

# Самоотношение и особенности самопрезентации подростков в социальных сетях



## **Володарская Елена Александровна**

Доктор психологических наук, доцент, главный научный сотрудник Института истории естествознания и техники имени С.И. Вавилова Российской академии наук, Москва, Российская Федерация  
e-mail: [eavolod@gmail.com](mailto:eavolod@gmail.com)



## **Стегин Сергей Викторович**

Магистр Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский институт психоанализа», Москва, Российская Федерация  
e-mail: [sstegin@yandex.ru](mailto:sstegin@yandex.ru)

## **Аннотация**

В статье анализируются результаты исследования особенностей взаимосвязи самоотношения и самопрезентации в социальных сетях российского сегмента у школьников 12-17 лет. Материалом для анализа послужили результаты опроса 53 московских школьников (13 мальчиков и 40 девочек) с использованием методики исследования самоотношения В.В. Столина и С.Р. Пантелеева, опросника самопрезентации в социальной сети М. Михикяна в адаптации Д.С. Корниенко, Н.А. Рудновой, Е.А. Горбушиной и Ф.В. Дериш, а также авторской анкеты, направленной на уточнение индивидуальных особенностей поведения подростков в социальных сетях. По итогам исследования сделан вывод о том, что для подростков характерно завышенное глобальное самоотношение, самоинтерес, аутосимпатия и самопринятие. Анализ показал, что чем позитивнее отношение подростков к себе, тем в большей степени они демонстрируют реалистичный образ Я и в меньшей степени – фальшивый образ Я. По заключению авторов статьи, чем выше самопринятие подростков, тем больше они стремятся проявить свою реальную личность в социальной сети, а фальшивая самопрезентация подростков связана с их низкими самооценкой, самоуважением, интересом к себе, а также неуверенностью и самонепониманием. Учет закономерностей

связи характеристик самоотношения и самопрезентации в социальных сетях может способствовать прояснению траектории личностного роста подростка, психологически грамотному раскрытию его коммуникативного потенциала, овладению навыками разрешения сложных коммуникативных ситуаций при негативном влиянии цифровой среды.

## Ключевые слова

• подростковый возраст • стратегия самопрезентации • самоотношение • социальные сети • интернет-коммуникация • образ Я •

## Введение

Быстрое развитие цифровых технологий влияет на социальное взаимодействие, поведенческие привычки, личностные установки и мотивы деятельности. Цифровизация различных сторон жизни предполагает необходимость пересмотра базовых категорий психологической науки с учетом современного социального контекста и выделения новых закономерностей и особенностей основополагающих психологических феноменов. Примером рассмотрения актуальных аспектов проблематики самопрезентации в процессе общения подростков становится их коммуникация в социальных сетях, которая, как и коммуникация в ситуации непосредственного личного общения, в значительной степени определяется их отношением к своей личности.

Подростковый возраст является самым сложным периодом психологического взросления. В это время существенно меняется самовосприятие молодых людей, они начинают уделять больше времени знакомству с собой, становятся более активными и начинают самостоятельно ставить перед собой задачи [18]. У подростка развиваются волевые качества, что способствует проявлению настойчивости в преодолении различных трудностей [11]. В то же время для подросткового возраста характерна и высокая импульсивность, которая может привести к проблемам с поведением, затруднениям в межличностном общении, необдуманному выбору и экстремальными увлечениями [10].

Подростковый возраст выступает значимым этапом становления отношения субъекта к себе. Под самоотношением личности понимают «обобщенное одномерное образование, отражающее более или менее устойчивую степень положительности или отрицательности отношения индивида к самому себе» [12, с. 209]. Самоотношение подростков, рассматриваемое как совокупность установок по отношению к себе, может способствовать его психологическому здоровью [3]. Модель структуры самоотношения личности включает в себя глобальное самоотношение, а также конкретные показатели отношения к себе (самоуважение, аутсимпатия, самоинтерес, ожидания отношения к себе; действия в отношении к своему «Я» (самоуверенность, отношение других, самопринятие, саморуководство, самообвинение, самоинтерес, самопонимание [13, 15]. Позитивное самоотношение, отношение к себе как ценности, уважение к себе создают условия для устойчивого успешного развития личности [9]. Самоотношение у подростков определяется не только оценками окружения, но и возможностью рефлексии своего внутреннего опыта через самопознание, оценивание и анализ себя. Очень важно в этом возрасте формирование позитивного, непротиворечивого по модальностям оценивания и компонентам самоотношения субъекта [7, 17].

Подростки активно исследуют себя и мир вокруг, что помогает им формировать свои ценности, и то, как они справляются с вызовами этого сложного этапа

жизни, во многом определяет их дальнейшее развитие [6; 24]. Позитивное отношение к себе защищает от соблазнов и излишеств, помогает обретать уверенность, а также воспринимать подростковый период как конструктивный и развивающий опыт [21].

Часто подростки имеют позитивное отношение к себе, что связано с ощущением соответствия нормам окружения, а также является результатом самопринятия и достижений в важных для них областях [2; 23]. Самоотношение в подростковом возрасте определяет характер их деятельности, коммуникации с другими, выбора стратегий трансляции представления о себе.

Вопрос самопрезентации становится особенно актуальным именно в подростковом возрасте. Это связано не только с желанием молодых людей выделиться и самоутвердиться в «безликой толпе», но и с тем, что в этом возрасте для них особенно важно, как их видят и как к ним относятся окружающие. Исследователи рассматривают самопрезентацию как процесс, способствующий самопознанию в вербальных и невербальных аспектах поведения субъекта [1]. Самопрезентация личности варьируется в зависимости от особенностей социальной ситуации и осуществляется непрерывно в рамках межличностной коммуникации. Самопрезентация выделяется как осознаваемый, так и неосознаваемый процесс и рассматривается как общая особенность поведения человека и средство подтверждения образа Я и поддержания самооценки через проявление характера, мыслей и т.д. [5; 22]. Глубина осознанности этого процесса способна изменяться в зависимости от множества личностных факторов и зависит от уровня саморефлексии самого субъекта самопрезентации. Самопрезентация позволяет реализовать мотивации индивида, связанной с достижением успеха или избеганием неудачи. Если индивид осознает свое поведение и формирует его в ответ на конкретную ситуацию, можно говорить о том, что он использует так называемую приобретающую самопрезентацию, если же он бессознательно стремится избежать неудачи, можно утверждать, что он использует защитную самопрезентацию. Сознательным процессом самопрезентация является, если она направлена на создание определенного впечатления у окружающих для достижения желаемого результата, средство контролирования и поддержания завышенной самооценки, проявляемой в несознаваемом «подыгрывающем» поведении [14, с. 28].

Весомость феномена самопрезентации как объекта научного познания все отчетливее ощущается в условиях глобализации и активного прогресса коммуникационных технологий. Благодаря развитию Интернета мы имеем возможность погрузиться в новый тип коммуникации — компьютерно-опосредованную коммуникацию. В связи с этим возникает новый тип самопрезентации — самопрезентация в медиасфере, которая реализуется с помощью Интернета и социальных сетей.

Развитие современных моделей коммуникаций с использованием разнообразных технологий интернет-взаимодействия открывает возможности расширения знаний о себе и оценки собственной успешности с онлайн общением, что дополняет конструкт самоотношения подростка. Выстраивание коммуникации в виртуальном пространстве открывает перспективы самовыражения, презентации себя и управления впечатлением у партнеров по общению.

Самопрезентация в виртуальном пространстве способна удовлетворять потребность в силе и признании, а также являться средством выражения подавленной части своей личности. В виртуальном мире люди создают образ, соответствующий их идеальному Я и который может подменять «плохое» реальное Я. Способы самопрезентаций, которые выбирают пользователи в виртуальном пространстве также имеют свои мотивы и нуждаются в более подробном изучении. В современном обществе Интернет уже давно стал частью повседневной жизни. Для многих пользователей Интернет — это еще одна социальная среда наряду с семьей, работой и учебой, которая несет множество как возможностей,

так и рисков. По мнению ряда исследователей, опыт раннего погружения молодых людей в виртуальное пространство резко контрастирует с опытом предыдущих поколений, которые знакомились с интернетом в относительно зрелом возрасте и были вынуждены осознанно интегрировать его в свою жизнь для решения тех или иных проблем [20].

Самопрезентация подростков в социальных сетях содержит больше искажений, чем самопрезентация пользователей более старшего возраста. В реальном социальном взаимодействии способность молодых людей управлять информацией о себе ограничена. В силу своей открытости и доступности молодые люди для предъявления себя часто предпочитают Интернет. Важной особенностью виртуальной самопрезентации является то, что человек имеет абсолютный контроль над впечатлением о себе.

Отдельное место в виртуальном мире занимают социальные сети, ставшие для подростков основным пространством межличностного общения и самовыражения. Исследователи социальных сетей рассматривают их как сетевые услуги, которые дают возможность частным лицам создавать личные профили в пределах ограничений, наложенных системой; определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией; просматривать и связывать свой список контактов со списками, созданными другими пользователями внутри системы.

Значимость в подростковом возрасте мнения окружения для становления собственного представления о себе, отношения к себе влечет за собой важности обратной связи не только в непосредственном личном взаимодействии, но и информации от пользователей социальных сетей, в которых общается подросток, оказывая влияние на самоуважение, принятие себя, оценку своих возможностей. В этой связи подростки стремятся к созданию более привлекательного образа, приближенного к некоторому эталонному желаемому «Я», достижению которого способствуют возможности виртуального пространства. Результатом чего может стать фальшивый, а не реальный образ Я для других. Эти вопросы требуют своего психологического понимания и рассмотрения. С другой стороны, специфика социальных сетей проявляется в снижении психологической безопасности, защищенности личности подростка, создавая новые зоны риска из-за распространения кибербуллинга, безнаказанной травли в интернете, что также не может не отражаться на самоотношении личности [16].

Углубленное изучение вопросов самоотношения и самопрезентации подростков в онлайн-среде делает эту тему актуальной и значимой для теоретического осмысления и эмпирического изучения, позволяя расширить понимание психологических аспектов коммуникации школьников старших классов в Интернет-пространстве [4; 19].

В качестве объекта в данном исследовании рассматривалась самопрезентация школьников подросткового возраста в социальных сетях.

Цель исследования заключалась в теоретическом обосновании и эмпирическом изучении стратегии самопрезентации современных подростков с разным самоотношением при коммуникации в социальных сетях.

## Методы и выборка

В исследовании участвовало 53 ученика средней общеобразовательной школы г. Москвы в возрасте от 12 до 17 лет (13 мальчиков и 40 девочек). Исследование проводилось на базе молодежного центра при школе в рамках деятельности психологической службы школы. Согласие родителей несовершеннолетних школьников на их участие в психологической работе было получено в соответствии с регламентом работы школьных психологов.

Применялись такие методы исследования, как теоретический анализ литературных источников, тестирование, контент-анализ, методы математической статистики (анализ нормальности распределения показателей самоотношения и самопрезентации в социальных сетях по критерию Колмогорова-Смирнова, коэффициент ранговой корреляции Спирмена).

В ходе исследования проверялась гипотеза о том, что самопрезентация подростков в социальных сетях связана с их самоотношением, т.е., чем выше уровень позитивного оценивания себя, тем в большей степени подростки будут демонстрировать реалистичный образ Я и в меньшей степени – фальшивый образ Я.

Для проверки гипотезы и достижения цели исследования были использованы следующие методики: «Опросник исследования самоотношения» В.В. Столина и С.Р. Пантелеева (1985),<sup>1</sup> «Опросник самопрезентации в социальной сети» М. Михикяна в адаптации Д.С. Корниенко с соавторами [8], а также авторская анкета с использованием Google Forms, направленная на уточнение индивидуальных особенностей поведения подростков в социальных сетях. Содержание развернутых ответов на пункты методики было проанализировано с помощью контент-анализа.

## Обсуждение результатов исследования

Рассмотрим результаты расчета нормальности распределения показателей глобального самоотношения и самопрезентации в социальных сетях по критерию Колмогорова-Смирнова.

Распределение части шкал глобального самоотношения, использованных в исследовании, не соответствует нормальному, что подтверждает необходимость обращения к непараметрическим методам статистической обработки данных на последующих этапах.

Общий уровень глобального самоотношения у подростков находится в диапазоне завышенных значений (77,60 балла). Это говорит о том, что в целом подростки позитивно относятся к себе, принимают себя такими, какие они есть, игнорируя недостатки и сосредоточиваясь на достоинствах. Такой уровень самоотношения соответствует стратегии реалистичного демонстративного Я в социальных сетях, когда человек показывает себя реалистично, но только с тех сторон, которые считает важными и привлекательными.

Дисперсия показателей глобального самоотношения в группе относительно невысокая (23,16 балла), т. е. подростки с явно низкой самооценкой в выборку исследования не попали. Распределение показателей самоотношения не соответствует нормальному на высоком уровне статистической достоверности ( $\lambda=1,743$ ;  $p\leq 0,01$ ). Наиболее высокие показатели выявлены по шкале глобального самоинтереса (79,19 балла), что соответствует возрастным особенностям подросткового возраста и в некоторой степени объясняет повышенные результаты отношения к себе. Высокий интерес к своей личности является двигателем ее развития на данном этапе онтогенеза и предполагает открытую познавательную позицию, исследование своих психологических качеств. Распределение показателей по данной шкале также не является нормальным ( $\lambda=1,997$ ;  $p\leq 0,01$ ), присутствует тенденция к завышению показателей. Довольно высокими являются средние значения по шкалам «Аутосимпатия» (74,9 балла) и «Самопринятие» (73,94 балла). Аутосимпатия, согласно концепции В.В. Столина, выступает основой позитивного глобального самоотношения, а самопринятие – ее дей-

<sup>1</sup> Столин В.В., Пантелеев С.Р. Практикум по психодиагностике: Психодиагностические материалы. М.: МГУ, 1988. 141 с.

ственным отражением. Чем больше человек сам себе нравится, тем легче он принимает себя со всеми своими особенностями. В выборке респондентов выявлены завышенные показатели аутосимпатии и самопринятия.

Значения по шкалам «Самоуважение», «Самоуверенность», «Самопоследовательность», «Самоинтерес» и «Самопонимание» также находятся в диапазоне завышенных значений. Подростки уважают себя и считают достойными уважения и организованными. Они проявляют интерес к своей личности на уровне действий и хорошо понимают самих себя. Из перечисленных шкал нормальное распределение показателей выявлено только для шкалы «Самоуважение» ( $\lambda=1,312$ ;  $p=0,064$ ). Средние показатели по шкалам «Отношение других» (53,43 балла) и «Самообвинение» (46,96 баллов) у подростков находятся на уровне среднестатистической нормы по методике «Опросник самооотношения». Подростки адекватно воспринимают отношение к себе со стороны окружающих и обвиняют себя на проступки. Дисперсия показателей по шкале «Самообвинение» достаточно высокая (31,39 балла), что указывает на присутствие в группе подростков как с завышенным уровнем самообвинения, так и с заниженным. Распределение показателей по шкалам не соответствует нормальному по критерию  $\lambda$  Колмогорова-Смирнова.

Самый низкий показатель самооотношения у подростков, составляющих выборку исследования, обнаружен по шкале «Ожидаемое отношение других» (39,21 балла) при относительно невысокой дисперсии показателей (24,55 балла). Несмотря на позитивное глобальное самооотношение большинство подростков ожидают в отношении себя негативного отношения со стороны других людей, что также можно объяснить особенностями подросткового возраста. Распределение показателей по шкале соответствует нормальному ( $\lambda=1,009$ ;  $p=0,261$ ).

Шкалы опросника самопрезентации в социальной сети обладают нормальным распределением (табл. 1).

**Таблица 1. Результаты расчета нормальности распределения показателей самопрезентации в социальных сетях по критерию  $\lambda$  Колмогорова-Смирнова**

Шкала	Среднее (баллы)	Станд.откл.	$\lambda$	$p$
Реальное Я	19,66	3,74	0,906	0,384
Фальшивое Я	12,21	4,37	0,892	0,403

Как видно из таблицы, показатель «Реальное Я» (19,66 балла) выше, чем показатель «Фальшивое Я» (12,21 балла). Дисперсия показателей чуть выше у шкалы «Фальшивое Я». Это говорит о том, что в социальной сети респонденты предпочитают стратегию демонстрации своих реальных качеств, но часть из них использует стратегию представления нереалистичного Я-образа.

Таким образом, для подростков, принявших участие в исследовании, характерно завышенное глобальное самооотношение, самоинтерес, аутосимпатия и самопринятие. Подростки считают себя достойными уважения и организованными, уверены в себе, интересуются собой и понимают себя. В то же время они ожидают негативного отношения к себе и склонны к самообвинению. В социальных сетях подростки предпочитают демонстрацию реалистичного Я фальшивому.

Перейдем к рассмотрению особенностей поведения подростков в социальных сетях на основании анализа результатов анкетирования. Категории кон-

тент-анализа для вопросов, предполагающих развернутый ответ, представлены в табл. 2.

**Таблица 2. Категории контент-анализа для вопросов анкеты, предполагающих развернутый ответ**

№ вопроса	Вопрос	Категории
3	Часто ли Вы пренебрегаете сном, засиживаясь в Интернете допоздна? Почему так происходит?	Причины: интерес; не понимаю; школа; физиология
7	Представьте, что социальные сети неожиданно отключились. Что вызовет у Вас тревогу и беспокойство?	Друзья/скука/не будет беспокойства
14	Чем Вы обычно делитесь в социальных сетях?	Фото/ Видео/ Истории/ Репост/ События / Эмоции / Ничем / Отказ
17	На какие паблики вы подписаны в социальных сетях? Укажите тематику.	Природа/Образование/ мода/ юмор / интересные люди/ игры / другое / много всего
18	Чаще Вы делаете публикации в социальных сетях для того, чтобы...	Самопрезентация / поделиться интересным/ обращение к другим людям / просто так/ не делаю
20	Возможно ли в Вашей жизни использовать Интернет только для учебы? Почему?	Да: Польза интернета Нет: развлечение / другое
21	Можете ли Вы обходиться без социальных сетей и готовы ли закрыть свою страничку уже сегодня? Почему?	Общение/ Не хочу/ Интернет-часть жизни
23	Что изображено на ваших аватарках?	Я (фото)/ я с кем-то/ животные/ рисунки/ разное (меняю)/ персонаж/ ничего

На вопрос «Бывает ли так, что Вы проводите в сети больше времени, чем планировали?» 87% респондентов ответили кратко утвердительно, а «нет» ответили только 13% человек, т.е. у большинства подростков бывают ситуации, когда они засиживаются в сети.

На вопрос, как часто подростки испытывают трудности выхода из социальных сетей, 11% участников исследования отметили, что им трудно выйти из сети «очень» или «слишком» часто, 23% опрошенных написали, что им вообще не трудно выйти из сети, если надо. Ответ «часто» встречается у 51% респондентов, а «редко, но бывает» - у 15% подростков.

На вопрос «Пренебрегаете ли вы сном, засиживаясь в Интернете допоздна?» утвердительно ответили 64%, отрицательно – 36% подростков, принявших участие в исследовании. Подростки считают причиной своего пренебрежения сном интересные дела в виде просмотра фильмов и роликов, общения или чтения пабликов (например: «самые крутые идеи ночью», «могу спокойно фильмы посмотреть», «интересное общение», «не хочу к контрольной готовиться», «не понимаю, как пролетает время», «не могу остановиться» и т.п.). При выборе вариантов времяпровождения с друзьями 60% респондентов указали на вариант непосредственного общения на улице, 30% респондентов ответили «В интерне-

те», а 10% отметили, что «главное, с друзьями и неважно, где». Таким образом, большинство подростков предпочитают живое общение со своими друзьями.

Описание источников необходимой информации свидетельствует, что 45% респондентов черпают информацию из интернета, считая ее более надежной. 13% человек прежде всего обращаются к друзьям и родителям, а 42% опрошенных используют оба источника.

Оценивая легкость для себя онлайн и оффлайн коммуникации, только 13% участников исследования дали ответ из категории «Интернет», 66% респондентов предпочли бы реальное общение, а 21% не смогли сделать выбор, т.е., несмотря на активное использование социальных сетей, большинству подростков проще дается живое общение. Результаты описания респондентами своих реакций на возможность неожиданного отключения интернета демонстрируют, что у 49% подростков подобная ситуация вызвала бы беспокойство из-за трудностей связи с родственниками и друзьями, скуку из-за отсутствия других форм времяпровождения (6% ответов). В то же время у 45% респондентов подобная ситуация не стала бы причиной тревоги.

На вопрос «Бывает ли такое, что Вы проверяете мессенджеры, электронную почту, свою учетную запись в социальных сетях или на форумах прежде, чем заняться важными делами?» утвердительный ответ дали 67% подростков, 33% участников исследования ответили, что с ними такого не бывает и они не проверяют свою учетную запись в социальных сетях. Частое обращение к социальным сетям без необходимости подтвердили 72% респондентов, вариант «не часто» выбрали 7% опрошенных, а 11% никогда так не поступают. Самооценка времени, проводимого в социальной сети, продемонстрировала, что семь и более часов в день проводят в интернете 36% участников, от четырех до шести часов в день – 30%, один-три часа в день в среднем – 19% опрошенных. До одного часа в социальных сетях проводит 2%, а 13% ответили, что вообще не проводят время в социальных сетях.

Таким образом, анализ характера общения в социальных сетях показал, что большинство подростков исследуемой группы характеризуется большим количеством времени, проведенном в социальных сетях, тратят на социальные сети больше времени, чем планировали, проверяют свои учетные записи, прежде чем заняться делами, засиживаются допоздна и испытывают трудности с выходом из социальной сети. Вместе с тем большинство подростков предпочитают живое общение виртуальному, а в случае отключения сети Интернет начали бы волноваться по поводу невозможности общения с близкими людьми. Подростки считают Интернет – источником полезной информации, а социальные сети – источником общения с друзьями, с которыми нет возможности встретиться лично.

Перейдем к результатам контент-анализа ответов анкеты, посвященных поведению внутри социальных сетей.

Ответы на вопрос относительно частоты публикации в социальных сетях показали, что делают это время от времени 55% участников исследования, часто 18%, очень часто 11%, каждый день 8%, этого вообще не делают 8%. Таким образом, большинство подростков публикуют что-то в социальных сетях, но большая часть публикующих делает это эпизодически.

На вопрос «Чем Вы обычно делитесь в социальных сетях?» ответы распределились по категориям следующим образом: «Фото» – 42% («свои фотографии», «фотографии красивых мест», «красивые фотографии»); «Истории» – 15%; «События» («тем, что у меня произошло», «Интересные новости», «Моей жизнью») – 15%; «Видео» – 9% (свое видео или без уточнения); «Репост» – 9% респондентов. Отдельную категорию составили ответы 10% опрошенных, содержащие явный или скрытый отказ («не скажу», «не знаю», «всем подряд»). Таким образом, большинство подростков делятся фотографиями в социальных сетях, в том числе собственными.

Интересна реакция участников опроса на отсутствие «лайка» или комментария после публикации. Большинство респондентов (76%) выбрали вариант «Вообще не расстроюсь», 9% - «Расстроюсь, но не сильно». И только 15% опрошенных отметили, что сильно бы расстроились в подобной ситуации. При этом 63% подростков не выкладывают собственные видео в социальные сети.

Анализ ответов респондентов на вопрос относительно пабликов, на которые они подписаны в социальных сетях, позволил увидеть распределение интересов опрошенных. Наиболее часто встречающиеся ответы выявлены для категории «Музыка и фильмы» (23%). По 16% человек отметили, что подписаны на образовательные или юмористические паблики (категории «Образование» и «Юмор»). Выявлено 12% упоминаний пабликов интересных людей (блогеры, музыканты, просто известные люди), в 11% отмечены категории «Игры и развлечения», 10% опрошенных упоминали модные паблики, 9% ответов – из категории «Природа» («интересные животные», «цветы»). Остальные ответы (3%) были объединены в категорию «Разное» («новости», «гороскопы»). Таким образом, интересующие подростков темы пабликов в социальных сетях довольно разнообразны. Наиболее популярен просмотр музыки и кино, что также является развлечением, а также просмотр образовательного (иностранные языки, кулинария, визаж) и юмористического контента.

Ответы на вопрос относительно мотивации делать публикации в социальных сетях распределились следующим образом: категория «Самопрезентация» – 29% («показать себя», «похвастаться», «рассказать о достижениях», «показать свою жизнь», «чтоб люди не забыли, как я выгляжу», «чтоб люди знали, что я делаю»); категория «Поделиться интересным» – 27% («поделиться интересной и полезной информацией», «поделиться впечатлениями», «показать, как красив мир»); категория «Обращение к другим людям» - 4% человека. Не смогли выделить основания своих публикаций 13% опрошенных. 27% респондентов указали, что не делают публикаций в социальных сетях. Интересно, что хотя значительное число подростков (45%) не возражают против того, чтобы отказаться от просмотра развлекательного контента и ограничить общение в социальных сетях только образовательными задачам, 55% респондентов все-таки считают невозможным такое ограничение, объясняя это необходимостью искать развлечения и поддерживать общение.

На вопрос «Можете ли Вы обходиться без социальных сетей и готовы ли закрыть свою страничку уже сегодня? Почему?» большинство (75%) подростков ответили отрицательно. Только 25% человек ответили, что могут обходиться без социальных сетей и готовы закрыть страницу в социальных сетях. В качестве аргументов оставить страницу в социальных сетях используются такие аргументы, как «Интернет – это часть жизни», «Источник общения». При этом 98% респондентов при общении в социальных сетях используют аватары с собственным изображением и периодически их меняют, что может указывать на готовность подростков к реалистичной самопрезентации в социальных сетях.

Таким образом, большинство подростков имеют аватары в социальных сетях и время от времени делают публикации. Они делятся преимущественно фотографиями, видео – в меньшей степени. Большинство подростков утверждают, что их не огорчает отсутствие лайков и комментариев от друзей, поскольку сами не склонны регулярно ставить лайки и писать комментарии под публикациями других. Подростки имеют широкие интересы в социальных сетях, в связи с чем большинство не готовы отказаться от них или использовать только в целях образования. Наиболее популярны для подростков в социальных сетях музыка и кино, образование и юмор.

По отношению к публикациям в социальных сетях подростки делятся на три группы: вообще не делающие публикаций, делающие публикации для самопрезентации и делающие публикации, чтобы поделиться опытом. Большинство подростков в качестве аватаров используют собственные фотографии, что кос-

венно указывает на их готовность к реалистичной самопрезентации в социальных сетях.

Перейдем к результатам корреляционного анализа между показателями самооотношения и презентации в социальной сети у подростков (табл. 3).

**Таблица 3. Взаимосвязь между компонентами самооотношения и самопрезентацией в социальной сети**

Шкалы	Связь выраженности компонентов самооотношения с показателями самопрезентации в социальной сети (по критерию Спирмена)	
	Реалистичное Я	Фальшивое Я
S – глобальное самооотношение	0,090	-0,386*
I – самоуважение	-0,043	-0,416**
II – аутосимпатия	0,231	-0,091
III – ожидаемое отношение других	0,114	-0,199
IV – самоинтерес	-0,016	-0,303*
1 – самоуверенность	0,087	-0,354*
2 – отношение других	0,082	-0,200
3 – самопринятие	0,393**	-0,238
4 – самопоследовательность	0,153	-0,146
5 – самообвинение	-0,078	0,019
6 – самоинтерес	0,114	-0,224
7 – самопонимание	0,154	-0,403**

\* – наличие значимой корреляционной связи,  $p \leq 0,05$   
 \*\* – наличие значимой корреляционной связи,  $p \leq 0,01$

Как видно из таблицы, наибольшее количество значимых взаимосвязей получено между показателями самооотношения и шкалой «Фальшивое Я». Единственный показатель самооотношения, с которым значимо взаимосвязана шкала «Реальное Я», это самопринятие ( $r=0,393$ ;  $p \leq 0,01$ ). Можно предположить, что чем больше подростки принимают самих себя, тем больше стремятся продемонстрировать свою реальную личность в социальной сети.

Показатель глобального самооотношения значимо отрицательно коррелирует с показателем «Фальшивое Я» ( $r=-0,386$ ;  $p \leq 0,05$ ). Чем выше общее позитивное отношение подростков к себе, тем меньше они склонны к демонстрации чужой личности вместо своей, меньше зависят от чужого одобрения и стереотипов. Шкала «Фальшивое Я» также значимо отрицательно связана с такими параметрами самооотношения как «Самоуважение» ( $r=-0,416$ ;  $p \leq 0,01$ ), «Самоинтерес» ( $r=-0,303$ ;  $p \leq 0,05$ ), «Самоуверенность» ( $r=-0,354$ ;  $p \leq 0,05$ ) и «Самопонимание» ( $r=0,403$ ;  $p \leq 0,01$ ).

Стремление продемонстрировать в социальной сети чужой образ связано с низким уважением и интересом к себе, а также с низкой уверенностью в себе и слабым пониманием самого себя. Следовательно, к «фальшивому Я» обращаются подростки, не интересующиеся собой и, как следствие, не знающие себя и не уверенные в себе. Склонность подростков с выраженным «Фальшивым Я» зависеть от мнения окружающих во многом объясняется тем, что они слабо себя знают и не уверены в своих силах. Чем выше самооценка подростков, их самоуважение, интерес к себе, самоуверенность и самопонимание, тем в меньшей

степени они склонны выставлять вместо себя кого-то другого в социальных сетях.

Однако позитивное самоотношение еще не способствует стратегии «Реального Я» в социальных сетях.

Важно обратить внимание, что показатель «Отношение других» со стратегией самопрезентации в социальной сети у подростков значимо не связан. Это говорит о том, что подростки в большей степени ориентируются на самих себя. В случае высокого принятия себя они склонны демонстрировать свое «Реальное Я» как разностороннего человека, а к «Фальшивому Я» обращаются в случае неуважения, неуверенности и непонимания самих себя и отсутствия интереса к себе.

Рассмотрим результаты корреляционного анализа между показателями самоотношения и поведением в социальной сети (табл. 4).

**Таблица 4. Взаимосвязь самопрезентации в социальной сети и интернет-активности подростков**

Вопросы анкеты	Связь с показателями самопрезентации в социальной сети (по критерию Спирмена)	
	Реалистичное Я	Фальшивое Я
1. Бывает ли так, что Вы проводите в сети больше времени, чем планировали?	0,106	-0,282*
2. Как часто Вам трудно заставить себя выйти из сети?	0,280*	0,130
3. Часто ли Вы пренебрегаете сном, засиживаясь в Интернете допоздна?	0,020	-0,018
4. Бывает ли такое, что Вы проверяете мессенджеры, электронную почту, свою учетную запись в социальных сетях или на форумах прежде, чем заняться важными делами?	0,074	0,146
5. Часто ли Вы, возвращаясь из школы (кружка или секции), сразу же выходите в Интернет без необходимости, как таковой?	0,055	-0,148
10. Как часто Вы отказываетесь от еды или принимаете пищу за компьютером, чтобы не выходить из сети?	-0,033	0,037
12. Кажется ли вашим родителям, что Вы проводите в Интернете слишком много времени?	-0,197	-0,234
22. Используете ли вы аватарки в своих мессенджерах и профилях социальных сетей?	0,074	0,044
15. Вы сильно расстроитесь, если кто-то из ваших друзей не поставит «лайк» вашей публикации или не оставит комментарий?	0,417**	0,016
16. Выкладываете ли вы видеоролики в социальных сетях?	0,274*	-0,077
19. Как часто вы ставите «лайки» и оставляете комментарии к другим постам?	0,216	-0,108
20. Возможно ли в Вашей жизни использовать Интернет только для учебы?	-0,277*	-0,133

\* – наличие значимой корреляционной связи,  $p \leq 0,05$ ;  
 \*\* – наличие значимой корреляционной связи,  $p \leq 0,01$

Как видно из таблицы, показатель глобального самоотношения значимо отрицательно взаимосвязан с использованием аватарки в своих мессенджерах и профилях социальных сетей ( $r=-0,325$ ;  $p\leq 0,05$ ). Ответы на этот вопрос образуют максимальное число корреляций с параметрами самоотношения «Самоуважение» ( $r=-0,274$ ;  $p\leq 0,05$ ), «Самоуверенность» ( $r=-0,312$ ;  $p\leq 0,05$ ), «Отношение других» ( $r=-0,272$ ;  $p\leq 0,05$ ) и «Самопонимание» ( $r=-0,307$ ;  $p\leq 0,05$ ). Таким образом, чем выше показатель глобального самоотношения подростка, чем больше он себя уважает, понимает, уверен в себе и воспринимает отношение к себе как позитивное, тем реже он меняет аватары в социальных сетях или вообще не использует их. И наоборот, снижение самоотношения по вышеобозначенным параметрам приводит к более частой смене аватаров и выборе подходящего с целью получения одобрения.

Особенности поведения в интернете значимо связаны с компонентами самоотношения. Ответы на вопрос «Бывает ли так, что Вы проводите в сети больше времени, чем планировали?» положительно коррелируют со шкалой «Самопонимание» на высоком уровне значимости ( $r=0,438$ ;  $p\leq 0,01$ ). Чем лучше подросток понимает сам себя, тем в меньшей степени контролирует проведенное в Интернете время. Можно предположить, что высокое самопонимание способствует тому, что подростки отдают себе отчет в том, что их планы не соответствуют реальности на примере интернет-активности. С другой стороны, интернет многими подростками воспринимается как площадка для обучения, и понимающий себя подросток, стремясь узнать о себе еще больше, часто засиживается в сети дольше ожидаемого. Чем чаще подростки проводят в сети время незапланированно, тем меньше они обвиняют себя ( $r=-0,270$ ;  $p\leq 0,05$ ). Можно предположить, что нерегулируемая сетевая активность помогает подросткам отвлечься или компенсировать чувство вины, в основном, за счет стремления к лучшему пониманию себя. Ответы на вопрос «Как часто Вам трудно заставить себя выйти из сети?» значимо отрицательно коррелируют со шкалой «Саморуководство» ( $r=-0,329$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем более организованным себя считает подросток, тем легче ему отказаться от сетевой активности и переключиться на другую деятельность. Со шкалой «Саморуководство» положительно связаны ответы на вопрос «Возможно ли в Вашей жизни использовать Интернет только для учебы?» ( $r=0,288$ ;  $p\leq 0,05$ ). Самоорганизованные подростки считают возможным ограничить свою интернет-активность до образовательных задач, поскольку могут ее контролировать.

Ответы на вопрос «Вы сильно расстроитесь, если кто-то из ваших друзей не поставит "лайк" вашей публикации или не оставит комментарий?» взаимосвязаны со шкалой «Самопринятие» ( $r=0,386$ ;  $p\leq 0,01$ ). Чем больше подростки себя принимают, тем сильнее расстраиваются, если кто-то из друзей не отреагирует на их публикацию. Несмотря на то, что считается, что принятие себя способствует независимости от чужого мнения и реакций в социальных сетях, в нашем исследовании обнаружено, что у принимающих себя подростков отсутствие реакции на их активность в сети вызывает огорчение. Можно предположить, что самопринятие подростков еще не устойчиво, как и в целом самооценка, и во многом зависит от того, как подростка оценивают люди, которых он считает друзьями. Интимно-личностное общение является ведущей деятельностью в данном возрасте, а отсутствие поддержки друзей хоть и не снижает самопринятия, но вызывает негативные чувства. В то же время подростки с высоким самопринятием честно говорят социально нежелательную информацию о себе без страха навредить своему самоотношению.

Выявилась значимая связь между отношением к использованию социальных сетей только в учебных целях и тремя параметрами самооценки: самоуважением ( $r=0,305$ ;  $p\leq 0,05$ ), самоинтересом ( $r=0,293$ ;  $p\leq 0,05$ ) и саморуководством ( $r=0,288$ ;  $p\leq 0,05$ ). Подростки, готовые ограничить свое нахождение в социальных сетях образовательными задачами, характеризуются высоким уважением

к себе, самоорганизованы и интересны сами себе. Можно предположить, что такие подростки амбициозны и считают разумным более деловой подход к сетевому контенту. Поскольку большинство подростков продолжают предпочитать общение вне социальных сетей и считают его более простым для себя, ценность интернет-общения для них не является приоритетной.

Выявлены значимые связи между показателями самопрезентации и поведением в социальной сети. Шкала «Реалистичное Я» положительно связана трудностями выйти из сети ( $r=0,280$ ;  $p\leq 0,05$ ), огорчением из-за отсутствия реакций на публикации ( $r=0,417$ ;  $p\leq 0,01$ ), частотой выкладывания видеороликов ( $r=0,274$ ;  $p\leq 0,05$ ) и отрицательно – с желанием ограничить использование Интернета только образовательными целями ( $r=-0,277$ ;  $p\leq 0,05$ ).

Таким образом, подростки, демонстрирующие свою реальную личность в социальных сетях, воспринимают Интернет как площадку для самовыражения, озвучивания своих мыслей и идей, а не только для обучения. Им важна обратная связь от подписчиков, чтобы проверить свой реальный образ на прочность. Трудности с выходом из социальной сети, в свою очередь, сопряжены с желанием самовыражения и ожиданием реакции на него.

Шкала «Фальшивое Я» отрицательно связана с ответом на вопрос «Бывает ли так, что Вы проводите в сети больше времени, чем планировали?» ( $r=-0,282$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем сильнее подростки скрываются за чужим образом в социальных сетях, демонстрируя не свойственные им качества, тем лучше они контролируют свое время в Интернете. Фальшивая личность не требует больших временных затрат, поэтому проблем с расчетом времени в данном случае не возникает.

## Заключение

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно говорить о подтверждении гипотезы, а именно: чем выше уровень позитивного самоотношения и его компонентов, тем в большей степени подростки будут демонстрировать реалистичный образ Я и в меньшей степени – фальшивый образ Я. Для подростков характерно завышенное глобальное самоотношение, самоинтерес, аутосимпатия и самопринятие. Подростки считают себя достойными уважения и организованными, уверены в себе, интересуются собой и понимают себя. В то же время они ожидают негативного отношения к себе и склонны к самообвинению. В социальных сетях подростки предпочитают демонстрацию реалистичного Я фальшивому.

Данные контент-анализа результатов анкетирования позволяют прийти к заключению о том, что большинство подростков исследуемой группы характеризуется значительным количеством времени, проведенным в социальных сетях. Подростки тратят на социальные сети больше времени, чем планировали, проверяют свои учетные записи, прежде чем заняться делами, засиживаются допоздна в социальных сетях и испытывают трудности с выходом из них. Вместе с тем, большая часть подростков предпочитают живое общение виртуальному, однако в случае отключения сети Интернет начали бы волноваться по поводу невозможности общения с близкими людьми. Подростки считают Интернет источником полезной информации, а социальные сети – источником общения с друзьями, с которыми нет возможности встретиться лично.

Большинство подростков имеют аватары в социальных сетях и делают публикации время от времени. Они делятся, преимущественно, фотографиями, а не видео. Большинство утверждают, что их не огорчает отсутствие лайков и комментариев от друзей и сами не склонны регулярно ставить лайки и писать комментарии под публикациями других. Подростки имеют широкие интересы в социальных сетях и не готовы отказаться от них или использовать только в целях образования. Наиболее популярны для подростков в социальных сетях музыка и кино, образование и юмор.

По отношению к публикациям в социальных сетях подростки делятся на три группы: вообще не делающие публикаций, делающих публикации для самопрезентации и делающих публикации, чтобы поделиться опытом. Большинство подростков в качестве аватаров используют собственные фотографии, что косвенно указывает на их готовность к реалистичной самопрезентации в социальных сетях.

Высоко самоорганизованные подростки легче могут выйти из социальной сети при необходимости, считают возможным использование Интернета только с образовательными целями подростки с высоким самоуважением, самоинтересом и саморуководством. Реалистичная самопрезентация подростков связана с самопринятием и сопряжена с трудностями заставить себя выйти из сети, выкладыванием видеороликов, огорчением из-за отсутствия реакций на публикации и нежеланием отказываться от Интернета. Подростки, демонстрирующие свою реальную личность в социальных сетях, воспринимают интернет как площадку для самовыражения, а не только для обучения.

Фальшивая самопрезентация подростков связана с их низким самопринятием, самоуважением, интересом к себе, а также неуверенностью и самонепониманием. Фальшивое Я проявляется в том, что подростки не считают, что они проводят в интернете больше времени, чем рассчитывали.

При психологической работе с подростками необходимо понимать, что им свойственно завышать самооценку. Психологически корректная помощь подросткам грамотно построить самопрезентацию на основании реального Я может привести к изменению самоотношения субъекта, усилению его позитивной оценки своих личностных качеств и результатов деятельности. Знание специфики подросткового возраста, принципов интернет-коммуникации поможет школьному психологу в разработке и апробации программы психологического сопровождения подростков при формировании их стремления к развитию собственной личности через становление реалистичного Я и его успешной презентации в социальных сетях, что, в свою очередь, приведет к улучшению самоотношения, проявлению тенденции в инициативности и самоэффективности.

Дальнейшие перспективы анализа темы самопрезентации подростков с разным характером самоотношения видятся в расширении возрастного диапазона участников исследования, выделении показателей устойчивости используемых стратегий самопрезентации в виртуальном общении в социальных сетях, анализе соотношения статуса подростка в реальных социальных группах, в частности, школьном классе, и предпочитаемых стратегиях самопрезентации в интернет-пространстве.

## Список литературы:

1. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000. 304 с.
2. Далгатова М.М., Багандова Г.Х., Будаичиева Б.С. Исследование Я-образа у подростков с высокой и низкой самооценкой // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. 2020. Т. 14. №. 2. С. 115-120. DOI: 10.31.161/1995-0659-2020-14-2-115-120.
3. Гущина Т.И., Андреева И.Г. Развитие самоотношения как фактора психологического здоровья детей подросткового возраста // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. Т. 21. № 5-6. С. 111-120. DOI: 10.20310/1910-0201-2016-21-5/6(157-158)-111-120.

4. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения: 15.01.2025).
5. Золотарева А.А. Перфекционистская самопрезентация и особенности ее диагностики // Клиническая и специальная психология. 2018. № 1(7). С. 104-117. DOI: 10.17759/cpse.2018070108.
6. Зотова Д.И. Исследования самооценки подростков // Вестник магистратуры. 2023. № 4. С. 58-59.
7. Капитанец Е.Г., Андреева Е.А. Формирование позитивного самоотношения подростков // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. 2021. № 1. С. 236-239.
8. Корниенко Д.С., Руднова Н.А., Горбушина Е.А., Дериш Ф.В. Психометрические характеристики шкалы самопрезентации в социальной сети // Психологические исследования. 2021. № 75. DOI: 10.54359/ps.v14i75.153. URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/153> (дата обращения: 20.01.2025).
9. Кочеткова Т.Н. Самоотношение личности как система установок, направленных на себя // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2007. № 1. С. 195-201.
10. Курбатова А.С., Пухова А.Г., Беляева Т.К. Изучение самооценки как актуальное направление психолого-педагогических исследований // Перспективы науки и образования. 2019. № 1(37). С. 251-261. DOI: 10.32744/pse.2019.1.18.
11. Лебедева Е.И. Эмоциональные и личностные особенности младших подростков с различным социометрическим статусом // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2018. № 4. С. 89-100.
12. Пантелеев С.Р. Самоотношение. / Психология самосознания / под ред. Д.Я. Райгородского. Самара: Издательский дом «БАХРАХ-М», 2007. 672 с. С. 208-242.
13. Пантелеев С.Р., Столин В.В. Методика исследования самоотношения // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2003. № 1. С. 77-81.
14. Пикулева О.А. Социальная психология и самопрезентация личности. СПб.: Логос, 2014. 284 с.
15. Столин В.В. Самосознание личности. М.: Издательство Московского Университета, 1983. 284 с.
16. Хломов К.Д., Давыдов Д.Г., Бочавер А.А. Кибербуллинг в опыте российских подростков // Психология и право. 2019. Т. 9. № 2. С. 276-295. DOI: 10.17759/psylaw.2019090219.
17. Шерешкова Е.А., Курочкина М.Г. Психологические механизмы формирования позитивного самоотношения в подростковом возрасте // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2018. № 3. С. 142-147.
18. Allgood-Merten B., Stockard J. Sex role identity and self-esteem: A comparison of children and adolescents // Sex Roles. 1991. Vol. 25. N 3-4. P. 129-139.
19. Bleidorn W., Arslan R. C., Denissen J. A. Age and gender differences in self-esteem – a cross-cultural window // Journal of Personality and Social Psychology. 2016. Vol. 111. N 3. P. 396-410. DOI: 10.1037/pspp0000078
20. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2008. N 13. P. 22-37.
21. Lee S.-J., Quigley B.M., Nesler N.S, Corbett A.B., Tedeschi J. Development of a self-presentation tactics scale // Personality and Individual Differences. 1999. N 12. P. 701-722.
22. Jones E.E., Pittman T.S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological Perspectives on the Self. 1982. Vol. 1. P. 231-262.

23. Orth U., Erol R.Y., Luciano E.C. Development of self-esteem from age 4 to 94 years: A meta-analysis of longitudinal studies // *Psychological Bulletin*. 2018. Vol. 144. N 10. P. 1045-1080. DOI: 10.1037/bul0000161
24. Zuckerman M., Li C., Hall J. A. When men and women differ in self-esteem and when they don't: A metaanalysis // *Journal of Research in Personality*. 2016. N 67. P. 34-51. DOI:10.1016/j.jrp.2016.07.007.

## Self-attitude and features of self-presentation of teenagers in social networks

### **Volodarskaya Elena Alexandrovna**

Doctor of Psychology, Associate Professor, Chief Researcher S.I. Vavilov Institute for the history of science and technology of the RAS, Moscow, Russian Federation  
e-mail: [eavolod@gmail.com](mailto:eavolod@gmail.com)

### **Stegin Sergey Viktorovich**

Master, Faculty of General and Clinical Psychology, Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russian Federation  
e-mail: [sstegin@yandex.ru](mailto:sstegin@yandex.ru)

### **Abstract**

The article analyzes the results of a study of the features of the relationship between self-esteem and self-presentation in social networks of the Russian segment among schoolchildren aged 12-17. The material for the analysis was the results of a survey of 53 Moscow schoolchildren (13 boys and 40 girls) using the methodology for studying self-esteem by V.V. Stolin and S.R. Panteleev, the questionnaire of self-presentation in a social network by M. Mikhikyan adapted by D.S. Kornienko, N.A. Rudnova, E.A. Gorbushina and F.V. Derish, as well as the author's questionnaire aimed at clarifying the individual characteristics of adolescent behavior in social networks. Based on the results of the study, it was concluded that adolescents are characterized by an inflated global self-esteem, self-interest, autosympathy and self-acceptance. The analysis showed that the more positive the attitude of teenagers towards themselves, the more they demonstrate a realistic self-image and to a lesser extent – a false self-image. According to the authors of the article, the higher the self-acceptance of teenagers, the more they strive to show their real personality in the social network, and the false self-presentation of teenagers is associated with their low self-esteem, self-respect, interest in themselves, as well as insecurity and self-misunderstanding. Taking into account the patterns of connection between the characteristics of self-attitude and self-presentation in social networks can help clarify the trajectory of a teenager's personal growth, psychologically competent disclosure of his communicative potential, and mastering the skills of resolving complex communicative situations under the negative influence of the digital environment.

## Key words

• adolescence • self-presentation strategy • self-attitude • social networks • Internet communication • self-image •

## References

1. Goffman I. Presenting oneself to others in everyday life. M.: CANON-press-C, 2000. 304 p.
2. Dalgatov M.M., Bagandova G.Kh., Budaychieva B.S. Study of the self-image in adolescents with high and low self-esteem // Bulletin of the Dagestan State Pedagogical University. Psychological and pedagogical sciences, 2020. Vol. 14. N 2. P. 115-120 DOI: 10.31.161/1995-0659-2020-14-2-115-120.
3. Gushchina T.I., Andreeva I.G. Development of self-attitude as a factor in psychological health of adolescents // Bulletin of Tambov University. Series: Humanities. 2016. Vol. 21. N 5-6. P. 111-120. DOI: 10.20310/1910-0201-2016-21-5/6(157-158)-111-120.
4. Zhichkina A.E., Belinskaya E.P. Strategies of self-presentation on the Internet and their connection with real identity. St. Petersburg: Piter, 2004. P. 34-52. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (accessed: 15.01.2025).
5. Zolotareva A.A. Perfectionistic self-presentation and features of its diagnostics // Clinical and Special Psychology, 2018. N 1(7). P. 104-117. DOI: 10.17759/cpse.20180701087.
6. Zotova D.I. Research of adolescent self-esteem // Bulletin of the Magistracy. 2023. N 4. P. 58-59.
7. Kapitanets E.G., Andreeva E.A. Formation of positive self-attitude of adolescents // New impulses of development: issues of scientific research. 2021. N 1. P. 236-239.
8. Kornienko D.S., Rudnova N.A., Gorbushina E.A., Derish F.V. Psychometric characteristics of the self-presentation scale on a social network [Electronic resource] // Psychological research. 2021. N 75. DOI: 10.54359/ps.v14i75.153.: URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/153> (accessed: 20.01.2025).
9. Kochetkova T.N. Self-attitude of the individual as a system of attitudes directed at oneself // Bulletin of the St. Petersburg University. 2007. N 1. P. 195-201.
10. Kurbatova A.S., Pukhova A.G., Belyaeva T.K. The study of self-esteem as a relevant area of psychological and pedagogical research // Prospects of Science and Education. 2019. N 1(37). P. 251-261. DOI: 10.32744/pse.2019.1.18.
11. Lebedeva E.I. Emotional and personal characteristics of younger adolescents with different sociometric status // Bulletin of Leningrad State University named after A.S. Pushkin. 2018. N 4. P. 89-100.
12. Pantelev S.R. Self-attitude. / Psychology of self-awareness / edited by D.Ya. Raigorodsky. Samara: Publishing house «BAKHRAXH-M», 2007. 672 p. P. 208-242.
13. Pantelev S.R., Stolin V.V. Methodology for studying self-attitude // Bulletin of Moscow University. Series 14. Psychology. 2003. N 1. P. 77-81.
14. Pikuleva O.A. Social psychology and self-presentation of personality. St. Petersburg: Logos, 2014. 284 p.
15. Stolin V.V. Self-awareness of the individual. M.: Moscow University Publishing House, 1983. 284 p.
16. Khlomov K.D., Davydov D.G., Bocharov A.A. Cyberbullying in the experience of Russian teenagers // Psychology and Law. 2019. Vol. 9. N. 2. P. 276-295. DOI: 10.17759/psylaw.2019090219.

17. Shereshkova E.A., Kurochkina M.G. Psychological mechanisms of formation of positive self-attitude in adolescence // Bulletin of Shadrinsk State Pedagogical University, 2018. N. 3. P. 142-147.
18. Allgood-Merten B., Stockard J. Sex role identity and self-esteem: A comparison of children and adolescents // Sex Roles. 1991. Vol. 25. N 3-4. P. 129-139.
19. Bleidorn W., Arslan R. C., Denissen J. A. Age and gender differences in self-esteem – a cross-cultural window // Journal of Personality and Social Psychology. 2016. Vol. 111. N 3. P. 396-410.
20. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2008. N 13. P. 22-37.
21. Lee S.-J., Quigley B.M., Nesler N.S, Corbett A.B., Tedeschi J. Development of a self-presentation tactics scale // Personality and Individual Differences. 1999. N 12. P. 701-722.
22. Jones E.E. Pittman T.S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological Perspectives on the Self. 1982. Vol. 1. P. 231-262.
23. Orth U. Erol R.Y., Luciano E.C. Development of self-esteem from age 4 to 94 years: A meta-analysis of longitudinal studies // Psychological Bulletin. 2018. Vol. 144. N 10. P. 1045-1080.
24. Zuckerman M., Li C., Hall J. A. When men and women differ in self-esteem and when they don't: A metaanalysis // Journal of Research in Personality. 2016. N 67. P. 34-51.

*Поступила в редакцию: 20.01.2025*

*Принята в печать: 15.03.2025*