**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 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование»
Профиль «Психология образования»

**Бакалаврская работа**
**на тему:**

# «Связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма»

Студент _____ (подпись) Васильева (Якуничкина) Анастасия Алексеевна

Руководитель _____ (подпись) Разуваева Л.Н.

Нормоконтролер _____ (подпись) Карманова Т.М.

*Работа допущена к защите* (протокол заседания кафедры от 07.06.2019 №13)

Заведующий кафедрой _____ (подпись) Медведева И.А.

*Работа защищена с отметкой* отлично (протокол заседания ГЭК от 24.06.19 №3 )

Секретарь ГЭК _____ (подпись) Тарасова Е.М.

Пенза 2019

**Содержание**

Введение…….3

Глава 1. Анализ теоретических данных о проблеме изучения связи особенностей самопрезентации студентов с показателями нарциссизма и эгоизма……..6

1.1. Психологические особенности студенческого возраста ……6

1.2. Нарциссизм и эгоизм как психологическая категория …….13

1.3. Обзор теоретических исследований изучения особенностей студентов в социальных сетях.....19

Выводы по главе 1……..25

Глава 2. Эмпирическое исследование связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма…….27

2.1. Описание процедуры и методов исследования……27

2.2.Анализ и интерпретация результатов исследования……29

2.3.Результаты математико-статистической обработки данных ..…….45

Выводы……..……...47

Заключение……..55

Список используемых источников..…….54

Приложения…….....58

## Введение

Ни одно социальное взаимодействие не обходится без презентации себя, своих личностных, профессиональных или иных качеств. Самопрезентация выступает неотъемлемой частью жизни в современном обществе. По мере развития технологического прогресса создается новая форма социальной реальности, в которой важное место занимают онлайн практики взаимодействия. У индивида появляется необходимость представлять себя в этом новом пространстве, в частности, в онлайн социальных сетях. Особенности онлайн-взаимодействия, которые включают в себя широкий спектр возможностей для создания своей идентичности, наделяют индивида широкими возможностями для самопрезентации себя для других участников онлайн-пространства. В частности, одним из наиболее популярных инструментов самопрезентации выступают личные фотографии, размещенные на персональных страницах участников онлайн социальных сетей. Вопросы самопрезентации, формирования привлекательного образа вызывают все больший интерес у молодежи, потому что студенты вовлечены в процесс межличностного взаимодействия, а от того, каким образом и с помощью каких средств человек представляет себя другим, от того какое впечатление складывается о нем у окружающих, во многом зависит успех, эффективность и результативность общения.

Поступая в учебные заведения, студенты не раз сталкиваются с самопрезентацией. Сначала они пытаются произвести впечатление на своих одногруппников, а потом на преподавателей. Первое впечатление всегда формируется, как образ, на основании эмоциональных и оценочных компонентов, внешний облик, осанка, оформление внешности, экспрессия, внешняя выразительность, выполняемые действия, предполагаемые качества личности играют основополагающую роль на сложившемся впечатлении, в подтверждение этому народная мудрость утверждает: «Встречают по одежке, провожают по уму». Несомненно, что студентам необходимо тщательно

продумывать, как будет формироваться впечатление о них и какие акценты необходимо расставить в момент знакомства.

Актуальность выбора такой темы для изучения определяется тем, что в век цифровых технологий и взаимодействие между людьми претерпевает существенные изменения. Многие исследователи говорят о виртуализации современного общества, в котором визуальная коммуникация выходит на первый план. Однако, несмотря на распространенность вышеуказанных процессов, фотография редко становится объектом социологического и антропологического изучения. За кадром остаются вопросы о стратегиях подачи себя обществу при помощи фотографии, о том как трансформировались практики фотографирования с появлением новых медиа, как создаются фото для публичного представления в онлайн-среде, как на них отображаются люди.

**Цель исследования:** исследование связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма для использования диагностических данных в работе педагога-психолога.

**Объект исследования:** личностные особенности студентов.

**Предмет исследования:** связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма.

**Гипотезой** нашего исследования выступает предположение о том, что существует связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, а именно:

-чем больше и чаще студенты выкладывают фотографии, тем ярче у них выражена эгоистическая направленность;

-если фотографии выкладываются часто, но в небольшом количестве, то у студентов выражено самолюбование и самодостаточность.

Для достижения цели исследования и подтверждения гипотез были поставлены следующие **задачи:**

- изучить и проанализировать основные теоретические подходы к изучению данной проблемы;
- выявить особенности самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма;
- подобрать диагностические методы, адекватные целям исследования, провести анализ результатов исследования;
- провести математическую обработку данных и подвести итоги, опираясь на получившиеся результаты.

Для решения поставленных задач в работе были использованы следующие **методы** исследования:

- теоретико-методологический анализ литературы по рассматриваемой проблеме;
- диагностический эксперимент;
- количественный и качественный анализ эмпирических данных.

В качестве основного метода исследования был использован диагностический эксперимент с применением следующих **методик:**

1. Методика "Завершение предложения" (на эгоцентризм) Дж. Роттер, Д. Сакс, Б. Форер, А. Роде;
2. Методика «Выявление установок, направленных на альтруизм - эгоизм» (О.Ф. Потемкиной);
3. Нарциссический опросник личности, NPI-40.

Полученные данные были подвергнуты математико-статистическому анализу с помощью критерия Спирмена.

Эмпирическое исследование проводилось на базе факультета педагогики, психологии и социальных наук ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» г. Пензы. В данном исследовании приняли участие 39 человек (студенты 1 и 4 курса) в возрасте 17-23 лет.

# Глава 1. Анализ теоретических данных о проблеме изучения связи особенностей самопрезентации студентов с показателями нарциссизма и эгоизма

## 1.1. Психологические особенности студенческого возраста

Отечественные и западные исследователи всегда отдавали юношескому возрасту особое место в классификациях возрастов жизни, выделяя и подчёркивая его самобытность (Б. Г. Ананьев, Ю. М. Орлов, А. В. Толстых, Э. Эриксон, К. Левин, Ж. Пиаже, З. Фрейд и многие другие).

Спектр психологических исследований студенчества весьма обширен. Анализ литературы показывает, что исследователей интересовали особенности личности (И. П. Волков, М. Д. Дворяшина, В. А. Петровский, А.С. Соловьёв), адаптации к условиям высшего учебного заведения (Н.М. Владимирова, И.М. Палей), профессиональной подготовки (Г.А. Журавлёва, Е.В. Левченко, А.К. Маркова, Ю.П. Тимофеев), учебной деятельности (А. И. Луноков, А.В. Неценко, Р.Н. Степанова), интеллекта (А.М.Горфункель, Л. А. Петровская, М. Д. Дворяшина), общения (В.Н. Панфёров, Т.В. Пелевина, Н.Д. Творогова), педагогической и производственной практики (Л.С. Дудченко, П.А. Просецкий), творчества и научно исследовательской работы (Л.М. Попов, Ю.П. Тимофеев), образа жизни студентов (С.Н. Айрапетова).

Постановка проблемы социально-психологической и возрастной категории впервые была разработана психологической школе Б. Г. Ананьева. В отечественной психологии студенческий период характеризуется достижением нового уровня развития внутренней позиции, самосознания и самоуважения, происходит активное становление личности, происходит построение образа мира, прогнозирования личного места в окружающем его мире, планирование способов самоосуществления и будущего.

Юношеский (студенческий) возраст считают периодом развития человека, началом самостоятельной, взрослой жизни. Научная разработка проблемы формирования эмоциональной устойчивости студентов побудила исследователей рассматривать понятие юность как исходную, базовую категорию. Изучая особенности юношеского возраста, Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, М.И. Дьяченко, Л.А. Кандыбович, Н.В. Кузьмина, Ю.Н. Кулюткин, Е.М. Никиреева, Е.И. Степанова, А.А. Реан, В.А. Якунин и другие в своих работах выделяют хронологические границы юности: ранняя юность (15-18 лет) и поздняя (от 18 до 23). Таким образом, студенческие годы приходятся на позднюю юность, психологические особенности которой мы будем рассматривать в данном параграфе.

Период поздней юности является особым периодом в жизни человека, начальным звеном в цепи возрастов. Является важнейшим для становления личности и связан с формированием личности как специалиста, гражданина, общественного деятеля. В названном возрасте происходит становление многих социальных функций, формирование профессионального мастерства. Происходящие удачи и неудачи в учебной, либо профессиональной деятельности, остаются в памяти и могут оказывать в будущем влияние на уровень его эмоциональной устойчивости может как повышать, так и понижать.

Как считает Б. Г. Ананьев, студенческий возраст имеет важное значение в процессе «становления личности и является завершающим типом образования и является основной стадией специализации, этапом вхождения в сферу выбранной профессиональной деятельности» [1, с. 15-17].

Эти возрастные периоды имеют свою специфику, но при этом обладают многими общими характеристиками.

Рассмотрим основные социально-психологические и возрастные характеристики и факторы студенческого периода развития личности: социальная ситуация развития личности, ведущий вид деятельности, сфера

общения, психические новообразования, параметры интеллектуального развития, эмоциональные качества личности.

Рис. 1. Основные социально-психологические и возрастные характеристики и факторы студенческого периода развития личности [2, с. 354]

Рассмотрим каждую представленную характеристику более подробно.

Социальная ситуация в студенческие годы обуславливается периодом в развитии, который соответствует переходу от подросткового возраста во взрослой самостоятельной жизни. Этим и определяется социальная ситуация развития: промежуточное положение между ребенком и взрослым. Главное содержание и направление жизнедеятельности в студенческом возрасте характеризуется зависимостью от взрослых. Необходимость такого жизненного периода как юность, имеющую собственную ценность, обуславливает усложнение социальной жизни и предъявляемыми требованиями современного уровня развития общества к личностной зрелости своих членов и уровню их профессионального образования.

«В юности расширяется диапазон социальных ролей и интересов. На этот возраст приходится много критических событий» [3, с. 445]. Главнейшая социальная задача в студенческом возрасте является поиск уникальной

личности, умение ответить на вопрос «Кто я?». В этом вопросе разделяем мнение Эриксона, который определял данный возраст «поиском экспериментирования роли идентичности» [4]. Ученый считал, что для определения себя как личности подростки должны «разыгрывать» разные роли, так как он может принимать как отрицательную, так и положительную идентичность, а также может отказываться от поиска личности при встрече с трудностями.

Ведущей деятельностью в данном возрасте является учебно-профессиональная, что побуждается социальными мотивами, которые связаны с его будущим. Учебно-профессиональная деятельность является особой формой деятельности, целью и предназначением которой является формирование профессиональных умений и навыков, развитие личностных качеств и профессиональных способностей по выбранной профессии.

Учебно-профессиональная деятельность, по мнениям ученых, представляет собой объединение трех аспектов: мотивационно-смыслового, деятельностного и оценочно-контрольного. Данная структура выделена на основе психологической теории учебной деятельности, разработанной Д.Б. Элькониным, В.В. Давыдовым, А.К. Марковой, общей теории деятельности А.Н. Леонтьева и Л.С. Рубинштейна.

Мотивационно-смысловой аспект определяется «последовательной расстановкой мотивов и целей, которые будут побуждать учащегося овладеть профессией и объективным отношением субъекта к будущей профессиональной деятельности» [5, с. 106]. Деятельностный аспект деятельности относят к внешней структуре деятельности (по А.Н. Леонтьеву) и состоит в том, что учебно-профессиональные задачи и решения, включаемые и подразумеваемые выполнение определенных действий: планирование, моделирование, формирование целей, преобразование и др. Оценочно-контрольный аспект определен создавать адекватную самооценку и самоконтроль в процессе осуществления учебно-профессиональной деятельности.

Высокая значимость качественных характеристик процесса коммуникации характерна для юношеского возраста и имеет большое значение для развития личности.

Общение со сверстниками имеет большое значение для развития личности в юношеском возрасте, который является особым видом межличностных отношений, одним из видов эмоционального контакта, специфическим каналом получения информации. Насыщенная коммуникация со сверстниками способствует утверждению социально-психологической самостоятельность личности.

В юношеском возрасте сохраняются коллективные формы общения, но при этом становится важным и индивидуальные контакты и привязанности, актуализируется проблема поиска единомышленников и спутников жизни, возникает чувство интимности во взаимодействиях с некоторыми окружающими его людьми.

Вместе с тем следует отметить противоположные тенденции при общении и взаимодействии с окружающими людьми: с одной стороны, расширение сферы общения, и растущая индивидуализация и обособление от окружающих – с другой стороны. Расширение сферы общения выражается в увеличении «чистого» общения в выходные дни – до 7-9 часов и 3-4 часа в другие дни, происходит существенного расширение социального пространства общения. При характеристике изучаемого возраста употребляют название феномена «ожидание общения», когда юноши и девушки находятся в постоянной готовности к общению, производят поиск контактов.

Юность является периодом профессионального, личностного и морального самоопределения. Данная проблема рассматривается в работах И.П. Андрийчук, И.А. Зимней, И.Ю. Кулагиной, В.Т. Лисовского, Р.С. Немова, Л.М. Фридмана и др. Как справедливо отмечает И.Ю. Кулагина: «центральное новообразование ранней юности – это самоопределение. Это

новая внутренняя позиция, включающая осознание себя как члена общества, принятие своего места в нем» [6].

Центральными психическими процессами юношеского возраста являются развитие сознания и самосознания. Эти особенности связаны с тем, что ведущей для психического развития студентов деятельностью является профессионально направленная деятельность. Учебная деятельность становится предметом их сознания и саморегуляции. К новообразованиям юности И. Кон относит развитие самостоятельного логического мышления, образной памяти, индивидуального стиля умственной деятельности, интерес к научному поиску.

В студенческом возрасте 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.

Характеризуя параметры интеллектуального развития, Б. Г. Ананьев считает «студенческие годы сенситивным периодом в развитии основных социогенных потенций человека как личности» [7, с. 256]. Автор к ним относит формирование гражданских, профессиональных, мировоззренческих качеств, развиваются творческие и профессиональные способности; происходит преобразование системы ценностных ориентаций, в частности мотивационной сферы; также формируются социальные ценности, связанные с профессионализацией.

Сравнительно с другими возрастами в юношеском возрасте отмечается наивысшая скорость оперативной памяти и переключения внимания, решения вербально-логических задач. Следовательно, студенческий возраст характеризуется достижением наивысших, «пиковых» результатов,

базирующихся на всех предшествующих процессах биологического, психологического, социального развития [8, с. 512].

Эмоциональная сфера в студенческом возрасте приходит к некоторому уравновешенному состоянию, «успокаиваясь» после своего бурного развития в подростковый период. Выраженный и часто акцентированный рационализм на развитии их эмоциональной сферы в целом.

Для эмоциональной сферы юношей и девушек студенческого возраста характерна уникальность юношеской дружбы и среди их привязанностей занимает исключительное место. При этом потребности в эмоционально-чувственной интимности практически не имеет границ. Эмоциональная напряженность в дружеских отношениях снижается при появлении чувства любви. Юношеская любовь характеризуется очень большой степенью эмоциональной интимности по сравнению с дружбой. К концу юношеского возраста заканчивается физическое созревание личности и усиливаются сексуальные переживания.

Таким образом, основными характеристиками студенческого возраста являются: высокий образовательный уровень, высокая познавательная мотивация; очень высокий уровень социальной активности; достаточно гармоничное сочетание интеллектуальной и социальной зрелости. Общепсихологическое развитие личности в студенческом возрасте характеризуется: интенсивностью социализации личности; развитием высоких психических функций; становлением всей интеллектуальной сферы и личности в целом.

Вместе с тем специалисты в области возрастной психологии и физиологии отмечают, что способность человека к сознательной регуляции своего поведения в 17-19 лет развита не в полной мере. Нередки немотивированный риск, неумение предвидеть последствия своих поступков, в основе которых могут быть не всегда достойные мотивы. В.Т. Лисовский отмечает, что 19-20 лет – это возраст бескорыстных жертв и полной самоотдачи, но и нередких отрицательных проявлений [9, с. 259].

## 1.2. Нарциссизм и эгоизм как психологическая категория

Проблема эгоизма представляет особый интерес для изучения ученых. Существует множество противоречивых взглядов на сущность понятия эгоизма. Термин «эгоизм» происходит от «эго», латинского обозначения «Я». Термин «эгоизм» (фр. Egoisme, от лат. Ego – я) начинает входить в публичный оборот во второй половине XVII в. – сначала в Англии под влиянием философских трудов Гоббса, а затем во Франции благодаря работам Ларошфуко и просветителей.

Идеологию эгоизма наблюдаем в концепциях З. Фрейда, неофрейдистов (Г. Салливан, К. Хорни, Э. Фромм), гуманистических психологов (А. Маслоу, К. Роджерс), теориях социального научения (А. Бандура), а также других современных направлениях общей психологии, социальной психологии и психотерапии. Авторы показывают практическую невозможность полного избегания эгоистической мотивации, когда желания и потребности личности удовлетворяются, то человек движется к счастью.

В толковом словаре психиатрических терминов эгоизм рассматривается как «особенность личности… когда на первом плане стоят собственные интересы, стремление а приобретению личных преимуществ и избеганию не-удобств, лишений, забота о себе» [10, с. 326-332]. Эгоизм может наблюдаться как у здоровых людей при наличии определенных черт характера, так и при некоторых психических заболеваниях.

Согласно утверждению Н. Д. Левитову, который рассматривал эгоизм как «характерологическое образование», определял эгоизм как «черту характера, непосредственно связанную с отношением к другим людям, при которой наблюдается пренебрежение интересам других людей, а также готовность для своих личностных выгод ущемлять эти интересы» [11, с. 170-174] .

К.К. Платонов считал, что эгоизм основывается на «мотивах себялюбия и своекорыстия, проявляется в предпочтении своих интересов действий, и

деятельности интересам общественным и интересам других людей» [12, с.237]. В. Г. Степанов определяет жизненную направленность эгоиста на собственное «Я», на личное преуспевание любой ценой, даже за счет окружающих его людей. Автор полагает, что эгоист является себялюбцем, который предпочитает «во всем свои личные интересы интересам других людей и общества, и может при необходимо пренебречь последними» [13, с.312].

Е. П. Ильин относит эгоизм к мотивационным свойствам личности, которые связаны с особенностями принятия решениям и считает склонностью к предпочтению личных интересов противовес интересам других людей [14, с.464].

Все концепции эгоизма условно могут быть разделены на две большие группы: признающие примат биологических либо социальных факторов его происхождения, причем в рамках указанных подходов изучаются отдельные стороны эгоизма: его мотивационные составляющие, результативные аспекты эгоистического действия, особенности воспитания, приводящие к развитию эгоизма.

Эгоизм обладает «защитными» и «мотивационными» свойствами, не только «побуждая личность к деятельности, но и повышает его способность противостоять стрессам и давлению окружающей среды в процессе достижения цели» [15, с.40-50]. Дж. Уолкер отмечает, что «эгоизм является ничем иным, как умением человека направлять самого себя, твердо стоять на собственных ногах» [16, с.212-225].

С психологической точки зрения, эгоизм является конституирующим элементом личности. Безусловно, человек может испытывать по отношению к себе и индифферентность (как при чувстве пустоты), и недовольство собой, даже ненависть (как в случае меланхолии), любовь же предстает как конструктивная сила. Эгоизм как поведение, направленное на самого себя, тенденция приложения усилия к своим собственным действиям, и развивающееся вместе с проявлениями интереса, любви, ненависти,

расположения к другому, позволяет произвести полноценное действие с большим интересом, привнести чувство радости в настоящие и будущие свершения.

Л.З. Левит разработал систему личностно-ориентированную концепцию счастья, согласно которой полноценная жизнь достигается за счет взаимосвязи «эгоизма» и «личной уникальности» (рис. 2) [17, с.10-12].

Рис. 2. Система личностно-ориентированной концепции счастья

Автор систему «эгоизм» представляет как дом из четырех этажей. Каждый нижележащий уровень является предпосылкой для следующего, а следующий – должен быть осознан и в какой-то степени его нужно «преодолеть».

Первый этаж «Биологический Эгоизм» отвечает за выживание и является родственным у животного и человека, который связан с генетической полноценностью и работой систем жизнеобеспечения. Биологический эгоизм включен в систему Эгоизма в связи с биологическими предпосылками человеческого эгоизма.

Второй этаж «Базовый Эгоизм» связан с использованием врожденных предпосылок «Биологического Эгоизма» и отвечает за самоутверждение

личности и относится к уровню «индивид». Третий этаж «Разумный Эгоизм» содействует успешной адаптации к общественной жизни, создавая возможности успешной социализации. Основывается на долгосрочных интересах.

Четвертый этаж – это «Высший Эгоизм», когда пройдены и осознаны все три этажа эгоизма и личность принимает решение и посвящает свою жизнь самореализации. Личность полностью поглощена собственными проблемами, и движется по «пути совершенства».

Чрезмерно выраженный эгоизм способствует развитию антисоциального поведения. Тогда как сам по себе эгоизм, утверждает Е.Ю. Стрижов, не является социально опасным качеством и в умеренных количествах он необходим личности, в первую очередь, для защиты себя и своих интересов. В противном случае человек был бы беспомощен перед «агрессивной» окружающей средой. Однако направленность личности на удовлетворение только собственных потребностей приводит к тому, что чрезмерно ориентированный на себя человек стремится к получению личной выгоды любыми путями, используя для этого других людей и не боясь нарушить закон.

В. Г. Степанов крайнее выражение эгоизма «эгоцентризмом» [18,с. 269]. Ученый считает, что эгоцентризм проявляется в том, что человек свое «Я» ставит в центр всей своей жизни. Для такой личности является жизненно необходимым быть в центре коллектива, чтобы им восхищались, его восхваляли.

Между тем, И.В. Грибенников и Л.В. Ковенко предлагают различать эгоизм и эгоцентризм: «неправильно ставить знак между эгоизмом и эгоцентризмом» [19, с.175-178]. Эгоизм ученые рассматривают как вариант ценностной ориентации, а эгоцентризм как дефицит способности объективно видеть ситуацию. Эгоцентрик может даже вести себя бескорыстно, но потребности другого он трактует по аналогии со своими собственными, и его помощь является «медвежьей услугой».

Н.В. Жутикова считает, что эгоцентризм как временное состояние может наблюдаться и в детстве, когда дети «вдруг удивленно и озабоченно переживают первый проблеск своего «я», стоящего в центре всего его окружения» [20, с.129-133]. В подростковом возрасте внутренний конфликт является показателем сосредоточенности на себе и тогда он становится замкнутым, либо дерзким, подавленным, либо возбужденным. Взрослые также переживают периоды повышенного внимания к себе. Н.В. Жутикова называет данные периоды «ступеньками духовного восхождения», когда вносимое новое в «Я – концепцию», в представление человека о самом себе не похожи и вызывает страдания из-за рассогласования между реальности и привычного образа самого себя.

Разные определения ученых в психологии о понятии «эгоизм», следует отметить, что данные суждения расплывчаты, неопределенны и противоречивы. Авторы раскрывают эгоизм по разному: как «черту характера» (В.Н. Мясищев, Н.Д. Левитов), «свойство личности» (К.К. Платонов), «мотивационное свойство личности» (Е.П. Ильин), «особенность личности или психическое состояние» (В.М. Блейхер, И.В. Крук), «жизненный принцип и моральное качество» (М.Ю. Кондратьев и В.А. Ильин и др.). Самым характерным для эгоиста является это интерес только к себе, своим удобствам, забота о собственной выгоде. Он ставит на первое место свои личные интересы и ради них способен пренебречь интересами коллектива, интересами своих друзей, т.е. ему присущи эгоистические черты. Интересы эгоиста обособлены и ограничиваются только рамками его «Я», тогда как неэгоистичная личность включает в свое «Я» заботу о других и рассматривает себя как часть целого.

Рассмотрев различные точки зрения сущности понятия «эгоизм», мы будем придерживаться точки зрения, что люди не могут избегать собственного эгоизма, но в принципе, этого и не следует избегать. При всем при том, человек может научиться делать выбор в пользу качественно более

«высоких» форм, связанных с индивидуальной самореализацией, самовыражением и саморазвитием.

Как отмечает Х. Кохут, нарциссизм является частью нормального развития человека, а зрелый нарциссизм переживается как чувство собственной ценности и уникальности [24,с. 267-274]. О. Кернберг, имея другую точку зрения, утверждает, что нормальный нарциссизм взрослого является адаптивным способом регуляции самооценки [25, с.11-14] .

Ученые выделяют следующие проявления нарциссизма: защитный, компенсаторный, иллюзорный, преувеличенный характер, который призван привлечь к себе внимание и произвести впечатление, а в ответ получить восхищение окружающих его людей. Человек с нарциссическими чертами, который «упивается самим собой» наблюдается разрыв между «внешним» и внутренним», между великими фантазиями и нежеланием прикладывать какие-либо реальные усилия по их осуществлению.

Проблему соотнесения нарциссизма и эгоизма изучал З. Фрейд. Ученый считал, что эгоизм имеет пользу для личности, а говоря о нарциссизме, имел в виду его либидозное удовлетворение. Автор считал, что можно быть и эгоистичным и нарциссичным, иметь малую потребность в объекте. Таким образом, З. Фрейд считал, что эгоизм и нарциссизм взаимосвязанные понятия, но совсем не значит, что нарциссизм не всегда присутствует совместно с эгоизмом, а если есть эгоизм, не обязательно присутствуют нарциссизм. Вместе с тем, эгоизм является постоянной составляющей личности, а нарциссизм – переменный. Таким образом, в рамках психоаналитического подхода нарциссизм и эгоизм не идентичны, но в феноменологических проявлениях являются близкими.

Несколько другое мнение высказывает В. Г. Степанов, который рассматривает «нарциссизм как вид проявления эгоизма» [26, с.104]. А М.Ю. Кондратьев и В.А. Ильин отделяют эгоизм от нарциссизма, и отмечают, что нарциссическая личность «тотально зависит от мнения окружающих» [27, с.228-231]. Таким личности на первом месте стоят

собственные интересы, игнорируются интересы окружающих, при этом они крайне озабочены как они выглядят. Как в зеркале в социальном окружении такая личность ищет подтверждение своей грандиозности и исключительности. Эгоизм рассматривается авторами как более универсальное явление и является производным от чувства самосохранения. Если личность имеет эгоистическую направленность, то он зависит от внутренней оценки и сравнивает себя со своими внутренними представлениями об успешности, поведении, которые должны быть у идеального «Я».

### 1.3. Обзор теоретических исследований изучения особенностей студентов в социальных сетях

Социальные сети в настоящее время стали явлением общемировым, повсеместным и общепризнанным. В современном мире Интернет стал доступным и оптимальным способом решения множества повседневных задач, включая разного рода коммуникации. Последние легко реализуемы через социальные сети, вариативно представленные в Интернет-пространстве. Социальная сеть – это платформа, онлайн-сервис или сайт, применяющийся для отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Социальная сеть – это онлайновый сервис, позволяющий объединять людей по определенному принципу, предоставляя им удобные инструменты общения и самовыражения. Социальные сети сегодня являются первостепенным средством образовательной коммуникации.

В последние несколько лет наблюдается изменение способов и форм коммуникации в Интернете. На сегодняшний день наиболее распространенным, доступным инструментом общения и самым популярным сервисом, удерживающим внимание большей части Интернет-аудитории, являются социальные сети. Изучением психологических особенностей

активных пользователей социальных сетей занимаются такие исследователи, как: Козлова Н.С., Шаповаленко А.А., Митичева Г.И., Маслова В.С., Шебетенко С.А. и др.

Молодёжной аудиторией Интернет используется для решения разнообразных задач: поиска информации, самообразования, совершения покупок, общения, развлечений и пр. Причем наибольшей привлекательностью среди многочисленных сайтов обладают социальные сети, так как посредством социальной сети может быть реализована каждая из указанных выше задач.

Социальные сети являются отличным способом сохранения своей связи с аудиторией при ограничении ресурсов. Социальные сети дают возможность модерирования комментариев и повышения их качества: мгновенное поступление комментариев и подробностей; мгновенной реакции на изменения в поведении аудитории и корректирование деятельности СМИ; проведения опросов и конкурсов; возможность быстрого реагирования на новость и др.

Под активностью в социальных сетях мы понимаем особый вид Интернет-деятельности, отличающийся интенсификацией своих основных характеристик: частотой пользования социальной сетью или сетями, частотой обновления новостной ленты, оставления комментариев, участия в конкурсах, общения. Совместное использование социальных сетей позволяет проводить разнообразную деятельность со студентами, повышающую уровень интеллектуальной деятельности студентов: голосование, Вики-страницы, опросы, форумы, комментарии, подписки, персональные сообщения «в личку» и для всей группы, «беседы» по конкретным темам (например, зачет по английскому или проект).

По словам Г.Б. Сайфутдиновой и М.А. Храмцовой «для студентов это (социальные сети) часть их повседневной культуры» [28, с.84-87]. Г.Б. Сайфутдинова, М.А. Храмцова также пишут, что «рядовые пользователи обращаются не к специальным сайтам, а выбирают интересующую

информацию в пространстве социальных сетей». Они также считают, что по этой причине профессорско-преподавательский состав учебных заведений таким образом получил большой потенциал социальных сетей как «дополнение к методике».

В последнее время круг исследований, предметом которых стал вопрос о педагогическом потенциале социальных сетей, расширяется. В частности, анализ указанной проблематики представлен в работах В.И. Гинко и А.Г. Тарарова, И.Н. Голицына, А.В. Дикова, О.А. Клименко, О.М. Макеевой, А.В. Могилева, Н.Н. Чалдышкиной. В целом, авторы отмечают, что социальные сети как инструмент взаимодействия преподавателя и студентов недооценены, ведь в педагогической деятельности социальные сети можно использовать для эффективной организации коллективной работы учебной группы, долгосрочной проектной деятельности, международных обменов и реализации иных задач.

А.В. Фещенко, анализируя зарубежный опыт использования социальных сетей в образовании, приводит следующие аргументы (рис. 3).

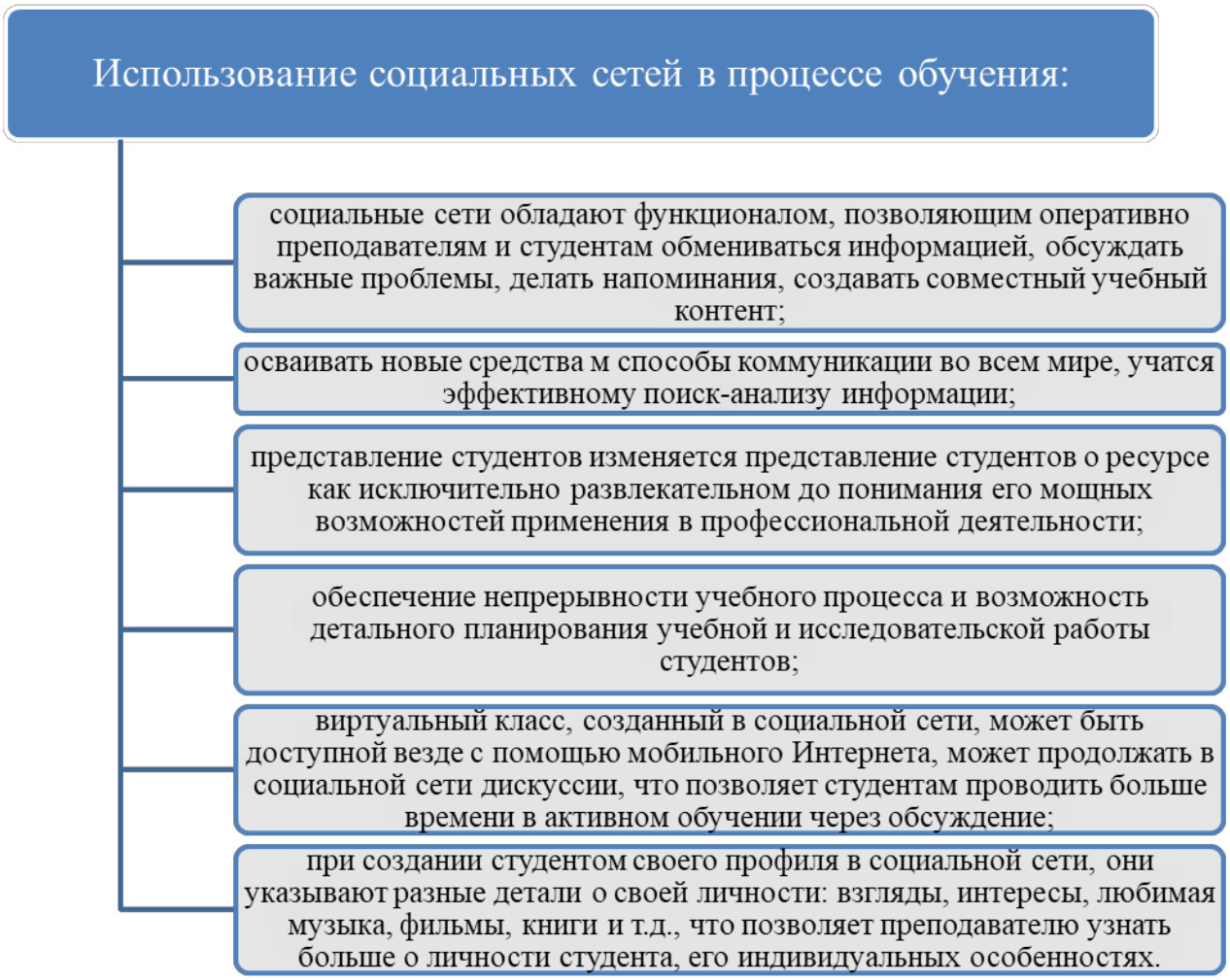


Рис. 3. Методы использования социальных сетей в учебном процессе [30, с.174]

Работа в социальных сетях позволяет устранять психологические барьеры между студентами и педагогом, вводит их в область параллельных взаимоотношений, в которых происходит равенство субъектов общения и ориентацию на поведение другого, на то, как он воспринимает поведение окружающих его лиц. Вместе с тем социальные сети способствуют индивидуализации образовательного процесса. Замкнутость, стеснительность и иные качества студента, которые мешают ему выступать на занятии, высказывать свою точку зрения, посредством социальной сети эти препятствия устраняются [29, с.87]. Преподаватель получает возможность эффективного сотрудничества с каждым студентом – участником

виртуального пространства, оказывать на них целенаправленное педагогическое воздействие, добиваться поставленных образовательных и воспитательных целей.

Социальные сети создаются на основе следующих принципов (рис. 4).

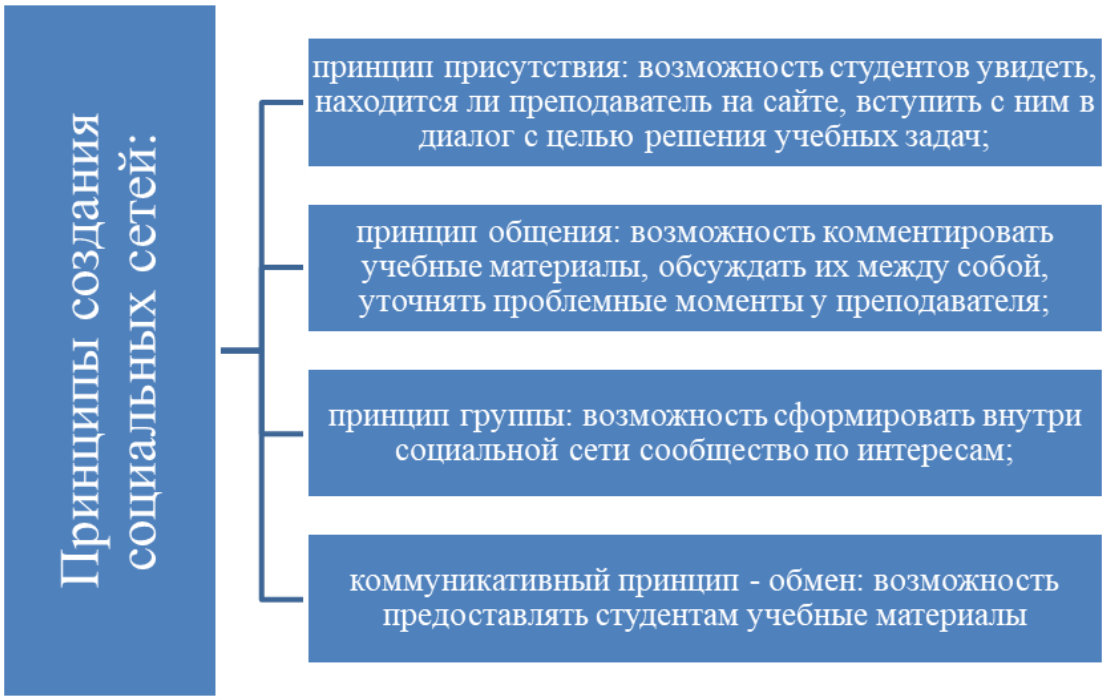


Рис. 4. Принципы создания социальных сетей

Немецкий философ XVII в. Готфрид Лейбниц писал: «Ничего не делается без достаточного основания, то есть не происходит ничего такого, для чего нельзя было бы указать основания, достаточного для определения, похему это происходит так, а не иначе... хотя эти основания в большинстве случаев вовсе не могут быть нам известны» [31,с.110-112]. Таким образом, у пользователей социальных сетей также существуют причины их поведения, общее основание для такого поведения.

Рассматривают три принципа функционирования социальных сетей и медиа: нарциссизм, синдром рассеянного внимания и выслеживание. При этом нарциссизм был представлен как главный, доминирующий принцип, который рассматривается в рамках данного исследования [32,с.319]. Но говоря о поведении пользователей социальных сетей, следовало бы употребить термин эгоизм по следующим основаниям. Нарциссизм является

формой патологии. А эгоист может видеть мир, свою роль в нем неискаженным, вполне объективно.

Эгоизм является формой жадности, он не любит делиться с кем-либо, окружающих он воспринимает как угрозу, а не как друзей даже возможных. У эгоиста преобладает «интерес к себе», что не искажает видение себя и окружающих, по сравнению с тем, что происходит с нарциссической личностью [33, с.213-214].

Главным принципом функционирования социальных сетей считают практический или моральный эгоизм [34]. Это связывают с тем, что если считать, основным принципом нарциссизм группы людей - пользователей социальных сетей, то следует, что для нарциссизма группы характерна патология, т.е. искажение представления людей о себе и мире, их окружающем. А предположение о том, что пользователи социальных сетей имеют психические отклонения, является неправильным, а это значит, нарциссизм не может быть основанием функционирования социальных сетей [35, с.560]. Практический (моральный) эгоизм является таким взглядом на человеческое поведение, при котором мотив действий – это удовлетворение его личных потребностей, стремление к личностному благополучию.

Н.С. Козлова, изучая специфику социальных сетей, выделила такой показатель как количество «друзей» и считает, что чем их больше, тем больше вероятность, что личность будет стремиться к самопрезентации [36,с.124-134]. Поэтому далее рассмотрим вопрос самопрезентации в социальных сетях в целях общения. Самопрезентация – это умение подавать себя, привлекать к себе внимание при помощи акцентирования внимания на своих качествах, которые актуализируются на основе использования особых технологий и стратегий [37]. Для того чтобы общаться с «друзьями», личности необходимо активно себя презентовать себя [38]. Это обусловлено следующими факторами. Стремление показать себя является мотивом к регистрации в социальной сети, высокая частота

выкладывания своих изображений. Потребность в одобрении проявляется в склонности проверять количество «лайков» [39,с.592].

Таким образом, социальные сети для студентов предоставляют множество возможностей как для учебной, профессиональной деятельности, так и для личного общения. Для учебной деятельности у студентов имеется возможность участия в телекоммуникационных проектах, являющихся средством развития информационной компетентности, которые совершенствуют различные предметные знания. Происходит передача информации от педагога к студентам, а также между самими студентами как одного учебного заведения, так и разных. Для студентов открывается доступ к различным справочно-информационным базам, базам информации. Также для студентов предоставляется возможность работы в команде с преподавателем [40].

**Выводы по главе 1**

Проведенное теоретическое исследование позволило сделать нам ряд выводов:

Основными характеристиками студенческого возраста являются: высокий образовательный уровень, высокая познавательная мотивация; очень высокий уровень социальной активности; достаточно гармоничное сочетание интеллектуальной и социальной зрелости. Общепсихологическое развитие личности в студенческом возрасте характеризуется: интенсивностью социализации личности; развитием высоких психических функций; становлением всей интеллектуальной сферы и личности в целом.

Комплексное изучение проявления эгоизма в обществе (влияние на развитие личности, причины появления, последствия) свидетельствует, что понятие «эгоизм» неоднозначно: эгоизм характеризуется как отрицательно, так и положительно; эгоизм исследуют различные науки. Общее в этих науках - исключительное предпочтение своих интересов над интересами

других людей; двойственность природы эгоизма (порождение природного инстинкта самосохранения, условия жизни людей - уровень их культуры, образования, воспитания).

Реализации активности личности в социальной сети имеет несколько форм. Социальная сеть может изменять жизнедеятельность человека, а может быть не задействована личностью в повседневной жизни. Выбор личностью характера активности в социальной сети и повседневной действительности сам по себе представляется самостоятельной деятельностью, в ходе которой возможно становление субъектности.

Социальные сети - мощный и эффективный инструмент, имеющий широкий диапазон возможностей и уникальных положительных особенностей, потенциал которых необходимо использовать в современном образовании.

# Глава 2. Эмпирическое исследование связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма

## 2.1 . Описание процедуры и методов исследования

Для подтверждения выдвинутой гипотезы было проведено исследование на базе факультета педагогики, психологии и социальных наук ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» в ноябре 2018 года. Для исследования было отобрано 39 студентов, женского и мужского пола 1 и 4 курса, в возрасте 17-23 года.

Для исследования были выбраны три методики, а также проведен анализ страниц студентов в социальных сетях. Данные методы могут быть применены как в исследованиях, так и в деятельности педагогов и психологической службы.

На первом этапе нашего исследования мы решили провести анализ страниц студентов и просмотреть цикличность и количество выкладываемых ими фотографий. В ходе диагностики, нашей задачей было выявить особенности самопрезентации испытуемых. В данном случае мы выбрали 2 критерия (количество фото и периодичность выкладывания фото), на основании которых общая выборка испытуемых была разделена на 9 групп.

На втором этапе исследования были проведены следующие методики:

- Методика "Завершение предложения" (на эгоцентризм) Дж. Роттер, Д. Сакс, Б. Форер, А. Роде;
- Методика «Выявление установок, направленных на альтруизм - эгоизм» (О. Ф. Потемкиной );
- Нарциссический опросник личности, NPI-40.

Методика "Завершение предложения" (Дж. Роттер, Д. Сакс, Б. Форер, А. Роде) направлена на выявление такого личностного качества как эгоцентризм [22]. Несмотря на то, что данная методика является

проекционной, обработка данных проводится в связи с предоставленной стандартизированной обработкой. Быстрота проведения и обработки результатов является неоспоримым преимуществом данной методики. Эгоцентризм не является самостоятельным диагнозом, а только показателем: показателем наличия глубоких, устойчивых личностных проблем. Эгоцентризм является следствием если не всех, то большинства личностных расстройств: неврозов, психопатий, акцентуаций, неадекватных психических состояний и пр. Эгоцентризм возникает практически всегда, когда у человека возникает чувство неадекватности собственного Я по сравнению с "другими Я". Вследствие этого возникает "зацикленность" на собственном "Я", своих проблемах - человек воспринимает окружающий мир через призму собственного "Я", своих проблем. В качестве стимульного материала испытуемому на отдельном бланке предлагается десять незавершенных предложений, после чего он отвечает на них так, как посчитает нужным.

Интерпретация полученных результатов состоит в подсчете количества использований во всех десяти предложениях имен собственных-производных от "я"(включая и само "я"):"мне","мое","мои" и т.д.

При количестве упоминаний больше 6 можно говорить о ярко выраженном эгоцентризме.

Целью методики «Выявление установок, направленных на альтруизм - эгоизм» (О. Ф. Потемкиной), является выявление склонности человека к поведению, обусловленному эмпатийностью [21]. В качестве стимульного материала и инструкции, испытуемому предлагается пройти опросник, состоящий из 20 вопросов, где исходя уже из имеющейся тенденции поведения нужно понять, как вести себя в определенной ситуации.

Интерпретация результатов проводится в связи с проставлением по 1 баллу при ответах «да» на вопросы 1-4,6,7, 9,13,17 и ответах «нет» на вопросы 5, 8,10-12,14-16,18-20. Затем подсчитывается общая сумма баллов.

Чем набранная сумма баллов больше 10, тем в большей степени у субъекта выражен альтруизм, желание помочь людям. И наоборот, чем сумма

баллов меньше 10, тем больше у субъекта выражена эгоистическая тенденция.

Нарциссический опросник личности, NPI-40 [23]. Данная методика направлена на измерение нарциссизма как свойства личности, интерпретация результатов по отдельным шкалам позволяет выявить определенные тенденции в поведении.

В качестве инструкции испытуемым предлагается внимательно прочитать каждое из предъявленных утверждений, и в каждой паре выбрать то, которое лучше описывает восприятие себя.

Интерпретация результатов проводится на основе выбора каждого вопроса, помеченного звёздочкой, где начисляется по 1 баллу. Баллы за все вопросы суммируются.

В основе опросника лежат клинические критерии для определения нарциссизма, описанные в Диагностическом и статистическом руководстве по психическим расстройствам в третьей редакции (DSM-III). НОЛ используется для измерения соответствующих характеристик у всех слоев населения и применим для выявления «нормы» или «скрытого» (пограничного) нарциссизма (прошедшие опросник с высоким показателями не всегда попадают под диагноз нарциссизма).

Математическая обработка осуществлялась с помощью критерия ранговой корреляции Спирмена.

Метод ранговой корреляции Спирмена позволяет определить тесноту (силу) и направление корреляционной связи между двумя признаками или двумя профилями (иерархиями) признаков.

### 2.2. Анализ и интерпретация результатов исследования

Для того, чтобы выявить особенности самопрезентации студентов в социальных сетях мы выбрали 2 критерия (количество фото и периодичность

выкладывания фото), на основании которых общая выборка испытуемых была разделена на 9 групп.

1 группа – испытуемые, выкладывающие большое количество фотографий (больше 50), чаще 1 раза в неделю. Условно назовем эту подгруппу «Часто-много».

2 группа – испытуемые, выкладывающие среднее количество фотографий (от 20 до 50), чаще 1 раза в неделю. Условно назовем эту подгруппу «Часто-средне».

3 группа – испытуемые, выкладывающие малое количество фотографий (до 20), чаще 1 раза в неделю. Условно назовем эту подгруппу «Часто-мало».

4 группа – испытуемые, выкладывающие большое количество фотографий (от 50), эпизодично (от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц). Условно назовем эту подгруппу «Эпизодично-много».

5 группа – испытуемые, выкладывающие большое количество фотографий (от 20 до 50), эпизодично (от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц). Условно назовем эту подгруппу «Эпизодично-средне».

6 группа – испытуемые, выкладывающие малое количество фотографий (до 20), эпизодично (от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц). Условно назовем эту подгруппу «Эпизодично-мало».

7 группа — испытуемые выкладывающие большое количество фотографий (от 50) не чаще 1 раза в месяц. Условно назовем эту подгруппу «Редко-много».

8 группа – испытуемые выкладывающие среднее количество фотографий (от 20 до 50) не чаще 1 раза в месяц. Условно назовем эту подгруппу «Редко-средне».

9 группа - группа – испытуемые выкладывающие малое количество фотографий (до 20) не чаще 1 раза в месяц. Условно назовем эту подгруппу «Редко-мало».

Результаты представлены в табл.1. Также, результаты, полученные по итогам проведенной диагностики, представлены в табл. 1. и на рисунке 1.

Таблица 1

Результаты самопрезентации студентов в социальных сетях по количеству и периодичности выложенных фотографий (в %)

| Количество и периодичность выложенных фотографий | | | |
|---|---|---|---|
| | Много (от 50 и выше фото) | Среднее (от 20 до 50 фото) | Мало (до 20 фото) |
| Часто (чаще 1 раза в неделю) | 1 группа (0%) | 2 группа (15%) | 3 группа (15%) |
| Эпизодично (от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц) | 4 группа (6%) | 5 группа (25%) | 6 группа (20 %) |
| Редко (не чаще 1 раза в месяц) | 7 группа (0%) | 8 группа (8%) | 9 группа (11%) |

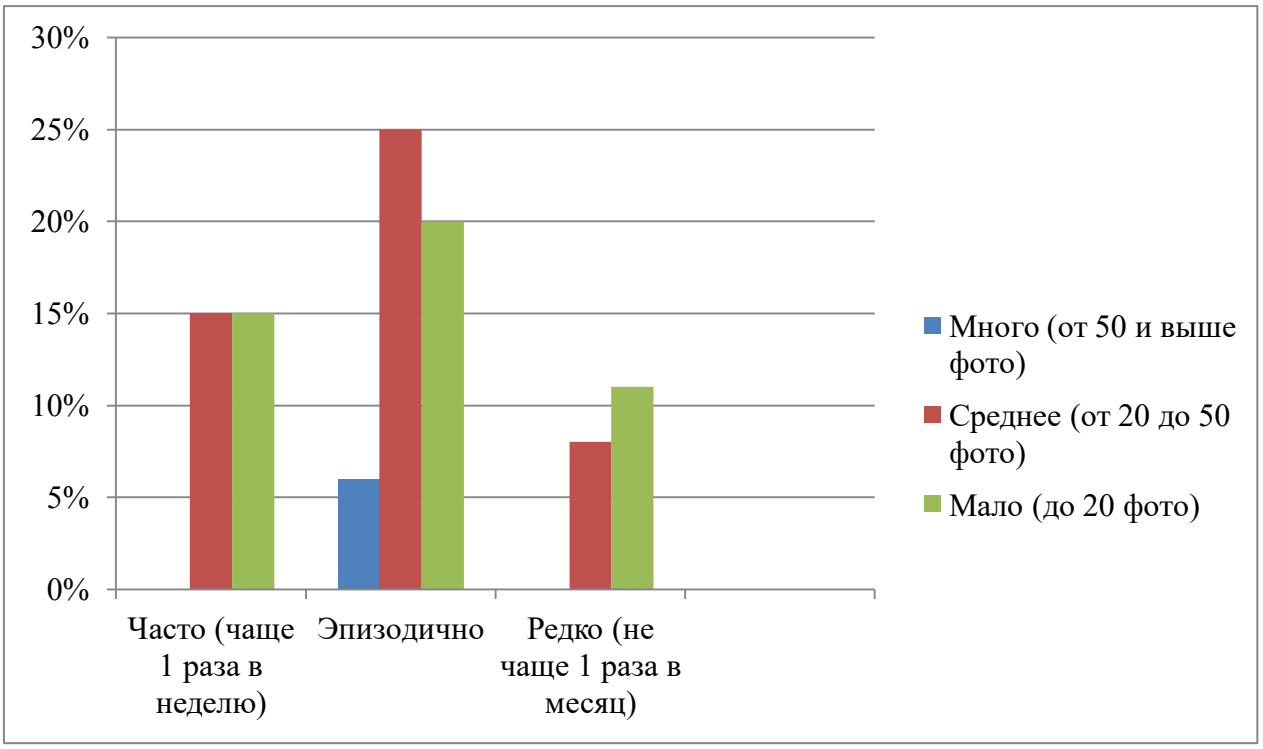


Рис.1. Результаты особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях по количеству и периодичности выложенных фотографий (в %)

По результатам проведенного анализа испытуемые распределились по группам следующим образом: самое большое количество испытуемых (25%) составляют группу, в которой среднее количество фотографий

выкладывается эпизодически. 20% испытуемых составляют группу, в которой малое количество фотографий выкладывается эпизодически. 15% испытуемых составляют группу, в которой среднее количество фотографий выкладывается часто. Также 15% испытуемых составляют группу, в которой малое количество фотографий выкладывается часто. 11% испытуемых составляют группу, в которой малое количество фотографий выкладывается редко. 8% испытуемых составляют группу, в которой среднее количество фотографий выкладывается редко. И 6% испытуемых составляют группу, в которой фотографии выкладываются в большом количестве эпизодично. В группы, для которых характерно выкладывание большого количества фотографий очень часто или, напротив, редко, испытуемые нашей выборки не попали. Таким образом, общая выборка испытуемых была разделена на 7 групп.

Следующим этапом нашего исследования стала диагностика нарциссизма и эгоизма у испытуемых выделенных групп.

Для диагностики личностного качества эгоцентризма была использована методика «Завершение предложения» (Дж. Роттер, Д. Сакс, Б. Форер, А. Роде).

Цель методики: выявление такого личностного качества как эгоцентризм.

По итогу диагностики, мы можем проследить по определенным показателям наличие глубоких, устойчивых личностных проблем, а также возникающее у человека чувство неадекватности собственного Я по сравнению с "другими Я". Результаты представлены в табл.2. и на рис.2.

Таблица 2

Результаты по методике «Завершение предложения»(Дж. Роттер, Д.Сакс, Б. Форер, А. Роде) (в %)

| Самопрезентация студентов (в группах) | Эгоцентризм в норме | Ярко выраженный эгоцентризм |
|---|---|---|
| 1 группа «Часто-средне» | 67% | 33% |
| 2 группа «Часто-мало» | 33% | 67% |
| 3 группа «Эпизодично-много» | 100% | 0% |
| 4 группа «Эпизодично-средне» | 70% | 30% |
| 5 группа «Эпизодично-мало» | 75% | 25% |
| 6 группа «Редко-средне» | 66% | 34% |
| 7 группа «Редко-мало» | 25% | 75% |

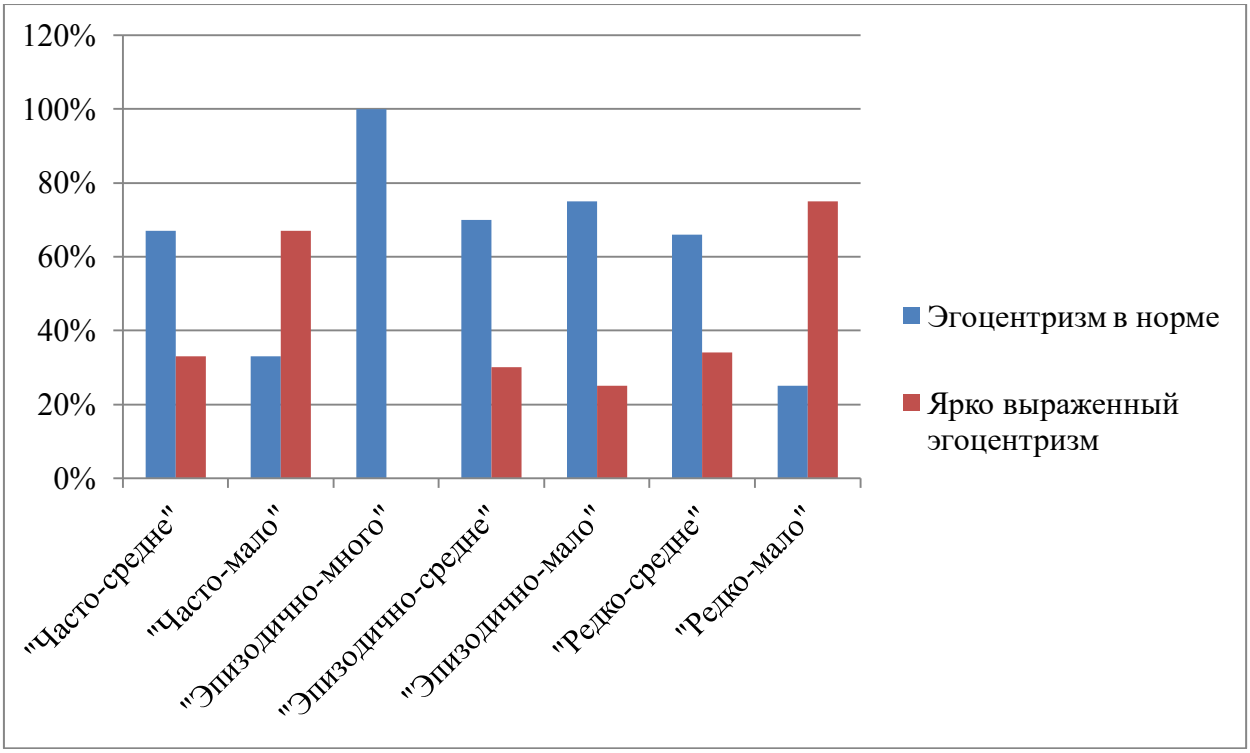


Рис.2. Результаты по методике «Завершение предложения» (в %)

Анализируя результаты таблицы 2 и рисунка 2 можно сказать, что ярко выраженный эгоцентризм характерен для групп испытуемых «Редко-мало» (75%) и «Часто-мало» (67%). Таким образом, мы можем предположить, что такое качество как «эгоцентризм» характерно для испытуемых, выкладывающих небольшое количество фотографий. Такие люди считают себя выше других, и, возможно поэтому, они не видят необходимости в одобрении со стороны, которое достигается выкладыванием большого количества фотографий в социальные сети.

В моральном плане эгоцентрическая направленность может вести к эгоизму, который проявляется в попытках использовать других людей для удовлетворения собственных потребностей и интересов, а также к прагматизму, то есть связыванию всего, с чем индивид встречается в жизни, только со своей пользой. В отдельных случаях выраженный эгоцентризм может быть ситуативным, вызванным очень значимым для человека событием.

Также высокий уровень эгоцентризма характерен для 34% группы «Редко-средне, 33% группы «Часто-средне», 30% группы «Эпизодично-средне», и 25% группы «Эпизодично мало».

Уровень эгоцентризма находится в пределах нормы у групп испытуемых «Эпизодично-много» (100%), «Эпизодично-средне» (70%) и «Эпизодично-мало» (75%). Можем предположить, что такое качество как «эгоцентризм» не характерно для испытуемых, выкладывающих фотографии с абсолютно различным их количеством. Студенты данных групп рады общению с другими людьми, им приятно находить новые знакомства в социальных сетях. Можно сказать, что для испытуемых имеет место эмпанировать окружающим, возможно, они выкладывают фотографии в связи с представлением своей личности.

Также, уровень эгоцентризма, находящийся на пределах нормы, был выявлен в группах испытуемых «Часто-средне» (67%) и «Редко-средне» (66%).Результаты математической обработки данных не подтвердили связь

между такой характеристикой как «эгоцентризм» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs = -0.043).

Для диагностики альтруизма и эгоизма была использована методика «Выявление установок, направленных на альтруизм-эгоизм». Данная методика способна выявить склонности человека к поведению, обусловленному эмпатийностью. Где мы можем проследить за тем, как студенты той или иной группы могут проявлять себя по отношению к другим людям. Результаты представлены в табл.3. и наглядно изображены на рис.3.

Таблица 3

Результаты по методике «Выявление установок, направленных на альтруизм-эгоизм» (О. Ф. Потемкиной) (в%)

| Самопрезентация студентов (в группах) | Выраженный альтруизм | Выраженный эгоизм |
|---|---|---|
| 1 группа «Часто-средне» | 33% | 67% |
| 2 группа «Часто-мало» | 60% | 40% |
| 3 группа «Эпизодично-много» | 67% | 33% |
| 4 группа «Эпизодично-средне» | 87% | 13% |
| 5 группа «Эпизодично-мало» | 33% | 67% |
| 6 группа «Редко-средне» | 60% | 40% |
| 7 группа «Редко-мало» | 75% | 25% |

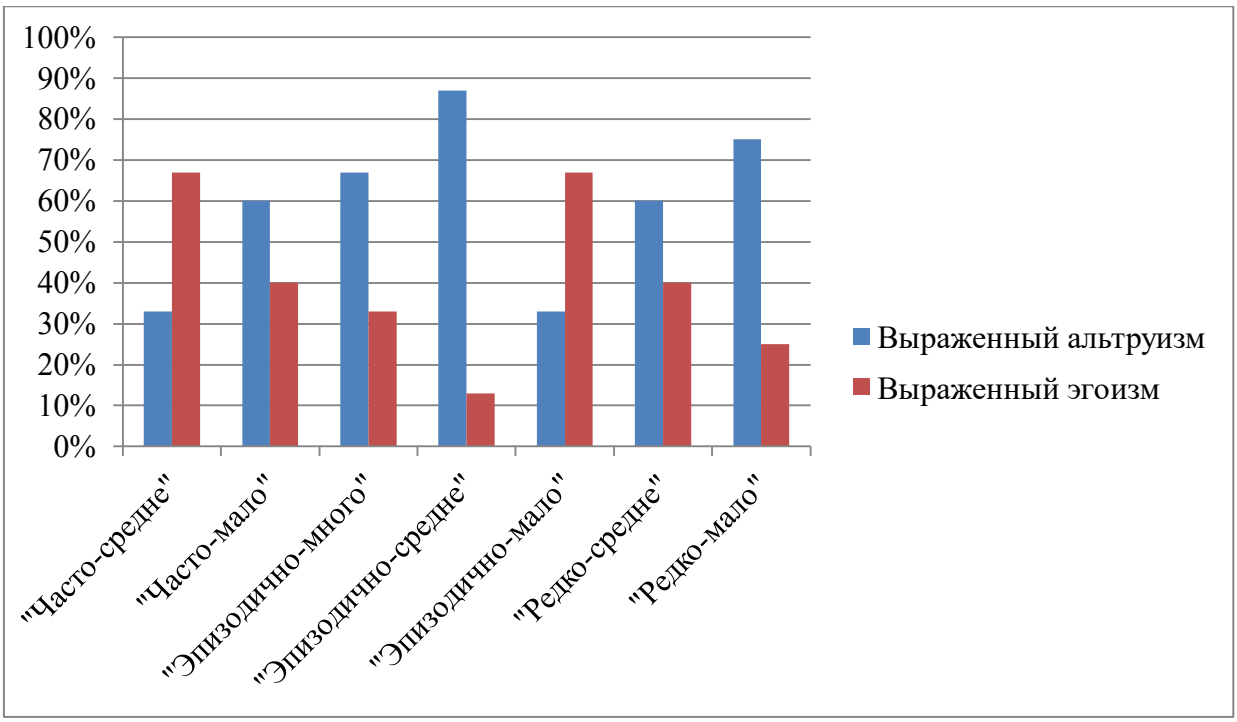


Рис.3. Результаты по методике «Выявление установок, направленных на альтруизм-эгоизм» (в%)

Анализируя результаты таблицы 3 и рисунка 3, можно сказать, что выраженный альтруизм проявляется в группах «Эпизодично-средне» (87%) и «Редко-мало» (75%), где фотографии выкладываются в среднем и малом количествах. При этом, можно предположить, что малое количество фотографий у студентов на страницах говорит о том, что они могут наладить общение с людьми другими способами, живым общением например, не привлекая к себе внимания через социальные сети. У испытуемых есть определенная уверенность в собственных силах, в том, что они могут сделать добрые дела, помочь другим людям не опираясь на какие-то вспомогательные факторы, как просторы интернет. Альтруизм помогает раскрыть потенциальные возможности личности, поскольку ради других человек часто способен сделать гораздо больше того, что делает для себя. Также, выраженный альтруизм характерен для 60% группы «Часто-мало» и для 60% группы «Редко-Средне».

Выраженная эгоистическая тенденция проявляется в группах «Часто-средне» (67%) и «Эпизодично-мало» (67%), где фотографии выкладываются

среднем и малом количествах. Можем предположить, что у студентов данных групп количество фотографий никак не отзывается в эгоистической направленности, т.к находятся в абсолютно различных промежутках. Чаще всего эгоистическая тенденция у испытуемых воспитывается стихийно, без каких-либо сознательных намерений окружающих, а эгоизм в определенной мере связан с формированием автономного, независимого и самостоятельного «Я», где отстаивание его уходит на план презентации себя, отражающейся в выложенных фотографиях.

Результаты математической обработки данных подтвердили обратную связь между такими характеристиками как «альтруизм-эгоизм» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs = -0.327). Из этого следует, что чем меньше люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них альтруистическая направленность. Также результаты математической обработки данных подтвердили связь между такими характеристиками как «альтруизм-эгоизм» и периодичностью выкладывания фотографий в социальную сеть (rs =0.382). Из этого следует, что чем чаще люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них эгоистическая направленность.

Для диагностики нарциссизма как свойства личности была использована методика «Нарциссический опросник личности, NPI-40». С помощью анализа данных проведенной методики, можно просмотреть в отдельных шкалах определенные тенденции в поведении испытуемых. Проанализировав полученные данные, получились следующие результаты, представленные в табл.4. и на рис. 4.:

Таблица 4

Результаты по методике «Нарциссический опросник личности, NPI-40» (в %)

| Самопрезентация студентов | Низкий уровень | Средний уровень | Высокий уровень |
|---|---|---|---|
| 1 группа «Часто-средне» | 0% | 33% | 67% |
| 2 группа «Часто-мало» | 33% | 50% | 17% |
| 3 группа «Эпизодично-много» | 17% | 33% | 50% |
| 4 группа «Эпизодично-средне» | 25% | 63% | 12% |
| 5 группа «Эпизодично-мало» | 75% | 25% | 0% |
| 6 группа «Редко-средне» | 25% | 50% | 25% |
| 7 группа «Редко-мало» | 75% | 25% | 0% |

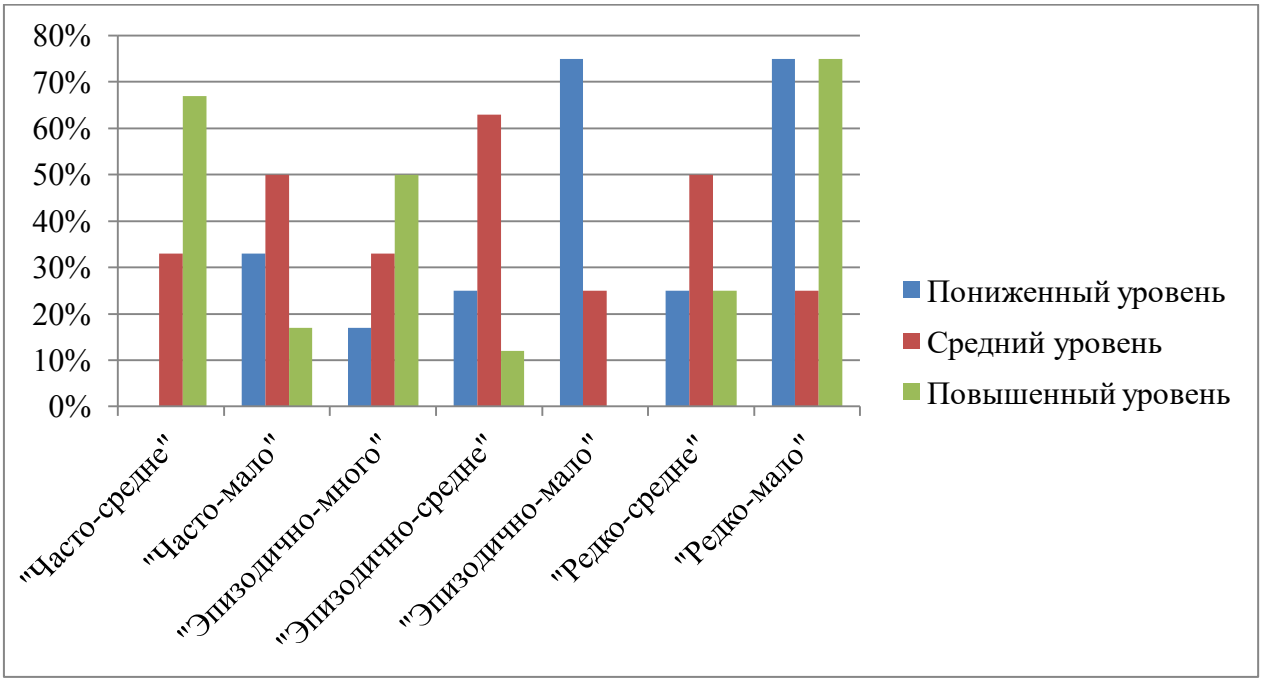


Рис.4. Результаты по методике «Нарциссический опросник личности, NPI-40» (в %)

Анализируя результаты таблицы 4 и рисунка 4, можно сказать, что высокий уровень нарциссизма был выявлен у испытуемых в группах «Часто-средне (67%) и «Эпизодично-много (50%)», в данном случае они презентуют себя в социальных сетях, выкладывая фотографии в среднем и большом количествах. Предположим, что данные результаты в соотношении друг с другом говорят о повышенной убежденности в своей самодостаточности: независимости от людей при любых обстоятельствах, компетентности, уверенности в правильности своих действий, в том числе и в выкладывании различного рода фотографий, а также умении жить в соответствии со своими желаниями. Повышенная убежденность в своем превосходстве над другими людьми: экстраординарности и уникальности своей личности, наличии особых достижений и талантов, заслуженности соответствующего признания поведения со стороны окружающих.

Также высокий уровень нарциссизма характерен группам «Часто-мало» (17%), «Эпизодично-средне» (12%) и «Редко-средне» (25%).

Средний уровень нарциссизма можно проследить в группах «Часто-мало»(50%), «Эпизодично-средне»(63%) и «Редко-средне»(50), где фотографии выкладываются в среднем и малом количествах. Возможно, это говорит о том, что у данного процента студентов адекватно проявляются лидерские качества, они редко влияют на других, не имеют принципиальной способности как добиваться успеха, так и выкладывать фотографии, а делают это исключительно в связи со своим желанием. Также средний уровень характерен для 33% группы «Часто-средне», 33% группы «Эпизодично-много», 25% группы «Эпизодично-мало» и 25% группы «Редко-мало».

Испытуемые не всегда проявляют экстраординарность и уникальность своей личности, наличие особых достижений, талантов и заслуженности соответствующего признания со стороны окружающих. Также испытуемые нечасто в своих целях и интересах применяют метод манипулирования окружающими для достижения чего-либо. У них нет определенного

ожидания очень хорошего отношения, уважения, признания своих заслуг, подчинения своим требованиям и желаниям.

Низкий уровень нарциссизма проявляется в группах «Эпизодично-мало» (75%) и «Редко-мало» (75%), где фотографии выкладываются малом количестве. Можно предположить, что данный процент студентов не имеет стремления занимать значительные социальные роли, не имеют потребности в достижении успеха, степени уверенности в себе. Так же, испытуемые не стремятся показать себя, у них не в приоритете находиться в центре внимания других людей. Следует отметить, что испытуемые не имеют склонности принимать на себя ответственность, уверенность в своих способностях и возможностях, а также масштабность планов на будущее. В данном случае, у них не проявляется склонность самолюбованию и демонстрации себя в социальных сетях через фотографии. Испытуемые не испытывают особого желания получать комплименты и делиться подробностями своей жизни с окружающими.

Также низкий уровень нарциссизма характерен для 33% группы «Часто-мало», 17% группы «Эпизодично-много», 25% группы «Эпизодично-средне и 25% группы «Редко-средне».

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «нарциссизм» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs = 0.396), а также периодичностью их выкладывания (rs=0.327). Из этого следует, что чем больше фотографий люди выкладывают, тем сильнее выражена у них нарциссическая тенденция.

Также можно выделить подшкалы, на которых базируются выявленные уровни нарциссизма, это: «Авторитет», «Демонстративность», «Избранность», «Использование людей», «Превосходство», «Самодостаточность» и «Тщеславие».

По шкале «Авторитет» высокие показатели были выявлены у 38% испытуемых группы «Часто-средне», 23% испытуемых группы и

«Эпизодично-много», это говорит, что к данной группе студентов относятся те, за кем признаны какие-либо умственные заслуги, его моральные качества, выдающиеся достижения в той или иной области.

Средние значения были выявлены в группах «Эпизодично-мало» 31% и «Эпизодично-средне» 28%, студенты адекватно относятся к проявлению своей авторитетности в каких-либо сферах деятельности.

Низкие значения были выявлены для 31% испытуемых группы «Редко-средне» и 26% группы «Редко-мало», можно предположить, что данный процент студентов предпочитает проявлять свою авторитетность где-либо, т.к. не всем в связи со своим складом личности удается занимать какие-либо высокие должности, проявлять ее в группах. Стоит отметить, что данный навык может сформироваться в связи с определенным промежутком времени, требует постоянной работы над собой и пересмотра своей прежней жизненной позиции.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Авторитет» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть ($r_s = 0.409$), а также периодичностью их выкладывания ($r_s=0.444$). Из этого следует, что студенты с целью заполучения авторитетности, предпочитают выкладывать много фотографий достаточно часто, подчеркивая свои достижения, заслуги и успехи.

По шкале «Демонстративность», высокие показатели были выявлены у 49% испытуемых, это говорит о том, что студенты данной группы желают обратить на себя внимание своими действиями. В любом случае, демонстративное поведение вызывает эмоции со стороны окружающих, они могут быть как положительными, так и отрицательными.

У 18% испытуемых были выявлены средние показатели, можно предположить, что данный процент студентов адекватно проявляет себя в различных сферах деятельности, возможно иногда бывают всплески привлечения внимания к себе, т.к такое поведение может проявляться у лиц, лидерского склада ума с харизматическими наклонностями, а также

женщинам, поскольку им хочется привлекать к себе внимание, особенно противоположного пола.

И низкие показатели были выявлены у 33% студентов, предположим, что испытуемые вообще не стремятся публично демонстрировать свою жизнь и отрицательно относятся к данному типу поведения.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Демонстративность» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs=0.574), а также периодичность их выкладывания (rs=0.547). Из этого следует, что студенты выкладывают фотографии в социальную сеть с целью привлечения внимания к своей личности, при этом демонстрируя свою жизнь в полной мере.

По шкале «Избранность», высокие показатели были выявлены у 28% испытуемых, это говорит о том, что студенты данной группы склонны к направленному восприятию, сознанию, мышлению на какой-либо объект, обстоятельство; это проявляется в способности тщательно фильтровать своё окружение; пристрастно относиться к определённой группе воздействий, полно реализовать возможность, производить свой выбор и осуществлять отбор.

У 20% испытуемых были выявлены средние показатели, можно предположить, что данный процент студентов адекватно подходит к избирательности в выстраивании отношений с другими людьми не спонтанно, а на основе свободы выбора. Таким же подходом они пользуются и в других сферах деятельности.

И низкие показатели были выявлены у 52% испытуемых, предположим, что студенты никак не стремятся к избирательности в любом ее понятии и сферах жизни, возможно это проявляется, допустим в избежание ответственности, т.к. бывает, что проще спустить все на происходящие события в жизни и не прилагать никаких усилий для их изменения. Также, может быть, что человек в достаточной мере не умеет различать степень удовольствия в своей жизни, основополагаясь в этом на

различные сферы деятельности. Мы знаем, что ум односторонен, он настроен на то, что приятно, что может доставить удовольствие. Разум избирателен, на все объекты, ситуации, раздражители он реагирует избирательно. То есть, работает в режиме правильно – неправильно, полезно или вредно, нужно это делать или категорически нельзя. И если мы для себя не можем разобраться в своих удовольствиях, то следует начать развивать данное качество, потому что каждому человеку оно необходимо в адекватной мере.

По шкале «Использование людей», высокие показатели были выявлены у 10% людей, из этого следует, что студенты данной группы активно пользуются методами манипулирования людьми в различных ситуациях и сферах нашей жизнедеятельности. То есть они используют определенные средства воздействия на психику других людей для достижения собственных целей.

У 34% испытуемых были выявлены средние значения по данной шкале, можно предположить, что студенты адекватно пользуются манипуляциями, не стремятся намеренно и в частых количествах, допустим, пользоваться чувствами других людей, делать что-то для своей выгоды или самореализации своих целей.

И у 66% испытуемых были выявлены низкие значения, можем отметить, что данному проценту студентов не свойственно такое качество.

По шкале «Превосходство» были выявлены высокие значения у 18% студентов, из этого следует, что студенты данной группы имеют страстное стремление быть могущественным в превосходстве собой, а это позволяет им развиваться, адаптироваться, а потом и соотносить свои личные потребности с правилами и ограничениями, налагаемыми семьей и обществом. Однако иногда стремление быть в превосходстве над самим собой оказывается единственным способом компенсировать чувство неполноценности. И тогда оно может приобрести навязчивый характер и выражаться в высокомерии, ощущении самодовольства или же, наоборот, в постоянных жалобах на жизнь.

У 23% испытуемых были выявлены средние значения, можем предположить, что данный процент студентов адекватно соотносят свою личность с реальностью, отметим, что определенные проблемы с чрезмерным превосходством над собой начинают проявляться в связи с высокой самооценкой или чувством неполноценности. В данном случае у испытуемых самооценка находится в пределах нормы, а ценности имеют реальный характер.

Низкие показатели были выявлены у 59% студентов, из этого следует, что они не стремятся основательно строить свои отношения на зависимости, из-за чего бы им всегда сопутствовали избыточные потенциалы.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Превосходство» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs =0.353). Из этого следует, что студенты, испытывающие превосходство над другими, выкладывают в сеть большое количество фотографий.

По шкале «Самодостаточность», у испытуемых были выявлены высокие показатели, порядком 18%, из этого следует, что студенты с такими показателями способны стремительно решать многие жизненные задачи собственными силами. Им свойственна самостоятельность при любом выборе, в том числе они без чьих-либо советов могут выбрать какие фотографии хотят выложить в социальные сети.

18% студентов со средними значениями могут адекватно расценивать свои силы и намерения в различных сферах деятельности. Данное качество подразумевает полное отсутствие страха остаться одному, умение обеспечить себя необходимым без помощи извне, в любом случае.

Низкие показатели были выявлены у 64% испытуемых, можем отметить, что в принципе студенты не стремятся чрезмерно принимать самостоятельные решения, какими бы неординарными они ни были. Они не стараются в большей мере жить по своим правилам, решать все свои проблемы собственными силами и порой боятся одиночества.

По шкале «Тщеславие» высокие показатели были выявлены у 9% испытуемых, из этого следует, что данный процент студентов стремятся прекрасно выглядеть в глазах окружающих, имеют потребность в подтверждении своего превосходства, иногда это сопровождается желанием слышать от других людей лесть.

У 32% студентов были выявлены средние показатели, что говорит нам об адекватности в стремлении к совершенствованию, самореализациии осознания своего «Я».

Низкий уровень был выявлен у 59% испытуемых, предположим, что в данном случае студентам не присуще данное качество, как задействованное в большей степени на пиаре своих мнимых способностей для получения почестей, восхищения и одобрения, доказательства того, что они лучше других. Совсем наоборот, они исключительно сфокусированы на своем личностном росте, при этом, не выставляя это напоказ. Они самосовершенствуются, самоутверждаются другими способами, развивая свои способности и духовный потенциал.

### 2.3. Результаты математико-статистической обработки данных

На заключительном этапе исследования с целью проверки существует ли связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, нами была проведена математико-статистическая обработка полученных результатов с помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена (rs).

Анализируя такие личностные качества студентов как альтруизм-эгоизм в соотношении с количеством фотографий в социальных сетях, мы подтвердили обратную связь (rs = -0.327). Из этого следует, что чем реже люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них альтруистическая направленность.

Анализируя такие личностные качества студентов как альтруизм-эгоизм в соотношении с периодичностью выкладывания фотографий в социальные сети, мы подтвердили связь (rs=0.382). Из этого следует, что чем чаще люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них эгоистическая направленность.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «нарциссизм» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs = 0.396), а также периодичностью их выкладывания (rs=0.327). Из этого следует, что чем больше фотографий люди выкладывают, тем сильнее выражена у них нарциссическая тенденция.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Авторитет» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs = 0.409), а также периодичностью их выкладывания (rs=0.444). Из этого следует, что студенты с целью заполучения авторитетности, предпочитают выкладывать много фотографий достаточно часто, подчеркивая свои достижения, заслуги и успехи.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Демонстративность» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs=0.574), а также периодичность их выкладывания (rs=0.547). Из этого следует, что студенты выкладывают фотографии в социальную сеть с целью привлечения внимания к своей личности, при этом демонстрируя свою жизнь в полной мере.

Результаты математической обработки данных подтвердили связь между такой характеристикой как «Превосходство» и количеством выкладывания фотографий в социальную сеть (rs =0.353). Из этого следует, что студенты, испытывающие превосходство над другими, выкладывают в сеть большое количество фотографий.

## Выводы по главе 2

Работа по изучению связи самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма для использования диагностических данных в консультативной и коррекционной практике работы педагога-психолога, проводились в ноябре 2018 года. В исследовании приняли участие 39 студентов 1 и 4 курсов. Возраст испытуемых от 17 до 23 лет.

Эмпирическое исследование включало в себя три этапа.

Первый этап – изучение наполненности страницы студентов в социальных сетях, ранжирование по периодичности выкладывания фотографий и их количеству. Так же, были выявлены уровни по таким личностным характеристикам студентов, как: «эгоцентризм» и «альтруизм-эгоизм».

На этом этапе был использован следующий комплекс психодиагностических методик:

- Методика "Завершение предложения" (на эгоцентризм)Дж. Роттер, Д. Сакс, Б. Форер, А. Роде;
- Методика «Выявление установок, направленных на альтруизм - эгоизм» (О. Ф. Потемкиной).

На втором этапе эмпирического исследования проводилась диагностика «нарциссизма», как свойства характера испытуемых с определенными чертами личности, с помощью следующей методики:

- Нарциссический опросник личности, NPI-40.

Третий этап - определение связи самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма с помощью метода ранговой корреляции Спирмена.

По результатам диагностики «Самопрезентации студентов в социальных сетях», можем сделать следующие выводы:  для 25% студентов группы «Эпизодично-средне» и 20% группы «Редко-мало», имеет значимость

выкладывать фотографии на постоянной основе, но делать это либо в малом, либо в среднем количестве для поддержания своей значимости в социальных сетях.

Для 6% группы испытуемых «Эпизодично-много» и 8% группы «Редко-средне» характерно выкладывать фотографии в большем и среднем количествах, не стремясь к позиционированию себя на просторах «интернет».

В результате анализа такого качества как эгоцентризм по методике "Завершение предложения", было выявлено, что ярко выраженный эгоцентризм характерен для групп испытуемых «Редко-мало» (75%) и «Часто-мало» (67%). Таким образом, мы можем предположить, что такое качество как «эгоцентризм» характерно для испытуемых, выкладывающих небольшое количество фотографий. Испытуемые не видят необходимости в одобрении со стороны, которое достигается выкладыванием большого количества фотографий в социальные сети.

Эгоцентризм, находящийся в пределах нормы можно проследить у групп испытуемых «Эпизодично-много» (100%), «Эпизодично-средне» (70%) и «Эпизодично-мало» (75%). Можем предположить, что такое качество как «эгоцентризм» не характерно для испытуемых, выкладывающих фотографии с абсолютно различным их количеством. Студенты данных групп рады общению с другими людьми и им приятно находить новые знакомства в социальных сетях.

В связи с результатами проведенной методики, направленной на выявление установок (альтруизм-эгоизм), можем увидеть, что выраженный альтруизм проявляется в группах «Эпизодично-средне» (87%) и «Редко-мало» (75%), где фотографии выкладываются в среднем и малом количествах. При этом, можно предположить, что малое количество фотографий у студентов на страницах говорит о том, что они могут наладить отношения с людьми другими способами, живым общением например, не привлекая к себе внимания через социальные сети.

Выраженная эгоистическая тенденция проявляется в группах «Часто-средне» (67%) и «Эпизодично-мало» (67%), где фотографии выкладываются в среднем и малом количествах. Можем предположить, что эгоистическая направленность в определенной мере связана с формированием автономного, независимого и самостоятельного «Я», где отстаивание его уходит на план презентации себя, отражающейся в выложенных фотографиях.

По результатам «Нарциссического опросника личности, NPI-40», направленного на выявление уровня нарциссизма, выраженная нарциссическая тенденция была выявлена у испытуемых в группах «Часто-средне (67%) и «Эпизодично-много (50%)», в данном случае они презентуют себя в социальных сетях, выкладывая фотографии в среднем и большом количествах. Предположим, что данные результаты в соотношении друг с другом говорят о повышенной убежденности в своей самодостаточности: независимости от людей при любых обстоятельствах, компетентности, уверенности в правильности своих действий, в том числе и в выкладывании различного рода фотографий, а также умении жить в соответствии со своими желаниями. Повышенная убежденность в своем превосходстве над другими людьми: экстраординарности и уникальности своей личности, наличии особых достижений и талантов, заслуженности соответствующего признания поведения со стороны окружающих.

Нарциссизм проявляется в низких значениях в группах студентов «Эпизодично-мало» (75%) и «Редко-мало» (75%), где фотографии выкладываются малом количестве. Можно предположить, что данный процент студентов не имеет никакого стремления занимать значимые социальные роли, не имеют потребности к успеху и степени уверенности в себе.

По результатам математико-статистической обработки данных с помощью метода ранговой корреляции Спирмена мы обнаружили следующие связи:

Существует обратная связь такого личностного качества студентов как альтруизм-эгоизм с количеством фотографий в социальных сетях (rs = - 0.327). Из этого следует, что чем реже люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них альтруистическая направленность.

Существует связь такого личностного качества студентов как альтруизм-эгоизм с периодичностью выкладывания фотографий в социальных (rs=0.382). Из этого следует, что чем чаще люди выкладывают фотографии, тем более выражена у них эгоистическая направленность.

Существует связь такого личностного качества студентов как «нарциссизм» с количеством фотографий в социальных сетях (rs = 0.396), а также периодичностью их выкладывания (rs=0.327). Из этого следует, что чем чаще и больше фотографий люди выкладывают, тем сильнее выражена у них нарциссическая тенденция.

Существует связь такой личностной характеристики студентов как «Авторитет» с количеством фотографий в социальных сетях (rs = 0.409), а также периодичностью их выкладывания (rs=0.444). Из этого следует, что студенты с целью заполучения авторитета, предпочитают выкладывать много фотографий достаточно часто, подчеркивая свои достижения, заслуги и успехи.

Существует связь такой личностной характеристики студентов как «Демонстративность» с количеством фотографий в социальных сетях (rs=0.574), а также периодичность их выкладывания (rs=0.547). Из этого следует, что студенты выкладывают фотографии в социальную сеть с целью привлечения внимания к своей личности, при этом демонстрируя свою жизнь в полной мере.

Существует связь такой личностной характеристики студентов как «Превосходство» с количеством фотографий в социальных сетях (rs =0.353). Из этого следует, что студенты, испытывающие превосходство над другими, выкладывают в сеть большое количество фотографий.

Таким образом, гипотеза о том, что существует связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, была частично подтверждена.

## Заключение

В представленной работе, целью которой являлось изучение связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, для использования полученных данных в практической работе психолога, были проанализированы теоретические данные по проблеме изучения самопрезентации, студенты были разделены по группам, определяющим переодичность и количество фотографий в социальных сетях; проведено диагностическое исследование по выявлению связи показателей самопрезентации с нарциссизмом и эгоизмом студентов; проанализированы результаты диагностики и интерпретированы выявленные связи.

В теоретической главе были рассмотрены особенности студенческого возраста, за счет их ознакомления мы можем понять, что нам учитывать при изучении составляющих характеристик личности; рассмотрены нарциссизм и эгоизм как психологическая категория, как составляющая личности индивидуума; был проведен обзор теоретических исследований изучения особенностей студентов в социальных сетях, где мы могли просмотреть поведенческие наклонности людей на просторах интернет.

Исследования связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма представляет особый интерес для изучения.

Не смотря на то, что самопрезентация студенческого возраста в социальных сетях в научных исследованиях активно обсуждалась в призме различных факторов, недостаточно хорошо изучен вопрос связи самопрезентации с показателями нарциссизма и эгоизма.

Недостаточная изученность данных аспектов составляет проблему проведенного исследования, целью которого, являлось изучение связи особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, для использования полученных данных в

практической работе психолога. В результате проведенного исследования, гипотеза о том, что существует связь особенностей самопрезентации студентов в социальных сетях с показателями нарциссизма и эгоизма, была частично подтверждена.

Таким образом, у студентов искусство самопрезентации играет особую роль, это можно проследить в тщательной подготовке страниц, оформленными фотографиями в социальных сетях. Создание некой презентации, которая может понадобиться в любой момент в различных ситуациях, может стать очень сильным помощником в работе и жизни каждого человека. Однако наша самопрезентация должна состоять не только в выкладывании фотографий и подборке их по определенным критериям, также не стоит забывать о работе над более серьёзными составляющими нашего внутреннего мира: обаянием, харизмой, чувством юмора, уникальностью, без каких-либо четких составляющих.

**Список используемых источников**


1. Ананьев Б. Г. Психофизиология студенческого возраста и усвоения знаний / Б. Г. Ананьев // Вестник высшей школы. - 2013. - №7. – С. 15-17.
2. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: В 2 т. / Под ред. А.А.Бодалева и др. - М.: Просвешение, 2012. – 354с.
3. Блейхер В. М. Толковый словарь психиатрических терминов / В.М. Блейхер, И. В. Крук. – Ростов н/Д : Феникс, 2013. – 445 с.
4. Бидник С. И. Роль социальной ситуации в развитии личности в юношеском возрасте / С. И. Бидник, Ж. Р. Кумратова // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: https://scienceforum.ru/ (дата обращения 05.04.2019)
5. Будовская Ю. В. Эгоизм как движущая сила пользователей активности в социальных медия и социальных сетях / Ю. В. Будовская // Вестник РУДН. – 2011. - № 2. - С. 106.
6. Гринюков А. А. Учебно-профессиональная деятельность, ведущая деятельность в юношеском возрасте / А. А. Гринюкова // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс] URL: https://scienceforum.ru / (дата обращения 06.04.2019)
7. Жутикова Н. В. Психологические уроки обыденной жизни / Н. В. Жутикова. – М.: Просвещение, 2014. – 256 с.
8. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2012 – 512 с.
9. Кернберг О. Тяжелые личностные расстройства / О. Кернберг. - М., 2012. – 259 с.
10. Ковалева С. Н. Психологические особенности студенческого возраста С. Н. Ковалева // Приоритетные направления в XXI веке. - 2016. - №1. – С. 326-332.

11. Козлова Н. С. Изучение специфики вовлеченности подростков в социальные сети / Н. С. Козлова, Е. Е. Черная // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 170-174.

12. Кулагина И. Ю. Возрастная психология / И. Ю. Кулагина, В.Н. Колюцкий. – М.: Творческий центр, 2012. – 237с.

13. Кон И. С. Психология юношеского возраста / И. С. Кон. – М.: Просвещение, 2012. – 312 с.

14. Кондратьев М. Ю. Азбука социального психолога-практика / М.Ю.Кондратьев, В. А. Ильин. – М.: ПЕР СЭ, 2011. – 464 с

15. Крупник Е. П. Теоретические аспекты психологической культуры меж-личностных взаимодействий / Е. П. Крупник, Т. Б. Сизова // Мир психологии. – 2014. – С. 40-50.

16. Левит Л. З. Эгоизм, личная уникальность, нарциссизм: сходство и различия / Л. З. Левит // Педагогическое образование в России. – 2013. - №4. – С. 212-225.

17. Левит Л. З. Эгоизм как системное понятие и его роль в достижении счастья / Л. З. Левит // Горизонты образования. – 2013. – №1- С. 10-12.

18. Лейбниц Г. В. Начала природы и благодати, основанные на разуме / Г. В. Лейниц. - М.: Мысль, 2010. – 269 с.

19. Маратова М. Е. Психологические особенности студенческого возраста и проблема воспитания в высшей школе / М. Е. Маратова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. - №12. – С. 175-178.

20. Малютина Т. В. Психологические и психофизиологические особенности развития в юношеском (студенческом) возрасте / Т. В. Малютина // Омский научный вестник. – 2014. – №2(26). – С. 129-133.

21. Методика «Выявление установок, направленных на альтруизм - эгоизм» (О. Ф. Потемкиной). URL: https://studfiles.net/preview/5852992/page:19/

22.Методика «Завершение предложения» (на эгоцентризм) https://www.b17.ru/blog/proektivnie_metodiki/

23.Методика изучения нарциссизма. URL: https://www.b17.ru/tests/nartsissizm_npi-

24. Минаева А. Ю. Особенности осуществления активности студентами в социальных сетях / А. Ю. Минаева // Личность, интеллект: исследовательские подходы и образовательные практики. Материалы 1-й Всероссийский научно-практической конференции с международным участием. Калужский государственный университет им. К. Э. Циалковского. – 2016. – С. 267-274.

25. Муздыбаев К. Эгоизм личности / К. Муздыбаев // Психологический журнал. - 2014. - №2. - С. 11-14.

26. Мясищев В. Н. Психология отношений / Под ред. А.А. Бодалева. - М.: МПСИ, 2013. - 104 с.

27. Омельчанко Е. В. Представление об эгоизме в отечественной психологии / Е. В. Омельченко // Массовые коммуникации на современном этапе развития мировой цивилизации. – 2015. – С. 228-231.

28. Пилишвили Т. С. Активность личности в социальных сетях и становление субъектности в информационном мире / Т. С. Пилишвили, А. Ю. Минаева // Акмеология. - 2016. - №1 (57). - С.84-87

29. Пикулева О.А. Гендерные, возрастные и профессиональные особенности самопрезентации. Автореф.дис.,к.пс.н. СПб., 2010.-87 с.

30. Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий / К. К. Платонов. – М.: Высш. шк., 2011. – 174 с.

31. Сайфутдинова Г. Б. Возможности интернет и социальных сетей в системе высшего образования / Г. Б. Сайфутдинова, М. А. Храмцова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2015. - №11-2. С.110-112.

32. Семейное воспитание: краткий словарь / сост.: И.В.Гребенников, Л.В.Ковинько. - М.: Политиздат, 2015. – 319 с.

33. Сорокина И. Е. Социальные сети в контексте организации учебной деятельности студента ВУЗа / И. Е. Сорокина // Информация и образование: границы коммуникаций. – 2013. - №5(13). – С. 213-214.

34. Спирова Э.М. Феномен нарциссизма в психоанализе. [Электронный ре-сурс] URL: http://credonew.ru/(дата обращения 06.04.2019)

35. Степанов В. Г. Психология трудных школьников./ В. Г. Степанов. – М.: Акад. проект :Трикста, 2014. – 560 с

36. Фещенко А. В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития / А. В. Фещенко // Гуманитарная информатика. - 2012. - № 6. - С. 124-134.

37. Фрейд. З. Введение в психоанализ. Двадцать шестая лекция. Теория либидо и нарциссизм. URL: http://www.psychol-ok.ru/(дата обращения 06.04.2019)

38. Шварцам К.А. "Психоанализ" и вопросы морали (фрагмент) [Электронный ресурс] // Сумма психоанализа. Антология: в XIX т.: T.VIII / В.И.Овчаренко. URL:http://www.koob.ru/kollektiv_avtorov/amount_psy_8

39. Эрик Г. Эриксон. Детство и общество / Пер. с англ. - СПб.: Ленато, АСТ, Фонд «Университетская книга», 2011.- 592 с.

40. Walker J.I. The Philosophy of Egoism // The Anarchist Library. URL: http://dwardmac.pitzer.edu/anarchist_archives/coldoffthepresses/walker/egoism.html

## Приложения

Таблица 1

| Количество фотографий испытуемых в социальных сетях с определенной периодичностью времени | | |
|---|---|---|
| № | Периодичность времени | Количество фото |
| 1 | 2,25 | 40 фото |
| 2 | 0,75 | 25 фото |
| 3 | 2 | 62 фото |
| 4 | 0,75 | 33 фото |
| 5 | 1,25 | 43 фото |
| 6 | 0,25 | 12 фото |
| 7 | 0,75 | 28 фото |
| 8 | 1,75 | 53 фото |
| 9 | 1,5 | 48 фото |
| 10 | 0,25 | 11 фото |
| 11 | 1,25 | 35 фото |
| 12 | 0,75 | 29 фото |
| 13 | 1,25 | 45 фото |
| 14 | 0,75 | 22 фото |
| 15 | 0,25 | 9 фото |
| 16 | 0,25 | 15 фото |
| 17 | 0,75 | 31 фото |
| 18 | 0,25 | 13 фото |
| 19 | 0,75 | 21 фото |
| 20 | 0,25 | 13 фото |
| 21 | 0,25 | 14 фото |
| 22 | 0,25 | 8 фото |
| 23 | 0,25 | 4 фото |
| 24 | 0,25 | 6 фото |
| 25 | 0,25 | 8 фото |
| 26 | 0,75 | 27 фото |
| 27 | 0,25 | 3 фото |

| Количество фотографий испытуемых в социальных сетях с определенной периодичностью времени | | |
|---|---|---|
| № | Периодичность времени | Количество фото |
| 28 | 0,25 | 10 фото |
| 29 | 0,75 | 24 фото |
| 30 | 0,75 | 22 фото |
| 31 | 0,75 | 32 фото |
| 32 | 0,25 | 13 фото |
| 33 | 0,25 | 4 фото |
| 34 | 0,75 | 21 фото |
| 35 | 1,5 | 43 фото |
| 36 | 0,25 | 12 фото |
| 37 | 0,25 | 10 фото |
| 38 | 0,75 | 31 фото |
| 39 | 0,25 | 14 фото |

Таблица 2

Индивидуальные результаты испытуемых по методике «Завершение предложения»

| Уровень эгоцентризма | | |
|---|---|---|
| № | В пределах нормы | Выраженный эгоцентризм |
| 1 | 2 | |
| 2 | 2 | |
| 3 | | 7 |
| 4 | 3 | |
| 5 | 2 | |
| 6 | 3 | |
| 7 | 3 | |
| 8 | 3 | |
| 9 | 1 | |
| 10 | | 8 |
| 11 | 3 | |

| Уровень эгоцентризма | | |
|---|---|---|
| № | В пределах нормы | Выраженный эгоцентризм |
| 12 | 3 | |
| 13 | 3 | |
| 14 | | 6 |
| 15 | | 7 |
| 16 | 3 | |
| 17 | 1 | |
| 18 | 2 | |
| 19 | 3 | |
| 20 | 1 | |
| 21 | | 7 |
| 22 | 2 | |
| 23 | | 6 |
| 24 | 2 | |
| 25 | 1 | |
| 26 | 3 | |
| 27 | 2 | |
| 28 | | 8 |
| 29 | 2 | |
| 30 | | 9 |
| 31 | 3 | |
| 32 | 2 | |
| 33 | 2 | |
| 34 | | 6 |
| 35 | | 8 |
| 36 | 1 | |
| 37 | 1 | |
| 38 | 2 | |
| 39 | 3 | |

Таблица 3

Индивидуальные результаты испытуемых по методике«Выявление установок, направленных на альтруизм-эгоизм» (О.Ф. Потемкиной)

| Установки, направленные на альтруизм-эгоизм | | |
|---|---|---|
| № | Выраженный альтруизм | Выраженная эгоистическая тенденция |
| 1 | 11 | |
| 2 | 16 | |
| 3 | | 4 |
| 4 | 10 | |
| 5 | | 6 |
| 6 | 13 | |
| 7 | | 8 |
| 8 | | 9 |
| 9 | 11 | |
| 10 | 16 | |
| 11 | | 8 |
| 12 | | 9 |
| 13 | | 9 |
| 14 | 12 | |
| 15 | 13 | |
| 16 | 11 | |
| 17 | | 7 |
| 18 | 15 | |
| 19 | | 8 |
| 20 | 12 | |
| 21 | 15 | |
| 22 | | 5 |
| 23 | | 5 |
| 24 | 10 | |
| 25 | 15 | |
| 26 | 20 | |
| 27 | 12 | |

| Установки, направленные на альтруизм-эгоизм | | |
|---|---|---|
| № | Выраженный альтруизм | Выраженная эгоистическая тенденция |
| 28 | 11 | |
| 29 | | 7 |
| 30 | | 4 |
| 31 | | 8 |
| 32 | 16 | |
| 33 | 13 | |
| 34 | | 6 |
| 35 | 15 | |
| 36 | 11 | |
| 37 | 14 | |
| 38 | | 9 |
| 39 | 17 | |

Таблица 4

Индивидуальные результаты испытуемых по методике«Нарциссический опросник личности, NPI-40»

| № | **Нарциссизм** | | | **Авторитет (8)** | | | Демонстративность (7) | | | **Избранность (6)** | | | **Использование людей (5)** | | | **Превосходство (5)** | | | **Самодостаточность (6)** | | | **Тщеславие (3)** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Срелний | Низкий | Высокий | Средний | Низкиц |
| 1 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | | | 2 | | | 2 | | | 1 | | | 1 | | | 1 |
| 2 | | 2 | | | 4 | | 5 | | | 6 | | | | | 1 | | | 3 | | | 3 | | | 0 |
| 3 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | | | 0 | | | 2 | | | 2 | | | 0 | | | 1 |
| 4 | 3 | | | 7 | | | 6 | | | | 4 | | | 4 | | 5 | | | 5 | | | | 2 | |
| 5 | | 2 | | | 4 | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | | 4 | | | | 3 | | 2 | |
| 6 | | | 1 | | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | 4 | | | | 0 | | | 1 |

| № | **Нарциссизм** | | | **Авторитет (8)** | | | Демонстративность (7) | | | **Избранность (6)** | | | **Использование людей (5)** | | | **Превосходство (5)** | | | **Самодостаточность (6)** | | | **Тщеславие (3)** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Срелний | Низкий | Высокий | Средний | Низкиц |
| 7 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | | 4 | | | | 3 | | | 2 | | 2 | |
| 8 | 3 | | | 7 | | | 6 | | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | 5 | | | | | 1 |
| 9 | 3 | | | 6 | | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | 5 | | | 5 | | | 3 | | |
| 10 | | | 1 | | 2 | | | 4 | | | | 3 | | | 2 | | | 1 | | | 2 | | | 1 |
| 11 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | | 4 | | | | 3 | | 4 | | | 2 | |
| 12 | | 2 | | | 4 | | | 4 | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | | | 3 | | 2 | |
| 13 | | 2 | | 6 | | | 6 | | | | 4 | | | 4 | | | | 2 | | | 1 | | | 1 |
| 14 | | 2 | | | 4 | | 5 | | | | | 3 | 5 | | | 5 | | | | 4 | | | | 1 |
| 15 | | 2 | | | 4 | | | | 3 | 5 | | | | 4 | | 5 | | | | 4 | | 3 | | |
| 16 | | | 1 | | | 3 | | | 2 | | 4 | | | | 0 | | | 1 | | | 1 | | | 0 |
| 17 | | | 1 | | | 2 | | | 1 | | | | | 4 | | | | 2 | | | 3 | | | 1 |
| 18 | 3 | | | 7 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | 6 | | | | 2 | |
| 19 | 3 | | | 8 | | | | 4 | | 5 | | | | 4 | | 5 | | | 5 | | | | 2 | |
| 20 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | | | 2 | | 4 | | | | 2 | | | 0 |
| 21 | | 2 | | | 4 | | 5 | | | | 4 | | | | 2 | 5 | | | | | 3 | | | 1 |
| 22 | | | 1 | | | 2 | | | 1 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 0 |
| 23 | | 2 | | | 4 | | | | 1 | | | 0 | | | 2 | | 4 | | | 4 | | | | 1 |
| 24 | | | 1 | | | 0 | | | 0 | | | 0 | | | 2 | | | 1 | | | 0 | | | 0 |
| 25 | | | 1 | | | 3 | | | 0 | | | 0 | | | 1 | | | 0 | | 4 | | | | 1 |
| 26 | | 2 | | | | 3 | | 4 | | | | 0 | | | 1 | | | 1 | | | 3 | | | 1 |
| 27 | | 2 | | | 4 | | | 4 | | | | 2 | | | 3 | | | 1 | | 4 | | | 2 | |
| 28 | | 2 | | 5 | | | 5 | | | | | 3 | | | 2 | | | 1 | | | 0 | | | 0 |
| 29 | 3 | | | 7 | | | 6 | | | | 4 | | | 4 | | | | 3 | | 4 | | 3 | | |
| 30 | | 2 | | | 4 | | 5 | | | | | 3 | | | 0 | | | 1 | | | 1 | | | 0 |
| 31 | | 2 | | | | 3 | | 4 | | | | 2 | | 4 | | | | 2 | | | 0 | | | 1 |
| 32 | | 2 | | | 4 | | | | 2 | | | 0 | | | 1 | | | 3 | | | 2 | | 2 | |

| № | **Нарциссизм** | | | **Авторитет (8)** | | | Демонстративность (7) | | | **Избранность (6)** | | | **Использование людей (5)** | | | **Превосходство (5)** | | | **Самодостаточность (6)** | | | **Тщеславие (3)** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Средний | Низкий | Высокий | Срелний | Низкий | Высокий | Средний | Низкиц |
| 33 | 3 | | | | 4 | | | | 1 | | | 0 | | | 2 | | 4 | | | | 2 | | | 1 |
| 34 | | | 1 | | | 0 | | | 0 | | | 0 | | | 1 | | | 2 | | | 0 | | | 1 |
| 35 | 3 | | | 6 | | | 5 | | | 5 | | | | 4 | | 5 | | | 6 | | | | 2 | |
| 36 | | 2 | | 5 | | | 6 | | | 6 | | | | 4 | | | 4 | | 5 | | | | 2 | |
| 37 | | | 1 | | | 2 | | 4 | | | | 0 | | | 1 | | | 0 | | | 0 | | | 1 |
| 38 | | | 1 | | | 0 | | | 3 | | | 1 | | | 0 | | | 1 | | | 0 | | | |
| 39 | | | 1 | | | 1 | | | 3 | | | 1 | | | 2 | | | 2 | | | 0 | | | |