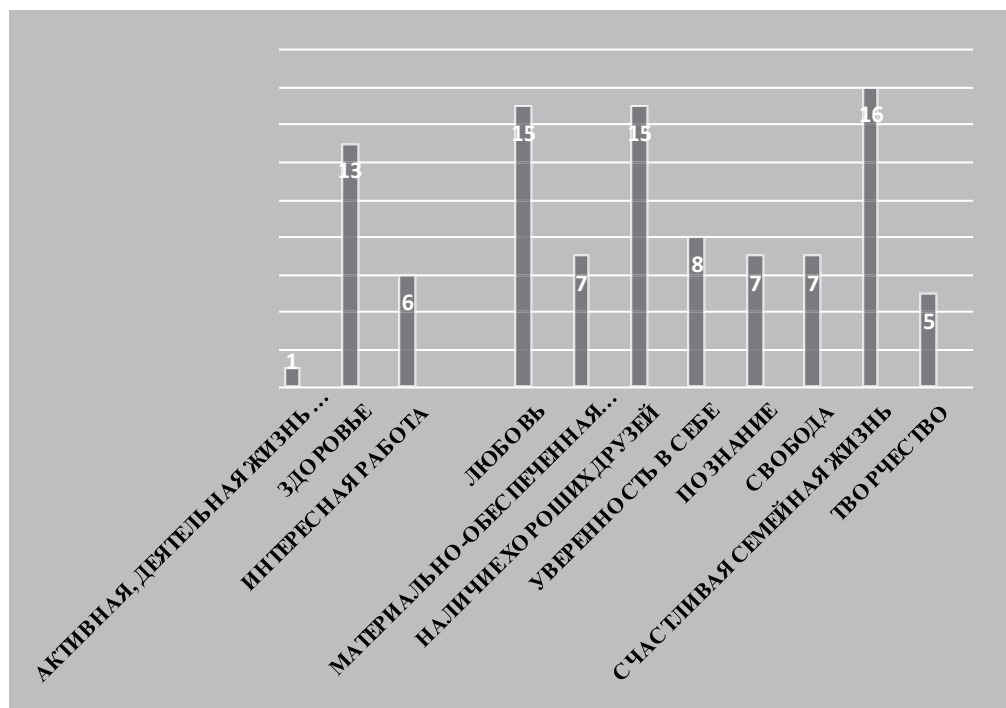


Рис. 4. Процентное соотношение ценностей студентов с выраженной статусной вариативностью самопрезентации в Интернете

ясняется задачами развития в данном возрасте (поиск партнера, создание семьи, установление дружеских и любовных отношений, понимание важности сохранения здоровья).

На рисунке 5 представлено распределение ценностей респондентов с высоким уровнем «Нравственной вариативности».

На первом месте оказывается ценность «счастливая семейная жизнь» (18%), на втором - ценности «здоровье» и «любовь» (15%), на третьем - «уверенность в себе» и «познание» (10 %). Для студентов, предпочитающих варьирование нравственной самопрезентацией, приоритетными являются фундаментальные, базовые ценности.

Проведенный нами корреляционный анализ результатов исследования с использованием коэффициента корреляции Спирмена выявил следующие

значимые связи.

Стратегия самопрезентации «Вариативность самопрезентации» положительно коррелирует с ценностью «познание» ($r_s = 0,305$ $p = 0,01$), что указывает на стремление студентов в поиске собственной идентичности познавать себя и окружающий мир.

«Статусная вариативность» отрицательно коррелирует с ценностью «наличие хороших и верных друзей» ($r_s = -0,289$, $p = 0,015$). Для студентов, предпочитающих данную стратегию, не является важным наличие реального дружеского окружения. На наш взгляд, данный факт вызывает определенную тревогу. Реализация собственных амбиций, возрастание социального статуса может приводить к нивелированию ценности дружбы.

Таким образом, в студенческой среде проявляются базовые ценности,

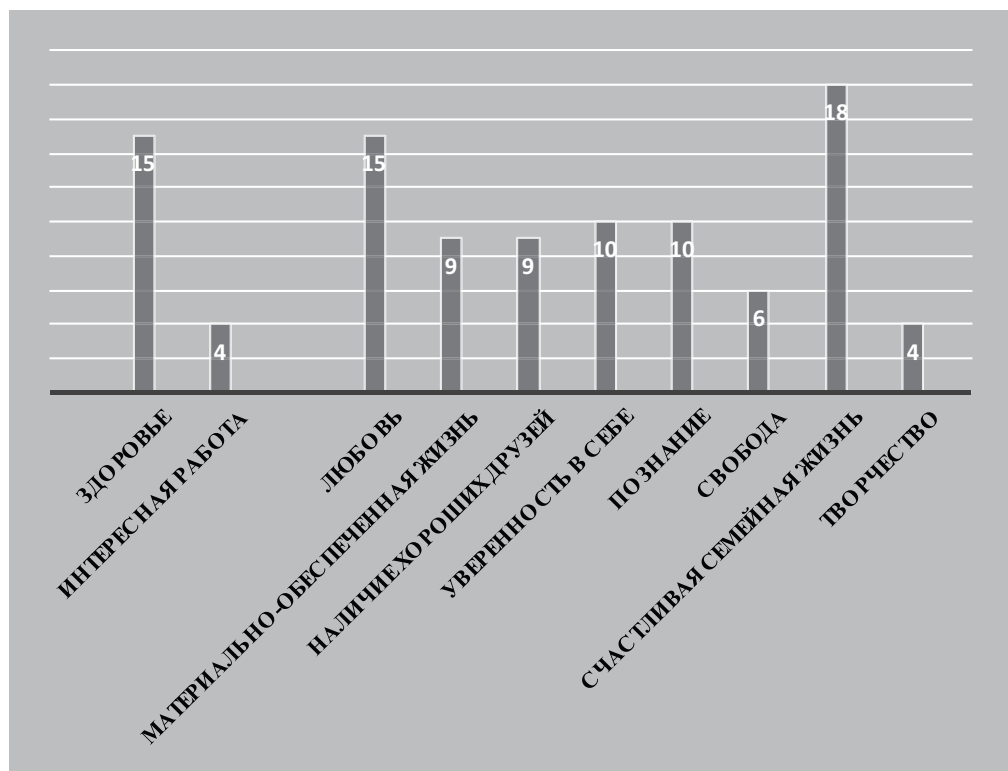


Рис. 5. Процентное соотношение ценностей студентов с выраженной нравственной вариативностью самопрезентации в Интернете

определяющие становление идентичности, в том числе и виртуальной. Выявленные особенности в проявлении ценностей студентов с той или иной

выраженной вариативностью самопрезентации в Интернете вероятнее всего, влияют на характер сетевой активности.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью // <http://www.lgg.ru/~psihfaq/index.html> // <http://hr-portal.ru/article/strategii-samoprezentacii-v-internet-i-ih-svyaz-s-realnoy-identichnostyu>
2. Войскунский А.Е. Гуманитарный Интернет // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 3-10.
3. Жичкина А.Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста/Автореферат дисс. кандидата психол. наук. – М., 2001. – 199с.
4. Серый А. В, Яницкий М.С. Ценностно-смысловая сфера личности / Учебное пособие. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 1999 - 92 с.

5. Сунгурова Н.Л. Личностные детерминанты взаимодействия студенческой молодежи с информационно-компьютерными технологиями: монография. – Москва: РУДН, 2017. – 172 с.
6. Фанталова Е. Б. Диагностика ценностей и внутренних конфликтов в общей и клинической психологии // Клиническая и специальная психология. 2013. № 1 – Самара: Бахрах – М., 2001. – 127 с.
7. Шевченко И.С. Вариативность самопрезентации личности в Интернет-общении: Дисс...канд.психол. наук. – Казань, 2002.
8. Suler J. Psychology of Cyberspace // www.rider.edu/users/suler/psycyber/futurether.html

TRANSLITERATION OF REFERENCES:

1. Belinskaja E.P. Strategii samoprezentacii v Internet i ih svjaz' s real'noj identichnost'ju // <http://www.lgg.ru/~psihfaq/index.html> // <http://hr-portal.ru/article/strategii-samoprezentacii-v-internet-i-ih-svyez-s-realnoy-identichnostyu>
2. Fantalova E. B. Diagnostika cennostej i vnutrennih konfliktov v obshhej i klinicheskoy psihologii // Klinicheskaja i special'naja psihologija. 2013. № 1 – Samara: Bahrah – M., 2001. – 127 s.
3. Seryj A. V, Janickij M.S. Cennostno-smyslovaja sfera lichnosti / Uchebnoe posobie. - Kemerovo: Kemerovskij gosudarstvennyj universitet, 1999 - 92 s.
4. Shevchenko I.S. Variativnost' samoprezentacii lichnosti v Internet-obshhenii: Diss...kand.psihol. nauk. – Kazan', 2002.
5. Suler J. Psychology of Cyberspace // www.rider.edu/users/suler/psycyber/futurether.html
6. Sungurova N.L. Lichnostnye determinanty vzaimodejstviya studencheskoj molodezhi s informacionno-komp'yuternymi tehnologijami: monografija – Moskva: RUDN, 2017. - 172s.
7. Voiskunsky A.E. Humanitarian Internet // Humanitarian research on the Internet / Under A.E. Voiskunsky. M.: Mozhaisk Terra, 2000, pp 3-10
8. Zhichkina A.E. Interrelation of identity and behavior on the Internet users of youthful age. – M., 2001.

Sungurova Nina Lvovna

Ph.D. (Psychology), Associate Professor, Psychology and Pedagogics Department, RUDN University (Peoples' Friendship University of Russia), Moscow, Russian Federation
E-mail: sungurovanl@mail.ru

Ivaschenko Aleksader Vasilievich

D.Sc. (Pedagogics), Professor, Psychology and Pedagogics Department, RUDN University (Peoples' Friendship University of Russia), Moscow, Russian Federation
E-mail: avi1937@mail.ru

VIRTUAL SELF-REPRESENTATION AND VALUES OF STUDENT YOUTH