МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет педагогики, психологии и социальных наук

Кафедра «Прикладная психология»

Направление подготовки 44.04.02 «Психолого-педагогическое образование»
Магистерская программа «Социальная психология в образовании»

Магистерская диссертация
на тему

«Изучение личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях»

Студент _____ (подпись) Гарина Светлана Анатольевна

Научный руководитель _____ (подпись) Проскурина В.И.

Нормоконтролёр _____ (подпись) Карманова Т.М.

Рецензент к.пед.н., директор МБОУ «Лицей №55» г. Пензы _____ (подпись) Краличкина Е.А.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 15.02.2021 № 12

Заведующий кафедрой _____ (подпись) Медведева И.А.

Работа защищена с отметкой хорошо (протокол заседания ГЭК от 2.03.21 №3)

Секретарь ГЭК _____ (подпись) Карманова Т.М.

Пенза 2021

Содержание

Введение 3
Глава 1. Анализ теоретических данных по проблеме исследования 8
1.1. Психологические особенности студенческого возраста 8
1.2. Понятие идентичности в психологии 19
1.3. Самопредъявление студентов в социальных сетях 27
1.4. Обзор современных исследований по проблеме самопредъявления студентов в социальных сетях 36
Выводы по главе 1 42
Глава 2. Эмпирическое исследование личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях 46
2.1. Процедура и методы исследования 46
2.2. Анализ и интерпретация полученных данных 52
Выводы 69
Заключение 72
Список используемых источников 74
Приложения 81

Введение

Проблема самосознания, в том числе идентичности, в современном научном пространстве является высоко востребованной не только в исследованиях, посвященных ее теоретическому анализу, но и в ее эмпирической реализации. Личностная центрация научного контекста, расширение дисциплинарных границ и дисциплинарная интеграция ставят новые методологические цели и исследовательские задачи. Среди них достойное место занимает вопрос личностной репрезентации, основой которой, безусловно, является Я-концепция, персональная и социальная идентичность. Соответственно, исследовательский интерес коснулся и самопредъявления личности, ее форм и способов.

На современном этапе развития информационных технологий возникают новые каналы коммуникации между людьми. Одним из них является виртуальная среда «Интернет». Сегодня для молодежи интернет является и развлечением, и сферой общения, и источником информации, и площадкой для создания собственного контента.

Социальные сети являются уникальным образованием, предоставляющим своим пользователям не только возможность коммуникации, но и ресурсы для самовыражения и самоидентификации. В основном подобная деятельность реализуется в рамках функции самопредъявления.

Количество исследований, посвященных самопредъявлениюличности в виртуальном пространстве, не велико, а их направленность сконцентрирована на описании поведения пользователей в различных ситуациях виртуального общения. В условиях развивающейся виртуальной среды, очевидной становится необходимость эффективного взаимодействия между людьми с использованием всех возможных средств коммуникации. Часто от того, каким образом человек представляет себя окружающим и

какое впечатление на них производит, зависит его успех, как вделовых, так и в личных отношениях.

В этой связи нами было проведено исследование, тема которого звучит следующим образом: «Изучение личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях».

Цельисследования:Изучение личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях для использования диагностических данных в консультативной и коррекционной практике работы педагога-психолога с представителями студенческой молодежи.

Объект:личностная идентичность студентов.

Предмет: личностная идентичность студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях.

Гипотеза:В личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях, существуют различия по степени согласованности структурной организации личностной идентичности, по компонентам личностной идентичности, показателям оценки, силы и активности.

Исходя из цели исследования и в соответствии с выдвинутой гипотезой, были определены следующие **задачи:**

1. Провести анализ научной психолого-педагогической литературы по проблеме исследования;
2. Уточнить теоретические представления о личностной идентичности и самопредъявлении;
3. Подобрать диагностический комплекс, для изучения личностной идентичности и стратегий самопредъявленияиспытуемых.
4. Провести эмпирическое исследование, направленное на изучение личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях;

5. Проанализировать и интерпретировать полученные результаты исследования.

Методологическая база исследования.Понятие «личностная идентичность» связанов психологии с проблемой формирования «Я – концепции» личности (Э. Эриксон, З. Фрейд, В.В. Столин, И.С. Кон);самоопределения (Л.С. Выготский,С.Л. Рубинштейн, Л.И. Божович) Идентифицирование,как базовый процесс и механизм самопознания,освещён в трудах В.С. Мухиной, Р.Л. Кричевского, Е.З. Басиной,В.Г. Маралова, В.А. Петровского.Подходы к проблеме идентичности представлены также в работах зарубежныхпсихологовпсихоаналитической парадигмы (Дж. Марсия,А. Ватерман, Г.Р. Адаме, M.D.Berzonsky).Самопредъявление рассматривается в русле символического интеракционизма- как средство формирования образа Я и поддержания самооценки (У.Джеймс, Ч.Кули, Дж.Г.Мид, И.Гофман, Д.Майерс, Р.Фогельсон), когнитивного баланса - как способность осознанного устранения диссонанса, который возникает у человека в результате рассогласования между собственной оценкой себя и оценками других людей (Ф.Хайдер, Л.Фестингер, Р.Аркин, А.Шутц, Р.Баумейстер, А.Стейнхилбер).

Для достижения цели и проверки гипотезы были использованы следующие **методы:**

1. Организационный метод (сравнительный метод);
2. Контент-анализ личных страниц в социальных сетях испытуемых;
3. Методы статистической обработки данных (критерияКраскела–Уоллиса,угловое преобразование Фишера);
4. Диагностический эксперимент с использованием следующих методик:

- Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой;

- «Методика исследования личностной идентичности» В.Б. Никишиной, Е.А. Петраш;
- «Методика личностного дифференциала» (ЛД);
- Тест Куна – Макпартленда «Кто Я» (Модификация Т.В. Румянцевой).

Организационная база исследования. ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет». Объем выборки составил 71человек (от 18 до 23 лет).

Исследование проводилось в **три этапа**:

1 этап (сентябрь 2018 – июнь 2019 гг.) анализ научной литературы по проблеме исследования особенностей самопредъявления в социальных сетях студентов с разным уровнем личностной идентичности;отработка понятийного аппарата исследования; постановка цели; определение объекта, предмета и задач исследования; формулирование гипотезы; выбор методов исследования.

2 этап (сентябрь 2019 – июнь 2020 гг.) – подбор диагностического инструментария для исследования личностной идентичности и стратегий самопредъявления, проведение эмпирического исследования.

3 этап (сентябрь 2020 – декабрь2020 гг.) –количественный и качественный анализ результатов эмпирического исследования; формулирование выводов; оформление магистерской диссертации.

Научная новизна исследования состоит в уточнении понятий«личностная идентичность» и «самопредъявление в социальной сети».

«Личностная идентичность»– осознание личностью своей собственной неповторимости, уникальности (когнитивный компонент), отношение к себе (эмоциональный компонент) и выбор поведения в соответствии с определенными ролями (поведенческий компонент).

«Самопредъявление в социальной сети» - совокупность всех действий человека в виртуальном пространстве с целью создания определенного образа,который предъявляется виртуальному обществу для идентификации и привлечения внимания.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования диагностических данных в консультативной и коррекционной практике работы педагога-психолога с представителями студенческой молодежи,а также в процессе преподавания курсов по общей психологии, психологии личности, психологии общения.

Материалы диссертации могут быть использованы в рамках курса специализации на психологических факультетах.

Апробация и внедрение результатов исследования. По результатам исследования была опубликована статья: Гарина С.А. Особенности самопредъявления студентов в социальных сетях / С.А. Гарина // Актуализация персональных ресурсов личности: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. И.А. Медведевой. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2020. – С. 109-113. Принята к печати статья: Гарина С.А. Особенности самопредъявления в социальных сетях студентов с разным уровнем личностной идентичности

Структура диссертациисоответствует логике научного исследования и включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы, включающий 61 источник, и 2 приложения (индивидуальные данные испытуемых и результаты математической статистики). В тексте диссертации имеется 4 рисунка и 9 таблиц. Общий объем диссертации составляет 80 страниц без учета приложений.

Глава 1.Анализ теоретических данных по проблеме исследования

1.1.Психологические особенности студенческого возраста

Особым периодом в жизни человека является студенчество. Студенчество в качестве отдельной возрастной и социально-психологической категории выделено в науке относительно недавно - в 1960-х годах ленинградской психологической школой под руководством Б.Г. Ананьева при исследовании психофизиологических функций взрослых людей. В исследованиях Л.А. Барановой, М.Д. Дворяшиной, Е.И. Степановой, Л.Н. Фоменко, а также в работах Ю.Н. Кулюткина, В.А. Якунина, и др. накоплен большой эмпирический материал наблюдений, приводятся результаты экспериментов и теоретические обобщения по этой проблеме [27, 60, С. 23].

Студенчество представляет собой социальную группу, целью существования которой является подготовка к выполнению высоких профессиональных и социальных ролей в обществе. Период студенчества имеет свои специфические особенности и функции. Как социальная группа студенчество функционирует в системе образования, выступает в качестве объекта производства, предметом которого является сам человек, личность [41]. Главной формой этого производства является образовательная деятельность.

Как социальная группа студенчество имеет следующие признаки:

- выполнение определенных социальных функций;

- детерминированность поведения членов групп;

- целостность и самостоятельность по отношению к другим социальным группам;

- специфические социально-психологические черты и система ценностей.

Студенческий возраст (юность) - завершающий этап социализации. Деятельность и ролевая структура личности на этом этапе уже приобретают ряд новых, взрослых качеств. Главная социальная задача этого возраста - выбор профессии. Выбор профессии и типа учебного заведения неизбежно дифференцирует жизненные пути девушек и юношей, со всеми вытекающими отсюда социально-психологическими последствиями. Расширяется диапазон общественно-политических ролей и связанных с ними интересов и ответственности [32]. Получение высшего образования оказывает значительное влияние на организацию психики человека и развитие его личности в целом. Во время обучения развиваются все уровни человеческой психики, но все это происходит при обучении в благоприятных условиях, определяющих склад мышления человека, который характеризует направленность в сфере профессии. Для того, чтобы обучение в высшем учебном заведении было максимально успешным, студенту необходимо иметь высокий уровень общего развития интеллекта, мышления, памяти, восприятия, а ещё хорошо владеть логическими операциями [6, С. 23-24].

Период профессиональной подготовки ещё называют «стадией адепта» (по Климову Е.А) не имеет особых возрастных границ как таковая. Она может начаться ещё в школьном возрасте или возрасте поздней юности. Обучение какой-либо профессии, которое происходит в форме учебной деятельности и в форме самовоспитания, ориентацию на общность профессионалов данного дела или отрасли, приобщение к её основам, усвоение норм и правил, которые сопровождают трудовой процесс, а также приобщение к этой деятельности – все это общие характеристики, которые присущи любому человеку, осваивающему определённую профессию. До тех пор, пока ребёнок не окончит школу – становление направленности в плане профессии играет только одну из полей в личностному развитии, а уже в возрасте студенчества – это главное направление психического развития [32].

В плане психологии, взрослость, как объект для изучения первым в нашей стране использовал Рыбников Н.Н.. Он дал название новому разделу в психологии возраста - «акмеологией». Акмеология изучает психологию взрослости. Возраст студента, в качестве переходного между возрастом зрелости и юности, рассматривает акмеология в виде завершения процессов развития психики и считается наиболее ответственным возрастом. Выготский Л.С. считал что взрослость соответствует возрасту 18-25 лет и дал ему название – «начало зрелой жизни»[17, С. 244-268].

Рассматривая студенчество как «особую социальную категорию, специфическую общность людей, организованно объединенных институтом высшего образования», Зимняя И.А. выделила ведущие характеристики студентов, которые отличают их от всех остальных групп населения страны:

-высокий уровень познавательной мотивации;

-высокая социальная активность;

-высокая познавательная мотивация;

-удачное сочетание социальной зрелости и зрелости интеллекта.

Если говорить о сфере общего развития психики, то в данном периоде происходит интенсивная социализации личности, а также присутствует интенсивное развитие высших психических функций, упрочняется интеллектуальная система. Если брать во внимание лишь биологический возраст человека, то юность – это переходный возрастной период между детством и периодом взрослости. Вследствие этого данный период связывают со взрослением в зарубежной психологии [27].

Как личность соответствующего возраста, студента можно охарактеризовать с биологической, социальной и психологической стороны.

Психологическая сторона вопроса представляет собой собрание воедино всех психологических свойств личности, её состояний и процессов. Основное внимание в психологической стороне вопроса стоит уделить психическим свойствам личности, а именно характеру, имеющимся

способностях, темпераменту. Именно от них в большей степени зависит то, как будут протекать психические процессы, проявляться психические образования и возникать состояния психики. В социальной стороне личности находят воплощения общественных отношений и качеств, которые зависят от того, к каким социальным группам принадлежит человек. Биологическая же сторона включает в себя тип ВНД, рефлексы (условные и безусловные), телосложения, физические возможности и т.п. Многое в этом вопросе решает наследственность, которая предопределенна генетически [43].

Рассмотрение человека с этих трех сторон может многое рассказать о нем, о его качествах, возможностях, об особенностях его возраста и многом другом. По сравнению с другими возрастными периодами, в возрасте юношества отмечают самую высокую из возможных скорость оперативной памяти и высокую скорость переключения внимания. Таким образом, люди студенческого возраста могут быть охарактеризованы, как достигшие самых высоких, по сравнению с другими возрастными периодами, «пиковых» результатов [1].

Рассмотрим развитие студента на различных курсах.

На первом курсе решаются задачи освоения новых форм коллективной жизни. Отметим, что поведение первокурсников отличается высокой степенью конформизма; у них часто отсутствует дифференцированный подход к своим социальным ролям. Как отмечают В.И. Слободчиков и Е.И. Исаев, процесс адаптации первокурсников к вузу обычно «сопровождают отрицательные переживания, связанные с уходом вчерашних учеников из школьного коллектива с его взаимной помощью и моральной поддержкой; неподготовленностью к обучению в вузе; неумением осуществлять психологическое саморегулирование собственного поведения и деятельности, усугубляемое отсутствием привычного, повседневного контроля педагогов; поиском оптимального режима труда и отдыха в новых

условиях; налаживанием быта и самообслуживания, особенно при переходе из домашних условий в общежитие и т.п.» [51, с. 321].

Кризис первого курса, отмечаемый многими исследователями, связан не только с недостаточной продуманностью выбора. Поступление в вуз вносит неоднозначные коррективы в ту ближайшую временную перспективу и систему ожиданий, которая сложилась у молодого человека к концу школьного обучения. Некоторые из поступивших в вуз переживают разочарование, т.к. ожидали погружения в новую социальную среду с новой системой отношений с взрослым сообществом. На деле же продолжается все то же, классно-урочное по своей форме, обучение, а общение с педагогом строится по школьной вопросно-ответной схеме [15]. Это заставляет молодых людей искать пространство психосоциального моратория вне вуза. В этом случае профессиональное образование в спектре возрастных задач начинает занимать далеко не первое место.

У других возникают проблемы с саморегуляцией в связи со снижением педагогического контроля. Это приводит к регрессии. Именно различение смысловых ориентаций является определяющим для всего процесса обучения. Не все первокурсники понимают, что период относительно невысокой учебной нагрузки при нежестких учебно-административных требованиях, можно использовать для утоления «экзистенциального голода» и «духовной жажды». Но в нынешней системе образования существует и другая проблема: те, кто это понимает, не всегда находит в вузе подходящих оснований, условий. В этой связи очевидна необходимость проектирования в вузе «психологического пространства взросления».

Второй курс является периодом очень напряженной учебной деятельности. На втором курсе студент включен уже во все формы обучения и воспитания. Они не только получают общую подготовку, у них формируются новые культурные запросы и потребности. В норме процесс адаптации к среде вуза на этом этапе в основном завершен.

На третьем курсе начинается специализация, у части студентов укрепляется интерес к научной работе, происходит углубление профессиональных интересов. Необходимость в специализации иногда приводит к сужению сферы интересов личности.

На выпускных курсах осуществляется более детальное знакомство со специальностью, максимально приближенное к будущей профессиональной деятельности. Это период интенсивного поиска наиболее рациональных путей и форм специальной подготовки. Происходит переоценка многих жизненных ценностей. На старших курсах формируются достаточно четкие установки на будущую профессию. Проявляются новые, становящиеся все более актуальными ценности, связанные с материальным и семейным положением, местом работы и т.д. [38].

Если рассматривать человека студенческого возраста, в качестве личности, то в этот возраст, когда усиленно развиваются чувство прекрасного и нравственные чувства, стабилизируется характер, а также к этому возрасту человек осваивает весь комплекс социальных ролей. Он становится взрослыми человеком. С данным периодом совпадает период включения человека в трудовую деятельность и период создания семьи. Происходит изменение мотивации и в целом всей системы ценностных ориентации личности и в то же время формируются способности, имеющие связь с профессией. Демографы выделяют данный возрастной период, как центральный в плане становления интеллекта и характера человека,

Проблемами юности занимались такие психологи и педагоги, как Д.А. Донцов, М.В. Донцова, И.С. Кон, Д.И. Фельдман, А.В. Толстых, И.В. Дубровина, А.А. Реан, Н.Г. Милорадова и другие [22, 23, 34, 38, 48]. Юность рассматривается как самостоятельный период развития личности и индивидуальности человека.

Многие психологи указывают на онтологическую неоднозначность юношеского возраста, а также на неоднозначность подходов к его изучению.

К.Н. Поливанова высказала предположение о том, что чем младше ребенок, тем определеннее и конкретнее его проявления. Напротив, чем старше становится индивид, тем выше влияние на его развитие конкретных обстоятельств индивидуальной жизни и социокультурных особенностей [46, С. 80].

В юности все менее выраженной становится зависимость содержания жизни индивида от хронологического возраста. Содержание жизни теперь все больше определяется личными обстоятельствами жизни человека. К ним относятся род занятий, установи, система ценностей, жизненный опыт и т.д. Процессы построения социального поведения и субъективного мира не всегда отражают последовательность стадий. В юности человек устраивает свою жизнь по различным образцам и сценариям. Проявляя социальную и личностную незрелость в повседневных ситуациях, занимая «школярскую» позицию в обучении, молодой человек может быть весьма серьезным в решении вопросов нравственного выбора, этических проблем и т.п. В одних случаях он мало отличается от подростка, в других - он принципиальнее многих взрослых.

Период юности рассматривался издавна как период подготовки человека к взрослой жизни, хотя в разные исторические эпохи ему придавался разный социальный статус. Проблема юности волновала философов и ученых издавна, хотя возрастные границы этого периода были нечетки, а представления о психологических, внутренних критериях юношеского возраста были наивны и не всегда последовательны. В плане научного изучения юность, по выражению П.П. Блонского, стала относительно поздним достижением человечества [14]. Юность однозначно оценивалась как этап завершения физического, полового созревания и достижения социальной зрелости и связывалась с взрослением, хотя представления об этом периоде развивались со временем, и в разных исторических обществах оно было отмечено различными возрастными

границами. Сами представления о юности исторически развивались. И.С. Кон отмечал, что «возрастные категории во многих, если не во всех языках первоначально обозначали не столько хронологический, сколько социальный статус, общественное положение». И в наши дни существует связь возрастных категорий и социального статуса человека. Хотя сейчас возможный уровень индивидуального развития человека влияет не малыми образом на его положение в обществе, на его социальные роли и характер деятельности. На возраст сильно влияет социальная система, но в то же самое время, человек во время социализации может изменить социальные роли :оставить старые и принять на себя новые [34].

Т. Томэ различает два разнонаправленных типа развития в юношеском возрасте: прагматический и творческий. Прагматический тип характеризуется ориентацией на целесообразность и уход от источников, причин беспокойства, чему субъект придает первостепенное значение. Этот тип развития нельзя отнести к действительно индивидуальному, поскольку личность молодого человека в этот период стремится к гомеостатическому равновесию. Творческий путь можно назвать путем сознательного саморазвития.

В.И. Слободчиков относит юношеский период к этапам индивидуализации. На этом этапе своей жизни человек вырабатывает собственное мировоззрение, определяет свою уникальность и самобытность. Индивидуализация предполагает рефлексию человеком всех своих способностей и способствует целенаправленному саморазвитию [51].

Психологическое содержание юности связано с развитием самосознания, решения задач профессионального самоопределения и вступления во взрослую жизнь. В ранней юности формируются познавательные и профессиональные интересы, потребность в труде, способность строить жизненные планы, общественная активность, утверждается самостоятельность личности, выбор жизненного пути. В

молодости человек утверждает себя в выбранном деле, обретает профессиональное мастерство и именно в молодости завершается профессиональная подготовка, а, следовательно, и студенческая пора. А.В. Толстых подчеркивает, что в молодости человек максимально работоспособен, выдерживает наибольшие физические и психические нагрузки, наиболее способен к овладению сложными способами интеллектуальной деятельности. Легче всего приобретаются все необходимые в выбранной профессии знания, умения и навыки, развиваются требуемые специальные личностные и функциональные качества (организаторские способности, инициативность, мужество, находчивость, необходимые в ряде профессий, четкость и аккуратность, быстрота реакций и т.д.) [41].

Возраст, характерный для обучения в высшем учебном заведении совпадает сначала со вторым периодом юности, а позже первым периодом зрелости. Это время в жизни человека знаменуется сложным становлением черт личности. Можно отметить ряд работ, в которых проводились исследования особенностей данного возраста: это работа Ананьева Б.Г.[6], Лисовского В.Т. [36], Дмитриева А.В., Кона И.С.[34]. Самая важная черта, отличающая нравственное развитие в этом возрастном периоде – усиление осознаваемых мотивов поведения. Усиливаются те качества, которые были в дефиците у школьников, например самостоятельность, инициативность, самоконтроль, настойчивость. У студентов появляется больший интерес к проблемам морали [11].

Основными социально-психологическими и возрастными характеристиками и факторами любого периода развития личности являются: социальная ситуация развития личности, ведущий вид деятельности, сфера общения, психические новообразования, параметры интеллектуального развития, эмоциональные качества личности.

Ведущая деятельность в юношеском возрасте в общем и целом - учебно-профессиональная. Социальные мотивы, связанные с будущим, начинают активно побуждать учебную деятельность в этом возрасте. В юности проявляется большая избирательность к учебным предметам. Основной мотив познавательной деятельности этого периода - стремление приобрести социально значимую профессию. Психологическую базу для профессионального самоопределения в юности составляет, прежде всего, социальная потребность юношей и девушек занять позицию взрослого человека, осознать себя в качестве члена общества, определить себя в мире, т.е. понять себя и свои возможности наряду с пониманием своего места и назначения в жизни.

Сфера общения в юношеском возрасте имеет большое значение для развития личности, что выражено в высокой значимости для юношей и девушек именно качественных характеристик процесса коммуникации.

Главные психические новообразования юношеского возраста:

- глубокая рефлексия;
- развитое осознание собственной индивидуальности;
- формирование конкретных жизненных планов;
- готовность к самоопределению в профессии;
- установка на сознательное построение собственной жизни; ·
- постепенное врастание в различные сферы жизни и деятельности;
- развитие самосознания;
- активное формирование мировоззрения.

Интеллектуальное развитие в юности имеет так же свою специфику. Появляются повышенная склонность к самоанализу и потребность систематизировать, обобщать свои знания о себе (разбираться в своём характере, своих чувствах, действиях, поступках). Происходит соотношение себя с неким идеалом, активизируется возможность самовоспитания. Мышление в юности приобретает личностный эмоциональный характер.

Появляется некоторая познавательная страстность к теоретическим и мировоззренческим проблемам (активно развиваются интеллектуальные чувства).

Эмоциональные личностные свойства в юности так же активно развиваются и усложняются. Происходит существенная перестройка эмоциональной и волевой сферы, проявляется самостоятельность, решительность, критичность и самокритичность, выражено неприятие лицемерия, ханжества, грубости. Юношеский возраст характеризуется повышенной эмоциональной возбудимостью (неуравновешенность, резкая смена настроения, тревожность и т.п.). В то же время, чем старше юноша и девушка, тем сильнее выражено у них улучшение общего эмоционального состояния, так как кризис ранней юности уже прошёл. Развитие эмоциональности в юности тесно связано с индивидуально-личностными свойствами человека, с его самосознанием и самооценкой. Все это детерминировано усилением личностного контроля, самоуправления, новой стадией развития интеллекта, открытием своего внутреннего мира.

На сегодняшний день именно в течение юношеского (студенческого) периода жизни человек решает, в какой последовательности он приложит свои способности для реализации себя в труде и в самой жизни. Таким образом, значение периода юности на текущий момент развития общества существенно возрастает [22, С. 68-82].

Таким образом, можно сказать, что студенческий возраст представляет собой особый период жизни, который является завершающим этапом социализации человека. Главная социальная задача этого возраста - выбор профессии. Возрастные особенности возраста студента следующие: высокий уровень образования, самая высокая социальная активность, по сравнению с другими возрастными периодами, удачное сочетание социальной и интеллектуальной зрелости и высокий уровень познавательной мотивации. Мы уже говорили о том, что по критерию возраста, студента можно описать

с трех сторон: социальной, биологической и психологический. Конкретно социальная сторона диктует то, что в юности молодым людям приходится самостоятельно выходить на взрослый путь: начинать трудовую деятельность, становиться членом определённой социальной группы – то есть искать своё определённое место в обществе. Социальные мотивы, имеющие связь с будущим становятся мотивирующим фактором в учении. Сфера общения имеет большое значение для развития личности, что выражено в высокой значимости для юношей и девушек именно качественных характеристик процесса коммуникации. Главными психическими новообразованиями юношеского возраста являются: глубокая рефлексия, развитое осознание собственной индивидуальности, формирование конкретных жизненных планов, готовность к самоопределению в профессии, установка на сознательное построение собственной жизни, постепенное врастание в различные сферы жизни и деятельности, развитие самосознания, активное формирование мировоззрения. Появляются повышенная склонность к самоанализу и потребность систематизировать, обобщать свои знания о себе. Происходит соотношение себя с неким идеалом, активизируется возможность самовоспитания. Мышление приобретает личностный эмоциональный характер.

1.2. Понятие идентичностив психологии

Идентичность представляет собой структуру, субъективно переживаемую человеком как чувство тождественности и постоянства собственной личности при восприятии других, признающих это тождество. Человек со сформированной идентичностью ощущает себя и свое бытие постоянным, а прошлое, настоящее и будущее воспринимает как единое целое [59].

Идентичность – это отношение, наполненное положительными эмоциями, в первую очередь радостью и уверенностью индивида в своем положении, т.к. благодаря идентичности оно представляется более прочным и надежным. Это действительно так, поскольку отношения – это связь, наполненная оценкой. В случае идентичности связь эта достаточно прочная, а оценка – положительные. С отрицательно им оцениваемым индивид никогда не станет себя идентифицировать – ему сначала придется сменить отрицательную оценку на положительную. Идентичность – это переживание индивидом незначимости своих различий с кем-либо или чем-либо, или же переживание им своих различий как положительных: взаимодополняющих, способствующих «общему делу» [28].

Идентичность способствует формированию сплоченных групп или сообществ индивидов, независимо от направленности их действий. К примеру, идентичностью индивид может обладать и с группой террористов, и с антитеррористической группой. При этом идентичность становится основанием для проявлений товарищества, сотрудничества, взаимопомощи. Следовательно, сама по себе идентичность – нравственно-нейтральное явление. Ее содержание определяется чертами объекта идентификации [**Error! Unknown switch argument.**].

Центральным в периодизации Эриксона является понятие идентичность и самоидентичность. Сам Эриксон определяет это понятие только тавтологически, как «субъективное чувство непрерывнойсамотождественности». Сущностным, научным определением самоидентичности и является вся теория ее развития, представленная в схеме периодизации Э. Эриксона [58].

Психосоциальная идентичность является центральным понятием теории Э. Эриксона, который впервые детально начал изучение данного феномена. Э. Эриксон понимает идентичность как процесс организации жизненного опыта в индивидуальное «Я», что предполагает динамику его

развития на протяжении всей жизни человека. Идентичность, по Э. Эриксону, представляет собой сложное личностное образование, имеющее несколько уровней:

- индивидный (результат осознания человеком собственной временной протяженности; представление о себе как о некоторой относительно неизменной данности физического облика, темперамента и т.д.);

- личностный (ощущение человеком собственной неповторимости, уникальности своего жизненного опыта, задающее некоторую тождественность самому себе);

- социальный (отражает внутреннюю солидарность человека с социальными, групповыми идеалами и стандартами.Данный феномен Э. Эриксон называет социальной идентичностью) [59].

Важным механизмом формирования идентичности являются, по Э. Эриксону, последовательные идентификации ребенка со значимыми взрослыми (психосоциальная идентичность возникает как постепенный синтез идентификаций). В случае, если между различными моделями поведения взрослых, с которыми идентифицируется ребёнок, возникает конфликт, он находит свое выражение в психологических проблемах ребенка.

С точки зрения Э. Эриксона, идентичность никогда не достигает завершенности, ее формирование характеризуется динамизмом представлений о себе, которые служат основой постоянного расширения самосознания и самопознания личности [58].

Согласно теории Э. Эриксона, в развитии личности происходит закономерная смена этапов, в течение каждого из них происходят качественные преобразования внутреннего мира, отношений и поведения человека, в результате чего он как личность приобретает нечто новое, характерное для данного этапа развития.

Э. Эриксон построил оригинальную схему развития человека на протяжении всей жизни, положив в основу «эпигенетический принцип». Термин «эпигенез» был позаимствован из биологии, он означает учение о зародышевом развитии организма как процессе, осуществляемом путем последовательных новообразований в противовес признанию в половых клетках и зачатках зародыша изначального многообразия структур [59].

Эпигенетическая теория развития Э. Эриксона охватывает все жизненное пространство человека (от младенческого возраста до старости). Автор описывает исторические условия, в которых формируется «Я» (Эго) ребенка. Развитие «Я» тесно связано с изменяющимися социальными предписаниями, культурным аспектом и ценностными ориентациями. По мнению Э. Эриксона, человек, взаимодействуя с окружающим миром в процессе своего развития, становится все более и более компетентным. «Я» (Эго) ориентируется на ценности и идеалы общества, становящиеся в процессе воспитания личности ценностями и идеалами ее самой.

Э. Эриксон выделил восемь стадий жизненного пути человека, для каждой из которых характерна специфическая задача, выдвигаемая обществом. От того, решает человек эти задачи, или же испытывает внутренний конфликт, «застревая» на какой-либо стадии развития, зависит его дальнейшая жизнь, ее качество и чувство субъективного благополучия [58]:

Стадия 1. Базовое чувство доверия – недоверия.

От рождения до 18 месяцев. Э. Эриксон подчеркивает ключевую роль матери в прохождении данной задачи возраста. Критерий сформированности доверия к миру, по Э. Эриксону, представляет собой способность ребенка спокойно переносить то, что мать периодически исчезает из поля зрения, вскоре возвращаясь. Установление благоприятных взаимоотношений между ребенком и матерью оказывает существенное влияние на всю его дальнейшую жизнь.

Стадия 2. Автономность – стыд, сомнение. От 18 до 36 месяцев.

В этом возрасте ребенок интериоризирует отношение к нему окружающих, впоследствии это формирует его образ «Я». Благодаря адекватному родительскому отношению, ребенок научается понимать свои чувства и потребности, формируя способность произвольного управления своим эмоциональным состоянием и поведением. Частые наказания за непослушание в этом возрастеприводят к развитию чувства стыда и неуверенности в себе.

Стадия 3. Инициатива (предприимчивость) – вина. От 3 до 6 лет.

В этот период усиливается потребность ребенка в самостоятельности, в постановке своих целей, придумывании занятий, проявлении изобретательности. Это возраст игры, в которой ребенок осваивает мир человеческих отношений. На данном этапе важным для развития ребенка является его доверие к взрослому, который поощряет ребенка в его достижениях. Если общение ребенка со взрослым наполнено положительными эмоциями, это может способствовать переходу на новую ступень развития идентичности.

Стадия 4. Трудолюбие – неполноценность. От 6 до 11 лет.

Ребенок овладевает различными умениями; кроме игровой, появляется учебная деятельность, стремление трудиться, усердно учиться. В этот период ребенок приобретает внутреннюю позицию школьника, у него формируется учебная мотивация. Э. Эриксон отмечает еще одну важную характеристику данного периода – развитие рефлексии как способности к осознанию себя и своих действий [59]. Рефлексия способствует тому, что ребенок вырабатывает свой собственный взгляд на мир, собственное мнение, личностное отношение к окружающему. В период 6-11 лет у ребенка формируется чувство умелости, компетентности, а в негативном варианте развития –чувство неполноценности [58].

Стадия 5. Идентичность – ролевой беспорядок. От 11 до 20 лет.

Этот этап является ключевым для приобретения чувства идентичности. Подростки колеблются между положительным полюсом идентификации «Я» и отрицательным полюсом спутанностью ролей. Подросткам бывает сложно принимать себя такими, какие они есть, со всеми достоинствами и недостатками, сильными и слабыми качествами. При удачном протекании кризиса подросткового возраста, у юношей и девушек формируется чувство идентичности, при неблагоприятном протекании их характеризует спутанная идентичность (мучительные сомнения в себе, в своем месте в обществе, неясные жизненные перспективы).

Стадия 6. Интимность – изоляция. От 21до 25 лет.

Молодые люди переходят к решению взрослых жизненных задач, вступают в дружеские отношения, формируют брачный союз, в котором рождаются дети. Период молодости называют этапом «человеческой близости». В этот период происходит принципиальный выбор между установлением близких отношений, дружеских и семейных связей и изоляцией (к ней склонны юноши и девушки со спутанной идентичностью). Таким образом, центральным противоречием на этой стадии является конфликт между близостью и изоляцией. Молодые люди, успешно разрешившие этот конфликт, не боятся и умеют устанавливать близкие доверительные отношения с противоположным полом. Близость, по Э. Эриксону – это способность отдавать себя другому человеку, не боясь потерять собственную идентичность, свое «Я».

Стадия 7. Производительность – застой. От 25 до 50/60 лет.

На этом этапе обнаруживается противоречие между способностью человека к развитию, к продуктивности и личностным застоем, медленным регрессом личности. В период взрослости формируется и пересматривается содержание жизненных планов человека. По мнению Э. Эриксона, важнейшей характеристикой в становлении взрослого человека является продуктивность той деятельности, которой он занимается, которую он

ощущает как ценную для себя. В том вкладе, который человек вносит в развитие общества, он может оценить на этапе взрослости свою включенность, продуктивность (или стагнацию, застой).

Стадия 8. Целостность – отчаяние, безысходность. Свыше 60 лет.

Эта стадия завершает жизненный путь. Человек, рефлексируя прожитую жизнь, либо чувствует уравновешенность как следствие целостности своей личности, либо – отчаяние как итог жизни, прожитой «не так, как хотелось». Период поздней взрослости (зрелости) характеризуется наличием генеративности–стремления влиять на следующее поколение через собственных детей, через собственный вклад в развитие общества. Под генеративностью понимается способность личности видеть мир, интересоваться другими людьми, быть продуктивным, что дает человеку ощущение субъективного благополучия. В другом варианте, при наличии замкнутости в психологическом плане, у пожилого человека снижаются интересы и притязания к внешнему миру, появляется эгоцентризм, снижается эмоциональный контроль, «заостряются» некоторые личностные черты. В варианте адаптации к старению по принципу «замкнутости», этот возрастной период нельзя считать возрастом развития. Но возможен и другой вариант адаптации, когда пожилой человек желает сохранить себя как личность, стремится поддерживать и развивать его связи с обществом. В этом случае он стремится концептуализировать, систематизировать и передать свой опыт будущему поколению. Таким образом, на каждой стадии развития человека, описанной Э. Эриксоном, присутствуют определенные задачи возраста. Человек, решая их, проживает кризисы развития. Итогом положительного прохождения кризиса является новообразование возраста, характеризующее переход на более зрелую ступень идентичности. Итогом негативного прохождения кризиса является «застревание» на определенном этапе развития, что мешает человеку двигаться дальше, формируя свою идентичность, реализуя свой жизненный потенциал [58].

Понятие «идентичность», которое использовал Эриксон было подвергнуто операционализации для его дальнейшего измерения в других психологических работах. Модель статусов идентичности, которую предложил Джеймс Марсия считается самой удачной. Он представил идентичность, в качестве возможной психологической структуры, которая феноменологически выражается с помощью паттернов решения личностью определённых проблем. Поведенческие индикаторы, которые показывают отсутствие или наличие идентичности – принятие каких-либо обязательств или их неприятие, прохождение им кризисов или не прохождение их, а также изучение возможных альтернатив. В итоге он выделил два критерия. Первый из них показывал собой, есть ли у человека приверженность целям, являющимся значимым индивидуально для личности, её ценностями и убеждениям. Второй же показывал, случаются ли у человека периоды, когда он занимается исследованием альтернатив, способствующих повторной проверке целей и ценностей, принятых ранее и их анализу.Пересекаясь эти два критерия образуют 4 статуса идентичности:

1)Предрешенная идентичность – поиск целей и идеалов не осуществлялся, но его у человека присутствует устойчивая система ценностей и убеждений, которая была сформирована под воздействием жизненных обстоятельств;

2)Диффузная идентичность - поиск личных целей и идеалов человека не был произведён;

3)Мараторий – активный поиск решений, который производится в настоящий момент, но в это время не существует достаточно устойчивой ценностной системы, обстоятельств и убеждений;

4)Достигнутая идентичность отличается активными поиском, выполненным самостоятельно и устойчивой ценностной системы, обстоятельств и убеждений [7].

В данной работе основное внимание уделяется особенностям формирования идентичности в юношеском возрасте, поскольку студенческий возраст попадает именно в эти границы.

1.3.Самопредъявление студентов в социальных сетях

В научном мире современности существует множество различных интерпретаций понятия «самопрезентация» (от англ. «self-presentation») – это и самопредставление, и самопрезентация, и самопредъявление [5, 8, 9, 20, 29, 39, 52, 55].

Если рассмотреть определение, которое трактует английский язык, то самопрезентация – это осознаваемое, намеренное поведение, которое направлено на, то чтобы создать о себе нужное впечатление среди окружающих людей. Существует ряд синонимов, обозначающих такое поведение людей, например:

- «impressionmanagement» - управление впечатлением;
- «socialperformance» - социальное представление;
- «self-salience» - самоподача.

В каких-то случаях их рассматривают, в качестве синонимов, в других же, как понятия, которые имеют иерархические связи.

В психологических исследованиях нашей страны большей популярностью пользовался термин «самопредъявление» [55]. Вследствие этого, мы остановили свой выбор на нем, так как он обозначает собой совокупность тех действий человека, которые он выполняет для того, чтобы смоделировать определённый образ себя период другими. Причём образ может создаваться, как для одного человека, так и для группы людей. Далее будет представлен обзор исследований касающихся самопредъявления и самопрезентации студентов, в рамках данной работы эти понятия будут использованы в качестве синонимов.

Самопредъявление - один из важных моментов в плане социализации человека. Он отражает сферы виртуального и реального общения людей. Если брать во внимание подростковый возраст, то здесь будет в большей степени важна информационная социализация. По мнению Н.А. Голубевой и Т.Д. Марцинковской, именно она играет больше значение, вследствие того, что в наше время заметно увеличилось количество информационных источников, новых технологий. Данный факт послужил поводом для увеличения реального пространства социализации [18, 37].

Работы И.П. Шкуратовой говорят о том, что альтернативные способы самопредъявления и их средства формируются при использовании способности реализовывать разнообразные социальные роли. В рамках современных реалий, при взаимодействии с обществом, от личности требуется быстрая и гибкая смена социальной роли с одной на другую, которая больше отвечает конкретной социальной ситуации. Очень часто это выражается у детей подросткового возраста, которым приходится часто находиться в различных социальных контекстах: школа, круг друзей, внешкольная деятельность, семья и другие[55].

В работах Шкуратовой также подчёркивается, то насколько важную роль в наши дни играет интернет в плане построения социального взаимодействия. Как пример, здесь приводится опрос блогеров, создателей своих интернет-дневников. Большая часть (58%) ведёт блог, с целью выражения себя, другие (54%) для восполнения потребности в общении, ещё 49%, чтобы отдохнуть и развлечь себя, и 21% для ознакомления с полезной информацией [55].

Для чего создаются виртуальные личности? Проведя ряд эмпирических исследований, А.Е. Жичкина, получила обоснованный ответ на данный вопрос. Ей были выделены две основные группы таких причин. Мотивационные, заключаются в том, чтобы компенсировать возможные недостатки в социализации, а поисковые подразумевают под собой.

Эмпирически обоснованный ответ на вопрос причин создания виртуальных личностей дала в своем исследовании. Она выделила две группы таких причин: мотивационные и поисковые. Мотивационная причина создания виртуальной личности, с ее точки зрения, заключается в компенсации недостатков реальной социализации, а поисковая подразумевает под собой работу над расширением уже имеющегося уровня социализации [24].

Далее А.Е. Жичкина и её коллега Е.П. Белинская, проведя совместные исследования на тему связи стратегий, которые используют в интернете подростки для того, чтобы самопрезентовать себя, и их настоящей идентичностью выделили фактор общения в интернете, в качестве преобладающего, если сравнивать его с общением в реальной жизни. Причины, по которым преобладает именно интернет-общение следующие:

-разнообразие;

-невидимость субъекта, участвующего в общении;

-анонимность;

-слабаярегламентированность поведения[25].

Различают различные тактики самопрезентации и их стратегии. Стратегия самопрезентации (СС) – поведение, которое заранее спланированно, долгосрочно и адресовано в будущее. Тактика самопрезентации (ТС) – краткий по времени поведенческий акт. В СС может входить множество различных ТС и тактики. Исследования на эту тему представили двенадцать ТС. Пять ТС относятся к защитному типу и семь к ассертивному типу (мольба, просьба: демонстративная беспомощность).

Существует такие стратегии самопрезентация, как: уклонение, самовозвышение, аттрактивое поведение и самопринижение. Главным критерием является направленность на получение одобрения общества и избегание потерь в общественном одобрении. Самопрезентацию личности также может быть проактивной и реактивной, эти виды отличаются друг от друга в плане осознанности происходящей самопрезентации.

Реактивная самопрезентация, это та, что не осознается личностью, вследствие присутствия ситуации малой значимости для личности. Проактивная же, является в полной степени осознанной и присутствует в тех случаях, когда объект воздействия имеет большое значение для субъекта. Самопрезентация происходит в пять шагов:

1)оценка происходящей ситуации и ее значимости;

2)формирование прогноза той реакции, которая может быть получена ;

3)конструирование поведенческих стратегий ;

4)выбор поведенческих тактик;

5)контроль и коррекция поведения в соответствии с полученной реакцией[2].

Таким образом, человек в процессе информационной социализации и людей другой обучается владению определёнными видами деятельности, вследствие этого и формируется его собственный стиль самопредъявления, включающий в себя СС, ТС и особые предпочтения в выборе определённых средств и способов самопредъявления. То, каким именно стилем самопрезентация в итоге овладеет личность зависит от таких факторов, как возрастные особенности, личностные и социокультурные особенности.

Неоспоримым фактом является то, что интернет сегодня - это самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения [13, С. 63].

Интернет, как средство межкультурной коммуникации, с одной стороны, оказывает положительное влияние на мировое сообщество, поскольку позволяет передавать информацию в любую точку мира; способствует укреплению связей между людьми и странами, изменяет стиль отношений в современном обществе; с другой стороны, необходимо

отметить, что отношение к интернету должно быть объективным, поскольку информация, содержащаяся в нем, может оказывать и негативное влияние на личность, тем более на молодежь [3].

За последние годы интернет стал для большей части молодежи важным каналом общения и получения информации, дал возможность двустороннего активного общения практически со всем миром. Молодежная субкультура является особым социокультурным феноменом и характеризуется тем, что имеет собственные ценности, источники информации и каналы коммуникации. Часто каналы коммуникации в таких субкультурных группах выходят за рамки межличностной коммуникации, и формируются межкультурные контакты, как с представителями подобных субкультур в нашей стране, так и за ее рубежом [56].

Есть определённые особенности, свойственны общению с помощью интернета:

1)Анонимность. Хотя, с помощью соцсетей можно получить определённые сведения о собеседнике, например его фотографию. Все же такая информация является неполной и недостаточной для восприятия человека, она может быть ещё и не достоверной. Часто можно увидеть, что пользователь скрывает свою личность или выдаёт себя за другого человека. Из-за такого уровня анонимности интернет-общение обладает такими особенностями, как:

-снижение таких рисков, как психологический и социальный ;

-ненормативность поведения;

-отсутствие ответственности;

-аффективная раскрепощенность.

В сети людям легче рассказывать то, что они чувствуют и поступать, как вздумается, так как риск разоблачения очень низок, отследить таких людей весьма тяжело.

2)Добровольность и желательность контактов. В интернете человек может контактировать с теми, с кем хочется, завязать общение и прекратить его в любой момент. Также он обладает большим числом выборов среди потенциальных кандидатов для коммуникации и возможностью для общения с несколькими людьми в одно и то же время.

3)Отсутствие невербальных компонентов общения. Общение в сети Интернет по своему содержанию является не официальным и личным, но его ограничивает форма, с помощью которой передаётся информация. Данная особенность даёт большой простор для интерпретирования чужих мыслей и чувств респандентом.

4)Трудности с передачей и восприятием чувственного компонента общения и, в то же время с этим, направленность на наполнение текста эмоциями (использование в тексте специальных символов для того, чтобы обозначить испытываемые эмоции или описание их словами в тексте).

5)Своеобразие межличностного восприятия, при отсутствии невербальной информации. С одной стороны, то что человек воспринимается не непосредственно, нельзя увидеть его в реальности и понять каким статусом он обладает помогает общаться с ним без влияния стереотипов. С другой же стороны задействуется механизм, который описывается в имплицитной теории личности, то есть ожидания, которые сложились из личных предпочтений проецируются на собеседника. Здесь же работает ещё и «эффект инерционности», который описывается, как тенденция к сохранению представления о человеке, которое однажды сформировалось. Восприятие другого человека также может быть сформировано по аналогии с самим собой, то есть свои свойства, чувства и мысли переносятся на воспринимаемого субъекта.

6)Снятие культурных границ и жестких социальных конвенции. При общении в интернете люди соотносятся друг с другом по возрасту, полу, социальному статусу, по той профессиональной группе, к которой они

принадлежат, но строгого разделения между ними нет. Данный факт способствует размытию и стиранию форм и границ конвенционального социального общения и поведения. В силу того, что сеть Интернет распространена по всему миру – он обрёл поликультурность. Это значить, что жители разных стран, представители различных национальностей могут общаться через интернет[54].

Возможности, которые представляет интернет формируют собой условия, которые ранее не существовали и не были доступны. Эти условия продуцируют особую специфичность общения и деятельности среди пользователей интернета. Интернет, в качестве уникальной по существующим в ней условиям и возможностям среды помогает исследованиям психических явлений и процессов психики, которые не проявлялись или способствовали изучению себя эмпирическим путем в иной среде деятельности и взаимодействия[3].

На сегодняшний день существует множество средств и способов общения, и немалая часть из них так или иначе связана с современными техническими возможностями, и, в частности, с интернетом [16].Электронная почта, всевозможные форумы, многочисленные интернет-журналы, социальные сети и др., для многих стали не менее важным аспектом повседневности и присущей ей межличностной коммуникации, чем телевизор или телефон, а порой средства интернета полностью вытесняют их.

Рассмотрим подробнее «Социальные сети», поскольку именно они представляют наибольший интерес для нашего исследования. Социальная сеть - это интерактивный сайт, на котором регистрируются пользователи данного ресурса, информацией которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, на этом ресурсе пользователи создают группы с общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время [12].

Самопрезентация понимается исследователями как сознательная управляемая передача собеседнику определённой информации о себе [3], или как «поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции» [25]. Однако в самопрезентации могут быть отражены как компоненты реального «Я», так и бессознательные компоненты, что не позволяет нам говорить о самопрезентации как о полностью контролируемом личностью процессе. Поэтому мы вслед за В.А. Янчуком будем понимать под самопрезентацией процесс «осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определённых аспектов своего «Я» окружающим» [61, С.45].

Для самопрезентации в социальных сетях существуют разнообразные каналы:

- никнейм (ник) - индивидуальное имя пользователя, идентифицирующее его в Сети. Может отражать как реальное, так и модифицированное имя пользователя; нередко представляет собой прозвище пользователя в «оффлайновой жизни»;

- аватар (или юзерпик) - фотография или картинка, служащая визуальным выражением образа пользователя;

- индикатор текущего состояния (например, статус);

- размещение продуктов собственного творчества;

- размещение фото- и видеоматериалов, как правило, имеющих отношение к пользователю.

Особое место в структуре самопрезентации в социальных сетях занимают различные разделы, посвящённые личной информации; в первую очередь, в таких разделах размещается следующая информация:

- интересы, убеждения;

- информация, отражающая социально-демографические, статусные и иные характеристики пользователя (пол, возраст, семейное положение, уровень образования, место работы и т.д.)

Таким образом, основные каналы самопрезентации в социальных сетях представлены текстуальными и мультимедийными практиками (в первую очередь, визуальными) - размещение фото- и видеоматериалов.

Становится актуальным выяснение широты возможностей самовыражения и самопрезентации, которые предоставляют социальные сети. Ответ на данный вопрос важен не столько как выяснение значимости конкретных каналов самопрезентации, сколько как качественная оценка социальных сетей как медийной среды, предоставляющей ресурсы для личностного роста и самораскрытия. При анализе данной проблемы мы встречаем противоположные точки зрения. Так, Е.П. Белинская пишет: «В силу ряда объективных технологических особенностей (анонимности, дистантности, маркеров телесности) виртуальная коммуникация задаёт для пользователя максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании» [10]. В то же время, рассматривая возможности самопрезентации в одной из классических и самых популярных социальных сетей - «ВКонтакте», Н.В. Гордеев пишет: «Потенциал самопрезентации за счет этих блоков существенно ограничен» [19]. На наш взгляд, возможности самоопределения личности в социальных сетях очень широки, но таковы они скорее по своей природе, в то время как предусмотренные по умолчанию каналы самопрезентации в социальных сетях, при кажущемся многообразии, относительно ограничены и стандартизованы. Иными словами, спектр возможных презентаций личности, её Я-образов необычайно широк, но зависит в первую очередь от силы воображения и фантазии пользователя. В то же время чисто технические средства (каналы самопрезентации) могут быть излишне стандартными и формализованными, задающими определённый формат-клише для самопрезентации и самовыражения [20].

1.4. Обзор современных исследований по проблеме самопредъявления студентов в социальных сетях

В данном параграфе рассмотрим исследования, касающиеся проблемы самопредъявления студентов в социальных сетях.

Е.В. Ахмадеевой было проведено исследование, направленное на изучение особенностей выбора стратегий самопредъявления студентами заочного и ускоренного обучения. Наиболее популярными у студентов заочной формы обучения являются стратегии: стремление понравится, самопродвижение, мольба и отслеживание впечатления; у студентов ускоренной формы обучения – стремление понравиться, вариативность поведения и запугивание. В результате сравнительного анализа выявились значимые различия по переменной «Мольба», «Вариативность поведения», «Запугивание». Обучающиеся по заочной форме обучения в ситуациях межличностного взаимодействия склонны демонстрировать слабость, несостоятельность, в непростых ситуациях им трудно находить адекватные стратегии взаимодействия, поэтому их репертуар образов и тактик поведения ограничен. Возможно, это обусловлено тем, что испытуемые заочной формы обучения менее самостоятельные, более зависимые от родителей, поэтому имеют склонность просить помощи у других. В то время как студенты ускоренного обучения способны гибко реагировать на изменение ситуации с помощью разнообразных образов и тактик поведения, спрогнозировать впечатление, которое они смогут произвести на окружающих, а также не позволяют себе казаться беспомощными [8].

В своём исследовании М.В. Алюханова рассматривала ценности, оценку студентами себя со стороны, того, как они проводят свободное время. Алюханова провела анализ страниц соцсети и сравнила этим данные с результатами проведённого опроса. При подведении результатов данного исследования было выявлено наличие факторов, оказывающих большое

влияние на демонстративное поведение в данной сфере. Большое внимание было уделено внимание той связи, которая прослеживается между реальным живыми общением и особенностями поведения в процессе общения в интернете. Данное исследование собрало вместе все мнения опрошенных респондентов и был проведён их анализ. Его результаты были сопоставлены с поведением студентов высших учебных заведений на просторе социальных сетей. Алюханова пришла к следующему выводу: демонстративное поведение имеет тесную взаимосвязь с социальной сетью. Соцсеть в этом случае – площадка, позволяющая самовыразиться личности. Тем не менее, профиль, который ведёт студент в сети не выражает его настоящих ценностей. Никаких подробностей личной жизни они в нем не указывают, её они стараются держать под секретом. Оберегаются и негативные эмоции человека. Хотя общая статистика показывает довольно яркую картину основных увлечений и интересов человека, то как их жизнь наполнена яркими событиями и красками, сами пользователи в это же время дают оценку своему профилю, как обычному, некоторые не могут определиться с тем устраивает ли их тот образ, что они создали на пространстве специальных сетей. Можно предположить, что друзья, имеющие демонстративный характер оказывают негативное влияние на этих людей, понижают их самооценку. Такая особенность имеет большое значение в современной действительности вследствие того, что все больше и больше людей начинают вести виртуальную жизнь, посредством интернета, он становится их каждодневной рутиной [4].

В исследовании Реснянской М.А. был рассмотрен вопрос влияния социальных сетей на мировоззрение студентов. По результатам проведенного анкетирования Реснянская М.А. приходит к выводу, что главными мотивами для использования социальных сетей студентами являются поиск новых друзей и общение с ними, прослушивание музыки и просмотр новостей. Только малая доля студентов посещают интернет при подготовке к

домашним заданиям по изучаемым предметам. Большинство опрошенных признают, что использование социальных сетей помогает им в общении с друзьями, знакомыми, в личной жизни, в поиске групп по интересам. Также меньшая часть выборки готова отказаться от посещения социальных сетей, а основная масса студентов не представляют без них свою жизнь. На взгляд авторов объясняется это в первую очередь социально-психологическими факторами, препятствующими в обыкновенном житейском общении, такими как стеснительность, переходящая в замкнутость, неприятие собственной личности другими сверстниками, проблемные отношения внутри семьи, разочарование в окружающем мире, непонимание и отвержение навязанных ценностей т.д. Оценивая влияние информационного потока на мировоззрение студентов, половина респондентов считает, что интернет формируют позитивные ценности, при этом 29% указывают на формирование негативных ценностей и 24% отмечают нейтральные тенденции [49].

Исследуя социально-психологических особенности, возникающие у активных пользователей социальных сетей, предпочитающих виртуальное общение реальному, обращается внимание на следующие из них (негативные и позитивные): упорство, настойчивость в достижении цели, независимость мышления и поведения, склонность к принятию решений на основании самостоятельно выработанных критериев, пренебрежение социальными нормами, достаточно высокий интеллект, склонность к творческой деятельности, предпочтение процесса работы над получением результата, а также интровертированность, погружение в собственные переживания, холодность и неэмоциональность в общении, недостаток эмпатии, склонность к конфликтам, эгоцентризм, недостаток ответственности [26, 30, 40].

Особенно актуальным представляется нам исследование Н.С. Козловой, которая в результате изучения специфики социальных сетей, выделила семь факторов самопрезентации в социальных сетях:

«Самопрезентация в социальной сети в целях общения», «Нахождения в социальной сети, как атрибут имиджа», «Использование социальных сетей для удовлетворения потребности в общении», «Стремление к участию в общественной жизни», «Самопрезентация, как самоцель», «Самоутверждение за счет демонстрации количества «друзей»», «Наличие проблем с «Я» концепцией личности». Подводя итоги, можно сказать, что в основе, каждого из выявленных факторов лежит какая — либо потребность, которая удовлетворяется за счет социальных сетей. Это потребность в самопрезентации, общении, самоутверждении [33].

Паротькина В.О. провела сравнительный анализ самопрезентации московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook». Исследователь приходит к следующим выводам:

1. Самопрезентация в социальной сети может быть изучена посредством анализа заполнения пользователем программно-предусмотренных компонентов социальной сети и с помощью анализа активности пользователя.

2. Самопрезентация студентов социальной сети «ВКонтакте» сосредоточена в большей степени в приватной сфере, для студентов социальной сети «Facebook» характерна самопрезентация в культурно-досуговой сфере. Самопрезентация в учебно-профессиональной сфере одинаково мало представлена в обеих анализируемых социальных сетях.

3. При сравнении активности студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» было выявлено, что активность студентов в «Facebook» выше, чем в «ВКонтакте» [44].

В своём исследовании М.А. Монина и М.ККарпова рассматривают вопросы формирования образа-Я пользователями соцсетей в сети Интернет в поисках собственной личности и идентичности. Они описали ряд обобщенных образов-Я:

1)Провинциальная молодежь. Данному типу присущи определённые характеристики, которые не коррелируются с полом. У таких людей присутствует гармоничное сочетание их идентичности с большой приверженностью семейным ценностями и ценностями современной массовой общественности. Эта группа людей ценит семейные отношения, родственные связи и брак. Такие ценности являются одной из отличительных характеристик данного образа-Я. В социальных сетях, в качестве аватара, они выставляют совместную фотографию с партнёром, также присутствует множество фото членов их семьи.

2)Активная столичная молодежь. Этот Я-Образ чаще всего можно встреть в соц сетях. Такие люди выражают содержательную информацию о себе и своей жизни, при помощи социальной сети. Они имеют активную жизненную позицию и круг их интересов достаточно велик. Люди сданным образом-Я обладают высокой коммуникабельностью. В их профиле можно увидеть могло фотографий с друзьями и много комментариев к их фотографиями и постам.

3)Пользователи-«обыватели». Чаще всего можно с данными образом-Я встречаются мужчины, которые принадлежат к старшему поколению, проживающие в столице. Они не уделяют большого внимания своим профилями в соцсети. Они не из тех, кто делает селфи. Их фотографии ничем не обработаны, они не используют фильтры и фотографироваться предпочитают в каком-то помещении в одиночестве и с серьёзным лицом. На своей странице они указывают свое реальное полное имя. Если это женщина, то указывают ещё и фамилию до брака. Своей страницей они почти не занимаются, добавляют только фотографии и вообще редко посещают страницу.

4)Молодые люди с неустоявшейся идентичностью. К этому типу принадлежат либо подростки, идентичность которых ещё не обрела чёткую форму, либо люди, которые ещё только начали работать над

совершенствованием навыка самопрезентации. Часто вместо фотографии для профиля они выбирают картинку-аватар или же обрабатывают свои фотографии, вместо имени используют псевдоним или сокращают свое реальное имя. Эти особенности говорят о них, как оличностям, с не устойчивой идентичностью, которые находятся в поиске себя, любят экспериментировать со своим самопредставлением окружающим. Все это они используют для того, чтобы иметь возможность скрыть свое «лицо», так как оно ещё не обрело чёткую форму.

5)Активные «взрослые». В эту группу входят лица старшего возраста, которые ведут активную жизнь на просторах соцсетей. В плане пола здесь немного преобладают женщины. Эта группа равно присутствует в любом городе, не важно большой город или нет. Все представители этого Я-Образа указывают реальные и полные имя и фамилию, активно ведут ленту и выкладывают информацию самого разнообразного содержания, в зависимости от увлечений. В их фотоальбомах чаще встречаются фотографии, где изображены члены семьи и фотографии с отдыха и посещения интересных мест. Данный образ-Я включает в себя такие идентичности: путешественник, кулинар-любитель, садовод, мать, семьянин, хозяйка и многие другие. Представители данного вида имеют яркую, насыщенную событиями жизнь и делятся ей, используя социальные сети[31].

Таким образом, анализируя последние исследования и публикации, посвященные проблеме самопредъявления студентов в социальных сетях, необходимо отметить, что их недостаточно. В частности, в некоторых из них обращается внимание на то, что, открывая новые возможности, социальные сети порождают и новые проблемы, заставляют задуматься над ранее очевидным, инициируют переоценку ценностей, в частности в отношении межличностного восприятия.

Выводы по главе 1

Студенческий возраст представляет собой особый период жизни, который является завершающим этапом социализации человека. Главная социальная задача этого возраста - выбор профессии.

Основные характеристики студенческого возраста, отличающие его от других групп населения это высокий образовательный уровень, высокая познавательная мотивация, наивысшая социальная активность и достаточно гармоничное сочетание интеллектуальной и социальной зрелости.

Социальная ситуация развития личности в юности характеризуется тем, что юношам и девушкам предстоит во многом самостоятельно выйти на путь трудовой деятельности и определить своё место в обществе.

Ведущая деятельность в юношеском возрасте - учебно-профессиональная. Социальные мотивы, связанные с будущим, начинают активно побуждать учебную деятельность в этом возрасте.

Сфера общения имеет большое значение для развития личности, что выражено в высокой значимости для юношей и девушек именно качественных характеристик процесса коммуникации.

Главными психическими новообразованиями юношеского возраста являются: глубокая рефлексия, развитое осознание собственной индивидуальности, формирование конкретных жизненных планов, готовность к самоопределению в профессии, установка на сознательное построение собственной жизни, постепенное врастание в различные сферы жизни и деятельности, развитие самосознания, активное формирование мировоззрения.

Идентичность представляет собойструктуру, субъективно переживаемуючеловеком как чувство тождественности и постоянства собственной личности при восприятии других, признающих это тождество.

Идентичность, по Э. Эриксону, представляет собой сложное личностное образование, имеющее несколько уровней:

- индивидный (результат осознания человеком собственной временной протяженности; представление о себе как о некоторой относительно неизменной данности физического облика, темперамента и т.д.);

- личностный (ощущение человеком собственной неповторимости, уникальности своего жизненного опыта, задающее некоторую тождественность самому себе);

- социальный (отражает внутреннюю солидарность человека с социальными, групповыми идеалами и стандартами.Данный феномен Э. Эриксон называет социальной идентичностью).

Э. Эриксон выделилвосемьстадий жизненного пути человека, для каждой из которых характерна специфическая задача, выдвигаемая обществом. От того, решает человек эти задачи, или же испытывает

Стадия 1. Базовое чувство доверия – недоверия.

Стадия 2. Автономность – стыд, сомнение. От 18 до 36 месяцев.

Стадия 3. Инициатива (предприимчивость) – вина. От 3 до 6 лет.

Стадия 4. Трудолюбие – неполноценность. От 6 до 11 лет.

Стадия 5. Идентичность – ролевой беспорядок. От 11 до 20 лет.

Стадия 6. Интимность – изоляция. От 21до 25 лет.

Стадия 7. Производительность – застой. От 25 до 50/60 лет.

Стадия 8. Целостность – отчаяние, безысходность. Свыше 60 лет.

Эриксоновский конструкт "идентичность" был операционализирован в целях его измерения рядом психологов. Наиболее удачной признана модель статусов идентичности, предложенная канадским психологом Дж. Марсией. Им были выделены и описаны четыре статуса идентичности:

- диффузная идентичность (identitydiffusion) — это отсутствие идентичности, когда ни поиск, ни выбор решения индивидом не осуществлялись;

- предрешенная (принятая) идентичность (foreclosureidentity) — собственный поиск целей, идеалов не был осуществлен, однако имеется определенная и устойчивая система ценностей, убеждений и обязательств, сформированная под влиянием внешних обстоятельств;
- мораторий (moratorium) означает осуществляемый в данный момент активный поиск решения проблемы (активное проживание кризиса), при этом пока нет определенной и устойчивой системы ценностей, убеждений и обязательств;
- достигнутая идентичность (identityachievement) характеризуется самостоятельно выполненным активным поиском решения проблемы (пройден кризис) и достаточно устойчивой самостоятельно сформированной и личностно значимой системой ценностей, убеждений и обязательств.

Таким образом, под «Личностной идентичностью» мы понимаем – осознание личностью своей собственной неповторимости, уникальности (когнитивный компонент), отношение к себе (эмоциональный компонент) и выбор поведения в соответствии с определенными ролями (поведенческий компонент).

Самопредъявление – это совокупности всех действий человека с целью создания определенного образа в глазах аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей.

Для самопредъявления в социальных сетях существуют разнообразные каналы: никнейм, аватар, статус, размещение продуктов собственного творчества. Спектр возможных презентаций личности, её Я-образов необычайно широк, но зависит в первую очередь от силы воображения и фантазии пользователя.

Под «Самопредъявлением в социальной сети» мы понимаем совокупность всех действий человека в виртуальном пространстве с целью создания определенного образа,который предъявляется виртуальному обществу для идентификации и привлечения внимания.

Анализируя последние исследования и публикации, посвященные проблеме самопредъявления студентов в социальных сетях, необходимо отметить, что их недостаточно. В частности, в некоторых из них обращается внимание на то, что, открывая новые возможности, социальные сети порождают и новые проблемы, заставляют задуматься над ранее очевидным, инициируют переоценку ценностей, в частности в отношении межличностного восприятия.

Глава 2.Эмпирическое исследование личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях

2.1.Процедура и методы исследования

Работа по изучениюличностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях, проводилась в период с 2019 по 2020 год. В нем приняли участие студенты факультета педагогики, психологии и социальных наук ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» в количестве 71человека (от 18 до 23 лет).

На первом этапе исследования проводился контент-анализ страниц испытуемых в социальной сети «В контакте». По итогам контент-анализа общая выборка испытуемых была разделена на 4 группы. Первую группу составили испытуемые, предпочитающие презентовать себя в интернет-пространстве с помощью вербального информирования о себе. Во вторую группу вошли те испытуемые, которые преимущественно демонстрируют в социальной сети свои физические данные. В третью группу вошли студенты, которые демонстрируют свои умения, компетенции. И последнюю, четвертую, группу составили те, кто избегает самопредъявления в социальной сети.

В работе с испытуемыми соблюдался принцип анонимности. Для этого участникам исследования были присвоены номера.

Нами была выдвинута следующая гипотеза: студенты с разным уровнем сформированности и дифференцированностиличностной идентичности демонстрируют разнонаправленный выбор способов самопредъявленияв социальных сетях.

Для достижения цели и проверки гипотезы были использованы следующие методы:

5. Организационный метод (сравнительный метод);

6. Контент-анализ личных страниц в социальных сетях испытуемых;

7. Методы статистической обработки данных (критерияКраскела–Уоллиса, угловое преобразование Фишера);

8. Диагностический эксперимент с использованием следующих методик:

- Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой;
- «Методика исследования личностной идентичности» В.Б. Никишиной, Е.А. Петраш;
- «Методика личностного дифференциала» (ЛД)
- Тест Куна – Макпартленда «Кто Я» (Модификация Т.В. Румянцевой).

На втором этапе исследования были проведены методики, подробное описание которых представлено ниже.

Опросник «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой. Методика рассчитана на диагностику стратегий самопредъявления в межличностном общении. Она представляет собой опросник, состоящий из 56 вопросов. Испытуемый должен оценить, насколько его поведение соответствует утверждениям. Первые пять шкал соответствуют стилям самопредъявления, описанным Э. Джонсом и Т. Питтманом. По их мнению, самопрезентация позволяет человеку использовать различные источники власти, расширяя и поддерживая влияние в межличностных отношениях.

1. Стремление понравиться – инграциация. Эта стратегия рассчитана на власть обаяния. Основная тактика состоит в том, чтобы угождать другим людям, льстить и соглашаться, предъявлять социально-одобряемые качества.

2. Самопродвижение – демонстрация компетентности, которая предоставляет власть эксперта. Основная тактика состоит в доказательстве своего превосходства и хвастовстве. Цель – казаться компетентным.

3. Примерность – стремление служить примером для других людей, что дает власть наставника. Основная тактика состоит в демонстрации духовного превосходства, сочетается с хвастовством и стремлением обсуждать и осуждать других людей.

4. Запугивание – демонстрация силы, которая заставляет окружающих подчиняться и дает власть страха. Основная тактика состоит в угрозе.

5. Демонстрация слабости или мольба. Обязывает окружающих оказывать помощь, что дает власть сострадания. Основная тактика – просить о помощи, умолять.

По зарубежным данным наиболее распространенными являются первые три стратегии самопредъявления, поскольку они соответствуют социально-одобряемому поведению.

6. Отслеживание производимого впечатления. Считается, что люди, стремящиеся производить определенное впечатление на окружающих, больше контролируют как собственное поведение, так и ответные реакции партнеров.

7. Вариативность поведения человека. Эта характеристика проявляется в способности предъявлять разные образы в разных ситуациях межличностного взаимодействия[55].

«Методика исследования личностной идентичности» В.Б. Никишиной, Е.А. Петраш.Диагностическим параметром данной методики является степень согласованности/рассогласованности структурной организации личностной идентичности с позиции восприятия себя (содержания ролей). В качестве структурных параметров личностной идентичности выступают – когнитивный (представленный существительными), эмоционально-мотивационный (представленный прилагательными) и поведенческий (представленный глаголами).

Данная методика исследования личностной идентичности дает возможность сделать выводы относительно взаимосвязей структурных

параметров идентичности, уровне выраженности социально-психологической адаптации, самоотношении, стабильности системы ценностных ориентаций, уровне рефлексивности и самостоятельности. Также данная методика соответствует высокому уровню надежности, конструктной, содержательной и критериальнойвалидности[42].

Для получения более полного представления о чертах личности, составления подробной модели личности, была использована «Методика личностного дифференциала» (ЛД). Целью ее использования является изучение определенных свойств личности, ее самосознания, межличностных отношений. Данная методика может применяться в клинико-психологической и психодиагностической работе, а также в социально-психологической практике.

Методика состоит из слов современного русского языка, описывающих черты личности. Данные слова представлены в антонимичных парах: позитивная и негативная характеристика. Испытуемым необходимо выбрать значение в градации баллов от позитивного к негативному. Таким образом, мы получаем данные о том, насколько выражены у испытуемого 3 классических фактора семантического дифференциала: оценка, сила и активность. Проанализировав денные результаты, мы можем судить о степени принятия себя испытуемыми, их уверенности в себе или зависимости от других, а также степень общительности или пассивности [53].

Тест Куна – Макпартленда «Кто Я». Данная методика представляет собой нестандартизированноесамоописание с открытой формой и (в некоторых модификациях) количеством ответов. Методика была предложена в 1954 году М. Куном и Т. Мак-Партландом, и имеет несколько модификаций на русском языке.Главное отличие методики в модификации Румянцевой - отсутствие жёсткой регламентации количества ответов (испытуемый может дать их больше 20, или меньше). Принципы интерпретации те же.

Теоретической основой методики служат концепции социальных ролей и ролевого поведения, в рамках которых задается и способ самовосприятия человека как носителя этих ролей. Этот факт находит свое отражение в самоописаниях испытуемых. В то же время личности свойственно рефлексировать и свои психологические характеристики, свое место не только в социальном мире, но и в мире в целом. Поэтому методика охватывает не только ролевые аспекты, но все сферы представлений человека о своей личности и ее ядре – «Я». Наиболее часто для анализа ответов испытуемых применяются следующие категории группировок: группы принадлежности, тип родства, основные занятия, черты характера, интерперсональный стиль, устремления и др.

Шкала анализа идентификационных характеристик включает в себя 24 показателя, которые, объединяясь, образуют семь обобщенных показателей-компонентов идентичности:

1. «Социальное Я» (обозначение пола, сексуальная роль, учебно-профессиональная ролевая позиция, семейная принадлежность, этническо-региональная идентичность, мировоззренческая идентичность, групповая принадлежность);

2. «Коммуникативное Я» (дружба или круг друзей, общение или субъект общения);

3. «Материальное Я» (описание своей собственности, оценка своей обеспеченности, отношение к внешней среде);

4. «Физическое Я» (субъективное и фактическое описание своих физических данных,пристрастия в еде, вредные привычки);

5. «Деятельное Я» (занятия, деятельность, интересы, увлечения,самооценка навыков и способностей);

6. «Перспективное Я» (профессиональная перспектива, семейная перспектива,групповая перспектива,коммуникативная

перспектива,материальная перспектива,физическая перспектива, деятельностная перспектива, персональная перспектива,оценка стремлений;

7. «Рефлексивное Я» (персональная идентичность,глобальное, экзистенциальное «Я»).

8. Два самостоятельных показателя:

- проблемная идентичность (я ничто, не знаю – кто я, не могу ответить на этот вопрос);
- ситуативное состояние: переживаемое состояние в настоящий момент (голоден, нервничаю, устал, влюблен, огорчен) [**Error! Unknown switch argument.**].

Третий этап–математическая обработка данных исследования, заключающаяся ввыявлениираличийв особенностях личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях,осуществлялось с помощью:1) критерияКраскела–Уоллиса,непараметрического метода, предназначенного для проверки равенства медиан нескольких выборок.Критерий предназначен для оценки различий одновременно между тремя, четырьмя и т.д. выборками по уровню какого-либо признака.Он позволяет установить, что уровень признака изменяется при переходе от группы к группе, но не указывает на направление этих изменений); 2) критерия ф* - угловое преобразование Фишера предназначенного для сопоставления двух выборок по частоте встречаемости интересующего исследователя эффекта. Критерий оценивает достоверность различий между процентными долями двух выборок, в которых зарегистрирован интересующий эффект и используется психологами в практических исследованиях и при статистическом анализе полученных данных[50];

2.2.Анализ и интерпретация полученных данных

На первом этапе исследования нами был проведен контент-анализ страниц испытуемых в социальной сети «В контакте». По итогам контент-анализа общая выборка испытуемых была разделена на 4 группы. Первую группу составили испытуемые, предпочитающие презентовать себя в интернет-пространстве с помощью вербального информирования о себе (19,7%). У таких студентов на странице в социальной сети большое внимание уделено текстовым постам, в которых они рассказывают о событиях в своей жизни. Фотографии на странице присутствуют, но чаще всего выступают как дополнение к текстовой информации. Во вторую группу вошли те испытуемые, которые преимущественно демонстрируют в социальной сети свои физические данные (38,1%). Эта самая многочисленная группа, студенты с данным способом самопредъявления преимущественно выкладывают фотографии, демонстрирующие их внешнюю физическую привлекательность, текстовое сопровождение присутствует в незначительном количестве и касается, в основном, подчеркивания тех достоинств, которые демонстрируются на фото. В третью группу вошли студенты, которые демонстрируют свои умения, компетенции (23,9%). В данную группу вошли студенты, на страницах которых представлены фото и текстовые сообщения, которые касаются демонстрации достижений в различных областях (спортивные достижения, участие в семинарах и конференциях, материальные достижения и т.д.). И последнюю, четвертую, группу составили те, кто избегает самопредъявления в социальной сети (18,3%).Личные страницы таких студентов максимально обезличены, фотографии либо отсутствуют, либо представлены в небольшом количестве, на странице демонстрируется информация из сторонних ресурсов, личные данные закрыты. Данные представлены втабл. 1.

Таблица 1

Способы самопредъявления студентов в социальной сети

Способ самопредъявления	Кол-во испытуемых(чел.)	Кол-во испытуемых(%)
Вербальное информирование о себе	14	19,7
Демонстрация физических данных (внешности)	27	38,10
Демонстрация своих умений/компетенций	17	23,9
Избегание самопредъявления	13	18,3

Далее была проведена методика «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой. Результаты сопоставления выделенных нами способов самопредъявления и стратегий, выделенных И.П. Шкуратовой представлены в табл. 2, 3, 4, 5.

Таблица 2

Стратегии самопредъявления в социальной сети у студентов, предпочитающих вербальное информирование о себе

Стратегии самопредъявления	Высокий (%)	Средний (%)	Низкий (%)	Ср. знач
Стремление понравиться	42,9	50,0	7,1	9,93
Самопродвижение	50,0	42,9	7,1	10,64
Примерность	35,7	35,7	28,6	8,79
Запугивание	-	14,3	85,7	4,64
Демонстрация слабости	7,2	21,4	71,4	5,29
Отслеживание производимого впечатления	21,4	28,6	50,1	6,93
Вариативность поведения	35,7	35,7	28,6	8,79

Анализируя данные табл. 2 можно сказать, чтодля студентов, предпочитающих вербальное информирование о себе, в большей степени характерны такие стратегии самопредъявления как «Самопродвижение» и «Стремление понравиться». Это свидетельствует о том, что данные студенты любят доказывать свое превосходство, но при этом для них важную роль играет оценка со стороны, поэтому они готовы угождать и льстить другим людям для того, чтобы им понравиться.

Таблица 3

Стратегии самопредъявления в социальной сети у студентов, предпочитающих демонстрацию физических данных (внешности)

Стратегии самопредъявления	Высокий (%)	Средний (%)	Низкий (%)	Ср. знач
Стремление понравиться	74,1	25,9	-	12,89
Самопродвижение	44,4	37,1	18,5	10,15
Примерность	59,3	33,3	7,4	11,22
Запугивание	7,4	18,5	74,1	5,15
Демонстрация слабости	3,7	18,5	77,8	4,19
Отслеживание производимого впечатления	70,4	29,6	-	12,41
Вариативность поведения	37	37	26	9,11

Анализируя данные табл. 3 можно сказать, что для студентов, предпочитающих демонстрацию физических данных (внешности), в большей степени характерны такие стратегии самопредъявления как «Стремление понравиться» и «Отслеживание производимого впечатления». Это свидетельствует о том, что студенты данной группы стараются демонстрировать социально-одобряемые качества, при этом для них важно отслеживать то, какое впечатление они производят на окружающих.

Таблица 4

Стратегии самопредъявления в социальной сети у студентов, предпочитающих демонстрацию своих умений/компетенций

Стратегии самопредъявления	Высокий (%)	Средний (%)	Низкий (%)	Ср. знач
Стремление понравиться	47,1	41,1	11,8	9,88
Самопродвижение	70,6	23,5	5,9	11,47
Примерность	76,5	23,5	-	12,88
Запугивание	5,9	23,5	70,6	4,24
Демонстрация слабости	-	17,6	82,4	3,41
Отслеживание производимого впечатления	58,8	35,3	5,9	10,65
Вариативность поведения	41,2	29,4	29,4	8,94

Анализируя данные табл. 4 можно сказать, что для студентов, предпочитающих демонстрацию своих умений/компетенций, в большей степени характерны такие стратегии самопредъявления как «Примерность» и «Самопродвижение». Это свидетельствует о том, что студенты данной

группы предпочитают демонстрировать свою компетентность, доказывать свое превосходство над другими, также они стремятся служить примером для других людей, выступать в роли наставника.

Таблица 5

Стратегии самопредъявления в социальной сети у студентов, избегающих самопредъявления

Стратегии самопредъявления	Высокий (%)	Средний (%)	Низкий (%)	Ср. знач
Стремление понравиться	23	38,5	38,5	7,08
Самопродвижение	23	38,5	38,5	6,77
Примерность	7,6	46,2	46,2	6,85
Запугивание	-	23,1	76,9	4,85
Демонстрация слабости	-	15,4	84,6	4,77
Отслеживание производимого впечатления	23	30,8	46,2	7,08
Вариативность поведения	61,5	30,8	7,7	11,31

Анализируя данные табл. 5 можно отметить, в группе студентов, избегающих самопредъявления в социальных сетях, средние значения по всем шкалам методики значительно ниже, чем в других группах. Однако, можно отметить, что доминирующей стратегией в данной группе является «Вариативность поведения».Эта характеристика проявляется в способности предъявлять разные образы в разных ситуациях межличностного взаимодействия. Необходимость выглядеть и действовать по-разному связана, во-первых, с большим количеством ролей, которые исполняет человек, во-вторых, с изменчивостью ситуаций, в которых протекает его общение.

Результаты сравнения средних значений во всех исследуемых группах представлены на рисунке 1.

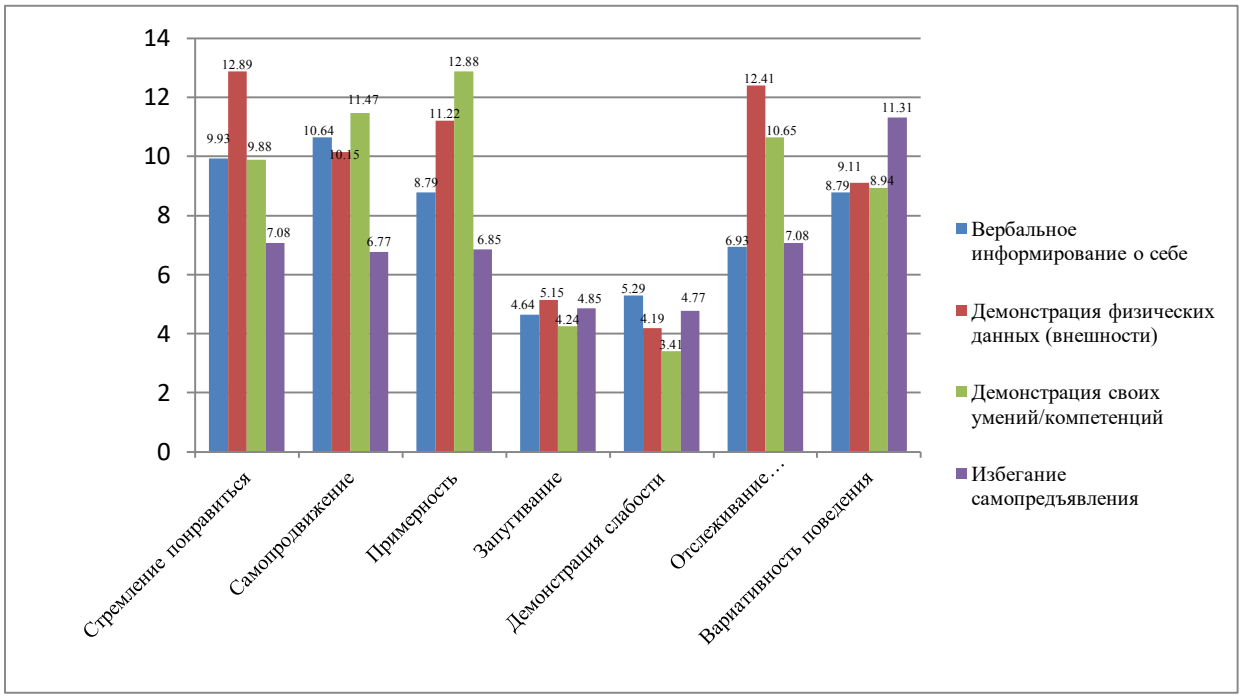

Рис. 1. Результаты диагностики стратегий самопредъявления(ср.знач)

С целью проверки гипотезы о существовании различий в стратегиях самопредъявления у студентов, нами была проведена математико-статистическая обработка полученных результатов с использованием критерияКраскела - Уоллиса (Н-критерий)**.**

По результатам математической обработки данных были выявлены следующие статистически значимые различия:

- по стратегии «Стремление понравиться» ($h_{эмп.}$ = 19,59, при $p \leq 0,01$). Таким образом, можно сказать, что данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявлениядемонстрацию физических данных (внешности). Это объясняет тот факт, что данная группа студентов старается выставить себя в социальных сетях в максимально выгодном свете, присутствуют фотографии с фотосессий, а также фото, обработанные в различных редакторах.
- по стратегии «Самопродвижение» ($h_{эмп.}$ = 9,93, при $p \leq 0,05$). Таким образом, можно сказать, что данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа

самопредъявлениядемонстрацию своих умений/компетенций. Демонстрация умений в социальной сети позволяет студентам чувствовать себя экспертами в определенных областях, демонстрируя свои умения, они чувствуют свое превосходство над другими.

- по стратегии «Примерность» ($h_{эмп.}$ = 19,41, при $p \leq 0,01$). Таким образом, можно сказать, что данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявлениядемонстрацию своих умений/компетенций. Демонстрируя свои умения в социальной сети, студенты стремятся не просто показать насколько они компетентны, но и желают быть примером, образцом для подражания.

- по стратегии «Отслеживание производимого впечатления» ($h_{эмп.}$ = 21,82, при $p \leq 0,01$). Таким образом, можно сказать, что данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных (внешности). Для данной группы важно не только выставить себя в выгодном ракурсе, но и отследить произведенное на других впечатление.

По остальным стратегиям статистически значимых различий выявлено не было.Результаты математической обработки данных представлены в приложении 2.

Следующим этапом была проведена диагностика личностной идентичности молодежи с позиции системной организации ее структурных параметров на когнитивном, эмоционально-мотивационном и поведенческом уровнях по методике исследования личностной идентичности В.Б. Никишиной, Е.А. Петраш. Результаты исследования степени согласованности структурной организации личностной идентичности представлены в табл.6. и на рисунке 2.

Таблица6

Согласованность структурной организации личностной идентичности испытуемых (%)

Степень согласованности / Способ самопредъявления	Высокая	Средняя	Низкая	Очень низкая
Вербальное информирование о себе	42,8	57,2	-	-
Демонстрация физических данных (внешности)	18,6	40,7	40,7	-
Демонстрация своих умений/компетенций	47,5	52,5	-	-
Избегание самопредъявления	-	53,8	46,2	-

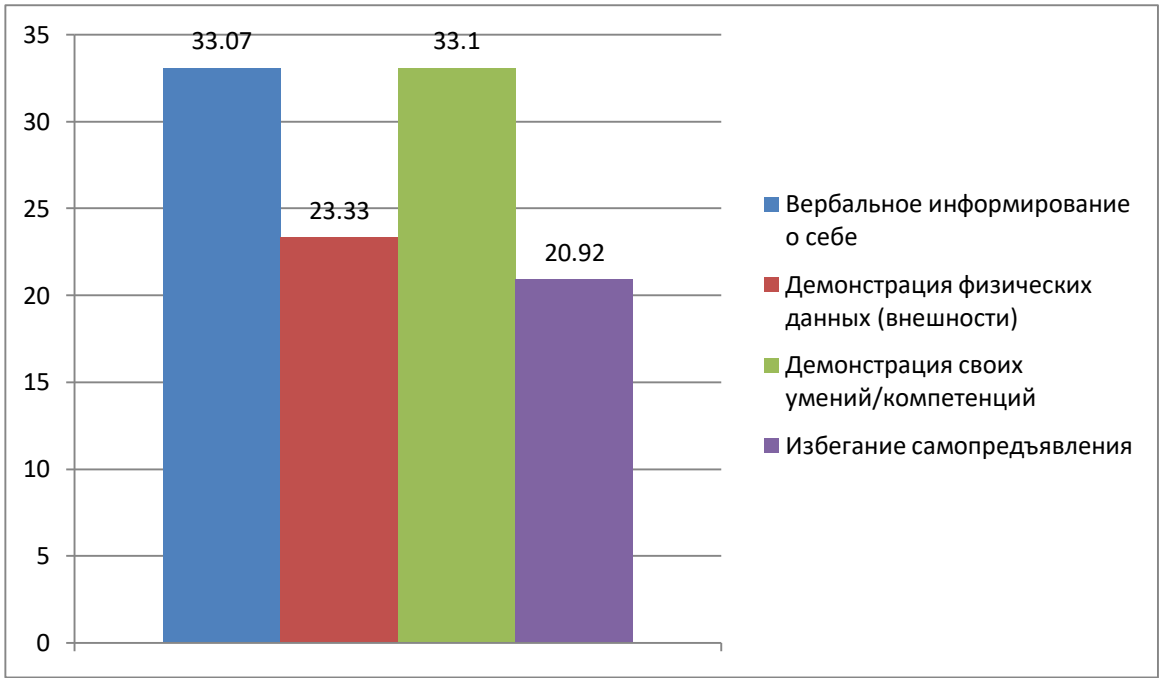

Рис. 2. Согласованность структурной организации личностной идентичности испытуемых (ср. знач)

В результате рассмотрения характеристик личностной идентичности, включающих восприятие себя с точки зрения содержания социальных ролей,

было выявлено, что для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе, характерная высокая (42,8%) и средняя (57,2%) степень согласованности структурной организации личностной идентичности. Высокие показатели также можно отметить у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений (у 47,5% отмечается высокая степень согласованности и у 52,2% средняя степень согласованности).

Таким образом, студентов данных групп отличает достаточно высокий уровень выраженности социально-психологической адаптации, позитивноесамоотношение, стабильная система ценностных ориентаций, высокий уровень рефлексивности и самостоятельности при низкой авторитарности.

Для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявлениядемонстрацию физических данных, характерна в основномсредняя (40,7%) и низкая (40,7%) степень согласованности структурной организации личностной идентичности. Высокий показатель отмечается только у 18,6% испытуемых.Достаточно низкие показатели также можно отметить у студентов, избегающихсамопредъявления (у 53,8% отмечается средняя степень согласованности и у 46,2% низкая степень согласованности). Высокой степени согласованности в данной группе отмечено не было.

Это говорит о низком уровне выраженности социально-психологической адаптации испытуемых, их неустойчивом самоотношении, неустойчивой системе ценностных ориентаций, среднем уровне рефлексивности и авторитарности при высоком уровне самостоятельности.

В результате качественного анализа параметров структурной организации личностной идентичности были получены следующие данные (табл. 7).

Таблица 7

Результаты качественного анализа параметров структурной организации личностной идентичности (в %)

Компонент ЛИ / Способ самопредъявления	Когнитивный компонент	Эмоционально-мотивационный компонент	Поведенческий компонент
Вербальное информирование о себе	14,4	42,8	42,8
Демонстрация физических данных (внешности)	48,2	44,4	7,4
Демонстрация своих умений/компетенций	11,8	29,4	58,8
Избегание самопредъявления	38,4	30,8	30,8

Из данных, представленных в табл. 7 видно, что у испытуемых,выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных, выявлено преобладание когнитивного (48,2%) и эмоционально-мотивационного (44,4%) параметров в структурной организации личностной идентичности. Поведенческий компонент преобладает только у 7,4% респондентов. Это говорит об определенном восприятии себя испытуемыми. Так, респонденты данной группы, прежде всего, представляют себя с позиции их ролевой организации (путешественник, ученик), гендерной («Я – мужчина (женщина)»), а также семейной роли (сын (дочь), родитель).По эмоционально-мотивационному параметру преобладают восприятие себя с позиции содержания ролей: гендерной («Я – мужественный (женственная))»), семейной (дочерний (сыновний), родительский), а также ролевой (обучаемый) и социальной (патриотичный). Наименее значим для данной группы испытуемых

поведенческий параметр, а именно социальные роли (руководить, продавать, проявлять патриотичность).

У испытуемых, выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе, выявлено преобладание эмоционально-мотивационного (42,8%) и поведенческого (42,8%) параметров личностной идентичности. Когнитивный компонент преобладает у 14,4% респондентов. Это говорит о представлении испытуемых о себе с точки зрения содержания ролей: гендерной (мужественный (женственный)) семейной (родительский, дочерний (сыновний)), социальной (обучаемый, патриотичный). Также для данной группы испытуемых значима их оценка себя в поведенческом аспекте, как людей, действующих в соответствии с определенными ролями: гендерной (действовать женственно (мужественно)), семейной (осуществлять родительское воспитание), социальной (проявлять гражданскую ответственность, обучаться, обучать, дружить).

У испытуемых, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений,выявлено преобладание поведенческого параметра личностной идентичности (58,8%). Это говорит о том, что для данной группы испытуемых значима их оценка себя в поведенческом аспекте, как людей, действующих в соответствии с определенными ролями: гендерной (действовать женственно (мужественно)), семейной (осуществлять родительское воспитание), социальной (проявлять гражданскую ответственность, обучаться, обучать, дружить).У 29,4% испытуемых данной группы преобладает эмоциональный компонент личностной идентичности, а у 11,8% - когнитивный.

Для испытуемых,избегающих самопредъявление,характерно примерно одинаковое проявление параметров структурной организации личностной идентичности с небольшим преобладанием когнитивного компонента (38,4%). На долю эмоционально-мотивационного и поведенческого компонента приходится по 30,8% испытуемых данной группы.

С целью проверки гипотезы о существовании качественных различий в показателях личностной идентичности у студентов, нами была проведена математико-статистическая обработка полученных результатов с использованием критерияКраскела - Уоллиса (Н-критерий) и критерия Фишера (φ)**.**

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по степени согласованности структурной организации личностной идентичности ($h_{эмп.}$ = 27,42, при p≤0,01).Таким образом, можно сказать, что наибольшая степень согласованности структурной организации личностной идентичности наблюдается у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе и демонстрацию своих умений.

Также статистически значимые различия были выявлены по поведенческому (**$\varphi^*_{эмп.}$** = 2,758, при p≤0,01) и когнитивному (**$\varphi^*_{эмп.}$** = 2,426, при p≤0,01) компонентам личностной зрелости. Таким образом, можно сказать, что для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в большей степени характерна оценка себя в поведенческом аспекте, а студенты, выбирающие в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных, представляют себя с позиции их ролевой организации. Результаты математической обработки данных представлены в приложении 2.

Для изучения самосознания у молодых людей была проведена «Методика личностного дифференциала» (ЛД) (табл. 8, рисунок 3).

Таблица 8

Результаты диагностики самосознания молодежи по методике личностного дифференциала (в %)

Группа / Факторы	Вербальное информирование о себе			Демонстрация физических данных (внешности)			Демонстрация своих умений/компетенций			Избегание самопредъявления		
	Выс.	Ср.	Низ.	Выс.	Ср.	Низ.	Выс.	Ср.	Низ.	Выс.	Ср.	Низ.

Оценка (О)	71,4	21,5	7,1	66,7	25,9	7,4	64,7	23,5	11,8	53,8	23,1	23,1
Сила (С)	14,3	78,6	7,1	37,1	55,5	7,4	58,8	29,4	11,8	46,1	30,8	23,1
Актив-ность (А)	71,4	14,3	14,3	66,7	29,6	3,7	64,7	23,5	11,8	38,45	38,45	23,1

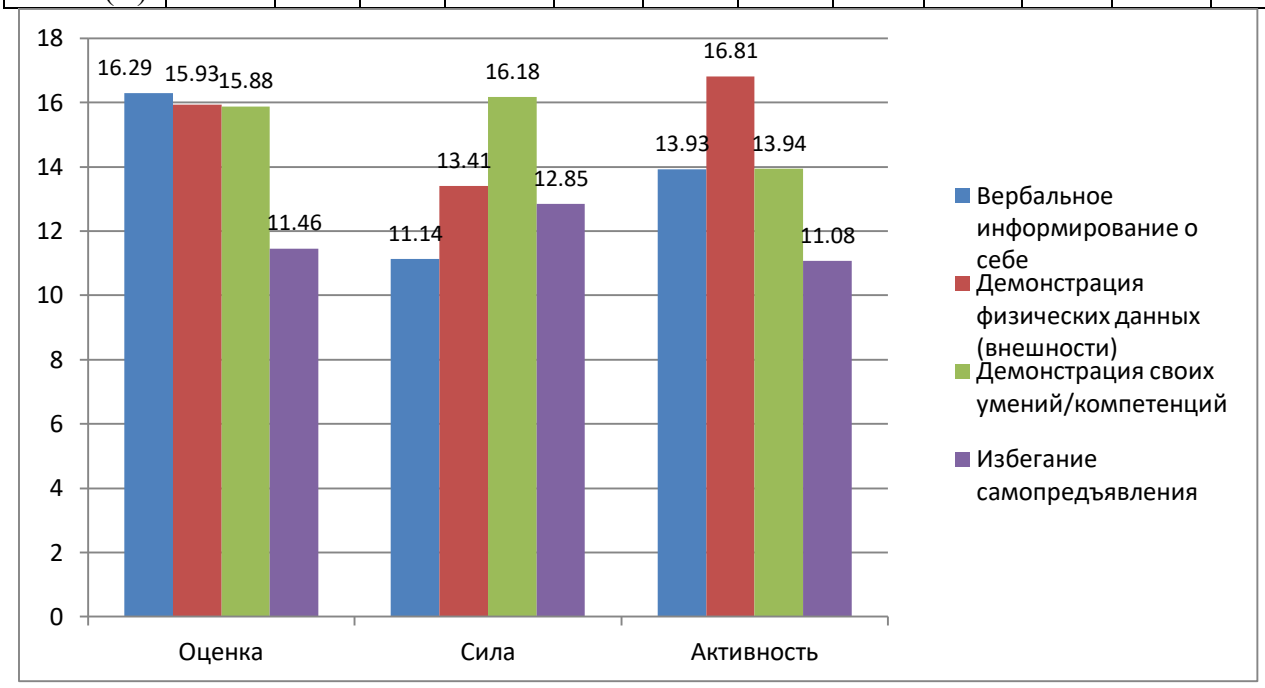

Рис. 3. Результаты диагностики самосознания молодежи по методике личностного дифференциала (ср.знач)

Исходя из представленных данных, мы видим, что у большинства испытуемых,выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных,преобладает высокий уровень самооценки (66,7%) и активности (66,7%), что свидетельствует о том, что для них характерно принятие себя как личности, удовлетворенность собой, уважение к себе, а также общительность и активность. При этом по фактору «Сила» преобладает средний уровень выраженности (55,5% испытуемых), что может говорить о достаточном самоконтроле, способности держаться принятой линии поведения, независимости от внешних обстоятельств и оценок. В то же время низкий уровень активностивыявлену 3,7% испытуемых, оценки – у 7,4% испытуемых, силы – у 7,4% испытуемых, что может свидетельствовать об определенной пассивности, спокойных эмоциональных реакциях респондентов.

Таким образом, испытуемым,выбирающим в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных,свойственны высокая самооценка и выраженная активность, при этом показатель силы на среднем уровне.

У большинства испытуемых,выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе, преобладают высокий уровень самооценки (71,4%) и активности (71,4%), что свидетельствует о том, что для них характерна высокая общительность, уважение к себе, независимость и уверенность в себе. И только у 14,3% испытуемых наблюдается высокий уровень силы, что говорит об их возможной зависимости и неуверенности в себе. Низкий уровень активности выявлен у 14,3% испытуемых. Следовательно, у них будут преобладать спокойные эмоциональные реакции. В целом, для большинства испытуемых,выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе, характерны высокие показатели в принятии самого себя, уверенности и общительности.

Что касается студентов,выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, то для большинства из них характерны высокие показатели по фактору «Оценка» - 64,7%. Это свидетельствует об уважении испытуемых к себе, принятии себя и удовлетворенности собой. Так же получена высокая оценка по фактору «Активность» – 64,7%, что говорит о том, что для них характерна активность, общительность и инициативность. По фактору «Сила» преобладает средний (29,4%) и высокий (58,8%) уровень выраженности, по которому можно судить овысокойспособности к самоконтролю, выраженной склонности рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях.

У большинства испытуемых, избегающих самопредъявления, показатели самооценки и активности гораздо ниже, чем в других группах, что свидетельствует о том, что для них в меньшей степени характерно принятие

себя как личности, удовлетворенность собой, уважение к себе, а также общительность и активность. При этом по фактору «Сила» преобладает высокий (46,1%) и средний (30,8%) уровни выраженности, что может говорить о достаточном самоконтроле, способности держаться принятой линии поведения, независимости от внешних обстоятельств и оценок.

С целью проверки гипотезы о существовании различий по показателям «оценки», «силы» и «активности» у студентов, нами была проведена математико-статистическая обработка полученных результатов с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)**.**

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по показателям«силы» ($h_{эмп.}$ = 7.85, при $p \leq 0,05$) и «активности» ($h_{эмп.}$ = 10,31, при $p \leq 0,05$). Таким образом, можно сказать, что для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в отличие от других групп, характерен более высокий уровень выраженности фактора «Сила». Вероятно, высокаяспособность к самоконтролю, а такжепривычка рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях приводят к тому, что студенты данной группы стремятся к демонстрации своих успехов и достижений, для них важно показать то, чего они добились благодаря своему труду и упорству.

Фактор «активности» преобладает у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных. Мы можем предположить, что высокий уровень общительности и активности побуждает студентов к поиску новых знакомств, также для них очень важно чувствовать свою физическую привлекательность, поэтому для них также большое значение имеет количество комментариев и «лайков» под их фотографиями.Результаты математической обработки данных представлены в приложении 2.

Далее рассмотрим результаты теста Куна – Макпартленда «Кто Я» (табл. 9, рисунок 4.).

Таблица 9

Сравнительный анализ идентификационных характеристик студентов по результатам теста тестаКуна – Макпартленда «Кто Я» (ср.знач)

Компоненты идентичности	Вербальное информирование о себе	Демонстрация физических данных (внешности)	Демонстрация своих умений/компетенций	Избегание самопредъявления
Социальное Я	4,23	4,85	3,88	4,38
Коммуникативное Я	4,92	4,81	4,18	4,15
Рефлексивное Я	4,85	4,48	4,06	4,92
Физическое Я	3,23	3,81	3,82	4,31
Материальное Я	2,46	3,15	3,47	3,15
Деятельностное Я	3,38	3,11	4,76	3,1
Перспективное Я	3,23	2,74	4,76	3,23

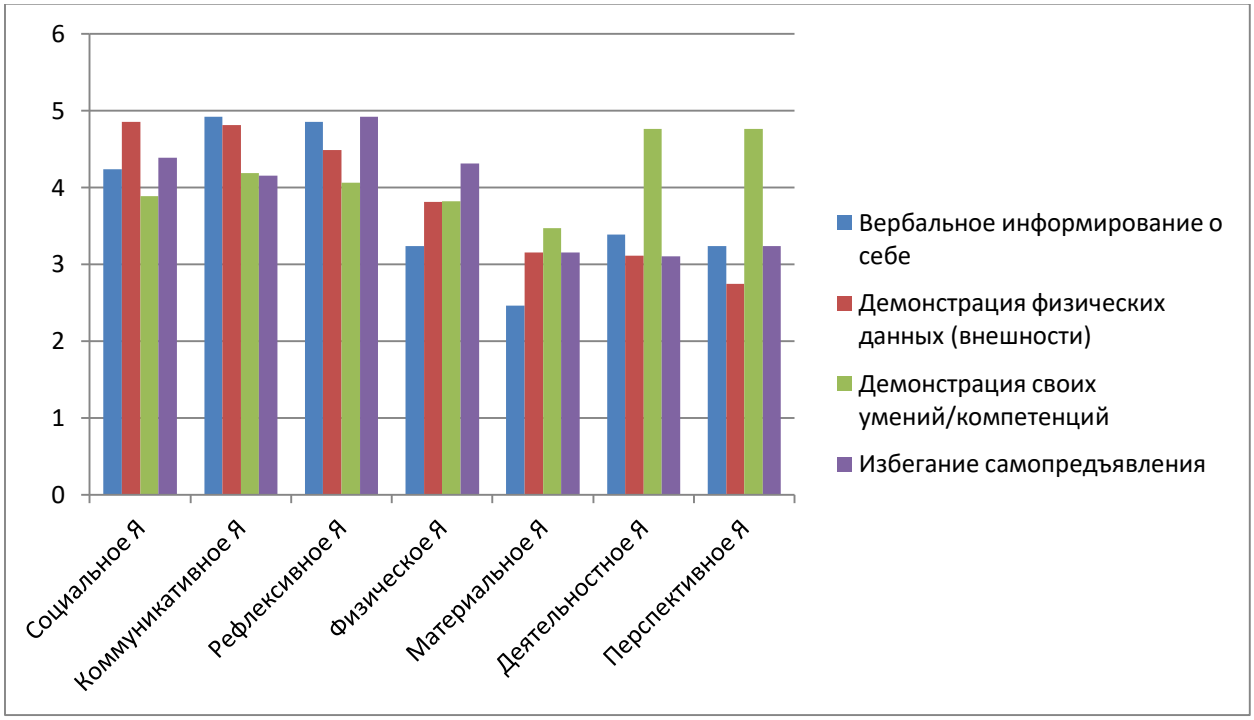

Рис. 4. Сравнительный анализ идентификационных характеристик студентов по результатам теста тестаКуна – Макпартленда «Кто Я» (ср.знач)

В ходе анализа идентификационных характеристик, представленных в табл.9 и на рисунке 4, было установлено, что среди студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе, большинство определяют себя, в первую очередь, как носителей социальных ролей, т.е. дочь, сын, сестра, брат и т.д., а так же для них важно воспринимать себя членом определенной группы.Большинство испытуемых склонны чаще анализировать свои поступки, личностные качества, своё эмоциональное состояние. Эти выводы подтверждаются достаточно высокими показателями по компонентам «Социальное Я», «Коммуникативное Я», «Рефлексивное Я».

Среди студентов,предпочитающих демонстрацию физических данных (внешности)большинство так же определяют себя, как носителей социальных ролей, им важно быть членом группы. Об этом говорят высокие показатели по компонентам «Социальное Я», «Коммуникативное Я».

В группе студентов, предпочитающих демонстрацию своих умений/компетенций, наиболее высокие показатели по компоненту «Деятельностное Я» и «Перспективное Я». Таким людям свойственна большая активность, осознание себя в деятельности и осознание своих жизненных перспектив.

В группе студентов, избегающих самопредъявления, наиболее высокие показатели обнаружены по компоненту «Рефлексивное-Я», что можно интерпретировать как проявление направленности на собственный внутренний мир, более высокую рефлексивность, склонность к самоанализу и к самопониманию.

Обобщая данные по тесту «Кто Я?», можно сказать, что в целом, для всей исследуемой выборки характерно преобладание таких компонентов как «Социальное-Я», «Коммуникативное-Я», «Рефлексивное-Я» и «Физическое-

Я». Большинство испытуемых осознает свои социальные роли, для них большое значение имеет принадлежность к команде, и анализ собственных поступков и действий, личностных качеств.

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по компонентам «Деятельностное-Я» ($h_{эмп.}$ = 10,77, при $p \leq 0,05$) и «Перспективное-Я» ($h_{эмп.}$ = 14,1, при $p \leq 0,01$). Таким образом, можно сказать, что у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в отличие от других групп, в большей степени развита самооценка своих способностей,также они предпочитают строить планы на дальнейшую жизнь, давать им оценку. Результаты математической обработки данных представлены в приложении 2.

Выводы

На первом этапе исследования проводился контент-анализ страниц испытуемых в социальной сети «В контакте». По итогам контент-анализа общая выборка испытуемых была разделена на 4 группы. Первую группу составили испытуемые, предпочитающие презентовать себя в интернет-пространстве с помощью вербального информирования о себе. Во вторую группу вошли те испытуемые, которые преимущественно демонстрируют в социальной сети свои физические данные. В третью группу вошли студенты, которые демонстрируют свои умения, компетенции. И последнюю, четвертую, группу составили те, кто избегает самопредъявления в социальной сети.

По результатам математической обработки данных были выявлены следующие статистически значимые различияпо стратегиям самопредъявления:

- по стратегии «Стремление понравиться» ($h_{эмп.} = 19,59$, при $p \leq 0,01$). Данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных (внешности). Это объясняет тот факт, что данная группа студентов старается выставить себя в социальных сетях в максимально выгодном свете, присутствуют фотографии с фотосессий, а также фото, обработанные в различных редакторах.
- по стратегии «Самопродвижение» ($h_{эмп.} = 9,93$, при $p \leq 0,05$). Данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявлениядемонстрацию своих умений/компетенций. Демонстрация умений в социальной сети позволяет студентам чувствовать себя экспертами в определенных областях, демонстрируя свои умения, они чувствуют свое превосходство над другими.

- по стратегии «Примерность» ($h_{эмп.}$ = 19,41, при $p \leq 0,01$). Данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявлениядемонстрацию своих умений/компетенций. Демонстрируя свои умения в социальной сети, студенты стремятся не просто показать насколько они компетентны, но и желают быть примером, образцом для подражания.

- по стратегии «Отслеживание производимого впечатления» ($h_{эмп.}$ = 21,82, при $p \leq 0,01$). Данная стратегия наблюдается преимущественно у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных (внешности). Для данной группы важно не только выставить себя в выгодном ракурсе, но и отследить произведенное на других впечатление.

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по степени согласованности структурной организации личностной идентичности ($h_{эмп.}$ = 27,42, при $p \leq 0,01$).Наибольшая степень согласованности структурной организации личностной идентичности наблюдается у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления вербальное информирование о себе и демонстрацию своих умений.

Также статистически значимые различия были выявлены по поведенческому ($\boldsymbol{\varphi^*_{эмп.}}$ = 2,758, при $p \leq 0,01$) и когнитивному ($\boldsymbol{\varphi^*_{эмп.}}$ = 2,426, при $p \leq 0,01$) компонентам личностной зрелости. Для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в большей степени характерна оценка себя в поведенческом аспекте, а студенты, выбирающие в качестве способа самопредъявления демонстрацию физических данных, представляют себя с позиции их ролевой организации.

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по показателям «силы» ($h_{эмп.}$ = 7.85, при $p \leq 0,05$) и «активности» ($h_{эмп.}$ = 10,31, при $p \leq 0,05$). Таким образом, можно

сказать, что для студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в отличие от других групп, характерен более высокий уровень выраженности фактора «Сила». Вероятно, высокаяспособность к самоконтролю, а такжепривычка рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях приводят к тому, что студенты данной группы стремятся к демонстрации своих успехов и достижений, для них важно показать то, чего они добились благодаря своему труду и упорству.

По результатам математической обработки данных были выявлены статистически значимые различия по компонентам «Деятельностное-Я» ($h_{эмп.}$ = 10,77, при $p \leq 0,05$) и «Перспективное-Я» ($h_{эмп.}$ = 14, 1, при $p \leq 0,01$). Таким образом, можно сказать, что у студентов, выбирающих в качестве способа самопредъявления демонстрацию своих умений, в отличие от других групп, в большей степени развита самооценка своих способностей, также они предпочитают строить планы на дальнейшую жизнь, давать им оценку.

Таким образом, гипотеза исследования о том, что в личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях, существуют различия по степени согласованности структурной организации личностной идентичности, по компонентам личностной идентичности, показателям оценки, силы и активности, подтвердилась частично.

Заключение

В представленной магистерской диссертации проведен анализ проблемы изучения особенностей самопредъявления в социальных сетях студентов с разным уровнем личностной идентичности. Рассмотрены психологические особенности студенческого возраста, понятие идентичности в психологии,подробно описаны возможности самопредъявления в интернет-пространстве, и, в частности, в социальных сетях, а также представлен обзор современных исследований по проблеме самопредъявлениястудентов в социальных сетях.

В связи с тем, что количество исследований, посвященных самопредъявлению личности в виртуальном пространстве, не велико, а их направленность сконцентрирована на описании поведения пользователей в различных ситуациях виртуального общения, было проведено исследование, целью которого являлосьизучение особенностей самопредъявления в социальных сетях студентов с разным уровнем личностной идентичности для использования диагностических данных в консультативной и коррекционной практике работы педагога-психолога с представителями студенческой молодежи.

В результате проведенного исследования, гипотеза о том, что в личностной идентичности студентов, выбирающих разные способы самопредъявления в социальных сетях, существуют различия по степени согласованности структурной организации личностной идентичности, по компонентам личностной идентичности, показателям оценки, силы и активности, подтвердилась частично.

Полученные диагностические данные являются результатом начального этапа исследования, в дальнейшем планируется не только расширение выборки за счет привлечения лиц разных возрастных и социальных категорий, но и проведение комплексной диагностики,

включающей изучение показателей личностной зрелости, социальной идентичности, а также характеристик мотивационной и коммуникативной сфер испытуемых.

Список используемых источников

1. Абдулина О.А. Личность студента в процессе профессиональной подготовки/ О.А. Абдулина // Высшее образование в России. - 1993. - №3. - С. 23-24.

2. Абитов И.Р. Особенности самопрезентации пользователей социальных сетей / И.Р. Абитов, И.И. Бабаева [электронный ресурс]URL: https://kpfu.ru/staff_files/F390755359/Statya_Abitova_i_Babaevoj.pdf

3. Аксак В.А. Общение в сети Интернет. Просто как дважды два. - М.: Эксмо, 2007. - 256 с.

4. Алюханова М. В. Демонстративное поведение студентов в социальных сетях: причины и практики / М. В. Алюханова // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург

5. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении. // Личность. Общение. Групповые процессы. Современные направления теоретических и прикладных исследований в зарубежной психологии. Сборник обзоров. М. 1991.

6. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: В 2 т. / Под ред. А.А.Бодалева и др. - М., 1980

7. Антонова Н.В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракциониз-ма и когнитивной психологии /Н.В. Антонова // Вопр. пси- хол.- 1996.-№ 1.-С. 131-143.

8. Ахмадеева Е.В. Особенности самопредъявления студентов-первокурсников при разных формах обучения // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. №7-2. URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-samopredyavleniya-studentov-pervokursnikov-pri-raznyh-formah-obucheniya

9. Беквит Г. Сам себе бренд. Искусство самопрезентации / Гарри Беквит. - М.: Альпина Диджитал, 2016. - 563 с.

10. Белинская Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности [электронный ресурс] URL: http://banderus2.narod.ru/70244.html

11. Буланова - Топоркова М.В. Педагогика и психология высшей школы: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. - 544 с.

12. Винник В. Д.Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. - 2012. - №4 (55). - С. 110-126. http://shurik911.ru/index/socialnye_seti/0-38

13. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. - С. 63-67.

14. Возрастная и педагогическая психология / под ред. М.В. Гамезо // М.В. Гамезо, Е.А.Петрова, Л.М. Орлова. – М.: Педагогическое общество России, 2003 - 512 с.

15. Возрастная и педагогическая психология: Хрестоматия. - М.: Академия,2010.- 367 с.

16. Войскунский А.Е. Общение, опосредованное компьютером// Психологический Журнал №6. 2000 г.

17. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Психолог, 2001. 284 с.

18. Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход. Психологические исследования, 2011, No. 6(20), 2. http://psystudy.ru. 0421100116/0061.

19. Гордеев Н.В. Презентация виртуальной личности в разных коммуникационных средах сети Интернет [электронный ресурс] URL: http://cyberpsy.ru/2011/05/1151/

20. Гримов О.А. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях [электронный ресурс] URL: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Psihologia/12_129127.doc.htm

21. Даудрих Н.А. Социальная идентичность: методический аспект / Н.А. Даудрих // Социологические исследования. - 2000. - № 13. - С. 77-95.

22. Донцов Д.А., Донцова М.В. Психологические особенности юношеского (студенческого) возраста // Устойчивое развитие муниципальных образований: вопросы теории, методологии и практики. Материалы VI Международной научно-практической конференции в 3-х томах, 25-26 октября 2012 года. / Под редакцией к. пед. н. С.И. Карповой. – Одинцово, АНОО ВПО «ОГИ», 2012. Том II - 342 с. - С. 68-82.

23. Дубровина, И. В. Психология / И.В. Дубровина, Е.Е. Данилова, А.М. Прихожан. - М.: Academia, 2014. - 464 с.

24. Жичкина Е.А. О возможностях психологических исследований в сети Интернет. Психологический журнал, 2000, 21(2), 75-78.

25. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [электронный ресурс] URL: http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy

26. Заморский В.В. Роль социальных сетей в ценностной трансформации молодежи / В.В. Заморский // Ист., Философ., Полит.июрид. науки, культурология и Искусствоведение. Вопр. теории и практики. - 2013. - № 5/2. - С. 60-63.

27. Зимняя И. А. Педагогическая психология; МПСИ, МОДЭК - Москва, 2010. - 448 с.

28. Иванова Н.Л. Психологическая структура социальной идентичности: дис. ... д-ра психол. наук / Н.Л. Иванова. - Ярославль, 2003. - 408 с.

29. Изотова Е.И. Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности // Психологические исследования. 2012. Т. 5, № 26. С. 9. URL: http://psystudy.ru

30. Какорина Е.В. Язык интернет-коммуникации / Е.В. Какорина // Язык массовой и Межличностное коммуникации. - М .: Медиа-мир, 2007. - С. 393-378.

31. Карпова М.К. Социальные сети как особый канал самопрезентации индивида / М.К. Карпова, М.А. Монина // Наука. Общество. Государство. 2018. №1 (21). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-osobyy-kanal-samoprezentatsii-individa

32. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения Учеб.пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 304 с.

33. Козлова, Н. С. Изучение специфики вовлеченности подростков в социальные сети / Н. С. Козлова, Е. Е. Чёрная. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 11 (91). — С. 1740-1744. — URL: https://moluch.ru/archive/91/19656/

34. Кон И.С. Психология ранней юности. - М., 1989.

35. Кун М. Тест «Кто Я?» / М. Кун, Т. Макпартленд; модификация Т. В. Румянцевой // Т. В. Румянцева. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре. - СПб.: Речь, 2006. - С.82-103.

36. Лисовский В.Т. Личность студента / В.Т. Лисовский, А.В. Дмитриев. - Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1974

37. Марцинковская Т.Д. Проблема информационной социализации подростков. Образовательная политика, 2010, No. 4, 30-38.

38. Милорадова Н.Г. Студент в зеркале психологии // Архитектура и строительство России. 1995. № 9. // URL:http://www.pedagogics-book.ru/articles/II-2-2.php

39. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг [Текст]/Е.В. Михайлова. - СПб.: Речь, 2007

40. Морозова А.А. Проблемные моменты коммуникативного взаимодействия в социальных сетях / А.А. Морозова // Филология. Искусствоведение. - Вып. 93. - С. 76-80.

41. Мухина В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество: Учебник.- М.: Академия, 2010.- 452 с.

42. Никишина Б.В. Методика исследования личностной идентичности: методология и технология стандартизации / Б.В. Никишина, Е.А. Петраш // Научные ведомости Белгородского государственного университета. 2014. № 6(177) том 21.

43. Обухова Л.Ф. Возрастная психология. – М.: Россия, 2011, 414 с.

44. Паротькина Василиса Олеговна Самопрезентация московских студентов в социальных сетях ВКонтакте и Facebook: сравнительный анализ // Огарёв-Online. 2020. №9 (146). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-moskovskih-studentov-v-sotsialnyh-setyah-vkontakte-i-facebook-sravnitelnyy-analiz

45. Пикулева О. А. Психология самопрезентации личности / О.А. Пикулева. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 320 с.

46. Поливанова К.Н. Психология возрастных кризисов: Учеб.пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2000. - 181 с.

47. Психологическая диагностика: Учебное пособие. / Под редакциейМ. К. Акимовой — СПб.: Питер, 2005. — 304 с.

48. Реан А.А. Психология человека от рождения до смерти. Серия «Психологическая энциклопедия». – СП-б.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. - 656 с.

49. Реснянская М. А. Влияние социальных сетей на мировоззрение студентов / М. А. Реснянская, С. В. Кузьмина. — Текст : непосредственный //

Молодой ученый. — 2016. — № 9.4 (113.4). — С. 61-63. — URL: https://moluch.ru/archive/113/29349/

50. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб.: Речь, 2002. 350 с.

51. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии / В.И. Слободчиков, Е.И.Исаев Психология человека: Введение в психологию субъективности. Учебное пособие для вузов. Книга 2: - М.: Школьная пресса, 2000. - 416 с.

52. Соколова - Бауш Е.А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и реципиенте: Автореф. дис… канд. психол. наук. - М.,2001

53. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н.П. Фетискин, Г.М. Мануйлов, В.В.Козлов: М.: Изд-во Института Психотерапии, 2009.

54. Шевченко И.С. Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении. [электронный ресурс] URL: http://banderus2.narod.ru/74970.html

55. Шкуратова И.П.Самопредъявление личности в общении. Ростов-на-Дону: Южн. федер. университет, 2009.

56. Экслер А. Общение в Интернете: мессенджеры (Интернет-пейджеры):1С<3, MNS, QIP, Miranda, Trillian, голосовое общение через Интернет, блоги: LifeJournal, Livelnternet и др., форумы и чаты / Алекс Экслер. М.: NTPress, 2006.

57. Элкинд Э. Эрик Эриксон и восемь стадий человеческой жизни [Текст]/Э. Элкинд / Пер. с. англ. –М.: Когито-центр, 2009. –110с.

58. Эриксон Э. Восемь возрастов человека [Текст]/Э. Эриксон / Детство и общество. –Изд. 2-е, переработанноеи дополненное / Пер. Алексеева А.А. – СПб.: Речь, 2008. –416с.

59. Эриксон Э.Идентичность: юность и кризис[Текст]/Э. Эриксон. –М.: Флинта, МПСИ, Прогресс, 2009. –352с.

60. Якунин, В.А. Психология учебной деятельности студентов. - М.: Академия, 1994. - 406 с.

61. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Минск: АСАР. – 2005. – 768с.

Приложение 1

Таблица 1

Индивидуальные результаты диагностики испытуемых по опроснику «Стратегии самопредъявления» И.П. Шкуратовой

№ исп	Стремление понравиться	Самопродвижение	Примерность	Запугивание	Демонстрация слабости	Отслеживание производимого впечатления	Вариативность поведения
Вербальное информирование о себе							
1.	14,0	16,0	12,0	4,0	8,0	12,0	3,0
2.	7,0	2,0	10,0	5,0	5,0	4,0	13
3.	12,0	12,0	2,0	2,0	4,0	13,0	4,0
4.	8,0	12,0	9,0	4,0	9,0	7,0	5
5.	15,0	6,0	13,0	3,0	5,0	8,0	14
6.	6,0	14,0	6,0	4,0	4,0	3,0	7,0
7.	15,0	8,0	14,0	4,0	3,0	14,0	13
8.	8,0	15,0	3,0	3,0	2,0	10,0	8,0
9.	13,0	9,0	13,0	9,0	3,0	3,0	6
10.	9,0	13,0	8,0	4,0	1,0	2,0	15
11.	1,0	11,0	5,0	5,0	13,0	4,0	9,0
12.	7,0	10,0	9,0	5,0	8,0	5,0	2
13.	14,0	14,0	4,0	8,0	5,0	9,0	14
14.	10,0	7,0	15,0	5,0	4,0	3,0	10,0
Демонстрация физических данных (внешности)							
1.	11,0	10,0	12,0	5,0	12,0	9,0	5,0
2.	9,0	12,0	14,0	4,0	3,0	16,0	12,0
3.	11,0	2,0	13,0	4,0	2,0	12,0	4,0
4.	10,0	4,0	13,0	5,0	4,0	15,0	9,0
5.	14,0	13,0	5,0	3,0	4,0	14,0	13
6.	9,0	11,0	16,0	12,0	3,0	8,0	4,0
7.	12,0	13,0	15,0	2,0	4,0	14,0	7,0
8.	15,0	11,0	14,0	5,0	5,0	15,0	14
9.	13,0	14,0	7,0	4,0	4,0	13,0	8
10.	12,0	9,0	14,0	4,0	4,0	10,0	14
11.	9,0	5,0	8,0	12,0	4,0	12,0	3,0
12.	14,0	8,0	15,0	8,0	3,0	16,0	13
13.	16,0	12,0	4,0	4,0	2,0	14,0	4
14.	14,0	3,0	10,0	5,0	6,0	15,0	15
15.	15,0	13,0	13,0	5,0	2,0	8,0	8
16.	13,0	15,0	16,0	8,0	6,0	14,0	7,0

№ исп	Стремление понравиться	Самопродвижение	Примерность	Запугивание	Демонстрация слабости	Отслеживание производимого впечатления	Вариативность поведения
17.	14,0	7,0	8,0	4,0	3,0	15,0	12
18.	15,0	4,0	8,0	4,0	5,0	12,0	8
19.	12,0	14,0	13,0	3,0	4,0	9,0	4,0
20.	13,0	8,0	9,0	2,0	5,0	10,0	13
21.	16,0	9,0	13,0	9,0	6,0	15,0	10,0
22.	15,0	15,0	10,0	5,0	4,0	12,0	14
23.	12,0	15,0	12,0	4,0	5,0	13,0	6,0
24.	13,0	10,0	8,0	8,0	3,0	7,0	9,0
25.	16,0	13,0	12,0	2,0	7,0	8,0	9
26.	15,0	16,0	14,0	7,0	2,0	15,0	13,0
27.	10,0	8,0	7,0	1,0	1,0	14,0	8
Демонстрация своих умений/компетенций							
1.	12,0	12,0	12,0	2,0	1,0	12,0	7,0
2.	7,0	13,0	14,0	6,0	1,0	3,0	12
3.	8,0	5,0	12,0	3,0	3,0	13,0	8,0
4.	13,0	14,0	14,0	3,0	2,0	8,0	12
5.	4,0	10,0	12,0	7,0	8,0	14,0	2,0
6.	14,0	12,0	8,0	4,0	5,0	12,0	12
7.	14,0	12,0	14,0	4,0	4,0	8,0	9
8.	9,0	15,0	15,0	8,0	4,0	15,0	13,0
9.	8,0	9,0	12,0	12,0	5,0	9,0	12
10.	15,0	14,0	11,0	5,0	3,0	12,0	3
11.	5,0	8,0	13,0	1,0	7,0	15,0	14
12.	8,0	13,0	11,0	2,0	3,0	8,0	5
13.	14,0	7,0	15,0	8,0	2,0	7,0	10,0
14.	7,0	12,0	10,0	1,0	1,0	13,0	4,0
15.	12,0	14,0	16,0	1,0	1,0	14,0	10,0
16.	6,0	13,0	16,0	2,0	6,0	6,0	14
17.	12,0	12,0	14,0	3,0	2,0	12,0	5,0
Избегание самопредъявления							
1.	6,0	5,0	8,0	3,0	4,0	8,0	13
2.	7,0	6,0	4,0	4,0	3,0	9,0	4,0
3.	5,0	2,0	5,0	5,0	4,0	4,0	14
4.	12,0	13,0	9,0	5,0	5,0	13,0	10,0
5.	4,0	1,0	3,0	8,0	8,0	5,0	15
6.	7,0	8,0	2,0	4,0	5,0	8,0	9
7.	3,0	3,0	13,0	5,0	4,0	12,0	15

№ исп	Стремление понравиться	Самопродвижение	Примерность	Запугивание	Демонстрация слабости	Отслеживание производимого впечатления	Вариативность поведения
8.	8,0	7,0	8,0	7,0	8,0	4,0	7,0
9.	14,0	2,0	5,0	4,0	4,0	3,0	14
10.	3,0	12,0	4,0	3,0	5,0	8,0	8
11.	7,0	10,0	9,0	4,0	5,0	2,0	13
12.	2,0	7,0	8,0	6,0	4,0	14,0	13
13.	14,0	12,0	11,0	5,0	3,0	2,0	12

Таблица 2

Индивидуальные результаты диагностики личностной идентичности студентов по методике исследования личностной идентичности В.Б. Никишиной, Е.А. Петраш

№ испытуемого	Показатель
Вербальное информирование о себе	
1.	35
2.	32
3.	38
4.	30
5.	27
6.	39
7.	41
8.	31
9.	25
10.	40
11.	25
12.	32
13.	37
14.	31
Демонстрация физических данных (внешности)	
1.	22
2.	37
3.	23
4.	15
5.	18
6.	34
7.	38
8.	15
9.	35
10.	24
11.	19
12.	25
13.	36
14.	26

№ испытуемого	Показатель
15.	15
16.	12
17.	11
18.	17
19.	31
20.	15
21.	27
22.	30
23.	17
24.	16
25.	15
26.	28
27.	29
Демонстрация своих умений/компетенций	
1.	35
2.	37
3.	38
4.	30
5.	28
6.	40
7.	41
8.	31
9.	25
10.	42
11.	25
12.	32
13.	38
14.	31
15.	25
16.	23
17.	40
Избегание самопредъявления	
1.	23
2.	16
3.	15
4.	19
5.	25
6.	17
7.	23
8.	28
9.	14
10.	24
11.	26
12.	14
13.	28

Таблица 3

Индивидуальные результаты исследования самосознания студентов по методике личностного дифференциала (ЛД)

№ испытуемого	Оценка	Сила	Активность
Вербальное информирование о себе			
1.	17,0	18,0	18,0
2.	16,0	12,0	18,0
3.	18,0	11,0	17,0
4.	17,0	12,0	17,0
5.	17,0	8,0	4,0
6.	15,0	5,0	18,0
7.	17,0	10,0	9,0
8.	16,0	6,0	19,0
9.	17,0	20,0	-3,0
10.	18,0	10,0	8,0
11.	5,0	9,0	18,0
12.	18,0	11,0	18,0
13.	20,0	14,0	17,0
14.	17,0	10,0	17,0
Демонстрация физических данных (внешности)			
1.	15,0	17,0	18,0
2.	19,0	8,0	18,0
3.	18,0	18,0	20,0
4.	14,0	17,0	9,0
5.	20,0	9,0	18,0
6.	15,0	18,0	12,0
7.	15,0	19,0	19,0
8.	19,0	17,0	15,0
9.	11,0	10,0	21,0
10.	17,0	8,0	10,0
11.	14,0	17,0	18,0
12.	18,0	11,0	15,0
13.	3,0	17,0	20,0
14.	18,0	10,0	20,0
15.	17,0	12,0	20,0
16.	19,0	5,0	5,0
17.	21,0	2,0	18,0
18.	17,0	19,0	14,0
19.	1,0	8,0	21,0
20.	17,0	18,0	19,0
21.	18,0	17,0	18,0
22.	20,0	9,0	13,0
23.	17,0	18,0	18,0
24.	8,0	9,0	15,0
25.	21,0	19,0	19,0
26.	20,0	10,0	20,0
27.	18,0	20,0	21,0

№ испытуемого	Оценка	Сила	Активность
Демонстрация своих умений/компетенций			
1.	19,0	17,0	17,0
2.	17,0	12,0	18,0
3.	10,0	14,0	17,0
4.	15,0	5,0	8,0
5.	18,0	18,0	9,0
6.	6,0	7,0	19,0
7.	18,0	19,0	20,0
8.	13,0	16,0	10,0
9.	20,0	20,0	19,0
10.	19,0	21,0	17,0
11.	21,0	14,0	1,0
12.	14,0	20,0	17,0
13.	18,0	15,0	20,0
14.	6,0	18,0	19,0
15.	17,0	21,0	8,0
16.	19,0	19,0	-2,0
17.	20,0	19,0	20,0
Избегание самопредъявления			
1.	17,0	12,0	18,0
2.	8,0	17,0	10,0
3.	17,0	5,0	3,0
4.	9,0	18,0	8,0
5.	17,0	8,0	18,0
6.	19,0	18,0	11,0
7.	18,0	12,0	14,0
8.	3,0	19,0	17,0
9.	1,0	3,0	-2,0
10.	17,0	20,0	11,0
11.	10,0	15,0	17,0
12.	-4,0	2,0	1,0
13.	17,0	18,0	18,0

Таблица 4

Индивидуальные результаты исследования самосознания студентов по Тесту Куна – Макпартленда «Кто Я» (Модификация Т.В. Румянцевой)

№ исп.	Социальное Я	Коммуникативное Я	Рефлексивное Я	Физическое Я	Материальное Я	Деятельностное Я	Перспективное Я
Вербальное информирование о себе							
1.	3	5	5	1	4	5	3
2.	5	6	6	3	3	2	2
3.	3	4	7	6	2	4	4
4.	6	3	1	2	2	5	2
5.	4	6	7	3	3	5	2
6.	4	3	6	5	3	2	5

№ исп.	Социальное Я	Коммуникативное Я	Рефлексивное Я	Физическое Я	Материальное Я	Деятельностное Я	Перспективное Я
7.	7	3	4	2	3	2	1
8.	5	3	5	1	3	5	2
9.	3	6	4	6	2	5	3
10.	5	5	5	1	1	3	5
11.	4	7	2	2	2	2	5
12.	3	6	5	6	3	3	5
13.	3	7	6	4	1	1	3
14.	3	5	5	1	4	5	3
Демонстрация физических данных (внешности)							
1.	6	5	5	3	4	5	5
2.	5	5	4	1	3	3	1
3.	5	4	6	3	5	3	2
4.	5	7	6	1	1	1	1
5.	4	4	5	5	5	5	1
6.	5	4	5	3	4	5	2
7.	6	3	4	3	3	1	4
8.	5	7	5	7	4	4	5
9.	7	4	3	7	5	3	1
10.	6	7	7	6	4	5	2
11.	5	5	4	7	1	5	2
12.	7	6	3	1	2	3	2
13.	3	3	4	6	4	5	5
14.	3	3	4	2	4	4	3
15.	7	5	3	5	1	4	4
16.	3	3	6	4	1	4	1
17.	7	3	2	2	2	1	3
18.	7	7	3	5	2	1	4
19.	3	5	5	6	5	4	2
20.	3	4	6	4	2	2	5
21.	3	7	7	1	1	4	5
22.	5	6	4	5	4	3	2
23.	3	3	4	7	5	2	5
24.	5	5	6	1	1	1	1
25.	5	5	1	2	4	1	4
26.	4	4	4	1	5	2	1
27.	4	6	5	5	3	3	1
Демонстрация своих умений/компетенций							
1.	4	6	4	1	4	4	5
2.	3	4	7	1	3	6	4
3.	7	5	1	4	3	4	3
4.	7	5	6	4	5	7	7
5.	5	2	2	5	6	5	5
6.	7	2	2	4	4	3	3
7.	4	6	3	1	2	7	4

№ исп.	Социальное Я	Коммуникативное Я	Рефлексивное Я	Физическое Я	Материальное Я	Деятельностное Я	Перспективное Я
8.	3	7	5	4	4	4	7
9.	2	5	5	7	4	5	4
10.	2	4	6	3	3	4	5
11.	6	2	7	5	2	4	7
12.	4	2	4	6	5	7	6
13.	1	2	3	5	2	5	6
14.	2	4	1	4	3	3	3
15.	2	4	6	2	2	7	3
16.	2	6	4	5	5	3	5
17.	5	5	3	4	2	3	4
Избегание самопредъявления							
1.	3	4	4	7	3	4	2
2.	4	6	7	2	2	5	1
3.	3	1	6	7	4	4	2
4.	3	3	7	5	1	3	5
5.	7	2	5	3	4	4	3
6.	3	6	4	4	1	3	4
7.	6	4	6	5	1	1	5
8.	4	7	6	2	4	3	1
9.	2	4	2	6	4	2	4
10.	4	3	4	6	4	4	5
11.	7	3	6	4	4	1	2
12.	7	7	3	3	4	2	5
13.	4	4	4	2	5	3	3

Приложение 2

Таблица 5

Результаты математической обработки данных по выявлению различий степени согласованности структурной организации личностной идентичности с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
35.0	22.0	35.0	23.0
32.0	37.0	37.0	16.0
38.0	23.0	38.0	15.0
30.0	15.0	30.0	19.0
27.0	18.0	28.0	25.0
39.0	34.0	40.0	17.0
41.0	38.0	41.0	23.0
31.0	15.0	31.0	28.0
25.0	35.0	25.0	14.0
40.0	24.0	42.0	24.0
25.0	19.0	25.0	26.0
32.0	25.0	32.0	14.0
37.0	36.0	38.0	28.0
31.0	26.0	31.0	
	15.0	25.0	
	12.0	23.0	
	11.0	40.0	
	17.0		
	31.0		
	15.0		
	27.0		
	30.0		
	17.0		
	16.0		
	15.0		
	28.0		
	29.0		

$h_{эмп.}$ = 27.41714

p = -4.5458

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0{,}01$.

Таблица 6

Результаты математической обработки данных по выявлению различийв поведенческом компоненте личностной зрелости между группой студентов, предпочитающих демонстрацию своих умений/компетенций и остальными группами с помощью критерия Фишера (φ)

Группы	"Есть эффект": задача решена	"Нет эффекта": задача не решена	Суммы
	Количество испытуемых	Количество испытуемых	
1 группа	10 (58.8%)	7 (41.2%)	17 (100%)
2 группа	12 (22.2%)	42 (77.8%)	54 (100%)

Ответ: $\varphi^*_{эмп} = 2.758$

Полученное эмпирическое значение φ* находится в зоне значимости.

H_0 отвергается

Таблица 7

Результаты математической обработки данных по выявлению различий в когнитивном компоненте личностной зрелости между группой студентов, предпочитающих демонстрацию физических данных (внешности) и остальными группами с помощью критерия Фишера (φ)

Группы	"Есть эффект": задача решена	"Нет эффекта": задача не решена	Суммы
	Количество испытуемых	Количество испытуемых	
1 группа	13 (48.1%)	14 (51.9%)	27 (100%)
2 группа	9 (20.5%)	35 (79.5%)	44 (100%)

Ответ: $\varphi^*_{эмп} = 2.426$

Полученное эмпирическое значение φ* находится в зоне значимости.

H_0 отвергается

Таблица 8

Результаты математической обработки данных по выявлению различий по фактору «сила» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
18,0	17,0	17,0	12,0
12,0	8,0	12,0	17,0
11,0	18,0	14,0	5,0
12,0	17,0	5,0	18,0
8,0	9,0	18,0	8,0
5,0	18,0	7,0	18,0
10,0	19,0	19,0	12,0
6,0	17,0	16,0	19,0
20,0	10,0	20,0	3,0
10,0	8,0	21,0	20,0
9,0	17,0	14,0	15,0
11,0	11,0	20,0	2,0
14,0	17,0	15,0	18,0
10,0	10,0	18,0	
	12,0	21,0	
	5,0	19,0	
	2,0	19,0	
	19,0		
	8,0		
	18,0		
	17,0		
	9,0		
	18,0		
	9,0		
	19,0		
	10,0		
	20,0		

$h_{эмп.}$ = 7.85359

p = 0.04914

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,05$.

Таблица 9

Результаты математической обработки данных по выявлению различий по фактору «активность» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
18,0	18,0	17,0	18,0
18,0	18,0	18,0	10,0
17,0	20,0	17,0	3,0
17,0	9,0	8,0	8,0
4,0	18,0	9,0	18,0
18,0	12,0	19,0	11,0
9,0	19,0	20,0	14,0
19,0	15,0	10,0	17,0
-3,0	21,0	19,0	-2,0
8,0	10,0	17,0	11,0
18,0	18,0	1,0	17,0
18,0	15,0	17,0	1,0
17,0	20,0	20,0	18,0
17,0	20,0	19,0	
	20,0	8,0	
	5,0	-2,0	
	18,0	20,0	
	14,0		
	21,0		
	19,0		
	18,0		
	13,0		
	18,0		
	15,0		
	19,0		
	20,0		
	21,0		

$h_{эмп.}$ = 10.31088

p = 0.0161

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,05$

Таблица 10

Результаты математической обработки данных по выявлению различий в стратегии самопредъявления «Стремление понравиться» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
14,0	11,0	12,0	6,0
7,0	9,0	7,0	7,0
12,0	11,0	8,0	5,0
8,0	10,0	13,0	12,0
15,0	14,0	4,0	4,0
6,0	9,0	14,0	7,0
15,0	12,0	14,0	3,0
8,0	15,0	9,0	8,0
13,0	13,0	8,0	14,0
9,0	12,0	15,0	3,0
1,0	9,0	5,0	7,0
7,0	14,0	8,0	2,0
14,0	16,0	14,0	14,0
10,0	14,0	7,0	
	15,0	12,0	
	13,0	6,0	
	14,0	12,0	
	15,0		
	12,0		
	13,0		
	16,0		
	15,0		
	12,0		
	13,0		
	16,0		
	15,0		
	10,0		

$h_{эмп.}$ = 19.58593

p = 0.00016

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,01$.

Таблица 11

Результаты математической обработки данных по выявлению различий в стратегии самопредъявления «Самопродвижение» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
16,0	10,0	12,0	5,0
2,0	12,0	13,0	6,0
12,0	2,0	5,0	2,0
12,0	4,0	14,0	13,0
6,0	13,0	10,0	1,0
14,0	11,0	12,0	8,0
8,0	13,0	12,0	3,0
15,0	11,0	15,0	7,0
9,0	14,0	9,0	2,0
13,0	9,0	14,0	12,0
11,0	5,0	8,0	10,0
10,0	8,0	13,0	7,0
14,0	12,0	7,0	12,0
7,0	3,0	12,0	
	13,0	14,0	
	15,0	13,0	
	7,0	12,0	
	4,0		
	14,0		
	8,0		
	9,0		
	15,0		
	15,0		
	10,0		
	13,0		
	16,0		
	8,0		

$h_{эмп.}$ = 9.93112

p = 0.01916

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,05$.

Таблица 12

Результаты математической обработки данных по выявлению различий в стратегии самопредъявления «Примерность» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
16,0	10,0	12,0	5,0
2,0	12,0	13,0	6,0
12,0	2,0	5,0	2,0
12,0	4,0	14,0	13,0
6,0	13,0	10,0	1,0
14,0	11,0	12,0	8,0
8,0	13,0	12,0	3,0
15,0	11,0	15,0	7,0
9,0	14,0	9,0	2,0
13,0	9,0	14,0	12,0
11,0	5,0	8,0	10,0
10,0	8,0	13,0	7,0
14,0	12,0	7,0	12,0
7,0	3,0	12,0	
	13,0	14,0	
	15,0	13,0	
	7,0	12,0	
	4,0		
	14,0		
	8,0		
	9,0		
	15,0		
	15,0		
	10,0		
	13,0		
	16,0		
	8,0		

$h_{эмп.}$ = 19.40825

p = 0.00019

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0{,}01$.

Таблица13

Результаты математической обработки данных по выявлению различий в стратегии самопредъявления «Отслеживание производимого впечатления» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
12,0	9,0	12,0	8,0
4,0	16,0	3,0	9,0
13,0	12,0	13,0	4,0
7,0	15,0	8,0	13,0
8,0	14,0	14,0	5,0
3,0	8,0	12,0	8,0
14,0	14,0	8,0	12,0
10,0	15,0	15,0	4,0
3,0	13,0	9,0	3,0
2,0	10,0	12,0	8,0
4,0	12,0	15,0	2,0
5,0	16,0	8,0	14,0
9,0	14,0	7,0	2,0
3,0	15,0	13,0	
	8,0	14,0	
	14,0	6,0	
	15,0	12,0	
	12,0		
	9,0		
	10,0		
	15,0		
	12,0		
	13,0		
	7,0		
	8,0		
	15,0		
	14,0		

$h_{эмп.}$ = 21.8227

p = -0.00177

Принимается Н1:

Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,01$.

Таблица 14

Результаты математической обработки данных по выявлению различий по компоненту «Деятельностное-Я» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
5	5	4	4
2	3	6	5
4	3	4	4
5	1	7	3
5	5	5	4
2	5	3	3
2	1	7	1
5	4	4	3
5	3	5	2
3	5	4	4
2	5	4	1
3	3	7	2
1	5	5	3
5	4	3	
	4	7	
	4	3	
	1	3	
	1		
	4		
	2		
	4		
	3		
	2		
	1		
	1		
	2		
	3		

$h_{эмп.}$ = 10.77278
p = 0.01302
Принимается Н1:
Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0,05$.

Таблица 15

Результаты математической обработки данных по выявлению различий по компоненту «Перспективное-Я» с использованием критерия Краскела - Уоллиса (Н-критерий)

Группа 1	**Группа 2**	**Группа 3**	**Группа 4**
3	5	5	2
2	1	4	1
4	2	3	2
2	1	7	5
2	1	5	3
5	2	3	4
1	4	4	5
2	5	7	1
3	1	4	4
5	2	5	5
5	2	7	2
5	2	6	5
3	5	6	3
3	3	3	
	4	3	
	1	5	
	3	4	
	4		
	2		
	5		
	5		
	2		
	5		
	1		
	4		
	1		
	1		

$h_{эмп.}$ = 14.10448
p = 0.00277
Принимается Н1:
Различия между результатами групп статистически значимы при $p \leq 0{,}01$.