

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Факультет начальных классов
Кафедра педагогики и психологии начального образования

Слюсарева Александра Эдуардовна

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

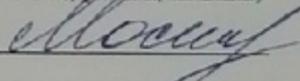
Тема: Групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях

Направление: 44.04.02. Психолого-педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы: Мастерство психологического консультирования

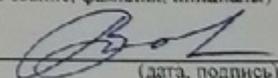
Допущена к защите
Заведующая кафедрой

к.пс.н., доцент Мосина Н.А.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

11.10.19 
(дата, подпись)

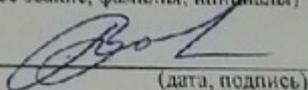
Руководитель магистерской программы

к.пс.н., доцент Сафонова М.В.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

11.12.19 
(дата, подпись)

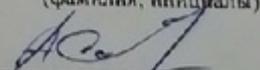
Научный руководитель

к.пс.н., доцент Сафонова М.В.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

11.12.19 
(дата, подпись)

Магистрант

Слюсарева А.Э.
(фамилия, инициалы)

11.12.2019 
(дата, подпись)

Красноярск, 2019

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Факультет начальных классов
Кафедра педагогики и психологии начального образования

Слюсарева Александра Эдуардовна

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема: Групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях

Направление: 44.04.02. Психолого-педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы: Мастерство психологического консультирования

Допущена к защите
Заведующая кафедрой

к.пс.н., доцент Мосина Н.А.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

(дата, подпись)

Руководитель магистерской программы

к.пс.н., доцент Сафонова М.В.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

(дата, подпись)

Научный руководитель

к.пс.н., доцент Сафонова М.В.
(ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

(дата, подпись)

Магистрант

Слюсарева А.Э.
(фамилия, инициалы)

(дата, подпись)

Красноярск, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	10
Глава 1. Теоретические основы проблемы самопрезентации подростков в социальной сети	15
1.1. Подходы к понятиям «Я – концепция» и «самопрезентация» в научной литературе	15
1.2. Проблема самопрезентации в социальных сетях, оптимальный способ самопрезентации в социальных сетях.....	33
1.3. Особенности развития «Я – концепции» самопрезентации в подростковом возрасте.....	51
1.4. Возможности психологического консультирования, как средства решения проблемы самопрезентации подростков в социальных сетях	67
Выводы по Главе 1	77
Глава 2. Экспериментальное изучение психологического консультирования как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях.....	80
2.1. Методическая организация исследования. Результаты констатирующего эксперимента и обсуждение	80
2.2. Организация и проведение формирующего эксперимента	101
2.3. Результаты формирующего эксперимента и их кила обсуждение .	106
Выводы по Главе 2	117
Заключение.....	120
Список используемых источников	113
Приложение А.....	121
Приложение Б	137
Приложении В	130
Приложение Г	171
Приложение Д.....	175

РЕФЕРАТ

Диссертация на соискание степени магистра по направлению подготовки Психолого-педагогического образования «Групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях».

Объем – 168 страницы, включая 20 рисунков, 11 таблиц, 4 приложения. Количество использованных источников – 88.

Цель исследования – изучение возможностей группового консультирования как средства помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях.

Объект исследования – процесс оптимизации способа самопрезентации подростков в социальных сетях.

Предмет исследования – групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях.

Гипотеза исследования – процесс психологического консультирования подростков по вопросам самопрезентации в социальных сетях будет результативнее если:

- 1) будут организованы групповые психологические консультации, цель которых будет соответствовать возрастным особенностям подростков;
- 2) психологическое консультирование будет направлено на: оптимизацию Я-концепции, обучение безопасному поведению в социальных сетях, выработку оптимального способа самопрезентации в социальных сетях;
- 3) в процессе консультаций будут применены техники воздействия соответствующие возрастным особенностям.

Теоретико-методологические основания исследования:
рассматривали особенности презентации Я в подростковом возрасте .

– исследования и разработки по проблеме самопрезентации

зарубежных (И. Гофман, М. Снайдер, Р. Чалдини, И. Джонс и Т. Иттман и др.) и отечественных ученых (Е.М. Михайлова, О. Пикулева, В.И. Чупров, Е.С. Шильштейн, И.П. Шкуратова);

– исследования Я-концепции и ценностно-нормативных ориентаций подростков в условиях быстрых социальных изменений (Баклушинский С.А., Бернс Р., Бороздина Л.В., Кон И.С., Шорохова Е.В)

– исследования в области интернет-коммуникаций (Аникина Т. В., Белинская Е.П., Войскунский А.Е., Корытникова Н.В.)

Методы исследования:

1. Теоретические – анализ психолого-педагогической, социологической и философской литературы по проблеме исследования; сравнение, обобщение и интерпретация научных данных;

2. Эмпирические – опрос, контент-анализ, психодиагностические тесты, формирующий эксперимент.

3. Количественные и качественные методы математико-статистической обработки данных.

Экспериментальная база исследования: МБОУ Лицей №2, г. Красноярск. В эксперименте принимали участие подростки 10-х классов в возрасте 15-16 лет, всего 36 человек.

Апробация результатов исследования: представленные в работе результаты нашли отражение в публикациях двух научных статей.

Научная новизна исследования состоит в рассмотрении способов самопрезентации подростков в социальной сети во взаимосвязи с особенностями их Я-концепции и самоотношения.

Теоретическая значимость исследования состоит в сопоставлении различных точек зрения на понятия «самопрезентация», «самопрезентация в социальной сети», в попытке теоретического обоснования возможностей группового психологического консультирования как средства оптимизации способа самопрезентации подростков в социальной сети.

Практическая значимость исследования заключается в разработке программы группового психологического консультирования, способствующей оптимизации способа самопрезентации подростков в социальной сети. Разработанные рекомендации по проведению группового консультирования подростков, обучению безопасному поведению в социальных сетях, выработке оптимального способа самопрезентации в социальных сетях, могут быть использованы в организации педагогического процесса в школьной образовательной среде.

В ходе теоретической и опытно-экспериментальной работы получены следующие результаты:

1. Обоснована актуальность проблемы построения оптимального способа самопрезентации в социальных сетях у подростков.

2. Анализ теоретических источников позволил определить психологическую готовность подростков к оптимальному способу самопрезентации подростков в социальных сетях, установить структурную модель и критерии оценки низкого, среднего и высокого уровней самопрезентации подростков.

3. На основе теоретической модели разработан и апробирован психодиагностический комплекс исследования, в который вошли стандартизированные опросники и проективные методики.

4. По данным констатирующего среза определен общий уровень самопрезентации в социальных сетях в группе испытуемых и описаны три типа самопрезентации: с высоким, средним, низким уровнями.

5. Разработана и апробирована программа группового психологического консультирования, способствующая повышению уровня оптимального способа самопрезентации подростков в социальных сетях. Программа состоит из десяти тематических встреч, включающих групповую дискуссию, разминки, игровые упражнения, дискуссии и обсуждения, моделирование и анализ ситуаций, арт-техники, психогимнастические упражнения и релаксации. Работа консультанта направлена на помощь в построении оптимального способа самопрезентации

подростков в социальных сетях.

В результате анализа полученных в ходе опытно-экспериментальной работы данных мы пришли к выводу о подтверждении выдвинутой гипотезы. Программа группового психологического консультирования включает техники и приемы направленные на оптимизацию самопрезентации подростков не только в социальных сетях, но в целом на повышение уровня самопрезентации, что является неотъемлемой частью коммуникации.

Таким образом, в ходе теоретической и опытно-экспериментальной работы положения гипотезы получили подтверждение, задачи исследования решены, цель достигнута.

Abstract

The dissertation for the master's degree in the direction of the preparation of Psychological and Pedagogical Education "Group psychological counseling as a means of helping adolescents to build the best way of self-presentation in social networks."

Volume - 178 pages, including 20 figures, 11 tables, 4 applications. The number of sources used is 88.

The purpose of the study is: to study the possibilities of group counseling as a means of helping adolescents to build the best way of self-presentation in social networks.

The object of study is: the process of optimizing the method of self-presentation of adolescents in social networks.

The subject of the study is: group psychological counseling as a means of helping adolescents to build the best way of self-presentation in social networks.

The hypothesis of the study is: the process of psychological counseling of adolescents on self-presentation in social networks will be more effective if:

- 1) group psychological consultations will be organized, the purpose of which will correspond to the age characteristics of adolescents;

2) psychological counseling will be aimed at: optimizing the self-concept, teaching safe behavior in social networks, developing an optimal way of self-presentation in social networks;

3) during the consultation process, exposure techniques appropriate to age-specific features will be applied.

Theoretical and methodological foundations of the study: considered the features of the presentation I'm in my teens.

-research and development on the problem of self-presentation of foreign (I. Hoffman, M. Snyder, R. Chaldini, I. Jones and T. Ittman and others) and domestic scientists (E. M. Mikhailova, O. Pikuleva, V.I. Chuprov, E.S. Shilstein, I.P. Shkuratova);

-studies of the self-concept and value-normative orientations of adolescents in conditions of rapid social change (Baklushinsky S.A., Burns R., Borozdina L.V., Kon I.S., Shorokhova E.V.)

-research in the field of Internet communications (Anikina T.V., Belinskaya E.P. Voiskunsky A.E., Korytnikova N.V.)

Research Methods:

1. Theoretical – analysis of psychological, pedagogical, sociological and philosophical literature on the problem of research; comparison, generalization and interpretation of scientific data;

2. Empirical – a survey, content analysis, psychodiagnostic tests, forming an experiment.

3. Quantitative and qualitative methods of mathematical and statistical data processing.

The experimental base of the study: MBOU Lyceum №2, Krasnoyarsk. The experiment involved teenagers of 10th grades aged 15-16 years, a total of 36 people.

Testing the results of the study: the results presented in the work were reflected in the publications of two scientific articles.

The scientific novelty of the study is: to consider ways of self-presentation

of adolescents in a social network in conjunction with the features of their self-concept and self-relationship.

The theoretical significance of the study: consists in comparing different points of view on the concepts of “self-presentation”, “self-presentation in a social network”, in an attempt to theoretically substantiate the possibilities of group psychological counseling as a means of optimizing the way of self-presentation of adolescents in a social network.

The practical significance of the study: lies in the development of a group psychological counseling program that helps optimize the method of self-presentation of adolescents in a social network. The developed recommendations for conducting group counseling for adolescents, teaching safe behavior in social networks, developing the best way to self-presentation in social networks. can be used in the organization of the pedagogical process in the school educational environment.

In the course of theoretical and experimental work, the following results were obtained:

1. The relevance of the problem of constructing the optimal method of self-presentation in social networks in adolescents is substantiated.
2. An analysis of theoretical sources made it possible to determine the psychological readiness of the young women for the optimal method of self-presentation of adolescents in social networks, to establish a structural model and criteria for assessing low, medium and high levels of self-presentation of adolescents.
3. Based on the theoretical model, a psychodiagnostic research complex was developed and tested, which included standardized questionnaires and projective techniques.
4. According to the data of the ascertaining slice, the general level of self-presentation in social networks in the group of subjects was determined and three types of self-presentation were described: with high, medium, low levels.
5. A group psychological counseling program has been developed and

tested, which helps to increase the level of the optimal way for teenagers to present themselves on social networks. The program consists of ten thematic meetings, including group discussion, warm-ups, game exercises, discussions and discussions, modeling and analysis of situations, art techniques, psycho-gymnastic exercises and relaxation. The work of the consultant is aimed at helping to build the best way for teenagers to present themselves on social networks.

As a result of the analysis of the data obtained during the experimental work, we came to the conclusion that the hypothesis was confirmed. The program of group psychological counseling includes techniques and techniques aimed at optimizing the self-presentation of adolescents not only on social networks, but generally increasing the level of self-presentation, which is an integral part of communication.

Thus, in the course of theoretical and experimental work, the hypothesis was confirmed, the research objectives are solved, the goal is achieved.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы. Новые технологии и ультрасовременные гаджеты подарили миру новое увлечение, захватившее целиком людей разных возрастов, разных слоев и социальных групп-социальные сети, подростковый период важнейший этап жизни, который в немалой степени определяет последующую судьбу человека. Значение подросткового возраста в том, что в этом возрасте закладываются основы и намечаются общие направления формирования моральных и социальных установок личности.

Интернет в США и Западной Европе развит гораздо больше, чем в России, опыт этих стран может быть показателен. В настоящее время интенсивно обсуждается и исследуется феномен «зависимости от Интернета». В настоящее время подростки все более подвержены влиянию Интернета, именно отсюда можно узнать о том, что творится в мире, просто нажав на ссылку, или завести новых друзей не выходя из дома.

Практически с самого рождения детей приучают к «всемирной паутине». Современных подростков даже называют «цифровыми гражданами» только потому, что они практически неразлучны с Интернетом. К постоянному нахождению в интернете молодых людей больше всего подталкивают быстро набравшие популярность социальные сети, такие как Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук, а также блоги и микроблоги, Твиттер, Instagram и прочие сервисы, позволяющие размещать новости, фотографии, эмоции и так называемые «статусы» в любое время суток для большой (или ограниченной, на усмотрение создавшего аккаунт) аудитории.

Социальные сети привлекают всё большее количество участников, в том числе в России. Наиболее крупная и популярная среди молодёжи социальная сеть русского интернета – это сеть «ВКонтакте». Это второй по популярности сайт в России, уступающий по своей посещаемости только поисковой системе «Яндекс». Российских пользователей социальной сети

«ВКонтакте» на данный момент насчитывается более 82 миллионов человек при численности населения страны около 146 миллионов человек, то есть более половины жителей России имеют свой аккаунт в социальной сети «ВКонтакте». Столь высокая популярность рассматриваемой социальной сети обуславливает актуальность темы данной работы.

Современная теория социальных сетей берёт своё начало с середины прошлого века. В 1951 году Рэй Соломонофф и Анатолий Рапопорт впервые заговорили о возможности этого явления. Продолжили эту идею в 1959-1968 годах венгерские математики Пол Эрдос и Альфред Реньи, написав восемь статей о принципах формирования социальных сетей. В конце концов, Дункан Уоттс и Стивен Строгач развили саму теорию. Термин «Социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом из Манчестерской школы Джеймсом Барнсом.

Феномен социальных сетей является относительно молодым и только начинает изучаться с научной точки зрения. Однако при этом именно социальные сети стали основным средством самопрезентации многих современных людей.

Первым систематично изучать феномен самопрезентации стал американский социолог И. Гофман (интересующей нас проблеме посвящена, в частности, его книга «Представление себя другим в повседневной жизни»). Теоретический анализ И. Гофмана сделал самопрезентацию предметом социально-психологических исследований, задал несколько направлений разработки её проблематики. «Большое внимание И. Гофман уделил описанию различных приёмов, используемых субъектом для контроля за впечатлениями, которые он производит на аудиторию.

Самопрезентация в сети может быть воспринята как: 1) решение проблемы нахождения своей идентичности; 2) конструирование постоянно действующей психологической ситуации, направленной на реципиента Интернет-страницы; 3) трансляция смыслов и значений.

Подростков привлекают социальные сети, так как там можно проявить

свою творческую натуру и самореализоваться. Это прекрасная возможность заявить о своих предпочтениях в различных областях. Дефицит научных знаний относительно особенностей самопрезентации в социальной сети и несомненная актуальность данной проблемы послужили основанием для выбора темы нашего исследования.

Цель исследования – изучение возможностей группового консультирования как средства помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях.

Объект исследования – процесс оптимизации способа самопрезентации подростков в социальных сетях.

Предмет исследования – групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях.

Гипотеза исследования – процесс психологического консультирования подростков по вопросам самопрезентации в социальных сетях будет результативнее если:

- 1) будут организованы групповые психологические консультации, цель которых будет соответствовать возрастным особенностям подростков;
- 2) психологическое консультирование будет направлено на: оптимизацию Я-концепции, обучение безопасному поведению в социальных сетях, выработку оптимального способа самопрезентации в социальных сетях;
- 3) в процессе консультаций будут применены техники воздействия соответствующие возрастным особенностям.

Задачи исследования:

1. Проанализировать научную литературу по заявленной проблематике.
2. Изучить возможные варианты консультативной работы по заявленной проблематике.
3. Составить диагностический комплекс для изучения оптимального

способа самопрезентации подростков в социальных сетях.

4. Изучить и описать актуальные уровни самопрезентации подростков в социальных сетях в контексте особенностей их самоотношения.

5. Составить и апробировать программу группового консультирования подростков, направленную на оптимизацию способа самопрезентации в социальных сетях.

6. Проследить динамику в уровнях самопрезентации подростков до и после проведения формирующего эксперимента.

7. Обобщить результаты исследования, сделать выводы

Методы исследования:

1. Теоретические – анализ психолого-педагогической, социологической и философской литературы по проблеме исследования; сравнение, обобщение и интерпретация научных данных;

2. Эмпирические – опрос, контент-анализ, психодиагностические тесты, формирующий эксперимент.

3. Количественные и качественные методы математико-статистической обработки данных.

Экспериментальная база исследования: МБОУ Лицей №2, г. Красноярск. В эксперименте принимали участие подростки 10-х классов в возрасте 15-16 лет, всего 36 человек.

Научная новизна исследования состоит в рассмотрении способов самопрезентации подростков в социальной сети во взаимосвязи с особенностями их Я-концепции и самоотношения.

Теоретико-методологические основания исследования: рассматривал особенности презентации Я в подростковом возрасте .

– исследования и разработки по проблеме самопрезентации зарубежных (И. Гофман, М. Снайдер, Р. Чалдини, И. Джонс и Т. Иттман и др.) и отечественных ученых (Е.М. Михайлова, О. Пикулева, В.И. Чупров, Е.С. Шильштейн, И.П. Шкуратова);

– исследования Я-концепции и ценностно-нормативных ориентаций подростков в условиях быстрых социальных изменений (Баклушинский С.А., Бернс Р., Бороздина Л.В., Кон И.С., Шорохова Е.В)

– исследования в области интернет-коммуникаций (Аникина Т. В., Белинская Е.П., Войскунский А.Е., Корытникова Н.В.)

Теоретическая значимость исследования состоит в сопоставлении различных точек зрения на понятия «самопрезентация», «Самопрезентация в социальной сети», в попытке теоретического обоснования возможностей группового психологического консультирования как средства оптимизации способа самопрезентации подростков в социальной сети.

Практическая значимость исследования заключается в разработке программы группового психологического консультирования, способствующей оптимизации способа самопрезентации подростков в социальной сети. Разработанные рекомендации по проведению группового консультирования подростков, обучению безопасному поведению в социальных сетях, выработке оптимального способа самопрезентации в социальных сетях. могут быть использованы в организации педагогического процесса в школьной образовательной среде.

Апробация результатов исследования: представленные в работе результаты нашли отражение в публикациях двух научных статей.

Структура диссертации. Работа состоит из реферата, введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и приложений. Общий объем диссертационного исследования составил 178 страницы текста, проиллюстрированного 20 рисунками и 11 таблицами. Количество приложений – 5.

Глава 1. Теоретические основы проблемы самопрезентации подростков в социальной сети

1.1. Подходы к понятиям «Я – концепция» и «самопрезентация» в научной литературе

Я – концепция – это социально-психологическая схема личности. Теория Я – концепции опирается на положения феноменологического подхода, гуманистической психологии, символического интеракционизма, психоанализа. Я – концепция – это «сложный составной образ, или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений. Я-концепция личности формируется в процессе жизни человека на основе взаимодействий со своим психологическим окружением и реализует мотивационно-регуляторную функцию в поведении личности» [12].

«Я»– концепция также понимается в психологии как устойчивая система обобщенного представления индивида о себе, как образ собственного «Я» (образ «Я»), который определяет отношение индивида к самому себе и другим людям. Другими словами, «Я»-концепция включает в себя всю совокупность знаний и представлений индивида о себе, эмоциональное отношение к своей личности, а также те формы поведения, которые обусловлены этими знаниями, представлениями и оценками.

Одним из первых данный термин появился в книге американского психолога У. Джемса «Принципы психологии» в 1890. Это время, когда развивалось учение о дуальной природе человека как познающего субъекта и познаваемого объекта. У. Джемс ввёл данный термин и занимался разработкой Я-концепции. Так, по Джемсу, личность представляет собой глобальное «Я» и состоит из эмпирического объекта (Me) и субъективного оценивающего этот объект сознания (I). В том числе Джемс предложил

формулу оценивания личностью самой себя: Самооценка = Успехи/Притязания [5].

Таблица 1. – Представление о «Я – концепции» У. Джеймса

Компонент Я-концепции	Содержание
«Духовное Я»	Внутреннее и субъективное бытие человека. Набор его религиозных, политических, философских и нравственных установок
«Материальное Я»	То, что человек отождествляет с собой (его дом, частная собственность, семья, друзья и пр.)
«Социальное Я»	Признание и уважение, которое получает человек в обществе, его социальная роль
«Физическое Я»	Тело человека, его первичные биологические потребности

Понятие «Я–концепция» возникло в 50-х годах прошлого века в трудах психологов: К.А. Маслоу и К. Роджерса. Ученые рассматривали данное понятие как аутоустановку, то есть установку личности в отношении самого себя. Данная установка имеет осознаваемые и неосознаваемые аспекты. «Я–концепция» связана со стремлением личности относить себя к определенной социальной группе (половой, возрастной, этнической, гражданской, социально-ролевой) и проявляется в различных способах ее самореализации. [6].

«Я – концепция», согласно энциклопедической литературе, – это устойчивая система представлений индивида о самом себе, образ собственного «Я», установка по отношению к самому себе, образ собственного «Я», установка по отношению к себе и другим людям, обобщенный образ своих качеств, способностей, внешности, социальной значимости; предпосылка и следствие социального взаимодействия.

В отечественной психологии в структуре «Я» – концепции выделяют следующие компоненты.

1. Когнитивный – это представления индивида о самом себе, характеристики себя, набор убеждений о самом себе. Иерархия убеждений меняется со временем и/или в зависимости от контекста. Значимость характеристик в конкретный момент обуславливают убеждения индивида и его ожидания относительно себя. В сознании индивида когнитивная составляющая представлена в виде социальных ролей и статусов.

2. Эмоционально-оценочный – основывается на том, как индивид оценивает и относится к описанным выше характеристикам. В формировании данной оценки участвует соотнесение представлений о себе с идеальным «Я» и с социальными ожиданиями, а также оценка эффективности своей деятельности с позиции своей идентичности.

3. Поведенческий – включает в себя то, как человек в действительности поступает, и зависит от степени осознанности поведения и его эффективности, что позволяет охарактеризовать её как «объективную» «Я-концепцию».

Все эти компоненты формируются и развиваются в общении и деятельности. В рамках психологии личности особое значение имеет самосознание как высший уровень развития сознания. Символично, что фундаментальный курс «Общая психология» начинается и завершается понятием «сознание», охватывая все стадии его развития в онтогенезе человек [1].

Образ «Я» – это целостное представление человека о самом себе. Оно не сводится к простому осознанию своих отдельных черт и качеств. В образе «Я» более значимым моментом является не столько автобиографическое самописание, сколько самоопределение: Кто я? Каков я? Чего я хочу? Что я могу? Каким я стану? От того, каким видит себя индивид (каков его образ «Я»), зависят его стратегии взаимодействия с другими людьми, его формы поведенческой саморегуляции, отношение к деловым партнерам и в целом

его отношения с окружающим миром.

Важно, что образ «Я» обуславливает отношение к себе, самоуважение, любовь к себе или, как говорят психологи, принятие себя. Любовь к себе не означает возвышение над окружающими. Наоборот, именно любовь к себе позволяет человеку любить других, оценивать их по достоинству. Об этом писал Э. Фромм: «Мое собственное «Я» должно быть таким же объектом моей любви, как и другой человек».

«Я» как объект содержит в себе четыре аспекта: духовное «Я»; материальное «Я»; социальное «Я»; телесное «Я». Данные аспекты «Я» в совокупности с представлениями человека о себе как о личности составляют его уникальный образ [12].

Образ «Я» обычно включает в себя:

- «Я» - реальное – как представление индивида о себе, каков он на самом деле;
- «Я» - идеальное – как его представление о своем желаемом образе;
- «Я» - зеркальное – как его представление о том, что о нем думают другие;
- «Я» - фантастическое – как представление индивида о том, каким он мог бы стать при благоприятном стечении обстоятельств и др.

Сложное взаимодействие всех этих сторон образа «Я» практически исключает возможность нахождения индивида в состоянии полного «психологического штиля», бесцельного существования и бездеятельности.

Осознаваемое индивидом расхождение между реальным и идеальным «Я» может вызвать негативные эмоциональные особенности личности и внутриличностные конфликты. «Я-концепция» обеспечивает целостность и ситуативную устойчивость личности, ее самоутверждение и саморазвитие в русле принятой личностью стратегией жизни.

Синонимом «Я-концепции» является «самосознание» личности. Представления индивида о самом себе, как правило, кажутся ему

убедительными независимо от того, основываются ли она на объективном знании или субъективном мнении, являются ли они истинными или ложными. Конкретные способы самовосприятия, ведущего к формированию, ведущего к формированию образа «Я», могут быть самыми разнообразными. Абстрактные характеристики, которые мы употребляем описывая какого-то человека, никак не связаны с конкретным событием или ситуацией. Как элементы обобщенного образа индивида они отражают, с одной стороны, устойчивые тенденции в его поведении, а с другой – избирательность нашего восприятия. То же самое происходит, когда мы описываем самих себя: мы в словах пытаемся выразить основные характеристики нашего привычного самовосприятия, к ним относятся любые ролевые, статусные, психологические характеристики индивида, описание имущества, жизненных целей и т.п. Все они входят в образ «Я» с различным удельным весом – одни представляются индивиду более значимыми, другие менее. Причем значимость элементов самоописания и, соответственно, их иерархия могут меняться в зависимости от контекста, жизненного опыта индивида или просто под влиянием момента. Такого рода самоописания – это способ охарактеризовать неповторимость каждой личности через сочетания ее отдельных черт.

Окончательное формирование представлений о «Я-концепции» произошло в 1950-е годы в русле гуманистической психологии. В ниже представленном примере выделены основные положения «Я-концепции» К. Роджерса[13]. В отличие от таких психоаналитиков, как З. Фрейд, А. Адлер и Э. Эриксон, Роджерс в «Я»-концепции не создавал какую-либо схему критических стадий, через которые, преодолевая трудности и стресс, человек непременно должен пройти, чтобы сформироваться как личность. Роджерс в большей степени сосредоточивался на том, что положительная или же негативная оценка ребенка с самых первых месяцев влияет на его образ «Я». Новорожденный воспринимает весь мир целостно, нерасчлененно. Младенец не выделяет себя в качестве отдельного сущего и поэтому не

делает каких-либо различий между тем, что принадлежит ему, и что не принадлежит. А следовательно, и «Я» не существует для новорожденного. Появление «Я» у младенца Роджерс в «Я»-концепции говорил о том, что в процессе своего формирования «Я» регулируется только оценочным процессом в организме. Другими словами, младенец оценивает доселе неизвестные ему переживания с позиции того, помогают ли они или препятствуют его врожденному стремлению к актуализации. К примеру, холод или голод, жажда или жара или же неожиданный резкий шум воспринимаются в качестве угрозы биологической целостности. И поэтому они оцениваются негативно. «Я»-концепция появляется на основе взаимодействия с другими членами семьи. И поэтому в значительной мере наполняющие ее содержания представляют продукт социализации ребенка.

Я – концепция современного подростка формируется под воздействием общества, претерпевающего быстрые социальные изменения. В этих условиях особенно остро встает проблема поведения, не соответствующего общепринятым или официально установленным нормам. Структура Я-концепции является действенным регулятором поведения подростка, изменяющегося в зависимости от четкости или неясности Я-образов. Особенно важными в плане регуляции поведения являются контакты со значимыми людьми, которые, в сущности, и определяют представления подростка о самом себе.

Я – концепция является организующим ядром личности, ключом к нормальной адаптации в социуме. В норме она отличается гармоничностью (минимум внутренних противоречий и единый взгляд на жизнь) и автономностью (сформированность коммуникативных особенностей и уверенность в себе), отвечает за адекватную переработку поступающей информации и ответные поведенческие реакции.

Отличительной характеристикой концепции Роджерса (и Маслоу, который также делал акцент на самоактуализации, стремлении к добру в человеке) является тезис о том, что каждый человек изначально хорош и

стремится к прекрасному. А стало быть, люди естественно движутся в направлении большей дифференциации, зрелости, автономности. Исследуя природу личности, Роджерс приходит к выводу о том, что суть человеческой природы базируется на движении вперед к тем или иным целям. Она конструктивна, соотносится с принципом реальности. По мнению Роджерса, основатель психоанализа Фрейд создал картину совершенно иррационального человека, который не социализирован и обладает разрушающими тенденциями, направленными и на разрушение самого себя и на деструкцию всего окружающего. Когда личность ощущает психологическую свободу, она всегда открыта новому опыту и может действовать в доверительной и позитивной манере.

«Я – концепция» — это представление и внутренняя сущность индивида, которая тяготеет к ценностям, имеющим культурное происхождение.

«Я – концепция» обладает стабильностью и обеспечивает устойчивые способы поведения человека.

«Я – концепция» обладает индивидуальностью и уникальностью.

Восприятие человеком окружающего мира преломляется его сознанием, центром которого является «Я-концепция».

Расхождение между опытом индивида и его «Я-концепцией» нейтрализуется с помощью механизмов психологической защиты.

«Я-концепция» близко к понятию «самосознание», однако скорее «Я-концепция» является результатом самосознания.

«Я-концепция» возникает как результат психического развития в процессе социального взаимодействия со средой обитания. Социальная среда (в отличие от генетических факторов) играет определяющее влияние на формирование «Я-концепции», однако затем «Я-концепция» начинает определять способ взаимодействия человека с социальной средой.

По большей части обыденное поведение человека всегда должно согласовываться с его Я – концепцией. Роджерс подчеркивал, что человек

всегда стремится к тому, чтобы сохранять состояние определенного самовосприятия, согласованности переживания своей личности. Отсюда следует логический вывод о том, что все переживания, которые находятся в гармонии с Я-концепцией, могут осознаваться человеком, достаточно точно оцениваться. А что касается тех переживаний, которые находятся в конфликтной позиции по отношению к личности, то они образуют угрозу «Я». И поэтому такие переживания и мысли не допускаются к осознанию и точному восприятию. Необходимо отметить, что человеческая концепция представляет собой тот критерий, согласно которому все переживания либо сравниваются, либо проходят символизацию в сознании, либо такая символизация напрочь отрицается.

В «Я» – концепции Карла Роджерса угроза может существовать в том случае, когда люди напрямую осознают несоответствие между их образом себя (а также связанными с этим образом ценностями) и определенным аспектом теперешнего переживания, актуального для них на данный момент. Переживания, которые совершенно не соответствуют их образу «Я», субъективно воспринимаются в качестве угрожающих. Они не допускаются до порога осознания, потому что в таком случае единство и целостность личности нарушается. Например, если человек считает себя порядочным и честным, и какой-то поступок у него не будет соответствовать этим его представлениям, то «Я» будет находиться под угрозой. Реакция обычно включает чувство вины, замешательство, тревогу. Не всегда несоответствие между актуальным «Я» и его образом может восприниматься при этом на сознательном уровне.

В теории «Я»-концепции Роджерс говорит о том, что нередко ситуации, когда человек ощущает угрозу, но никак этого не осознает. Когда имеется такое несоответствие, личность становится под угрозу различных психических расстройств .

Все современные социально-психологические концепции самопрезентации можно условно разделить на мотивационные (анализируют процесс

самопрезентации с точки зрения базовых мотивов, на реализацию которых она и направлена), личностные (в данном случае внимание уделяется личностным характеристикам субъекта, индивидуальным особенностям, связанным со склонностью управлять впечатлениями о самом себе) и ситуационные (изучают детерминанты, связанные с особенностью ситуации взаимодействия).

Прежде всего, следует разъяснить, что же мы будем понимать под «самопрезентацией». Существует не так много вариаций определений данного понятия. Например, Е.В. Михайлова говорит следующее: «Термин самопрезентация, как правило, используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим»[52]. Так, мы видим, что синонимом слова самопрезентация является термин управление впечатлением, т.е. человек формирует свой образ, имидж, а затем, контролирует его, подбирая последующие элементы. Однако в данном определении присутствует одно упрощение, поскольку самопрезентация сводится к созданию внешнего имиджа, упор делается на внешний облик человека, тогда как, на мой взгляд, данное понятие включает, например, речь человека, умение формулировать мысли, что едва ли можно подвести под внешний образ.

Наиболее удачным на наш взгляд является определение А.А. Бодалева, который самопрезентацией называет «акт самовыражения в процессе общения, направленный на создание определённого впечатления о себе у аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей». Здесь автор выделяет несколько особенностей феномена.

Во-первых, тот факт, что самопрезентация осуществляется в процессе общения, или коммуникации. Действительно, зачем человеку самовыражаться, если этого никто не увидит, ведь сам-то он себя вполне представляет? В связи с этим вторая особенность феномена – наличие

аудитории. Даже если есть один зритель, можно уже разыгрывать определённое представление. Так, впервые знакомясь с кемлибо, мы можем сразу же задать определённый образ своего «Я» в его глазах. Без аудитории нет и самопрезентации. В-третьих, автор отмечает, что в процессе самопрезентации создаётся определённый образ.

Рассмотрим соотношение понятий «Я–концепции» и самопрезентации. Ж. Тедеси и М. Риесс определяют самопрезентацию как «намеренное и осознаваемое поведение, направленное на создание определённого впечатления о себе у окружающих. Поэтому часто синонимами самопрезентации становятся «самоподача», «самопредъявление», «управление впечатлением».[16, с. 99]

Согласно теории когнитивного диссонанса, самопрезентация является одним из приёмов устранения диссонанса в случае противоречий личных представлений и установок, отдельных когнитивных элементов. Личность ищет приёмы, чтобы восстановить свою согласованность и поддерживать привычный «образ Я». Эти неосознаваемые способы позволяют личности поддерживать определённый уровень самоуважения и сохранять единство «образа Я».

Самопрезентация может быть рассмотрена как поведенческая составляющая «Я – концепции».

Самопрезентация, в первую очередь, служит целям проверки и подтверждения когнитивной и оценочной структур. В зависимости от потребностей индивида целей самопрезентации может быть гораздо больше, как и соответствующих стратегий социального поведения.

Выделяют следующие цели и стратегии самопрезентации:

- 1) желание понравиться;
- 2) продвижение себя;
- 3) служение примером;
- 4) стремление вызвать сочувствие;
- 5) стремление запугать.

Самопрезентация, помимо этого, соотносится с сутью имиджа, помогающего человеку чувствовать себя уверенно. Самопрезентация позволяет воздействовать на людей с помощью эффектного облика. В.М. Шепель в книге «Имиджеология: Секреты личного обаяния» пишет: «Отсутствие внешних данных не перекрывает дорогу к личному имиджу. Только надо хотеть или уметь наилучшим образом самовыразить свои сильные личные качества. Более того, в каждом имеется дарование нравиться людям. чем больше прилагается усилий нравиться людям, тем ярче высвечиваются интеллектуальные, художественные, телесные и информационные характеристики личности».

Одной из форм самопрезентации является самописание, когда индивид в процессе произвольной коммуникации или по заданию формулирует в речевой форме образ своего «Я» таким, как он видит себя сам, или таким, каким бы он хотел представить себя окружающим. Основными информативными параметрами вербальной самопрезентации служат языковые (лексические и семантические) единицы, а также порядок представления человеком отдельных компонентов самописания.

«Самопрезентация» происходит от американского слова «презентация» и русского «сам себя», хотя феномен выявили американцы (в США данное понятие звучит так: «ownpresentation»). «Самопрезентация» – вербальная и невербальная демонстрация собственной личности в системе внешних коммуникаций. Попросту говоря, это то, как вы выглядите и что представляете собой в глазах всего вашего окружения, будь то профессиональная сфера коммуникаций, или общение с родственниками, или же просто прогулка по улицам города.

Самопрезентация – это средство формирования собственного образа, демонстрация своей личности перед окружением. Также это управление впечатлением, которое выступающий производит на слушателей.

Основная задача такого личного представления – это привлечь интерес публики и побудить ее к определенным действиям.

Существует две основных формы «самопрезентации»: «природная» и «искусственная». «Природная самопрезентация» свойственна всем людям без исключения, причем она приобретается человеком с рождения. Уже с младенчества человек имеет определенную, так сказать, «окраску» в глазах окружающих: «какой спокойный ребенок!», «какая темпераментная девочка», «у малыша видно семь пядей во лбу».

Главная цель «искусственной самопрезентации» - завоевание лояльности к своей персоне со стороны референтно значимой для «предезентуемого» группы людей.

Выделяют и другие типы самопрезентации:

- Подстраивание под окружающих людей. Это сложная, но реализуемая техника. При знакомстве с аудиторией, необходимо узнать ее интересы, темы для бесед, особенности поведения и манеры. Это позволяет почувствовать будущих слушателей, найти с ними точки соприкосновения, а потом и влиться в компанию.

- Лидерство, доминирование и авторитет. Это методика намного труднее предыдущей и требует особых знаний и умений от выступающего. Человек должен владеть ситуацией, имеет профессиональные навыки оратора и последователя. Он должен уметь «продавать» свои идеи и убеждения, заинтриговывать аудиторию и побуждать ее к действиям.

- Благоприятное впечатление на аудиторию в процессе самопрезентации может происходить в рамках делового и личного общения. В первом случае важно раскрыть свои профессиональные навыки и умения, показать себя достойным специалистом, способным на дальнейшее развитие и рост. Личная презентация – это представления человека как индивидуума. Это демонстрация личных качеств, которые способствуют профессиональному развитию: ответственность, коммуникабельность, креативность, исполнительность и др.

Самопрезентация имеет две формы:

- непосредственная – лицом к лицу к собеседника;
- опосредованная – с помощью определенных средств.

Первая форма самопрезентации считается традиционной. Это выступление в рамках деловой беседы, собеседования, на пресс-конференциях и других мероприятиях.

Во втором случае выступающий использует определенные средства: визитные карточки, автобиографию, портфолио, резюме.

Каждый человек с рождения стремится управлять впечатлением другим людей. От природы у людей есть потребность в одобрении, избегают конфликтов и стараются показать себя с лучшей стороны. Каким будет первое впечатление, зависит от целей коммуникационного процесса. В любом случае внешний облик и такие человеческие качества, как компетентность, скромность и честность, высоко ценятся и повышают благоприятное впечатление.

Идеальной самопрезентация никогда не будет, но существуют способы, как предоднести свой образ в общении:

- «социальная самореклама»;
- «нерефлексивное самоодобрение»;
- «греться в лучах чужой славы»;
- «создание препятствий»;
- «самобичевание»;
- «похвала противника или оппонента»;
- «ложная скромность»;
- «самооборона».

Первый способ направлен на усиление социальной желательности собственного образа в глазах аудитории. Это свойственно людям, обладающим высокой самооценкой и самоуважением, хорошо осознающих свои особенности. Такие личности любят подчеркивать свою успешность, демонстрировать положительное отношение к себе, заниматься усилением

своих достоинств и просто получать удовольствие от своего собственного вида.

«Нерефлексивное самоодобрение» – это самоподача, при котором человек на малоосознанном уровне сам себя хвалит и дискредитирует других. Таким образом, люди показывают преобладание эмоциональных суждений о своей личности, прикрашивают собственное «я», не замечают недостатков.

Часто люди любят хвастаться знакомством со знаменитыми и высокопоставленными людьми. Это не всегда является правдой, но отлично работает при общении и установлении контактов с людьми.

Для избегания негативных впечатлений и осуждений, люди придумывают себе препятствия. Смысл такого способа – это защита своего образа, поднятия самооценки и социального имиджа.

Самобичевание или самоуничтожение используется для того, чтобы предрасположить людей в пользу своего «Я». Многие люди склонны сочувствовать и сопереживать.

Похвала противников или оппонентов, еще и на публике – это самая выигрышный способ привлечения к себе внимания. Но для положительной оценки необходимо подготовить почву.

Использование ложной скромности допустимо при присутствии более скромного человека. Главное не переборщить, скромность еще может быть следствием неуверенности в себе и своих силах.

Самооборона применяется, когда существует недовольство самим собой при раздражении в адрес других. Человек находится в состоянии напряжения и ждет негатива в свою сторону. В отличие от других способов в этом случае субъект самопрезентации не стремится приукрашивать свое «я», недостатки превращать в достоинства. Он просто доказывает, что он хороший без всяких эмоциональных украшений.

К сожалению, в нашей стране навыки самопрезентации людей оставляют желать лучшего. Вспомните, как вы представляетесь незнакомому человеку, или как представляют вас/себя ваши друзья.

В лучшем случае, это просто имя: «привет, меня зовут так-то, а тебя?». При такой «презентации» человек может сложить впечатление о вас только по внешнему виду, имени и пожатию руки (если вы мужчины). В то же время на западе эффективные техники и стратегии самопрезентации используют практически все. Человек может представить себя в четырех фразах так, что заинтересует собеседника с первого предложения и даже пошутить успеет. Лучше всего такие навыки вырабатываются на уроках «покажи и расскажи», где каждый ученик выступает перед своим классом с подготовленной речью.

Вообще, первое впечатление о человеке складывается достаточно быстро. Некоторые говорят, что это первые 5-7 секунд, некоторые говорят о первых 5 минутах. Главное то, что самопрезентация начинается в тот момент, когда человек впервые вас увидел, услышал или даже почувствовал.

Оратор начинает производить впечатление задолго до того, как он скажет своё первое слово.

Каким образом тактика «регулирования впечатлений» может привести нас к ложной скромности или к деструктивному поведению? Итак, мы уже убедились, что Я находится в центре нашего социального окружения, что самоуважение и самоэффективность приносят дивиденды и что гордыня по поводу своего Я искажает самооценку.

Но всегда ли искренне выражение высокой значимости самого себя? Чувствуют ли люди в глубине души то, о чем говорят публично? Или они просто умеют хорошо держаться, далее несмотря на то что живут, сомневаясь в себе?

Существуют неоспоримые свидетельства того, что люди иногда преподносят себя не такими, каковы они на самом деле. Самый наглядный пример, однако, не ложная гордость, а ложная скромность. Возможно, теперь вы припоминаете случаи, когда кое-кто не превозносил себя до небес, а занимался самоуничижением.

Такое пренебрежение к себе может быть очень тонким

предрасположением в пользу своего Я, так как часто с его помощью добиваются успокаивающих «поглаживаний». «Я — дурак» может вызвать у друга заверение «Ты — молодец!» Даже таким замечанием, как «Я хотела бы быть не такой некрасивой», можно добиться, по крайней мере, следующего: «Послушай, я знаю людей, которые более некрасивы, чем ты».

Существует еще одна причина, почему люди умяляют себя и превозносят других. Представим себе тренера, который перед ответственной игрой расхваливает мастерство противника. Разве он абсолютно искренен? Когда тренеры публично возвеличивают противников, они изображают подобие скромности и спортивной порядочности и готовят почву для благоприятной оценки вне зависимости от результата игры.

Одним из значимых новообразований подросткового возраста является формирование представлений подростка о себе как физическом и социальном субъекте и способность к их знаково-символическому опосредованию, которая, по мнению Л.С. Выготского, служит основой взаимодействия с социальным окружением, как в пределах семьи, так и при более широких контактах. Подросток стремится продемонстрировать свои индивидуальные особенности, включая в их спектр не только телесные и психические параметры, но и обладание предметами (например: одеждой), способность к выполнению определенных действий. [18]

В узком смысле, самопрезентация – это акт самовыражения и поведения человека, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление или впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам. Самопрезентация в этом случае рассматривается как умение подростка подать себя в новой для него обстановке, в новых условиях пребывания, в новом окружении. Слова сам, само употребляются – для придания особой важности личной деятельности. Мы рассматриваем самопрезентацию как один из важных аспектов социальной адаптации подростка. Наряду с развитием способности подростка к адаптации усиливается его стремление к самопрезентации, самоутверждению, т.е. к различным стратегиям «Я».

Под процессом самоутверждения мы рассматриваем стремление подростка к высокой оценке и самооценке своей личности и вызванное этим стремлением поведение.

Задача самопрезентации решается подростком часто спонтанно в незначимых ситуациях, в значимых ситуациях характерно регулирование самопрезентации (исходя из умений и индивидуальных особенностей подростка). Это можно назвать уровнями самопрезентации.

Регулируемая самопрезентация включает в себя:

- прогноз ситуации презентации, сличение перечня значимых ситуаций с текущей ситуацией;
- проектирование собственного презентативного поведения;
- коррекцию в соответствии с получаемой информацией о ситуации.

Независимо от характера процесса (стихийный, регулируемый), самопрезентация формирует у подростка определенный уровень ожиданий, стиль взаимоотношений, является средством воздействия на окружающих. Самопрезентация, предполагает следование подростком культурным образцам поведения как наиболее адекватным вариантам реагирования на те или иные обстоятельства общения.

Для подростка важно самоопределение в стиле жизни. Стиль имеет внутреннюю и внешнюю составляющую, экспериментирование в различных вариантах самопрезентации, условием является свобода выбора, поиск себе подобных. Вопрос о том, как приспособиться к интенсивным жизненным изменениям и при этом остаться цельной личностью, в той или иной мере возникает перед каждым человеком. Особенность ее звучания в подростковом возрасте определяется многочисленными переменами, к которым подростки не всегда бывают готовы, но перед необходимостью принятия которых они поставлены.

При самопрезентации важное значение имеют социальные ожидания, связанные с образом «Я» и образом «Другого».

В то же время, достаточно часто решая задачу самопрезентации,

подросток вырабатывает стереотипы поведения, которые влияют на стиль самопрезентации. Выбранный стиль является неосознанным отражением ценностей и самоотношения.

Стиль самопрезентации может включать набор индивидуальных средств самовыражения (в том числе одежда, манеры, мимика, клише словесные, манера общения).

Необходимость самопрезентации возникает вследствие изменения ситуации – начало общения, встреча и т.п., изменение статуса.

В молодежной среде имеются субкультурные нормы самопрезентации, благодаря которым подросток идентифицирует представителей своей группы, направления. Способ самопрезентации становится ритуальным поведением со своей символикой как способ различения «своих» и «чужих».

В структуре опыта самопрезентации можно выделить несколько компонентов:

1. Субъективный – ценностно-смысловой (образ «Я» и образ «Другого», самоотношение, позиция, самооценка). Как я субъективно отражаю себя и других людей (перцепция)? Данное отношение задает контекст самопрезентации и бывает конструктивным и неконструктивным.

2. Содержательный – совокупность обстоятельств, оцениваемых как значимые и незначимые.

3. Операциональный – умения, представления (знания), навыки, способы действий, техники, программы поведения и т.п.

4. Объективный – жизненные обстоятельства, в которых подросток находится в детском коллективе лагеря.

Таким образом, особенности самопрезентации в подростковом возрасте являются:

- 1) стремление к подражанию, потребность быть частью группы;
- 2) стремление заявить о себе как о самодостаточной индивидуальности;
- 3) большое внимание к собственной внешности;

- 4) стремление к экспериментам с собственным образом;
- 5) личностная неустойчивость. Необходимость соответствовать психолого-физиологическим изменениям, происходящим в его организме, а также изменения требований, предъявляемых ему со стороны социума;
- б) отсутствие чувства меры, границ дозволенного – юношеский максимализм.

Мы рассматриваем самопрезентацию как один из важных аспектов социальной адаптации подростка. Наряду с развитием способности подростка к адаптации усиливается его стремление к самопрезентации, самоутверждению, т.е. к различным стратегиям «Я».

1.2. Проблема самопрезентации в социальных сетях, оптимальный способ самопрезентации в социальных сетях

Термин «социальная сеть» был введен в обиход в 1954 году социологом Джеймсом Барнсом. С точки зрения социологии, социальная сеть - это социальная структура, состоящая из узлов (ими могут быть люди, группы людей, сообщества и организации), связанных между собой тем или иным способом посредством социальных взаимоотношений[48].

Социальная сеть в сети Интернет, или виртуальная социальная сеть, представляет собой сайт, являющийся площадкой для социального взаимодействия между людьми, группами людей и организациями, где связи между этими узлами обеспечивает программная составляющая сайта.

По сути, социальная сеть представляет собой круг знакомств человека, где сам человек находится в центре круга, а различные ответвления - это его знакомые.

Говоря о социальной сети именно как об Интернет-сервисе, можно привести еще несколько определений различных авторов. Так, Институт Связей с Обществом Соединенного Королевства дает следующее определение.

«Социальные сети - это веб-сайты или иные инструменты Интернета, которые предоставляют возможность пользователям взаимодействовать друг с другом, обмениваясь информацией, мнениями, знаниями, построение социальных сетей включает в себя организацию Интернет-сообществ, способствующих расширению участия широкой общественности и привлечению пользователей» [29]

О. Ю. Пескова говорит о том, что социальная сеть - это интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом [58].

Самопрезентация личности в социальных сетях — это проявление одного из самопроцессов, в ходе которого происходит целенаправленное или стихийное, сознательное или неосознанное предъявление личностью себя, а результатом является сформированное впечатление у собеседника по Интернет-общению. Таким образом, становится актуальным выяснение широты возможностей самопрезентации, которые предоставляют социальные сети. А также изучение вариативности самопрезентации в рамках социальных сетей, которая может коррелировать с такими аспектами самосознания, как «Я — Идеальное» и «Я — Реальное».

1. Аватар, визуальное выражение образа пользователя, является особым компонентом виртуального образа пользователя. Можно выделить две крупные группы аватаров: фотографии из личного архива пользователя, фотографии или картинки, не имеющие прямого отношения к пользователю. Выбор аватара из второй группы может говорить о всевозможных негативных сторонах развития личности.

2. Никнейм — индивидуальное имя пользователя в социальной сети. Может отражать как реальное, так и модифицированное имя пользователя. Но следует отметить, что псевдоним как часть образа в Сети вскоре потеряет свою значимость. Все чаще пользователи подписывают свою страницу в

социальной сети настоящим именем и фамилией. И так, можно говорить о графе «Имя и Фамилия», нежели о никнейме так таковом. Однако существуют активные страницы, на которых кроме никнейма ничего не предъявлено. Здесь можно говорить о широкой вариативности самопрезентации пользователя, об игре идентичностями.

3. Индикатор текущего состояния (статус). Статусы также заменяются «постами» и «репостами» на «стене» страницы пользователя. Что касается данной формы активности в социальной сети, то важно подчеркнуть то, что предметом «перерепоста» часто являются социально значимые темы (розыск пропавших людей, сбор пожертвований на лечение детей). И важно отметить, что все чаще «посты» наполнены информацией о событиях из личной жизни пользователей. О событиях, которые не описываются в непосредственном общении, но имеют место в социальной сети. Исследователи отмечают, что это говорит о возрастающем мотиве публичности у пользователей Сети.

4. Размещение фото- и видеоматериалов, имеющих или не имеющих отношение к пользователю. Частота обновления и особенности содержания фотографий могут говорить о мотивах и чертах личности. Например, те пользователи, кто ищет романтических знакомств, то есть знакомств, которые, возможно, будут реализованы в реальной жизни, стараются размещать фотографии, на которых они с друзьями, знакомыми, где они являются участниками крупных мероприятий. Вероятно, это своего рода объявление себя как человека публичного, контактного, окруженного другими людьми и испытывающего потребность в позитивном внимании со стороны других.

Отмечая в данном компоненте самопрезентации аспект публичности, Н.С. Козлова и И.Р. Сушков пишут: «Доминирующая тенденция к публичности в Интернете у соответствующей части пользователей, подтверждается тем, что 45,95 % выкладывают фотографии своего образа, сделанные специально для Интернета (не считая того, что практически все, выкладываемые ими снимки, связаны именно с собственным «Я»). Если на

данный момент люди специально организуют фотосессии (что означает и финансовые затраты, и специальную подготовку), для обнародования в виртуальном мире то, это значит, что именно публичность стала для них неотъемлемой и очень значимой частью жизни. Это подтверждается и частотой обновления виртуальных фотоальбомов» [2].

Через данный канал самопрезентации возможно размещение продуктов собственного творчества. Существует определенная категория пользователей, для которых социальные сети — вариант для самореализации своих творческих способностей. Довольно выгодно заниматься через социальные сети распространением рекламы собственного бизнеса, так как за короткое время информацию могут просмотреть тысячи пользователей Сети.

5. Принадлежность пользователя к сообществам. Важно отметить, что сообщества в социальных сетях не редко представляют формальное объединение пользователей, где увлеченно рассматривают различные медиа-материалы и успешно переводят их в объект «репоста» на своей странице. Однако существуют сообщества, где имеют место обсуждения, опросы. Второй вид сообществ представлен в равной степени, но при меньшем количестве участников.

6. Информация на социальной странице, которая отражает социально-демографические, статусные характеристики пользователя (пол, возраст, семейное положение, уровень образования, место работы, контакты и т. д.).

Если самопрезентацию понимать как поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции, а идентичность либо как синоним Я- концепции, либо как ее центральный конструкт, то мы, по сути, вернемся к весьма старой проблеме: «подлинного» и «мнимого» Я, соотношения социальной роли человека и self, игаемого Я – для – Других и переживаемого Я – для – себя и т.д. и т.п. Для полноты картины можно добавить идею множественности — как «самопрезентирующихся Я», так и «самоидентифицирующихся» — столь популярную сегодня, и смело обратиться к мысли У.Джемса, более чем столетней давности, согласно

которой у человека столько Я, сколько человек признают в нем личность.

Во-первых, то, что касается значительной представленности проблематики идентичности в исследованиях виртуальной реальности. Представляется, что можно выделить ряд причин, это обуславливающих. Наиболее глобальные из них связаны с самим фактом становления информационного общества. Характерные для него экономические (реструктуризация экономических ресурсов, переход к информационной экономике), политические (трансформация природы власти — от власти капитала к владению информационными кодами) и социальные (замена социального взаимодействия сетевыми формами связи, создание репрезентативных образов социальных структур) изменения задают персонифицированный и интерактивный характер информации в целом. Соответственно встает новая задача — изучения человека в информационном социуме, что неотделимо от исследования такого его центрального «ядра» как идентичность. Но сегодня это еще именно становление, собственно переход от индустриального общества к информационному, и потому субъективно для человека он представлен в определенной «разорванности» двух разных миров: реального социального бытия и бытия информационного. Первый, социальный мир, традиционно жестко объектен и структурирован, он исходно задает человеку рамки для самокатегоризации, ограничивая его как социальный объект (границами пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности и пр.); второй же — информационный — принципиально безграничен, и, следовательно, необходимым условием существования в нем является решение задачи самоопределения, поиска идентичности. Подобное установление «границ» возможно двумя путями:

- через перенос в виртуальное пространство уже известных и наработанных в социальном мире символов (пола, возраста и пр.), то есть через виртуальную реконструкцию социальной идентичности, и
- через осмысление ценностных ориентиров своей деятельности, через

формирование себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, то есть через виртуальную реконструкцию персональной идентичности.

Решение именно этой двойной задачи и позволяет человеку стать субъектом не только социального, но и информационного мира. Неслучайно, в одной из последних работ, посвященных наступающей информационной эре, подчеркивается, что поиск идентичности «есть столь же важный источник социального развития, как и технико-экономические изменения».

Помимо новых возможностей принадлежности к социальным категориям, сетевая коммуникация, благодаря таким своим особенностям, как анонимность, невидимость и безопасность, порождает другое следствие — она дает пользователям возможность создавать сетевую идентичность полностью по своему выбору. Невидимость означает возможность изменения внешнего облика, полностью редуцировать невербальные проявления и, в конечном итоге, почти абсолютного управления впечатлением о себе. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации, которая признается большинством исследователей — это возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе (Becker, 1997, Reid, 1994)[22]. Общаясь в киберпространстве, как и в реальности, люди обращают внимание на то, как другие представляют себя. Как уже отмечалось, самопрезентация многогранна, а потому используемые для нее способы весьма разнообразны: формы поведения, стили одежды, использование определенных аксессуаров, различные действия и др. Возможности самопрезентации человека в сети Интернет ограничены и детерминированы спецификой виртуальной среды и ее технологическими основами.

Анализ работ Е.П. Белинской, А.Е. Жичкиной, И. Васюкова, А.Е. Войскунского, Е.Горного, Э. Губенко, М.Ю. Касумовой показывает, что сегодня уже достаточно исследована текстовая форма самопрезентации в Интернет. Исследований применения статических визуальных образов (фотографических и метафорических аватаров) значительно меньше. Это

работы таких авторов, как Е.А. Петрова, Дж. Сулер, А.Е. Харитонов[65].

Наиболее часто эти исследователи указывают на следующие специфические особенности виртуальной социальной среды:

1. Анонимность, позволяющая любому пользователю вести себя в соответствие со своими личными установками, создавать для себя любые правила в общении: анонимность обеспечивает относительную безопасность личности в Интернет-общении, а также позволяют нарушать многие правила общения, нарушение которых невозможно в реальной социальной жизни.

2. Невидимость реального образа субъекта коммуникации позволяет многим пользователям, имеющим проблемы в общении в реальной жизни, свободно общаться с другими людьми, однако невидимость собеседника обедняет процесс общения, лишая его невербального компонента.

3. Создание «виртуальных личностей» исследовано многими как зарубежными, так и отечественными специалистами. Анализируя имеющиеся данные, можно выделить следующие причины создания виртуальной личности: рациональное выстраивание образа «для других», иными словами самопрезентация путем создания виртуальной личности; создание виртуальной личности с желательными качествами, которыми пользователь не обладает в действительности в целях удовлетворения разнообразных желаний, влияния на других людей, для разнообразных рекламных и пиар-акций; как способ виртуальной психотерапии или реализация желаний и фантазий, подавляемых в реальной жизни; как возможность экспериментировать с разнообразными Я-образами и выстраивать Я-концепцию; возможность исследовать определенные формы поведения или же возможность понять поведение людей через их идентификацию (например, другого пола, возраста, социального статуса); как жанр сетевого творчества (исследования Е. Горного) в поисках сетевой идентичности [44].

4. Свобода выбора наиболее подходящие средства для сетевого общения и взаимодействия. При выборе того или иного способа общения пользователь может учитывать степень владения компьютером, желание

общаться в реальном времени или опосредуя общение асинхронными сообщениями. В настоящее время для общения могут быть использованы социальные сервисы, сетевые журналы и дневники, форумы и порталы, различные программы для обмена быстрыми сообщениями, причём большая часть из них доступна не только пользователям персональных компьютеров, но и пользователям других мобильных устройств, что расширяет возможности их использования и повышает доступность онлайн общения.

5. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной процессуальной информации. В основном коммуникация в Интернет – это текстовые сообщения. У пользователя есть возможность внимательно прочитать и даже перечитать сообщение, отсрочить ответ, обдумывая, что сказать. Вместе с тем письменная речь, лишённая невербального компонента, нередко серьёзно затрудняет понимание собеседника и вызывает сложности при желании выразить эмоции. Использование «смайликов» не может отразить всё разнообразие эмоций человека. Могут возникать различные барьеры общения в электронной коммуникации, как отмечает А.Е. Тищенко «они в первую очередь связаны с трудностью восприятия собеседника и формирования его образа. В электронной коммуникации собственные образы коммуниканта и реципиента можно распознать по некоторым косвенным признакам, например, анализируя ник и аватар» [81]. Фактически восприятие собеседника основывается на восприятии и понимании текста сообщений, восприятию и эмоциональной реакции на ник и аватар пользователя.

6. Добровольность и желательность контактов. Любой пользователь добровольно начинает общаться, может не отвечать собеседнику и также с лёгкостью прервать общение, если только он это захочет. Эта особенность общения онлайн может оказывать влияние и на реальное общение как положительно, так и отрицательно. Когда пользователь переносит из сети в реальность социально не одобряемый стиль общения, могут возникать конфликтные ситуации и проблемы в общении.

7. Низкая регламентированность контактов. Особенности Интернет коммуникации, такие как анонимность и добровольность контактов, приводит к тому, что при общении в Интернет изменяется степень регламентированности контактов вплоть до полного отсутствия каких-либо норм и правил.

8. Наличие элемента игры в интернет-общении. Для некоторых пользователей Интернет выступает средой для развлечений и приятного времяпрепровождения, что вносит элемент игры и в общение, а также многие пользователи общаются именно при игре в различные многопользовательские ролевые онлайн игры, что также сказывается на характере общения.

Перечисленные характеристик определяют уникальность Интернет как социальной среды для взаимодействия и общения.

В работах Е.П. Белинской, А.Е. Жичкиной, А.Е. Войскунского указывается на то, что в современных исследованиях Интернет-среда предстаёт не только как привычная информационная среда, но и как среда «самоидентификационная» [22]. По мнению авторов, виртуальная самопрезентация вносит вклад в изменение реальной социальной идентичности пользователя. Длительное общение в Интернет, особенно, если пользователь создаёт виртуальную личность, существенно отличающуюся от реально существующей, естественным образом сказывается и на общении вне Интернет. Однако сегодня все больше и больше общение в сети выступает не замещением, а дополнением реального общения. В этой ситуации самопрезентация в социальной виртуальной среде пока еще в стадии изучения, и в публикации присутствуют лишь фрагментарные результаты. Поэтому остается актуальным и представляется важным исследование сущности сетевого образа «Я», его связь с «Я» реальным, изучение функций, реализуемых аватаром.

В действительности каждый пользователь создает в Интернет свой виртуальный образ, важное влияние на создание которого оказывают не

только феномены Интернет, но и личностные особенности пользователя. Создание «виртуальных личностей» исследовано многими как зарубежными: (Дж. Сулер, К. Кейн, С.А. Кинг, С. Конечный, С. Мизрах, Л. Накамура) , а так же отечественными: (Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина, А.Е. Войскунский, Е.Горный) специалистами. Так Дж. Сулер в ходе исследования самопрезентации пользователей выявил, что большая часть людей выбирает стиль самопрезентации, исходя из особенностей личности и стиля деятельности пользователя. Автор не исключает возможность того, что пользователь сознательно выбирает стиль самопрезентации и сетевого поведения, отличающиеся от реальных в социальной жизни [19].

Исследования Н.В. Чудовой, посвященные изучению особенностей Я-образа различных категорий пользователей Интернет, позволили выявить интересные психологические особенности «жителей» Интернет – пользователей, которые проводят достаточно большое количество времени, общаясь в Интернет [41]. Так основные психологические проблемы «жителя Интернет» концентрируются вокруг проблемы Я-образа и самопринятия. Для них характерно более пристальное внимание к создаваемым образам «Я».

Дж. Сулер рассматривает создание виртуальной личности в ходе общения в 3-D чате как возможность проявить свои индивидуальные особенности. Для классификации пользователей и создаваемых ими виртуальных образов Дж. Сулер использует классификацию личностей, направленную на применение в рамках клинического подхода. Автор предполагает, что в первую очередь при создании виртуальной личности пользователь проявляет свои психопатологические особенности. К. Кейн описывает создание виртуальной личности в социальном сервисе MySpace и считает, что пользователи стремятся отобразить свое реальное «Я» в позитивном свете, насколько это возможно. И по мнению автора, пользователи в большей степени создают виртуальную личность весьма близкую по своим характеристикам к Идеальному «Я» [17].

С.А. Кинг рассматривает вопрос создание виртуальной личности с

общетеоретических позиций, исследуя особенности поведения человека в киберпространстве. Наиболее значимой для данного исследования является предположение С.А. Кинга о том, что киберпространство позволяет пользователю не только создавать новую личность, но и создавать множество виртуальных личностей, каждая из которых в той или иной степени отражает реальное или идеальное «Я» пользователя.[9]

С. Конечный исследует создание виртуальной личности и проявлений лжи. В исследовании С. Конечного были выявлены наиболее частые формы сообщения недостоверной информации в ходе интернет-общения. Автор заключает, что молодые пользователи гораздо чаще сообщают о себе недостоверную информацию, что может сказываться на том образе «Я», который они формируют для общения в сети [15]. В. Ломакс, Дж. Муртаг и Р. Ротти в большей степени раскрывают потребности в создании виртуальной личности у людей с повышенным уровнем тревожности и ярко-выраженными неадаптивными копинг-механизмами. Они приходят к выводу, что люди с ярко выраженной личностной тревожностью в большей степени склонны создавать маски, чтобы скрыть свою реальную личность, и часто это в первую очередь проявляется в выборе метафорических аватаров [7].

С. Мизрах рассматривает в своей работе технологии трансформации идентичности в ходе создания виртуальной личности. Автор считает, что в ходе создания виртуальной личности происходит трансформация реального «Я» в виртуальное «Я», которое может серьезно отличаться по своим характеристикам от реальной идентичности [12]. Л. Накамура рассматривает такие явления в Интернет как создание виртуальной личности другой расы, чем своя собственная, и называет это «туризм по идентичности». Как отмечает автор пользователи создают виртуальную личность диаметрально противоположную реальной с целью исследовать не только собственную реакцию на новую виртуальную идентичность, но и отношение к своей виртуальной личности других пользователей [15].

В большинстве рассмотренных в данном параграфе исследований,

авторы отмечают тесную связь виртуальных образов самопрезентации с особенностями образа «Я» и наличием личностных особенностей, среди которых такие, которые, по утверждению некоторых авторов, близки к акцентуациям и психопатии (Jh, Suler, Н.В.Чудова) [13]. Таким образом, как уже отмечалось ранее, представляется весьма важным изучение степени отображения реального Я-образа человека в его виртуальной самопрезентации, избранной в данном исследовании в визуальной форме. Направленность самопрезентации современной молодежи в социальной виртуальной среде во многом определяет формирующуюся культуру нового поколения, отображает не только ее отношение к инновационным возможностям общения, но и ее мышление и социальную ориентацию.

Для того, что определить, каким образом человек может проявлять себя в Интернет-коммуникации необходимо выяснить особенности этой среды.

Авторы, занимающиеся вопросами общения в Интернете выделяют следующие основные особенности Интернет-коммуникации:

1. Доступность. Возможность пользоваться любой информацией в любое время.

2. Анонимность. Информация о собеседнике может либо быть представлена частично, либо полностью отсутствовать. Точно установить правдивость информации не предоставляется возможным. Эта особенность как раз и предоставляет человеку возможность самопрезентовать себя, не так как он мог бы сделать это в реальной жизни (Антонова, Одинцова, 2010). По словам Оконечниковой Л.В. и Арди Р. (2011), анонимность и доступность Интернета изменили структуру выражения мыслей и взаимодействия людей [3]. Люди, общаясь через Интернет, более откровенны, чем лицом к лицу. Они позволяют себе задавать более откровенные вопросы, чем в условиях реального мира. Одна единственная возможность в любой момент прервать связь и навсегда исчезнуть в не имеющей границ Сети позволяет вести себя несколько иначе, чем в реальности. Это позволяет людям в «виртуале» быть

более откровенными, открытыми, чем в реальности. Возникает эффект «разговора в поезде», когда незнакомым людям выворачивают душу наизнанку, потому что понимают, что при малейшем желании «возможности встретиться после эксперимента не будет» и лишены опасения «потерять лицо», разоткровенничавшись со знакомым человеком (Нестеров В.Ю., 2011) [3].

В сети человек создает «виртуальную личность»: своеобразное включение вымышленных черт в персональную идентичность. Часто «виртуальная личность» значительно отличается от реальной личности, иногда даже бывает другого пола. Создание такой личности связывают с неудовлетворенностью определенными чертами реальной личности. Виртуальная коммуникация в данном случае позволяет выразить те черты и тенденции, которые ограничивают и подавляются в реальной жизни под давлением запретов и ограничений. Также существует точка зрения, что склонность к конструированию «виртуальных личностей» — это отражение тенденции к множественной идентичности в реальной жизни. Иногда реальность может представляться для индивида излишне нормативной. Тогда у человека может возникнуть желание преодолеть эту нормативность посредством ненормативных «виртуальных личностей», в частности, другого пола. В конструировании новой личности не последнюю роль играет «ник». Именем в сети могут послужить на шумевшие бренды, названия растений и животных, населенных пунктов, географические названия, имена знаменитых людей и т.д. Выбор «ника» и первичная стратегия поведения в сети обычно определяется социальным статусом, образованием, возрастом и творческими способностями реальной личности (Антонова, Одинцова, 2010) [22]. Каждый участник виртуальной коммуникации является творцом, автором не только своего текста, но и своего образа в воображаемой реальности. Таким образом, пользователи постоянно взаимодействуют не только друг с другом, но и со своей личностью, внутренним миром, желаниями. Персоносфера

Интернета — это безграничные связи, взаимопересечения персоналий, образов пользователей, их ников (специфических имен псевдонимов) в уникальной среде — Интернете. Участники коммуникативного взаимодействия в Сети общаются на определенной «территории»: в чатах, на форумах, в электронных письмах; и в определенных условиях: режим реального времени, электронные каналы связи, наличие компьютеров и доступа к Интернету. Продукты их общения представляют собой выведенные на экран реплики, написанные письма, оставленные комментарии, персональные страницы, созданные сайты. Коммуникативное взаимодействие между ними характеризуется быстротой и краткостью, интерактивностью и виртуальностью (Чепель Ю.В., 2010)[22].

3. Физическая непредставленность. В сочетании с анонимностью открывает простор, с одной стороны, для предоставления о себе недостоверной информации, с другой — для фантазирования по поводу собеседника. В связи с этим теряет свое значение целый ряд барьеров общения, обусловленных такими характеристиками партнеров по коммуникации, которые выражены в их внешнем облике: пол, возраст, социальный статус, внешняя привлекательность или непривлекательность, а также коммуникативная компетентность человека (Стародубцева, Шапошникова, 2009)[17].

4. Неоднородность Интернета как среды поведения, а также многообразие сервисов Интернета обеспечивает различные виды деятельности пользователя в Интернете. Однако, хотя среды общения и деятельности в Интернете очень разнообразны и в значительной степени отличаются друг от друга, они, тем не менее, обладают общими свойствами, которые являются результатом специфика коммуникации через Интернет (Антонова, Одинцова, 2010) [22].

5. «Иллюзия свободы». В интернет-пространстве нет границ и времени, все правила достаточно формальны. Пользователь может

переключаться с одного сайта на другой, или присутствовать на обоих одновременно. Сам выбирает стиль общения и в любой момент может это общение прервать. Это ведет к снижению психологического и социального риска в общении, что проявляется в виде аффективной раскрепощенности, ненормативности и некоторой безответственности участников общения. Человек в Сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален (Стародубцева, Шапошникова, 2009) [17].

6. Компенсаторная виртуальная эмоциональность. Выражается в том, что затрудненность эмоционального компонента общения компенсируется активным использованием специальных значков для обозначения эмоций (смайликов) или описанием эмоций словами (Стародубцева, Шапошникова, 2009) [17].

7. Отсутствие невербальной стороны общения. Как было сказано выше, эмоции в Интернет-коммуникации принято выражать в виде смайликов, что позволяет пользователям скрывать свои истинные эмоции и демонстрировать желаемые. Вероятно, именно отсутствие вербального общения является причиной необычности языка Интернет-коммуникации. Виртуальный язык обладает своим быстро обновляющимся сленгом и набором жаргонизмов. Большое влияние на формирование этого языка оказывают англоязычные термины, которые вбираются посредством транскрипций, транслитераций фонетической трансформации исходных выражений (Антонова, Одинцова, 2010) [22].

8. Преобладание письменных посланий в общении. Считается, что благодаря этому обмен информацией становится более интенсивным по отношению содержания текста к объему (Антонова, Одинцова, 2010) [22].

9. Некоторые исследователи отмечают толерантность участников Интернет-общения. Например, к межрасовым и вообще к межгрупповым

различиям, и преобладание у участников ориентации на сотрудничество. При этом сотрудничество и толерантность не сопровождаются наличием установок на конструктивное разрешение конфликтных ситуаций. Возможно, вышеописанные явления можно связать с неоднородностью Интернета как среды, образованностью различными социальными средами (Антонова, Одинцова, 2010) [22].

10. Идеализирование собеседника. В Интернет-коммуникации собеседник дает о себе ограниченное количество информации. Из-за этого пользователи достраивают образ собеседника, приписывая ему желательные черты.

11. В отличие от обычной реальности, Интернет-среда характеризуется гораздо большей социальной неопределенностью и в силу своей динамики, и в силу принципиальной безграничности, и в силу наличия большего разнообразия возможностей коммуникации. Иными словами — если бытие человека в социальном мире остается относительно структурированным, то его «виртуальная жизнь» не имеет привычных рамок самокатегоризации (Туркин Д.В., 2008) [3]

Вероятно, данные особенности Интернет-коммуникации оказали большое влияние на значительное возрастание популярности социальных сетей. Пословам Кошелевой Ю.П. (2011)[9], уже становится признанным факт, что около половины пользователей Интернета выходят на просторы Сети для того, чтобы расширить свой круг общения, так как опосредованная компьютером коммуникация создает иллюзию товарищеских отношений без требований дружбы (особенно это касается социальных сетей, таких как Odnoklassniki.ru, Vkontakte.ru, Facebook и др.). Важно отметить, что описанные выше особенности Интернет-среды (анонимность, физическая непредставленность, «иллюзия свободы» и др.) дают возможность пользователю конструировать свой образ, не ограничивая себя в способах, и презентовать его в Интернет-коммуникации. Где в свою очередь его собеседники сами вольны достраивать и идеализировать этот образ, опираясь

на ту информацию, которую им предоставляют, на свой опыт и различные представления.

Самопрезентация понимается исследователями как сознательная управляемая передача собеседнику определённой информации о себе (Амяга Н.В., 1991) [27], или как «поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции» (Жичкина А.Е., Белинская Е.П., 1999) [23]. Однако самопрезентации могут быть отражены как компоненты реального «Я», так и бессознательные компоненты, что не позволяет нам говорить самопрезентации как о полностью контролируемом личностью процессе. Поэтому мы вслед за В.А. Янчуком будем понимать самопрезентацией процесс «осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определённых аспектов своего «Я» окружающим» (Янчук В.А., 2005) [27].

Для самопрезентации в социальных сетях существуют разнообразные каналы:

- никнейм (ник) индивидуальное имя пользователя, идентифицирующее его в Сети. Может отражать как реальное, так и модифицированное имя пользователя; нередко представляет собой прозвище пользователя в «—оффлайновой жизни»;
- аватар (или юзерпик) фотография или картинка, служащая визуальным выражением образа пользователя; —
- индикатор текущего состояния (например, статус);
- размещение продуктов собственного творчества; размещение фото- и видеоматериалов, как правило, имеющих отношение к пользователю.

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

- интересы, убеждения;

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

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

Становится актуальным выяснение широты возможностей самовыражения самопрезентации, которые предоставляют социальные сети. Ответ на данный вопрос важен не столько как выяснение значимости конкретных каналов самопрезентации, сколько как качественная оценка социальных сетей медийной среды, предоставляющей ресурсы для личностного роста и самораскрытия. При анализе данной проблемы мы встречаем противоположные точки зрения. Так, Е.П. Белинская пишет: «В силу ряда объективных технологических особенностей (анонимности, дистантности, маркеров телесности) виртуальная коммуникация задаёт для пользователя максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании» (Белинская Е.П., 2001) [9].

Е.П. Белинская пишет: « Определённое соответствие базовых особенностей виртуальной реальности этосу разворачивающегося проекта постмодерна может быть раскрыто по следующим пунктам»:

1. Анонимность коммуникации в виртуальности;
2. Построенное по принципу гипертекста виртуальное пространство; возможность «игры» с ролями и построением множественного «Я» в Интернете;
3. Единственная реальность личности в виртуальности суть реальность самопрезентации;
4. Виртуальное пространство предлагает человеку максимум возможностей для любого рода конструирования (Белинская Е.П., 2000) [9].

Похожее мнение отстаивает и И.С. Шевченко, который выделяет

следующие характеристики Интернет-коммуникации:

- 1) анонимность,
- 2) добровольность и желательность контактов,
- 3) отсутствие паралингвистических, невербальных компонентов общения, затруднённая передача и восприятия аффективного компонента общения,
- 4) своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации,
- 5) снятие жёстких социальных конвенций, границ культур (Шевченко И.С. 2001)[18].

Акцент на «постмодернистских» свойствах Интернет-пространства (анонимность, множественность, гипертекстуальность) вызывает к жизни трактовку самопрезентации в виртуальном пространстве как вариативного множественного процесса, направленного на создание благоприятного Я-образа для окружающих и нивелирования негативных атрибутивных признаков определенном социальном контексте; в таких условиях каждый определенный Я-образ является своего рода «маской»

1.3. Особенности развития «Я-концепции» и самопрезентации в подростковом возрасте

Одним из значимых новообразований подросткового возраста является формирование представлений подростка о себе как физическом и социальном субъекте и способность к их знаково-символическому опосредованию, которая, по мнению Л.С. Выготского, служит основой взаимодействия с социальным окружением, как в пределах семьи, так и при более широких контактах. Подросток стремится продемонстрировать свои индивидуальные особенности, включая в их спектр не только телесные и психические параметры, но и обладание предметами (например: одеждой), способность к выполнению определенных действий [17]

Важным отличительным признаком подросткового периода являются фундаментальные изменения в сфере Я-концепции, которые имеют кардинальное значение для всего последующего развития и становления подростка как личности.

Я-концепция подростка отличается своими ярко выраженными, важными изменениями. Именно поэтому существует мнение, что Я-концепция, или самосознание впервые появляется у подростка. Хотя на самом деле она является очередной, возможно самой значимой в психическом развитии личности, стадией Я-концепции, которая формируется на основе накопленного в предыдущие периоды эмоционального, познавательного и регулятивного опыта Я-концепции, ставшего своеобразным резервом ее дальнейшего развития

Подростковый возраст - это второй критический период (после кризиса 3-х лет) в психическом развитии ребенка, существенный для генезиса самосознания. С развитием познавательной способности сознания ребенка, расширением сферы его деятельности самосознание приобретает новые свойства и существенно меняется в подростковом возрасте

Впервые к исследованию самосознания подростка в советской психологии с новых методологических позиций обратился Л.С. Выготский.

Процесс становления самосознания Л.С. Выготский рассматривает в русле своей культурно-исторической концепции и с точки зрения положения интериоризации внешних действий.

Согласно Выготскому, самосознание – это социальное сознание, перенесенное вовнутрь, а память - та основа, которая сохраняет целостность самосознания, неразрывность и преемственность отдельных его состояний. При анализе самосознания подростка он реализует важнейший методологический принцип психологии - принцип развития. Самосознание подростка Л.С. Выготский рассматривает, не только как феномен его личности и сознания, а как момент развития личности подростка, обоснованный биологически и социально подготовленный всей

предшествующей его историей. В организации нервной системы заложены возможности самосознания, но для того чтобы эти возможности были реализованы, необходимы соответствующие психологические и социальные изменения .

В самом общем виде развитие Я-концепции (самосознания) подростка выглядит так. Вначале это просто накопление представлений о самом себе. В связи с этим происходит все большее узнавание себя, все более обоснованное и все более связное. Затем, по мере обобщения этих представлений, происходит интериоризация. Дальнейшая интеграция самосознания подростка приводит его к осознанию себя в единстве всех проявлений, к осознанию своей особенности, оригинальности, наконец, появляется способность суждения в отношении себя и самооценки своей личности [20].

На предыдущих стадиях развитие самосознания осуществляется стихийно, детерминируется в основном внешними объективными факторами, преимущественно без включения самого субъекта в этот процесс. На данной онтогенетической стадии наряду с сохранением стихийной линии развития самосознания, появляется еще одна, не менее существенная линия, которая предполагает активную работу самого субъекта в его становлении. Впервые в развитии личности отдельные проявления самосознания - самонаблюдение, самопознание, самоотношение, саморегулирование деятельности и поведения становятся необходимыми потребностями личности. Они в свою очередь стимулируются стремлением к самовоспитанию, к целенаправленному изменению себя в связи с осознанием каких-либо собственных психологических несоответствий с внешними требованиями, идеалами, нравственными образцами. Острая актуализация потребности в процессах самосознания происходит под влиянием сильных эмоциональных переживаний, жизненных коллизий, связанных с осознанием нежелательного отношения к себе со стороны окружающих, особенно для него значимых.

Биогенетическая психология выводила рост самосознания и интереса к собственному "Я" у подростков непосредственно из процессов полового

созревания. Половое созревание, скачок в росте, нарастание физической силы, изменение внешних контуров тела и т.п. действительно активизируют у подростка интерес к себе и своему телу.

Физиологические изменения пубертате требуют построения нового телесного «Я». Новый образ тела ускоряет смену психологических позиций, которую совершает подросток, а наступление физиологической зрелости, ставшее очевидным и для самого подростка, и для окружающих, делает невозможным сохранение детского статуса. Ощущение развития себя телесного фиксирует внимание подростка на теле и занимает сферу его мыслей и чувств. Физические ощущения, соединяясь с социальными ожиданиями, формируют сложную гамму переживаний.

В то же время подросток начинает ощущать наполненность своего тела энергией, придающей ему особое чувство, - ощущение того, что он обладает жизненной силой, что он живое существо. В этот период жизни возникает предощущение того, что что-то должно случиться.

Ощущение энергетики своего тела придает подростку особое ощущение жизни, которое запоминается человеком на все последующие годы.

В этот период чувствования становятся особенно острыми. Неожиданные чужеродные прикосновения вызывают физическое напряжение, иногда брезгливость и резкое отторжение.

В то же время прикосновения привлекательных для подростка существ становятся особенно ценными и желанными.

Особое значение для подростка обретает его лицо. Отроки смотрят на себя в зеркало значительно чаще и пристальнее, чем это делают дети. "Кто Я?" "Какой Я?" "Какова мера моей привлекательности?" - постоянно задаваемые вопросы. Подросток внимательно рассматривает свое изменившееся лицо: волосы, брови, лоб, нос, глаза, губы, подбородок. Все подвергается ревизии, которой сопутствуют тревога, неуверенность в себе и одновременно надежда на свою привлекательность.

Идентификация со своим новым обликом - трудный для подростка процесс.

Восприятие человеком своей внешности (смотрение в зеркало) - это начало перехода "пассивной составляющей рефлексии" - восприятие самого себя в активную ее фазу, создание образа "Я"

Подростку предстоит в сфере развития его Я-концепции приспособиться к своему телесному, физическому облику. От отрицания себя телесного через кризисные переживания и подвиги физического самосовершенствования он должен прийти к принятию уникальности своей телесной оболочки и принять ее как единственно возможное условие своего материального бытия. Это многотрудный путь, который при всей заботе, любви и понимании близких подросток проходит сам.

Примерно в 12 подростков возникает интерес к собственному внутреннему миру, затем отмечается постепенное усложнение и углубление самопознания, одновременно происходит усиление его дифференцированности и обобщенности, что приводит в раннем юношеском возрасте (15-16 лет) к становлению относительно устойчивого представления о себе как цельной личности.

Открытие своего внутреннего мира - радостное и волнующее событие. Но вызывает и много тревожных, драматических переживаний. Внутреннее "Я" не совпадает с "внешним" поведением, актуализируя проблему самоконтроля.

Вместе с осознанием своей уникальности, неповторимости, непохожести на других приходит чувство одиночества. "Я" неопределенно, расплывчато, оно нередко переживается как смутное беспокойство или ощущение внутренней пустоты, которую необходимо чем-то заполнить. Отсюда растет потребность в общении и одновременно повышается его избирательность, потребность в уединении.

Важнейший стимул в возникновении у подростка размышлений о себе - его потребность занимать уважаемое положение в кругу сверстников и

стремление найти близких товарищей, друга. Часто он начинает думать о себе в процессе размышлений о взаимоотношениях с кем-то из товарищей, об особенностях привлекательного сверстника. Очень важно, что именно сверстник выступает в качестве объекта сравнения с собой и образца, на который подросток равняется. При такой ориентации создаются оптимальные условия для продуктивности процесса сравнения, а тем самым и для осознания и оценки собственных особенностей, для самовоспитания, потому что подростку легче сравнивать себя со сверстником (чем со взрослым) и видеть собственные недостатки и успехи. К началу подросткового возраста дети лучше и правильнее осознают и оценивают собственные особенности, связанные с учебной деятельностью. С возрастом представление о себе расширяется и углубляется, возрастает самостоятельность в суждениях о себе. Однако у многих подростков самооценка положительных качеств завышена и уровень притязаний выше реальных возможностей.

Чрезвычайно важный компонент самосознания - самоуважение. Это понятие многозначно, оно подразумевает и удовлетворенность собой, и принятие себя, и чувство собственного достоинства, и положительное отношение к себе, и согласованность своего наличного и идеального.

Столь же важно в отрочестве пройти правильный путь в отношении к своему имени. В кругу семьи и сверстников подросток слышит разное к себе обращение: это ласкательное, детские имена и нежные прозвища, но клички, порой беспощадно оценивающие его индивидуальные свойства или вовсе обесценивающие его личность. Именно в подростковом возрасте отроку предстоит отстаивать свои притязания на признание, утверждая себя через свое собственное имя.

Подростки проходят сложные социальные инициации в отношении своего имени. Депривирующее отношение к именам друг друга, подростки "круто" отстаивают свое право на приемлемое обращение к себе по имени с должным уважением и соответствием нормам культуры

социального окружения. Соответствующее обращение по имени есть показатель социального признания, которое проще регулировать, чем другие притязания.

Также следует выделить такой аспект Я-концепции как психологическое время подростка. Подросток живет в настоящем времени, но него большое значение имеют его прошлое и будущее - область предполагаемого, т.е. Я-настоящее, Я-прошлое и Я-будущее. Мир его понятий и представлений переполнен не оформленными до конца теориями о самом себе и жизни, планами на свое будущее и будущее общества.

Мир подростка насыщен идеальными настроениями, выводящими его за пределы обыденной жизни, реальных взаимоотношений с другими людьми.

Если младшие дети имеют дело в основном с настоящим, с тем, что существует "здесь и сейчас", то представления подростка распространяются на сферу возможного будущего. Подросток постепенно начинает брать на себя позиции взрослого. Объектом самых важных его размышлений становятся будущие возможности, связанные с ним лично: выбор профессии, ориентировка на супружество, стремление уметь взаимодействовать с социальными группами, гораздо менее конкретными и определенными, чем семья или друзья, такими, как государство, страна, город, профессиональные и прочие группы, религиозные объединения и другие.

Именно в данный период (с 12-13 до 15-16 лет) начинает проявляться тенденция к личностному развитию, когда сам подросток, рефлексировав на себя, прилагает усилия к становлению себя как личности.

Рассматривая проблему развития Я-концепции обязательно нужно выделить то, в подростковом возрасте проявляется актуализация восприятия себя самостоятельным субъектом, которая выражается в появлении "чувства взрослости".

Чувство взрослости - отношение подростка к себе как к взрослому, представление, ощущение себя в какой-то мере взрослым человеком. Чувство

взрослости становится центральным новообразованием подросткового возраста.

Развитие социальной взрослости есть становление готовности ребенка к жизни в обществе взрослых как полноценного и равноправного члена. Этот процесс предполагает развитие не только объективной, но субъективной готовности, которая необходима для усвоения общественных требований к деятельности, отношениям и поведению взрослых, поскольку именно в процессе овладения этими требованиями развивается социальная взрослость.

Чувство взрослости может возникать в результате осознания и оценки сдвигов в физическом развитии и половом созревании, которые очень ощутимы для подростка и делают его более взрослым объективно и в собственном представлении. Другие источники чувства взрослости - социальные. Чувство взрослости может рождаться в условиях, когда в отношениях со взрослыми подросток объективно не занимает положения ребенка, участвует в труде, имеет серьезные обязанности. Ранняя самостоятельность и доверие окружающих делают ребенка взрослым не только в социальном, но и субъективном плане.

Чувство взрослости формируется у подростка и тогда, когда к нему относятся как равному товарищу, которых он считает намного старше себя. Ощущение собственной взрослости может рождаться и в результате установления сходства по одному или нескольким параметрам между собой и человеком, которого подросток считает взрослым (в знаниях, умениях, в силе, ловкости, смелости).

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на Я-концепция начинает развиваться еще в детстве, самым важным этапом в развитии является подростковый возраст. В период после рождения до подросткового возраста накапливаются психические резервы, которые подведут Я-концепцию к важнейшей ее генетической форме в подростковом возрасте.

Подростковый этап генезиса Я-концепции для развития личности особенно значителен, поскольку именно на данной стадии оно поднимается

на качественно новую ступень, знаменующую начало его зрелости. Другим становится взаимоотношение генезиса Я-концепции и общего психического развития личности. Теперь Я-концепция не просто отражает особенности формирования личности, но и сама значительно влияет на весь процесс дальнейшего ее становления. Поэтому подростковая стадия Я-концепции будет определять не только пути последующего ее развития, но и большей степени психическое развитие личности в целом.

Подростковая самопрезентация. Подросток – это недостаточно зрелый и недостаточно социально возмужалый человек. Это личность, находящаяся на особой стадии формирования ее важнейших черт и качеств: еще недостаточно развита, чтобы считаться взрослой, и в то же время настолько развита, что в состоянии сознательно вступить в отношения с окружающими и следовать в своих поступках и действиях требованиям общественных норм и правил.

Главной особенностью подростка является личностная нестабильность. Именно в это время подросток заявляет о себе, как о личности с большой буквы. Противоположные черты, стремления, тенденции сосуществуют и борются друг с другом, определяя противоречивость характера и поведения. Именно это чаще всего и становится наиболее конфликтной стороной при общении подростков со старшим поколением и между собой. У подростков происходит адаптация к социально – устойчивым представлениям о мужчине и женщине, стратегиях поведения в обществе, со сверстниками, с родителями. В этот небольшой промежуток времени подросток должен сориентироваться в понятиях «мужчина» и «женщина», а так применять к себе эти понятия, чувствуя отличия своего теперешнего состояния и того, кем он был/была до этого.

При взрослении ребенка происходит его становление, готовность к жизни во взрослом обществе, как равноправного участника жизни, у подростка проявляется потребность в познании самого себя. Ответ на вопрос «Кто я?» часто мучает подростка. Он проявляет интерес к самому себе, у него

формируются собственные взгляды и суждения; появляются собственные оценки на иные события и факты; он пытается оценить свои возможности и поступки, сопоставляя себя со сверстниками и их действиями.

В этом возрасте происходит временное психологическое отдаление подростка от семьи и школы, их значение в становлении личности подростка снижается, тогда, как влияние сверстников усиливается. Зачастую он стоит перед выбором между официальным коллективом и неформальной группой общения. Предпочтение подросток отдает той среде и группе, в которой он чувствует себя комфортно, где относятся к нему с уважением. Это может быть и спортивная секция, и технический кружок, но может быть и подвал дома, где собираются подростки, общаются, курят, выпивают и др.

У подростка формируется чувство взрослости, которое проявляется через стремление к независимости и самостоятельности, протест против желания взрослых «поучить» его. Чувство взрослости – основное новообразование подросткового возраста.

Подросток в этом возрасте нередко выбирает для себя кумира (герой фильма, сильный взрослый, герой передачи, выдающийся спортсмен и др.), которому он пытается подражать: его внешнему облику, манере поведения. Внешность для подростка имеет очень большое значение. Необычная прическа, серьга, а ушах, рваные джинсы, яркая косметика и другие атрибуты дают подростку возможность отделить себя от других, утвердиться в группе детей. У него меняется походка, манеры, внешний облик. Своеобразная социальная мимикрия в подростковой среде. Таким образом у подростков выражается потребность в безопасности. Не выделяться среди других, иначе засмеют. А дети бывают очень жестоки к таким, как другие.

Внутренне происходит следующее: у подростка появляется своя позиция. Он считает себя уже достаточно взрослым и относится к себе как к взрослому. Это проявляется в следующем:

1. Желание, чтобы все (учителя, родители) относились к нему, как к равному, взрослому. Но этом его не смутит, что прав он требует больше, чем

берет на себя обязанностей. И отвечать за что-то подросток вовсе не желает (разве что словах).

2. Стремление к самостоятельности. А по сему контроль и помощь отвергаются. Все чаще от подростка можно слышать: «Я сам знаю!» (Это так напоминает малышное «Я сам!»). И родителям придется только смириться и постараться приучить своих чад отвечать за свои поступки. Это пригодится по жизни. К сожалению, подобная «самостоятельность» – еще один из основных конфликтов между родителями и детьми в этом возрасте.

3. Появление собственных вкусов и взглядов, оценок, линии поведения (самое яркое – появление пристрастия к музыке определенного типа). Надо помнить, что дети очень хотят быстро повзрослеть, и к тому же отличаться от родителей. И иметь «свои» ошибки, которые родители делали когда-то сами. При этом педагогам и родителям порой трудно согласиться с тем, что времена быстро меняются. И с ними меняются дети. Что было модно в одно время, считается «ретро» в другое. Это касается и взглядов, и поведения, и всего другого. Каждое поколение по-своему выражает принадлежность к своему времени.

Подростковый возраст – определенный отрезок жизни между детством и зрелостью. В западной культуре он постоянно удлиняется, и полного согласия по поводу сроков его начала и завершения нет. Обычно подростковый период рассматривается как промежуточная ступень между детством и взрослой жизнью, причем проходит он каждого по-разному и разное время, но, конце концов, большинство подростков обретают зрелость. В этом смысле подростковый период можно уподобить переброшенному между детством и зрелостью мосту, по которому каждый должен пройти, прежде чем стать ответственным и творческим взрослым человеком.

Наиболее существенным в подростковом возрасте является половое созревание. Показатели его определяют границы подросткового периода. Начало постепенного увеличения секреции половых гормонов начинается в 7 лет, но интенсивный подъём секреции происходит в подростковом возрасте.

Это сопровождается внезапным увеличением роста, возмужанием организма, развитием вторичных половых признаков.

Исходя из этого, Личко А.Е. различает младший подростковый возраст 12–13 лет, средний – 14–15 лет, старший – 16–17 лет [1]. Существуют и другие варианты определения границ подросткового возраста, но своей работе будем придерживаться мнения именно этого отечественного психолога.

Для подростка важно самоопределение в стиле жизни. Стиль имеет внутреннюю и внешнюю составляющую, экспериментирование в различных вариантах самопрезентации, условием является свобода выбора, поиск себе подобных. Вопрос о том, как приспособиться к интенсивным жизненным изменениям и при этом остаться цельной личностью, в иной мере возникает перед каждым человеком. Особенность ее звучания в подростковом возрасте определяется многочисленными переменами, к которым подростки не всегда бывают готовы, но перед необходимостью принятия которых они поставлены.

При самопрезентации важное значение имеют социальные ожидания, связанные с образом «Я» и образом «Другого».

В то время, достаточно часто решая задачу самопрезентации, подросток вырабатывает стереотипы поведения, которые влияют на стиль самопрезентации. Выбранный стиль является неосознанным отражением ценностей и самооотношения.

Стиль самопрезентации может включать набор индивидуальных средств самовыражения (в числе одежда, манеры, мимика, клише словесные, манера общения).

Необходимость самопрезентации возникает вследствие изменения ситуации – начало общения, встреча и т.п., изменение статуса.

В молодежной среде имеются субкультурные нормы самопрезентации, благодаря которым подросток идентифицирует представителей своей группы, направления. Способ самопрезентации становится ритуальным поведением со своей символикой как способ различения «своих» и «чужих».

В структуре опыта самопрезентации можно выделить несколько компонентов:

1. Субъективный – ценностно-смысловой (образ «Я» образ «Другого», самоотношение, позиция, самооценка). Как я субъективно отражаю себя и других людей (перцепция)? Данное отношение задает контекстсамопрезентации и бывает конструктивным и неконструктивным.

2. Содержательный – совокупность обстоятельств, оцениваемых как значимые и незначимые.

3. Операциональный – умения, представления (знания), навыки, способы действий, техники, программы поведения и т.п.

4. Объективный – жизненные обстоятельства, в которых подросток находится в детском коллективе лагеря.

Таким образом, особенностями самопрезентации в подростковом возрасте являются:

- 1) стремление к подражанию, потребность быть частью группы;
- 2) стремление заявить о себе как о самодостаточной индивидуальности;
- 3) большое внимание к собственной внешности;
- 4) стремление к экспериментам с собственным образом;
- 5) личностная неустойчивость. Необходимость соответствовать психолого-физиологическим изменениям, происходящим в его организме, а также изменения требований, предъявляемых ему стороны социума;
- 6) отсутствие чувства меры, границ дозволенного – юношеский максимализм.

Виртуальный способ взаимодействия все больше распространяется среди подрастающего поколения, что естественным образом меняет их мировосприятие, в том числе отношение к собственному «Я».

Формирование «Я-концепции» является центральным новообразованием подросткового возраста и зависимость от интернета безусловно влияет на данный процесс.

В качестве гипотезы исследования нами выдвинута версия, что существуют особенности «Я-концепции» у подростков с предрасположенностью к зависимости от социальных сетей. В современном мире, когда компьютеризация и виртуализация повседневной жизни стала нормой, сложно судить о том, насколько сильно это влияет и существуют ли негативные или позитивные последствия. Так иначе, но почти все индивиды (городские жители) включены в интернет-пространство. Социальные сети можно рассматривать как еще одну сферу жизни, причем достаточно важную для подростков. Потенциально зависимые подростки проводят более 5 часов в день за общением в социальных сетях, этот показатель свидетельствует о наличии специфических особенностей в «Я-концепции» подростков. Для понимания подросткового возраста необходимо иметь в виду, что этот возраст относится к так называемым критическим периодам жизни человека. Причины возникновения, характер и значение подросткового кризиса психологами понимаются по-разному. Многие ученые подчеркивают возможность бескризисного протекания этого периода. Кризис в этом случае рассматривается как результат неправильного отношения к подросткам взрослыми, общества в целом. Это объясняется тем, что личность не может справиться с поставленными перед ней проблемами на новом возрастном этапе. Весомым аргументом в пользу «бескризисных» теорий является то, специальные исследования часто свидетельствуют об относительно спокойном переживании подростками этого этапа развития. Другая точка зрения, которой придерживаются авторы, состоит в том, что характер протекания, содержание и формы подросткового кризиса играют существенную роль в общем процессе возрастного развития. Противопоставление себя взрослым, активное завоевание новой позиции является не только закономерными, но продуктивными для формирования личности подростка.

Существует два основных пути протекания подросткового кризиса: независимости и зависимости. Симптомами кризиса независимости является:

своенравие, упрямство, негативизм, своеволие, обесценивание родителей, отрицательное отношение к требованиям взрослых, которые они ранее выполняли, протест - бунт, ревность к собственности. Противоположными симптомами кризиса зависимости: чрезмерное послушание, обособленность от взрослых или сильных, регресс к старым интересам, вкусов, форм поведения.

Основными задачами для психолога в этом возрасте являются:

1) дифференциация доминирующей позиции школьника (стремление к независимости или зависимости) для возможности самоопределения подростка, развития у него чувства идентичности;

2) предоставление подросткам помощи в понимании того, что ними происходит и выработки конструктивных форм преодоления кризиса;

3) создание условий для продуктивного разрешения кризиса: разъяснения родителям и педагогам особенностей подросткового периода, заложенных в нем возможностей. Важным фактором психического развития в подростковом возрасте является общение со сверстниками, что отражается в качестве ведущей деятельности этого периода. Отношения в группе сверстников, ее ценности играют большую роль в развитии подростка. Стремление подростка иметь солидный статус среди сверстников сопровождается повышенной конформностью к ценностям и нормам референтной группы. Поэтому нарушения взаимоотношений со сверстниками имеют для подростков существенное значение. Кроме этого, нарушения межличностных взаимоотношений среди одноклассников вызваны отсутствием у коммуникативных умений, проявляется в использовании неадекватных способов убеждения (давление, протест, противопоставление и т.д.).

Личностный рост подростков неразрывно связано с развитием их самосознания (усвоением нравственных понятий, развитием нравственных чувств, усилением ответственности за себя и других, повышением уровня саморегуляции), поэтому важной задачей психолога является

использование комплекса консультационных методов, способствующих развитию и гармонизации их самосознания.

Консультируя подростков из личностных проблем, психолог имеет право акцентировать их внимание на ценности жизни, полученных психологических знаниях, подчеркивать, что, прилагая волевые усилия при решении проблем, они могут стать жертвами манипуляций других людей. В связи с этим, психолог в процессе консультирования решает две задачи: во-первых, выясняет, какие ценностно-нормативные установки преобладают в отношениях подростка, способствует тому, чтобы он сам осознал сущность взаимодействий; во-вторых, помогает понять, насколько его реальное поведение соответствует общечеловеческим нормам.

В процессе консультирования учащихся подросткового возраста психолог, как правило, решает две основные задачи: диагностическое и терапевтическое. Для решения первой (диагностического) задачи психологу-консультанту необходимо осуществить всесторонний анализ необходимой информации о подростке, его ситуацию и определить проблемы, которые заставили человека обратиться за помощью. В первую очередь выясняются источники и факторы возникновения проблемы ученика. Второе(терапевтическое) задача— это собственно процесс реализации психологической помощи с использованием специальных приемов и техник. Он включает психологическую поддержку, оптимизацию психического состояния и актуализацию собственных психологических ресурсов подростка.

В период взросления происходит интенсивное развитие самосознания личности, в связи с этим важным оказывается активный поиск путей самореализации и самоутверждения подростка. Имея уже достаточный социальный опыт, личность этого возраста способен осознавать свои переживания, выражать их вербально и отрефлексировать то, чем вызваны. Подростки уже четко определяют природу своих трудностей и осознают, что именно может им помочь. Впрочем, отношение к процессу консультирования

в может быть неоднозначным. Старшие подлее неохотно допускают психолога в свой внутренний мир, стараются избегать глубокого контакта, однако легко могут просить о помощи, чтобы наладить взаимоотношения с родителями.

1.4. Возможности психологического консультирования, как средства решения проблемы самопрезентации подростков в социальных сетях

Самопрезентацию можно рассматривать как совокупность установок, направленных на самого себя. Эти установки включают в себя:

- 1) убеждение индивида, которое может быть обоснованным или обоснованным – образует познавательный уровень самопрезентации;
- 2) эмоциональное отношение к этому убеждению образует эмоционально-оценочный уровень самопрезентации;
- 3) соответствующая реакция, которая выражается в поступках, образует поведенческий уровень самопрезентации.

Применительно к самопрезентации эти три установки можно конкретизировать следующим образом:

- 1) образ Я - представление индивида о самом себе;
- 2) самооценка - аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с принятием или осуждением;
- 3) потенциальная поведенческая реакция, то есть те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой.

Существует познавательный уровень самопрезентации основан на представлениях субъекта имиджа о самом себе. При этом субъект всегда завышает свою значимость, независимо от того, основывается ли представление о себе на объективном знании или субъективном мнении. Этот уровень самопрезентации связан с самопознанием своих положительных и

отрицательных черт характера, с выявлением устойчивых тенденций своего поведения, избирательности своего восприятия.

Психологическим консультированием называется особая область психологической практики связанная с оказанием со стороны специалиста – психолога непосредственной психологической помощи людям, которые нуждаются в ней в виде советов и рекомендаций.

Особенности психологического консультирования подростков. Психологическое консультирование — непосредственная работа с людьми, направленная на решение различного рода психологических проблем, связанных с трудностями в межличностных отношениях, где основным средством воздействия является определенным образом организованная беседа (Алешина Ю.Е., 1993)[32]

Суть психологического консультирования состоит в том, что психолог, пользуясь специальными профессиональными научными знаниями, создает условия для другого человека, в которых тот переживает свои новые возможности в решении своих психологических задач (Абрамова Г.С., 1996) [32]. Целью психологического консультирования является оказание психологической помощи и поддержка клиента. В процессе психологического консультирования могут решаться следующие задачи: — оказание экстренной профессиональной помощи и поддержки в решении заявленной клиентом (клиентами) проблемы; — оценка уровня психологического здоровья клиента или малой группы и определение показаний к другим способам психологической помощи (например, перенаправление к специалистам другого профиля); — просвещение клиента(ов) о его психологических особенностях с целью более адекватного их использования и построения плана развития способностей личности; — повышение психологической культуры обратившихся за профессиональной помощью к педагогу психологу; — повышение ресурсных способностей личности или малой группы к самостоятельному решению возникающих трудностей; — облегчение эмоционального состояния клиента (клиентов).

Консультирование в малых группах считается специфическим и характерным для подросткового возраста, что помогает подросткам преодолеть чувства страха, неуверенности, возникающих при индивидуальном обращении. К тому же достаточно часто подростки обращаются по проблеме, которая формулируется ими как «сходная», «одна на группу», — это могут быть взаимоотношения с одноклассниками или педагогами, недовольство введением новшеств в образовательном учреждении и процессе группового консультирования подростков могут дополнительно решаться следующие задачи: — индивидуализация запросов на психологическую поддержку всех клиентов, обратившихся за консультацией; — снижение уровня тревожности и беспокойства при обращении к педагогу психологу; — создание ситуации для обмена опытом выхода из сложной жизненной ситуации всех обратившихся за консультацией; — создание условий для принятия конструктивных групповых решений по выходу из конфликтной ситуации; — демонстрация метода переговоров и обсуждения в конфликтной ситуации, когда педагог психолог выступает посредником в данных переговорах. Второй вид группового консультирования, распространенный в системе образования,

— консультирование подростка и родителя(ей) (законных представителей).

В этом случае консультирование будет иметь ряд специфических особенностей:

— помощь в решении внутрисемейных проблем;

— осознание особенностей моделей поведения и межличностных отношений внутри семейной системы всеми обратившимися за психологической консультацией членами семьи;

— восстановление или преобразование конструктивных взаимоотношений между всеми членами семьи, развитие умения понимать и уважать друг друга, проявлять свои мысли и чувства не в ущерб семейным отношениям и ценностям;

— повышение социально-психологической компетентности и грамотности клиентов (подростков и их родителей), обучение их навыкам общения и разрешения конфликтных ситуаций.

Коллективное консультирование также имеет ряд своих специфических особенностей и позволяет эффективно решать следующие задачи:

— использование опыта всех участников коллектива в решении сложной конфликтной ситуации;

— развитие навыков работы в группе у всех участников консультирования;

— психологическое просвещение, основная цель которого — формирование нового, целостного, более позитивного взгляда на ситуацию;

— формирование новых, конструктивных групповых норм и правил.

Педагог-психолог также может использовать Интернет как ресурс для психологического консультирования подростков, имеющих трудности в непосредственном межличностном общении или зависимое поведение от Интернета.

Цель деятельности психолога — поддержка подростков в решении возрастных задач и включение их в социальную жизнь общества. Нам близка позиция А.В. Кондрашкина [32], отмечающего, что психологическое сопровождение в Интернете должно строиться вокруг ценностей живого общения, творческой самореализации и заботы о себе. Вокруг этих ценностей специалисты могут организовывать разнообразные формы работы, направленные на разрешение задач подросткового возраста, например, совместные творческие и/или социальные проекты, направленные на помощь другим людям. При этом важно стимулировать подростков к участию в очных встречах и мероприятиях, которые позволят интегрировать получаемые подростком онлайн навыки в повседневный опыт. Роль психолога заключается в повышении уровня коммуникативных способностей подростков, помощи в рефлексии последствий тех или иных действий и поступков, поддержке в освоении навыков заботы о себе и своей

безопасности в общении, создании условий для развития адекватной самооценки и самовыражения подростков.

Основные положения психологического консультирования следующие:

1. Консультирование помогает человеку выбирать и действовать по собственному усмотрению.

2. Консультирование помогает обучаться новому поведению.

3. Консультирование способствует развитию личности.

4. В консультировании акцентируется ответственность клиента, т.е. признается, что независимый, ответственный индивид способен в соответствующих обстоятельствах принимать самостоятельные решения, а консультант создает условия, которые поощряют волевое поведение клиента.

5. Сердцевиной консультирования является «консультативное взаимодействие» между клиентом и консультантом, основанное на философии «клиент-центрированной» терапии.

В процессе психологического консультирования психолог–консультанту надо так взаимодействовать с клиентом, чтобы он смог найти новые способы действия, новые переживания, новые мысли, новые цели для дальнейшей жизни. При этом психолог, независимо от его теоретической ориентации, использует в своей работе такие понятия, как жизнь, смысл жизни, место человека в жизни, ценности, индивидуальность.

Групповое консультирование- форма психологической помощи, при которой психолог работает с группой клиентов. В процессе консультирования клиенты взаимодействуют не только с психологом, но и друг с другом.

Групповое консультирование имеет ряд преимуществ перед индивидуальным. Например, члены группы могут осознать, что одиноки в своих проблемах и интересах, что с ними не происходит чего-либо уникального или ненормального. Взаимодействуя друг с другом, люди учатся лучше понимать собственные ситуации. В группах клиенты могут опробовать новые формы поведения и способы взаимодействия, потому что атмосфера группы обеспечивает безопасное окружение, предоставляющее возможности

для экспериментирования, изменений и получения обратной связи. Кроме того, наблюдая, как другие участники работают со своими проблемами и решают их, члены группы приобретают навыки поступать аналогично. Наконец, группа может служить катализатором, помогающим людям осознать свое желание или потребность в индивидуальном консультировании или достижении личностной цели.

Группа значительно облегчает процесс самоисследования, помогает оценить собственные чувства, установки и поступки, способствует самораскрытию, изменению, формированию «Я»-концепции и, следовательно, усиливает уверенность в себе.

Однако групповое консультирование нельзя рассматривать как панацею, подходящую всем людям для решения любых проблем.

К подросткам не должна применяться такая форма психологической поддержки, как психологическая коррекция, осуществляемая по инициативе взрослых - родителей или педагогов. А индивидуальная помощь должна осуществляться в форме психологического консультирования по запросу самого подростка. Однако в реальной практике подростки очень редко готовы к формулированию запроса к психологу. Более того, они чаще избегают работы с ним, поскольку это означает стать в чем-то непохожим со сверстниками. Кроме того, психолог - взрослый, а подростковый период предполагает первоначальное сопротивление любому взрослому. Поэтому, если психологическое консультирование подростков осуществляется в рамках школы, имеет смысл организовать регулярные психологические занятия или циклы занятий по какой-либо теме. Это позволит подростку понять, что может делать психолог, а главное - установить доверительные отношения. Если они есть, подросток при необходимости придет к психологу сам или будет готов к диалогу с психологом по его инициативе.

Для подростков чаще используются ролевые образы, в основе которых принятие учащимися социальных и семейных ролей (учителя, директора, друзей и недругов, мамы, бабушки и т.п.), неодушевленных предметов (стола,

шкафа, машины, лодки и т.п.). Роль изображается при помощи мимики и жестов, может озвучиваться.

В ролевых ситуациях учащиеся сталкиваются с ситуациями, релевантными тем случаям, которые характерны для их реальной (и значимой для них деятельности), при этом они ставят перед собой необходимость изменить свои установки. Тем самым создаются условия для формирования новых, более эффективных коммуникативных навыков.

Большинством исследователей, изучающих особенности самопрезентации в сети Интернет, отмечено, что Интернет как иная социальная реальность предоставляет возможность для смены идентичности посредством самопрезентации. В этом случае самопрезентацию обычно понимают как поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции, а идентичность — либо как синоним «Я» — концепции, либо как центральный конструкт.

Причинами смены идентичности/самопрезентации чаще всего являются:

— компенсация: неудовлетворенность пользователя определенными сторонами реальной идентичности;

— самоактуализация: люди не имеют возможности в реальном взаимодействии выразить все стороны своего многогранного «Я», в время как сетевая коммуникация им такую возможность предоставляет;

— получение нового опыта, любопытство;

— формирование определенного образа Я; эта причина особенно характерна для подростков, которые, экспериментируя со своей идентичностью, составляют представление о разных сторонах своего Я;

— стремление пошутить и повеселиться [Н.В. Антонова, М.С. Одинцова, 2010] [22]. Однако некоторые люди не склонны изменять идентичность и стратегию самопрезентации в зависимости от ситуации общения. К индивидуальным особенностям таких пользователей относятся стремление к лидерству, спонтанность в общении и агрессивность. Люди,

обладающие такими особенностями, склонны не адаптироваться к внешним условиям, а изменять ситуацию в соответствии со своими ожиданиями.

В. Фриндте и Т. Келер выделили факторы, оказывающие влияние на самопрезентацию и идентификацию в сети: опыт взаимодействия с компьютером и опосредованного компьютерного общения; присутствие и анонимность аудитории; степень самосознания пользователя (личное самосознание — концентрация человека на своем состоянии и особенностях или публичное — концентрация человека на том, как он выглядит в глазах окружающих); идентификация с социальной группой/ категорией пользователей компьютера (социальная идентичность) [Фриндте, Келер, 2000][25].

По сути, Интернет-коммуникация дает пользователям возможность создавать сетевую идентичность полностью по своему выбору. Невидимость означает возможность изменения внешнего облика, полного редуцирования невербальных проявлений и, конечном итоге, управления впечатлением о себе. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации, которая признается большинством исследователей — возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе. Некоторые пользователи представляют такие «факты» относительно себя, которые являются скорее желаемыми, чем действительными. Наиболее яркие проявления экспериментирования с идентичностью — виртуальная «смена пола» и девиантное поведение в Сети; оба эти явления очень широко распространены в Интернете. Кроме того, некоторые пользователи Сети выдвигают на первый план одни свои признаки, а другие признаки намеренно скрывают. Другие предпочитают, чтобы о них было известно вообще ничего. Феномен существования нескольких сетевых идентичностей был зарегистрирован многими исследователями. Очевидно, что выбор способа самопрезентации в Сети зависит от типа личности [Фриндте, Келер, 2000] [25].

Что же касается непосредственно возможности исследования взаимосвязи идентичности и самопрезентации пользователя в виртуальной

среде, то определяется прежде всего спецификой самой этой среды. Ведь информационное пространство в своем виртуальном выражении есть (на сегодняшний день, по крайней мере) пространство вербальное, в котором на первый план соответственно выступают именносамопи- сания, выступающие в виде опосредованной самопрезентации. Именно информационное общество делает реальность самопрезентации своего рода окончательной реальностью (Белинская, Тихомандрицкая, 2003) [9].

Существуют различные типы стратегий самопрезентации, в зависимости от цели пребывания в сети и её использования. Можно выделить следующие типы:

- функциональную стратегию – цель посещения социальной сети сугубо функциональная, заключается в получении информации определённого рода (например, Вконтакте используется как почта, т.е. прочитываются только сообщения, или же средство связи с неким сообществом);
- создание представления о том, что человек ведёт насыщенную, интересную, весёлую жизнь – этом случае на персональной странице имеется большое количество ежедневных записей, или «постов», с констатацией своего местоположения, планов на день или результатов дня (посещение кафе, клуба, мероприятий, встреч с друзьями и т.п.). Подобные посты сопровождаются огромным количеством фотографий;
- акцент на идентичности – большинство публикуемых новостей, «постов» и материалов различного рода будут связаны с какой-либо социальной ролью человека (например, молодая мама, студент, коллекционер, экономист и проч.);
- акцент на конкретных личностных качествах – Большинство постов подчинены цели создания образа доброго/умного/красивого/начитанного/заботливого и равнодушного, сексуально привлекательного и т.п. человека, как правило, происходит презентация, представление своих лучших качеств и сторон, пусть даже реально

несуществующих или заострение внимания на них, увеличение степени выраженности;

- замещение своего «Я» образом вымышленного персонажа, который импонирует пользователю – Аватар и ник пользователя не отражают его реальную внешность и имя, они замещены изображением и именем другого (персонажа фильма, книги, известного человека и др.).

Указанные стратегии могут создаваться посредством форм самопрезентации, выделенных Е. Горным (автобиография, биография, портфолио и коллекция)

Выводы по Главе 1

Проанализировав литературу связанную с выбранной нами темой, можно сделать следующие выводы:

1. В современном мире важные события в жизни человека оказываются связанными с Интернет-ресурсами. Так, в социальных сетях, многопользовательских играх или блогах можно познакомиться со своим будущим спутником жизни или найти хороших друзей, Интернет помогает в поиске работы, самовыражении и продвижении своих творческих проектов (например, в социальной сети Вконтакте существует множество сообществ, где продаются самодельные вязаные вещи, предлагаются услуги по рисованию портретов и др.). Управление впечатлениями, то, как человек презентует себя другим – неотъемлемая часть процесса коммуникации. Изменение посредника взаимодействия меняет возможности для управления впечатлениями и соответственно, меняются те действия, которые люди предпринимают, чтобы произвести о себе определенное впечатление.

2. Социальная сеть – неоднозначный, до конца не изученный феномен. В настоящее время довольно сложно найти человека, который не использует социальные сети и то, влияют они на сознание и мировосприятие людей хочется изучать и понимать все больше, исключая то отрицательное, что в есть, заменяя исключительно положительным и полезным.

3. Социальные сети дают новые возможности для управления впечатлениями и активного конструирования своего образа, то есть трансформируют стратегиисамопрезентации . Большинство исследователей, изучающих особенности самопрезентации в сети Интернет, отмечено, что Интернет как иная социальная реальность предоставляет возможность для смены идентичности посредствомсамопрезентации. В этом случае самопрезентацию обычно понимают как поведенческое выражение

эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции, а идентичность — либо как синоним «Я» — концепции, либо как центральный конструкт.

4. Я-концепция играет, по существу, тройственную роль в жизни личности: она способствует достижению внутренней согласованности личности, определяет интерпретацию ее опыта и является источником ожиданий. Первой, важнейшей функцией Я-концепции является обеспечение внутренней согласованности личности, относительной устойчивости ее поведения. Вторая функция Я-концепции заключается в том, что она определяет характер интерпретации индивидом его опыта. Третья функция Я-концепции заключается в том, что она определяет также и ожидания индивида, т.е. представления о том, что должно произойти. Таким образом, развитие личности, ее деятельность и поведение находятся под существенным влиянием Я-концепции.

5. В. Фриндте и Т. Келер выделили факторы, оказывающие влияние на самопрезентацию и идентификацию в сети: опыт взаимодействия с компьютером и опосредованного компьютерного общения; присутствие и анонимность аудитории; степень самосознания пользователя (личное самосознание — концентрация человека на своем состоянии и особенностях или публичное — концентрация человека на том, как он выглядит в глазах окружающих); идентификация с социальной группой/ категорией пользователей компьютера (социальная идентичность) [Фриндте, Келер, 2000] [25].

6. Интернет-коммуникация дает пользователям возможность создавать сетевую идентичность полностью по своему выбору. Невидимость означает возможность изменения внешнего облика, полного редуцирования невербальных проявлений и, конечном итоге, управления впечатлением о себе. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации, которая признается большинством исследователей — возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе. Некоторые пользователи представляют такие «факты» относительно себя, которые являются скорее

желаемыми, чем действительными. Наиболее яркие проявления экспериментирования с идентичностью — виртуальная «смена пола» и девиантное поведение в Сети;. Феномен существования нескольких сетевых идентичностей был зарегистрирован многими исследователями. Очевидно, что выбор способа самопрезентации в Сети зависит от типа личности [Фриндте, Келер, 2000] [25].

7. Нам близка позиция А.В. Кондрашкина [32],отмечающего, что психологическое сопровождение в Интернете должно строиться вокруг ценностей живого общения, творческой самореализации и заботы о себе. Вокруг этих ценностей специалисты могут организовывать разнообразные формы работы, направленные на разрешение задач подросткового возраста, например, совместные творческие и/или социальные проекты, направленные на помощь другим людям. При этом важно стимулировать подростков к участию в очных встречах и мероприятиях, которые позволят интегрировать получаемые подростком онлайн навыки в повседневный опыт.

8. Роль психолога заключается в повышении уровня коммуникативных способностей подростков, помощи в рефлексии последствий тех иных действий и поступков, поддержке в освоении навыков заботы о себе и своей безопасности в общении, создании условий для развития адекватной самооценки и самовыражения подростков

Глава 2. Экспериментальное изучение психологического консультирования как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях

2.1. Методическая организация исследования. Результаты констатирующего эксперимента и обсуждение

После тщательного изучения литературы можно достоверно утверждать, что самопрезентация в социальных сетях является составляющей Я-концепции подростка. Оптимальный способ самопрезентации в социальных сетях на данный момент является необходимым при ведении социальных сетей и блогов.

Для определения техник и тактик самопрезентации, применяемых пользователями виртуальных социальных сетей будет подобран методический комплекс включающий следующие методы.

1. Контент-анализ — это метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления фактов и тенденций, отраженных в этих документах.

Контент – анализ происходил для следующих выбранных категорий «страницы»:

1. Наличие фотографии:
 - Своя;
 - Чужая (картинка, фото);
2. Статус:
 - Без статуса;
 - Философское высказывание;
 - Цитата;
 - Свои мысли;
3. Раздел «О себе»:

- Объективная информация (внешние критерии, качества, личности, любимые занятия и т.д.);
 - Цитата;
 - Картинка;
 - Юмористическое высказывание (не дает объективного, представления о личности, попытка отшутиться);
 - Ссылка (ссылки на другие сайты типа – Facebook, Twitter, Instagram, а также на возможные сайты работ человека и прочее);
 - Философское высказывание;
4. Стена»:
- Свои мысли;
 - Репосты.

Также в разделе «О себе» мы выделили отдельный раздел, включающийся в представленные – «Самопохвала». В основном он копирует данные из раздела «Юмористические высказывания», когда человек через якобы шутки характеризует себя как «прекрасного, лучшего на свете, самого прикольного...».

Отдельное внимание было уделено содержанию данных на «стене» и в статусах.

2. Анкета «Кто я социальных сетях?» Разработанная нами анкета содержит 27 вопросов, направленных на выявление целей посещения и использования виртуальной социальной сети участниками исследования (см. Приложение А).

3. Тест Куна-Макпартленда (модификация В.И.Юрченко «Двадцать утверждений самоотношения». Тест используется для изучения содержательных характеристик идентичности личности. Вопрос «Кто я?» напрямую связан с характеристиками собственного восприятия человеком самого себя, то есть с его образом «Я» или «Я-концепцией»

В модификации Юрченко испытуемый должен написать по 20

ответов на вопрос «Кто Я?» вопрос «Какой Я?». Таким образом, количество ответов увеличивается, несколько увеличивается и время проведения (15 минут). Также в этой модификации несколько другие принципы интерпретации.

Интерпретация количества ответов

По количеству ответов, данных за отведённый промежуток времени, можно косвенно судить о уровне рефлексии личности. Чем больше ответов дано за отведённое время, тем уровень рефлексии выше.

Интерпретация оценок:

– Самооценка считается адекватной, если соотношение положительно оцениваемых качеств к отрицательно оцениваемым («+» к «-») составляет 65-80% на 35-20%.

– Самооценка считается неадекватно завышенной, если количество положительно оцениваемых качеств по отношению к отрицательно оцениваемым («+» к «-») составляет 85-100%, то есть человек отмечает, что у него или нет недостатков, или их число достигает 15% общего числа «+» «-»).

– Самооценка считается неадекватно заниженной, если количество отрицательно оцениваемых качеств по отношению к положительно оцениваемым («-» к «+») составляет 50-100%, то есть человек отмечает, что у него или нет достоинств, или их число достигает 50% общего числа «+» «-»).

– Самооценка является неустойчивой, если число положительно оцениваемых качеств по отношению к отрицательно оцениваемым («+» к «-») составляет 50-55%. Такое соотношение, как правило, не может длиться долго, является неустойчивым, дискомфортным.

Использование знака «плюс-минус» («±») говорит о способности человека рассматривать то или иное явление с двух противоположных сторон, говорит о степени его уравновешенности, о «взвешенности» его позиции относительно эмоционально значимых явлений.

Можно условно выделить людей эмоционально-полярного,

уравновешенного и сомневающегося типа.

К людям эмоционально-полярного типа относятся те, у кого отсутствуют (или почти отсутствуют) знаки «±». Если количество знаков «±» достигает 10-20% (от общего числа знаков), то такого человека можно отнести к уравновешенному типу. Данное количество знаков «±» можно считать условной нормой.

Если количество знаков «±» превышает 30-40% (от общего числа знаков), то такого человека можно отнести к сомневающемуся типу. Такое количество знаков «±» может быть у человека, переживающего кризис в своей жизни, а также свидетельствовать о нерешительности как черте характера (когда человеку тяжело принимать решения, он долго сомневается, рассматривая различные варианты).

Наличие знака «?» при оценке идентификационных характеристик говорит о способности человека переносить ситуацию внутренней неопределенности, а значит, косвенно свидетельствует о способности человека к изменениям, готовности к переменам.

Данный знак оценки используется людьми достаточно редко: один или знака «?» ставят только 20% обследуемых.

Наличие трех и более знаков «?» самооценивании предполагает у человека наличие кризисных переживаний.

В целом использование человеком при самооценивании знаков «±» является благоприятным признаком хорошей динамики консультативного процесса.

Для выявления особенностей Я-концепции участников исследования использовались следующие инструменты:

4. Методика исследования самоотношения (МИС)

С.Р. Пантелева предназначена для выявления структуры самоотношения личности, а также выраженности отдельных компонентов самоотношения: закрытости, самоуверенности, саморукводства, отраженного самоотношения, самооценности, самопривязанности, внутренней конфликтности и

самообвинения. Методика допускает индивидуальное и групповое применение без ограничения времени. Длительность заполнения бланка одним испытуемым – 30-40 минут.

После этапа подбора методик, был составлен план диагностики и установлен контакт с подростками (учащимися 10 классов). Диагностика проходила в течение 2 недель и охватила 36 учащихся 10-х классов МБОУ Лицей №2. Участие в диагностике было добровольным, к прохождению допускались все желающие ученики 10-х классов имеющие аккаунт в социальных сетях. Подростки активно делились «адресами» своих страниц в социальных сетях.

На основе анализа литературы были выделены следующие критерии и уровни самопрезентации.

Таблица 2. –Критерии и уровни самопрезентации подростков в социальных сетях

Критерии	Познавательный уровень	Оценочный уровень	Поведенческий уровень
Совпадение образа Я и образа самопрезентации	Уровень самопрезентации основан на представлениях субъекта имиджа о самом себе. При этом субъект всегда завышает свою значимость, независимо от того, основывается ли представление о себе на объективном знании или субъективном мнении. Этот уровень самопрезентации связан с самопознанием своих положительных и отрицательных черт характера, с выявлением устойчив	Уровень самопрезентации связан с осознанием того, что качество, которое мы приписываем собственной личности, далеко не всегда объективны и ними не всегда готовы согласиться другие люди. Не вызывает разногласия лишь возраст, пол, рост, профессия и некоторые другие данные, обладающие достаточной неоспоримостью. В попытках охарактеризовать себя присутствует сильный личностный оценочный момент. Источники оце-	Уровень самопрезентации связан с достижением результата и своей сути является самым актом самопрезентации. Существуют концепции, которые утверждают, что человек всегда идёт по пути достижения максимальной внутренней согласованности. Представления, чувства, идеи субъекта, вступающие в противоречие с другими представлениями, чувствами, идеями, дезгармонизируют личность, создают психологический дискомфорт. Чтобы восстановить утраченное состояние внутренней гармонии субъект готов к различным действиям:

	ых тенденций своего поведения, избирательности своего восприятия.	ночных представлений субъекта о себе - его социальное окружение и социальные реакции на какие-то его проявления. При этом новые социальные оценки могут изменить представление субъекта о самом себе.	отказаться видеть вещитакаими какие они есть, стремиться изменить каким-то образом себя и окружающих и т.д. Дисгармонию субъект устраняет при помощи защитных механизмов. Одним из таких механизмов выступает рационализация Низкий уровень
Безопасная саморпрезентация (удовлетворяющая требования м безопасного поведения в социальных сетях)	Высокий уровень Закрытый аккаунт в социальной сети, круг «друзей» ограничен только знакомыми людьми, посещение виртуальных сообществ, соответствующих безопасному общению в социальных сетях, защита личных фотографий и информации о себе с помощью ограниченного доступа (только друзьям).	Средний уровень Закрытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят не только знакомые люди, посещение виртуальных сообществ, соответствующих безопасному общению в социальных сетях, защита личных фотографий и информации о себе с помощью ограниченного доступа (только друзьям).	Низкий уровень Открытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят все желающие «добавиться в друзья», посещение виртуальных сообществ, не соответствующих безопасному общению в социальных сетях, фотографии и личная информация доступны всем без ограничения

Проанализировав результаты диагностики можно сделать общие и частные выводы. Далее будут подробно описаны результаты каждой методики.

Для исследования были использованы : персональные страницы социальной сети (аккаунты) 20 мальчиков и 16 девочек в возрасте 15-16 лет

Следует отметить, что полученные в результате исследования данные актуальны только для пользователей социальной сети «ВКонтакте» и применимы для описания стилей самопрезентации личностей, соответствующих социальным характеристикам для участников данной группы социальных сетей.

Рассмотрим, что по мнению подростков является самопрезентацией:

Таблица 3.–Определениесамопрезентации

Самопрезентация	%
Способ показать свою натуру, свои способности	36
Формирование впечатления о себе среди другихлюдей	25
Способ самореализовать себя	19
Способ показать себя с лучшей, выгодной стороны	14
Другое	6

Сравним ответы респондентов, с определениемсамопрезентации, которое мы дали в теоретической части нашей работы. Под самопрезентацией понимается совокупность всех действий человека с целью создания определенного образа в глазах аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так группа людей [50].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что подростки достаточно хорошо осведомлены о понятиисамопрезентации, большинство из опрошенных понимают термин правильно. Способ показать свою натуру, свои способности 13 подростков (36%), формирование впечатления о себе среди других людей 9 подростков (25%), способсамореализоватьсебя 7 подростков (19%) , способ показать себя с лучшей, выгодной стороны 5 подростков (14%), другое, 2 подростка (6%). Для 36% подростков самопрезентация – возможность показать себя лучшим образом,этоможно объяснить тем, что для подростков этого возраста в современном мире очень важен именно этот аспект. Ведь на этом этапе жизни строится идеи о будущей карьере, личные отношения, деловые отношения, и того, чтобы они приносили желаемый результат и были успешны, необходимо выглядеть и презентовать себя в лучшем свете, что является главной целью.

Так мы можем сделать вывод, что подростки достаточно осведомлено о понятии «самопрезентации», что может говорить о том, что они читали

литературу по данной теме либо интересовались в каких-либо других источниках о том, как наиболее выгодно представить себя другим людям. Основной целью самопрезентации для подростков является возможность показать себя наилучшим образом, что также позволяет понять, что респонденты имеют правильное представление о том, что такое самопрезентация и для чего она нужна.

Контент-анализ для пользователей социальной сети

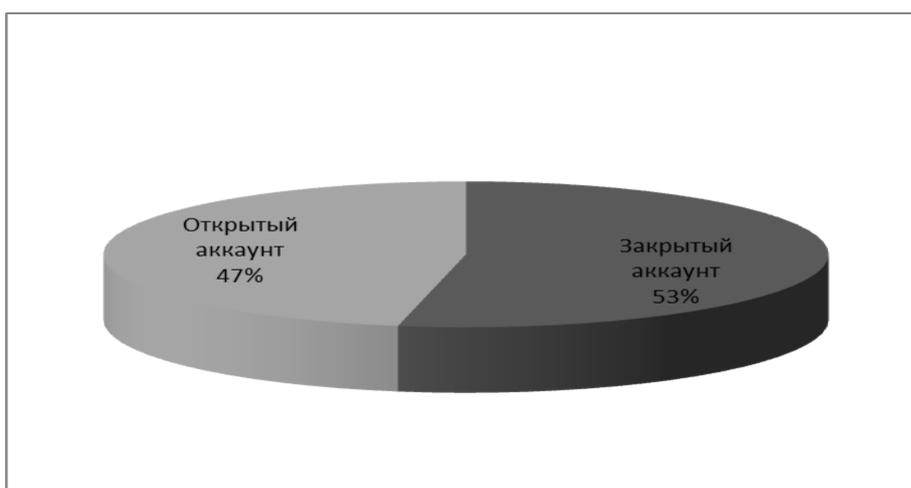


Рис. 1. Безопасность размещения личной информации в социальной сети «ВКонтакте» (закрытый/открытый аккаунт)

В ходе исследования установлено, что более половины респондентов использует закрытый аккаунт 19 подростков (53%)—это может говорить о желании скрыть личную информацию от людей не входящих в круг «друзей» в социальной сети. У подростков (47%) аккаунт является открытым, а это значит, что вся информация является общедоступной.

Таким образом, можно отметить, что особенностью использования социальной сети «ВКонтакте» является то, пользователей есть потребность идентифицировать себя. Это опровергает утверждение о том, что преимуществом и особенностью общения в сети является его анонимность. В данном случае, анонимность отрицается пользователями социальной сети. Возможно, это связано с особенностями функционирования конкретной социальной сети, и данный признак будет не актуален для иной социальной

сети.

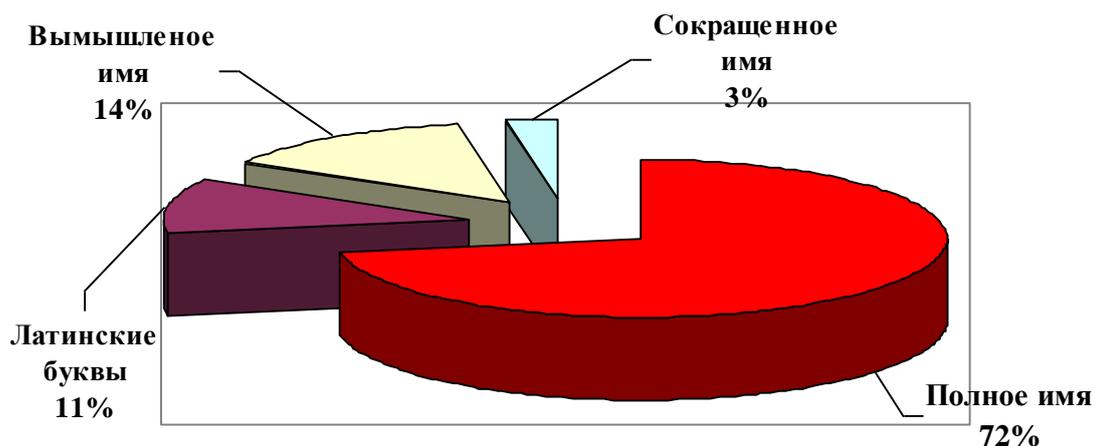


Рис.2.Распределение используемых имен для аккаунтов «ВКонтакте»

Так же было установлено, что своей странице Свое полное имя использует 26 подростков (72%), 4 подростка (11%) для обозначения своего имени используют латинские буквы. Вымышленное имя (ник) используют 5 подростка (14-%) обследуемых, и лишь 1 из респондентов (3%)пользователей сети тем иным образом сокращают свое имя оформлении собственной страницы (см. Рис. 2).

Социальные сети формируются для упрощения коммуникации. При этом люди оказываются заинтересованными в том, чтобы их можно было быстро найти и опознать (профессиональная, коммерческаязаинтересованность, нахождение собеседника, друга, партнёра, второй половины и т.д.). Вероятно, именно поэтому большинство опрошенных пользователей используют свое настоящее (паспортное) имя при регистрации в социальной сети «ВКонтакте».

Визуальное восприятие пользователя посредством аватара чрезвычайно важно как для самоидентификации в сети, так и идентификации и восприятия его другим человеком.

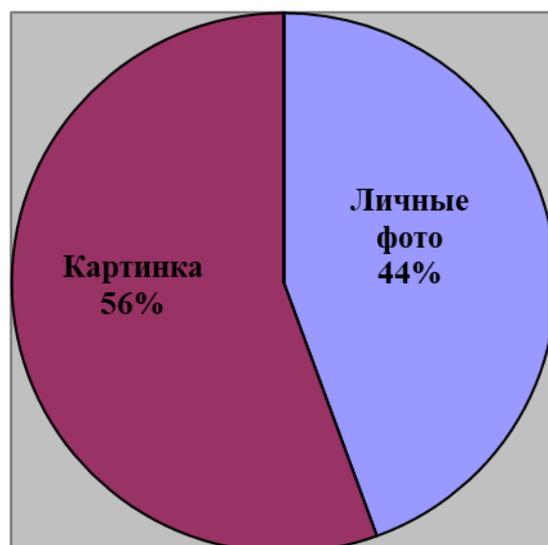


Рис.3. Распределение используемых для самопрезентации фотографий

На рисунке 3 представлены результаты анализа принадлежности фотографий для аватаров пользователю страницы, которые он использовал для самопрезентации в социальной сети.

Здесь возможны два варианта: использование реальных фотографий пользователя и чужих изображений/картинок.

Аватар: у 16 подростков (44%) - фотографии из личного архива, что характерно для личностей с высокой самооценкой, для таких подростков , самопрезентация регулируется стремлением к принятию, и они, будучи уверенными в своей привлекательности, размещают о себе как можно более полную и подробную информацию, ожидая от окружающих одобрения.

20 подростков (56%) разместили картинки вместо своей фотографии – это может говорить о всевозможных негативных сторонах развития личности, в нашем случае возможно стремление к подражанию, или скрытности личности т.к. в аватарах были известные личности.

Меньше всего подростки ставят на аватар фотографии с другими людьми (возлюбленные, члены семьи и т.д.). Этот факт подчёркивает индивидуалистичность данных пользователей: для визуальной самоидентификации и презентации им не требуется наличие другого.

Существует группа пользователей, представляющих себя через своих

друзей, любимых, детей (особенно среди молодых мам), животных и даже коллег. Реже встречаются юмористические, шутливые аватары; фото, говорящие об увлечениях пользователя, и изображения. В целом можно отметить разнообразие типов используемых изображений и, следовательно, и сфер социальной жизни, через демонстрацию которых пользователь идентифицирует себя.

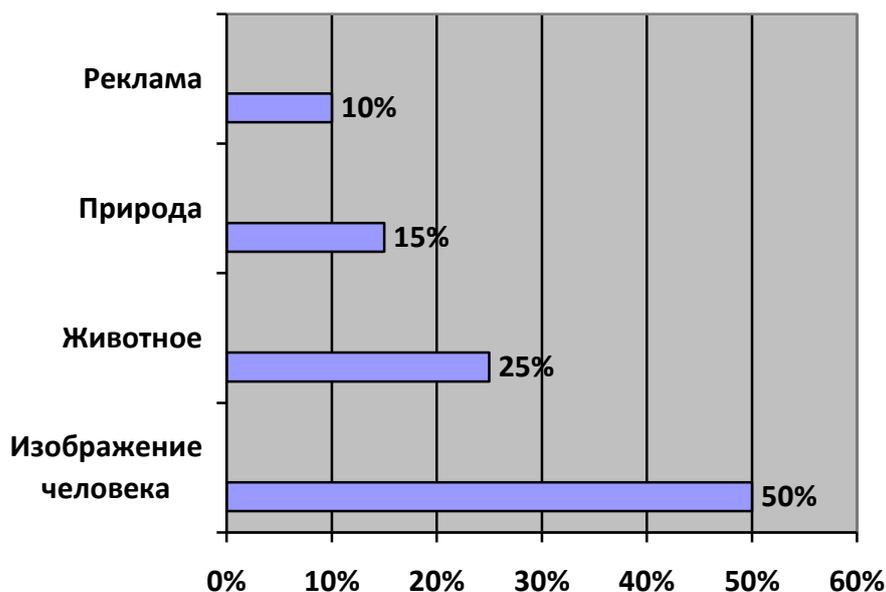


Рис.4 Анализ чужих изображений на страницах аккаунта

Как было сказано выше, 56% подростков использует для аватаров чужие изображения, картинки, фотографии. На рисунке 4 представлено распределение типов изображений по частоте использования.

Наибольшее число пользователей - человек из данной группы использует аватары, содержащие изображения человека, – это могут быть фотографии или нарисованные изображения. Возможно, пользователи ассоциируют свой образ с образом/характером/авторитетом героя или настроением изображения, совпадающим с самоощущением пользователя в данный момент. Герой-аватар может отсылать к какому-либо кинофильму, музыке, литературному произведению, следовательно, быть «мостиком» в определённый культурный контекст. Не исключён вариант, когда пользователь

намеренно скрывает своё лицо, чтобы оставаться неузнанным.

На втором месте по частоте использования стоята аватары с изображением животных- 5 человека. Чаще всего это кошки, что, вероятно, объясняется взлетевшей популярностью всевозможных картинок, в числе юмористических, с кошками. Также в сети сегодня активно транслируется умиление по отношению к кошкам и ассоциация их с незамужними девушками и женщинами. Картинки природы- 3 человека и рекламы-2 человека.

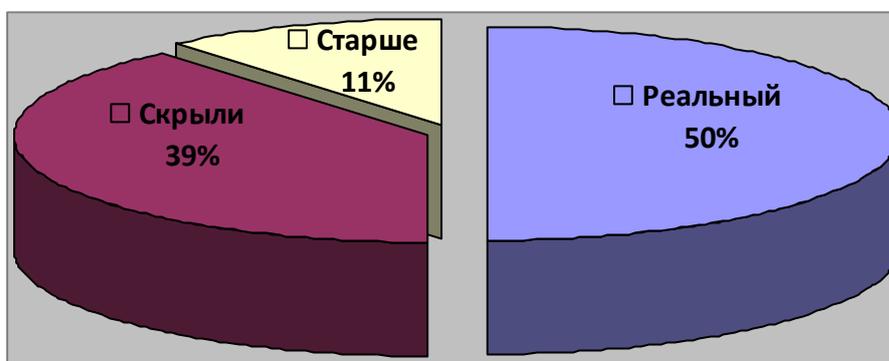


Рис. 5 Анализ указанного возраста на страницах в социальной сети «ВКонтакте»

Возраст: свой настоящий возраст указали 18 подростков (50%), подростков (39%) скрыли свой возраст, 4 подростка (11%) указали возраст старше (хотя бы старше своего реального возраста).

Полученные результаты показывают, что виртуальная самопрезентация вносит вклад в изменение реальной социальной идентичности пользователя. Каждый пользователь создает в Интернет свой виртуальный образ, важное влияние на создание которого оказывают не только феномены Интернет, но и личностные особенности пользователя, стиль самопрезентации. Личность пользователя в социальной сети определяется особенностями его «Я-концепции». Особенности «Я-

концепции» субъекта взаимосвязаны со всеми аспектами пользования социальной сетью (аккаунт, аватар, никнейм, возраст и т.д.). Социальная сеть – это неоднозначный, до конца не изученный феномен. Сегодня исследователи говорят о социальной сети как форме организации социального пространства, о форме бытия и социальном институте, о средстве для самопрезентации, формирования идентичности и самоутверждения личности пользователя. Самопрезентация в сети – это управляемая личностью передача определённой информации о себе, являющейся выражением эмоциональных и когнитивных элементов «Я-концепции». В самопрезентации равно могут быть отражены как подлинные, так и фальшивые компоненты реального «Я», а также бессознательные компоненты, так как самопрезентация не контролируется личностью до конца.

Описав общий характер самопрезентации в исследуемой группе, перейдем к анализу результатов, полученных нами с помощью анкетированного опроса.

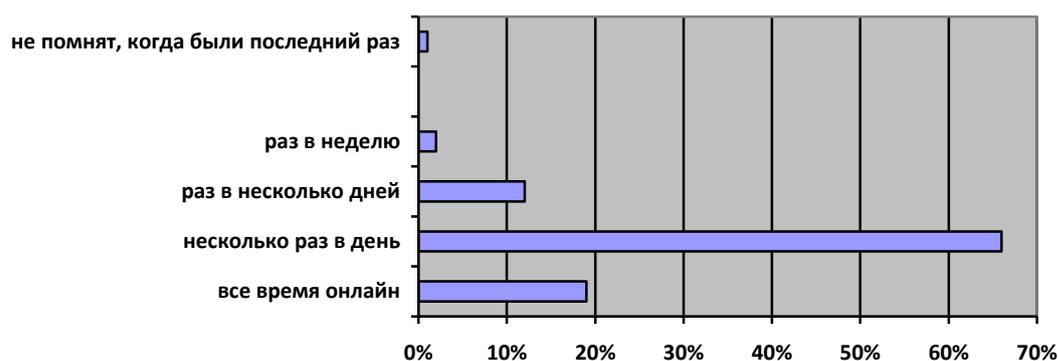


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос: «Как часто Вы посещаете свою страницу в социальной сети «ВКонтакте»?»

Частота посещения социальной сети «ВКонтакте» показал следующие результаты : 66 посещают свой профиль несколько раз день, все время онлайн 19% респондентов, несколько дней –12%, раз в неделю – 2%, не помнят, когда всего 1 %.

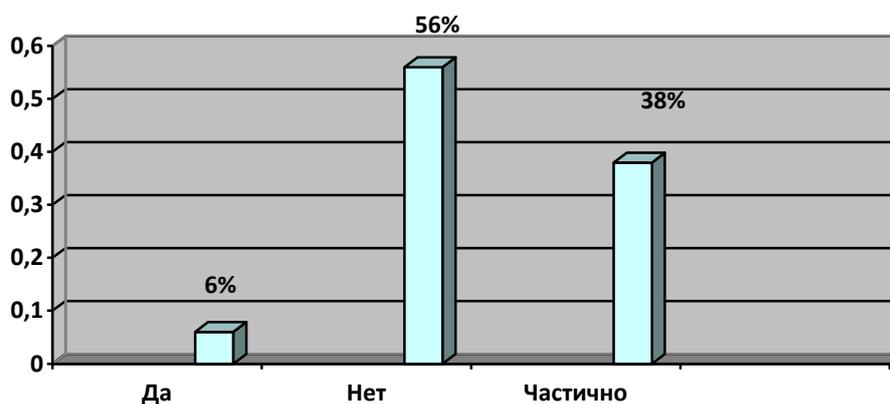


Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «Общаетесь ли Вы социальной сети с незнакомыми людьми?»

Большинству пользователей (56%) виртуальное общение с незнакомыми людьми не интересно; значительному числу опрошенных (38%) оно интересно частично (см. Рис. 7).

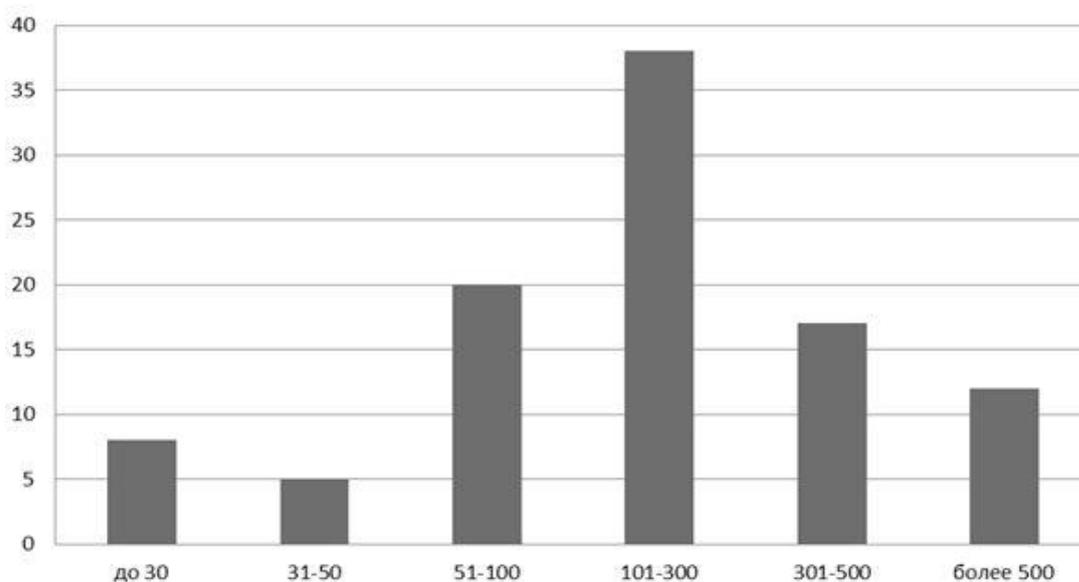


Рис. 8. Распределение ответов на вопрос «Сколько у Вас друзей в социальной сети «ВКонтакте?»»

Число друзей в социальной сети (см. рис. 8) определённый показатель социальной активности пользователя, уровня его коммуникабельности. Следует отметить, что некоторые пользователи намеренно увеличивают (накручивают) число друзей, чтобы представлять им себя, свою работу или демонстрировать другим свой широкий социальный круг

Таблица 4. – Изменения, произошедшие в жизни подростков с момента регистрации в социальных сетях

Изменения	%
Я стал(а) больше времени проводить в телефоне (за компьютером)	56
С социальные сети помогли мне найти новых друзей (знакомых, репетитора и т.д.)	14
Ничего не изменилось	20
Я реже вижу с друзьями, так как можем общаться виртуально	10

По данным таблицы 2, видим, что регистрация и нахождение респондентов в социальных сетях, повлияла на их досуг и времяпровождение, теперь чаще всего они проводят время в телефоне и за компьютером (56 %). может повлечь за собой то, что ряду с ограничением двигательной активности, могут возникнуть некоторые проблемы со здоровьем, увеличиться средний вес тела человека. Но также времяпровождение в Интернете и социальных сетях может иметь и преимущества, возможность общаться с людьми которые находятся далеко, возможность посмотреть интересные мероприятия с помощью виртуальной реальности. Мы видим, что всего лишь 10 отметили, что стали реже видеться с друзьями. Это говорит о том, что подростки не считают, что социальные сети и интернет мешают и заменяют общение в реальной жизни.

Исследование самоотношения подростков (по методике МИС С.Р. Пантелеева) проходило на базе МБОУ Лицей №2, г. Красноярск. В эксперименте принимали участие подростки 10-х классов в возрасте 15-16 лет, всего 36 человек. Нам было интересно проследить, как различаются показатели самоотношения у подростков с разным уровнем самопрезентации в социальных сетях. С этой целью мы посчитали средние значения по каждой шкале для групп подростков.

Таблица 5. – Средние значения по шкалам МИС в группах подростков, разделенных по уровням самопрезентации в социальных сетях (в стенах)

Шкалы МИС	Уровни самопрезентации		
	Высокий	Средний	Низкий
Замкнутость	9	5,7	3
Самоуверенность	8,9	5,2	2,4
Саморуководство	8,3	5,4	3
Отраженное самоотношение	8,8	5,5	2,4
Самоценность	8,8	5,7	2
Самопринятие	7,7	5,8	2,3
Самопривязанность	8,7	6	2,5
Внутренняя конфликтность	7,4	5,5	2,6
Самообвинение	8,8	5,6	2,3

В группе подростков с высоким уровнем самопрезентации в социальной сети (безопасная, отражает Я подростка) самые высокие результаты мы получили по шкале «замкнутость» (9), отражает выраженное защитное поведение личности, желание соответствовать общепринятым нормам поведения и взаимоотношений с окружающими людьми. Такие подростки склонны избегать открытых отношений с самим собой; причиной может быть осознанное нежелание раскрывать себя, признавать существование личных проблем.

Ближе к пороговому значению в этой группе шкала «самопринятие» (7,7), что отражает стремление сохранить в неизменном виде свои качества, требования к себе, а главное – видение и оценку себя. Помехой для

самораскрытия может быть также высокий уровень личностной тревожности, предрасположенность воспринимать окружающий мир как угрожающий самооценке.

«Внутренняя конфликтность» определяет наличие внутренних конфликтов, сомнений, несогласия с собой, выраженность тенденций самокопанию и рефлексии. Развитая рефлексия переходит самокопание, приводящее к нахождению осуждаемых в себе качеств и свойств. Такие подростки отличаются высокими требованиями к себе, что нередко приводит к конфликту между «Я»-реальным и «Я»-идеальным, между уровнем притязаний и фактическими достижениями.

В группе подростков со средним уровнем самопрезентации в социальных сетях (частично измененные данные о себе, условно безопасное поведение) самые высокие результаты мы получили по шкале «самопривязанность» (6), указывающие на избирательность отношения к своим личностным свойствам, на стремление к изменению лишь некоторых своих качеств при сохранении прочих других. Самые низкие значения: отмечаются по шкале «самоуверенность» (5,2), они свойственны подросткам, кто сохраняет уверенность в себе, ориентацию на успех начинаний в привычных для себя ситуациях, но утрачивает их при неожиданном появлении трудностей.

В группе подростков с низким уровнем самопрезентации в социальных сетях (измененные данные, небезопасное поведение) самые высокие результаты мы получили по шкале «замкнутость» и «саморуководство» (3). Это характеризует подростков как критично настроенных по отношению к себе, верящих в подвластность своего «Я» внешним обстоятельствам и событиям. Механизмы саморегуляции ослаблены, волевой контроль недостаточен для преодоления внешних и внутренних препятствий на пути к достижению цели. Переживания относительно собственного «Я» сопровождаются внутренним напряжением.

Самые низкие значения отмечаются по шкале «самоценность» (2),

говорит о глубоких сомнениях подростков в уникальности своей личности. Неуверенность в себе ослабляет сопротивление средовым влияниям. Повышенная чувствительность к замечаниям и критике окружающих в свой адрес делает человека обидчивым и ранимым, склонным не доверять своей индивидуальности.

На основе выделенных нами критериев и уровней самопрезентации подростков в социальных сетях, мы сделали выводы о безопасном поведении подростков в социальных сетях.

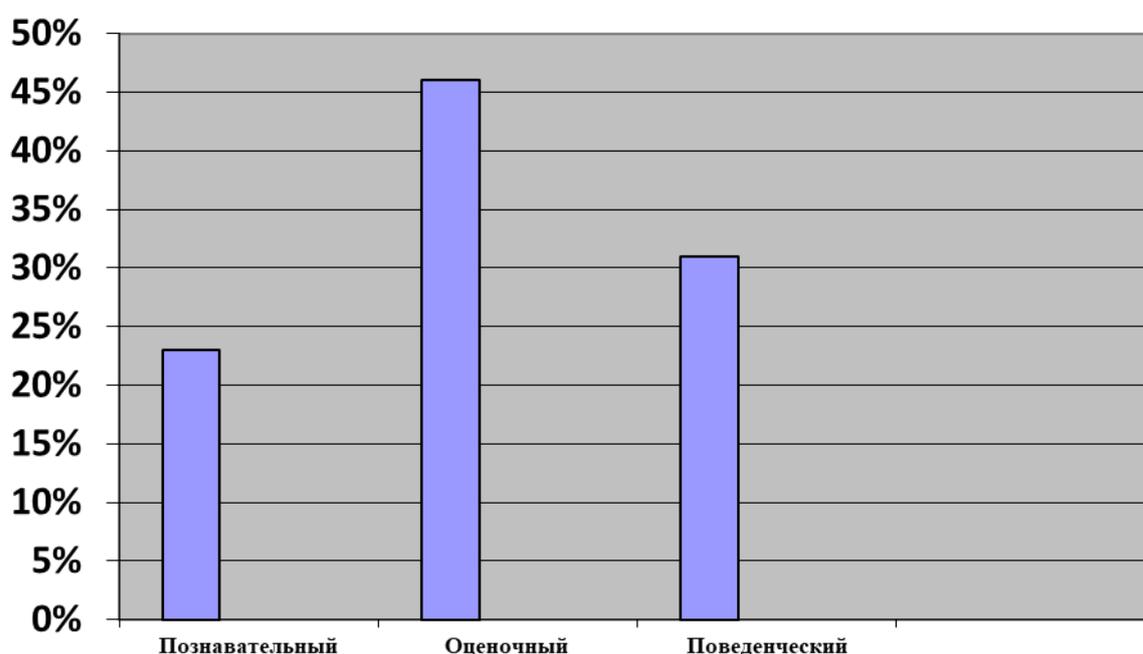


Рис. 9. Распределение респондентов по критерию: «Совпадение образа Я и образа самопрезентации»

На познавательном уровне субъект формирует собственный "Я-образ", основываясь на представлениях имиджа о самом себе. При этом субъект часто завышает свою значимость, независимо от того, основывается ли представление о себе на объективном знании или субъективном мнении. Этот уровень связан с самопознанием черт характера, с выявлением устойчивых тенденций своего поведения, избирательности своего восприятия. Таких подростков в результате нашего исследования оказалось

23%.

На оценочном уровне субъект формирует самооценку, основываясь на своих представлениях о том, как его видят другие. Таких подростков оказалось большинство 46%. У субъекта формируется аффективная оценка представления о самом себе, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с принятием или осуждением другими. Не вызывает разногласия лишь возраст, пол, рост, профессия и некоторые другие данные, обладающие достаточной неоспоримостью. В попытках охарактеризовать себя присутствует сильный личностный оценочный момент. Источникоценочных представлений субъекта о себе - его социальное окружение и социальные реакции на какие-то его проявления. При этом новые социальные оценки могут изменить представление субъекта о самом себе.

Таким образом, самооценка отражает степень развития у субъекта чувства самоуважения, ощущения собственной ценности и позитивного отношения к собственному Я. На поведенческом уровне субъект формирует акт самопрезентации, основываясь на представлениях о том, каким бы хотел стать («идеальном Я», обусловленным имиджем и самооценкой). 31% респондентов относятся к данному уровню. Представления субъекта, вступающие в противоречие с другими, дегармонизируют личность, создают психологический дискомфорт.

Чтобы восстановить утраченное состояние внутренней гармонии, субъект готов к различным действиям: отказаться видеть вещи такими, какие они есть, стремиться изменить каким-то образом себя и окружающих и т.д.

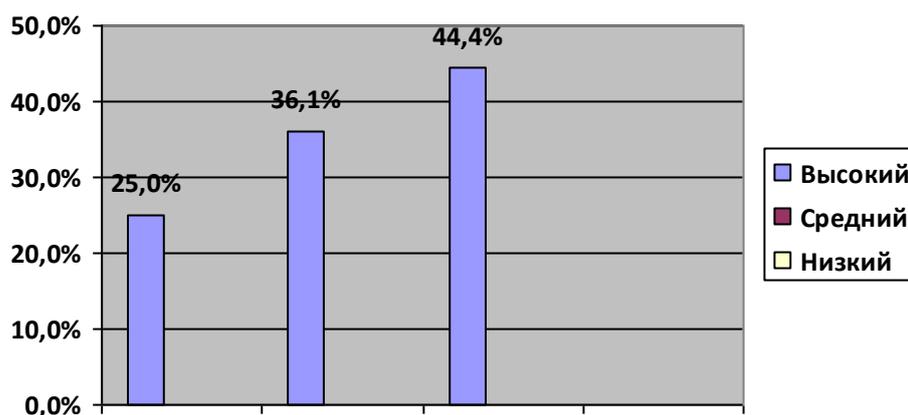


Рис. 10 Распределение респондентов по критерию: «Безопасная самопрезентация подростков в социальных сетях»

Высокий уровень у (25%) подростков они имеют закрытый аккаунт в социальной сети, круг «друзей» ограничен только знакомыми людьми, посещение виртуальных сообществ соответствует безопасному общению в социальных сетях, личные фотографии и информации о себе защищены с помощью ограниченного доступа (только друзьям).

Средний уровень у подростков (30,6%) – значит, что они имеют закрытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят не только знакомые люди, посещение виртуальных сообществ соответствует безопасному общению в социальных сетях, личные фотографии и информации о себе защищены с помощью ограниченного доступа (только друзьям).

Низкий уровень у подростков (44,4%) , открытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят все желающие «добавиться в друзья», посещение виртуальных сообществ, не соответствует безопасному общению в социальных сетях, фотографии и личная информация доступны всем без ограничения.

Полученные результаты говорят о необходимости помощи подросткам как в помощи в формировании позитивного самоотношения, так и

построении оптимального способа самопрезентации. Умение правильно предъявить себя – это удивительная способность, которая позволяет человеку привлечь внимание к своим достоинствам, скрыть недостатки, создать свой собственный неповторимый имидж, добиться расположения собеседника, обеспечить успех в профессиональной деятельности и личном общении. Подростку особенно важно понимать, что он принимаем своими сверстниками, потому что именно так происходит процесс самоутверждения подростка. Умение самоподачи, самопрезентации становится, в этом смысле, крайне значительным и актуальным.

Для работы с подростками нами было выбрано групповое консультирование, так как условия группы дают подросткам возможность узнать, что другие тоже имеют проблемы. По мере того, как подростки делятся в группе своими проблемами и переживаниями, растет уровень доверия, который приводит к близкому, интимному контакту между членами группы. Групповой опыт формирует систему поддержки, а также становится важным источником безопасности и силы участников. Группа предоставляет возможность обсуждения актуальных проблем и поведенческих рисков.

Дальнейшая работа будет направлена на реализацию программы групповых консультаций.

2.2. Организация и проведение формирующего эксперимента

Исходя из результатов констатирующего эксперимента, была выделена группа подростков, нуждающаяся в повышении уровня оптимального способа самопрезентации в социальных сетях. Однако для чистоты эксперимента было решено принять во внимание желание самих подростков, поэтому четкого разграничения и личного приглашения на дальнейшую работу не было.

В качестве наиболее оптимальной и эффективной формы работы в построении оптимального способа самопрезентации подростков в

социальных сетях нами было выбрано групповое консультирование. Условия группы дают подросткам возможность узнать, что другие тоже имеют проблемы. По мере того, как подростки делятся в группе своими проблемами и переживаниями, растет уровень доверия, который приводит к близкому, интимному контакту между членами группы. Групповой опыт формирует систему поддержки, а также становится важным источником безопасности и силы участников. Группа предоставляет возможность обсуждения актуальных проблем поведенческих рисков.

Программа была составлена с учетом возрастных особенностей подростков. На наш взгляд это позволит нам в полной мере отработать гипотезу нашего исследования.

Умение правильно предъявить себя - это удивительная способность, которая позволяет человеку привлечь внимание к своим достоинствам, скрыть недостатки, создать свой собственный неповторимый имидж, добиться расположения собеседника, обеспечить успех в профессиональной деятельности и личном общении. Подростку особенно важно понимать, что он принимаем своими сверстниками, потому что именно так происходит процесс самоутверждения подростка. Умение самоподачи, самопрезентации становится, в этом смысле, крайне значительным и актуальным. Не найдя понимания среди реальных друзей, подросток ищет общения и самореализации в сети Интернет, поэтому возникает необходимость целенаправленной работы по развитию навыков самопрезентации подростков в социальных сетях.

Цель программы – развитие навыков оптимального способа самопрезентации подростков в социальных сетях.

Задачи:

1. Информировать о том, что такое самопрезентация, её особенностях и путях развития.
2. Развивать умение понимать реакции собеседника, производимое на него впечатление.

3. Тренировать навыки уверенного поведения, гибкости в общении.

4. Развить умение безопасно презентовать себя в социальных сетях

Участники программы: подростки 15 - 16 лет, обучающиеся в 10-х классах

Для работы с подростками были выбраны следующие техники: разминки, игры и игровые упражнения, дискуссии и обсуждения, моделирование и анализ ситуаций, арт-техники, психогимнастические упражнения и релаксации.

Программа рассчитана на 10 занятий, 2 раза в неделю. Продолжительностью 2 часа каждое.

Консультативные встречи осуществлялись на базе МБОУ Лицей г.Красноярска, с учащимися 10-х классов .

Содержание программы отражено в таблице 6 и Приложении Б.

Таблица 6.–Содержание программы развития навыков самопрезентации

Тема встреч	Содержание встреч
1. Что такое самопрезентация и зачем она нам нужна?	Правила группы. Упражнения «Мое настроение сейчас», «Знакомство – Интервью», «Ожидания участников», «Взаимные презентации», «Рукопожатие». «Карусель». Мини-лекция «О самопрезентации и ее месте в жизни»
2. Успешная самопрезентация	Игра ««Поменяйтесь местами» Упражнения «Комплимент», «Сказочная самопрезентация», «Двойник», «Лозунг жизни», «Экспедиция». Дискуссия «Ресурсы успешности самопрезентации».
3. Невербальный «язык», как понять и располагать к себе	Упражнение «Презентация эмоций». Мини-лекция «Невербальные средства самопрезентации». Игра «Крокодил». «Обратная

	связь – Процедура прощания».
4. Визитная карточка человека-речь	Упражнения «Лепестки», «Самореклама», Ролевая игра «Интервью со звездой». Дискуссия «Правила виртуального общения»
5. Эмоции – зеркало души. Фотографии, как средства выражения эмоций	Упражнения «Мое настроение сейчас», «Эмоциональное состояние партнера», Мини-лекция «Факторы эмоционального напряжения»
6. Уверенный человек, как вести себя.	Упражнения «Комплименты», « Собеседование на работу», Дискуссия «Как ведет себя в социальных сетях уверенный человек?»
7. Что такое имидж и его значение	Психогимнастика: «Я люблю себя за то, что...». «Имидж, его составляющие». Мини-лекция «Каким может быть имидж в социальных сетях»
8. Конфликтные ситуации	Упражнения «Испорченный телефон», «Толкалки», «Вместо ссоры – мир». Дискуссия «Чему мы научились при разрешении конфликтов»
9. Самопрезентация: Оптимальный способ самопрезентации	«Умение сказать нет». Ролевые игры «В магазине», «Телефонный звонок в парикмахерскую». Дискуссия «безопасная самопрезентация в социальной сети» Обсуждение, рефлексия
10. Самопродвижение, секреты успеха	«Я – сильный, я – слабый», «Всеобщее внимание», «Ода о себе» Коллаж «Моё внутреннее Я». Заключительная рефлексия тренинга.

Встречи включают в себя: приветствие и отслеживание состояния и

настроения посредством рисования с использованием различных материалов, цель которого – снятие эмоционального напряжения, настрой на взаимодействие, создание комфортной атмосферы и коммуникации.

Психогимнастические упражнения активизируют, стимулируют, подготавливают к работе над основной темой занятия, которой посвящены дискуссии, обсуждения, лекции.

Завершающий этап: рефлексивный этап, позволяющий подростками усваивать опыт, полученный в ходе занятия, и повторное рисование своего настроения в конце занятия, для сравнения.

Для проведения встреч необходимо просторное помещение, где подростки смогут, как расположиться в кругу, а также выполнять индивидуальную работу за отдельными столами, свободно передвигаться, выполнять игровые упражнения. Для работы понадобится компьютер/ноутбук, проектор, колонки. Листы (А4,А3), цветные карандаши, ручки, маркеры, мелки

При реализации программы консультативных встреч с подростками мы старались максимально активизировать подростков, организовать оживленный обмен мнениями, стимулировать их размышления над тем, как правильно построить оптимальный способ самопрезентации, не только в социальных сетях, но и в построении межличностных отношений.

Мы давали подросткам различные темы для обсуждения:

- Что такое самопрезентация и зачем она нам нужна?
- Что такое имидж?
- Невербальный «язык», как понять и располагать к себе?
- Что такое эмоции ? Как они помогают располагать к себе?
- Конфликтные ситуации, как из них выйти?

Таким способом мы старались затронуть различные аспекты жизнедеятельности человека, в которых важна самопрезентация.

В процесс консультации мы включали и психологические упражнения,

позволяющие подросткам прийти к определенным выводам, соотносящимся с тематикой нашей Программы.

Например, на второй встрече мы провели психологическое упражнение «Сказочная самопрезентация»

Целью упражнения:показать участникам, что, используя навыки самопрезентации и абстрагируясь от своих собственных моделей поведения, можно быть очень успешным самопрезентации.

Материалы: карточки с названием сказочного персонажа.

Участники консультативной встречи поочередиполучали бумажку с персонажем, устраивали самопрезентацию от имени этого персонажа, выбрав при этом должность, на которую персонаж претендует. Время подготовки – 5 минут. Остальные участники из хода самопрезентации должны были угадать, что же это за персонаж. Это упражнение показалось забавным участникам, они смеялись, задавали наводящие вопросы,поддерживали друг друга . Пробовали представить самопрезентацию не только своего персонажа, но и показать, как они видят персонажа других участников группы.Послесамопрезентации « сказочных героев» участникам задавались вопросы:

Легко ли было выбирать должности и службы для персонажей?

Легко ли было их представлять?

На вопрос легко ли было их предъявлять большинство подростков ответили, что достаточно не просто за 5 минут вжиться в роль персонажа, понять:какой у него характер, внешний вид, что его интересует и т.д.

Помимо структуры встреч с подростками мы дадим характеристику стадиям психологического консультирования.На первой встрече мы уделяли внимание проблеме установления контакта с подростками, чему способствовала предварительная работа – мы общались с подростками и до консультирования: в рамках диагностической работы, неформального общения и пр. Также участникам группы было разъяснено, что в предстоящие несколько недель будет сделан акцент в работе на психологической составляющей взаимодействия.

Участники группы учатся в параллельных классах, но как оказалось, есть те, кто не знает имен своих товарищей. Для этого мы довали в наши консультативные встречи упражнение «Знакомство – Интервью». С помощью этого упражнения подростки не только узнали имена друг друга (те, кто не знал), но и поговорили об интересах, у многих они оказались схожими.

Во время сессий консультирования применялись различные ролевые игры например: «В магазине», «Телефонный звонок в парикмахерскую», «Интервью со звездой». В данных играх подростки смогли умело себя презентовать и выслушать собеседника. Смена ролей происходила по желанию подростков, им нравилось играть разные роли. Они с удовольствием делились в впечатлениями от сыгранных ими ролей.

В конце каждой сессии члены группы в режиме свободного общения делились своими мыслями по поводу прошедшей сессии. Рисовали свое настроение до и после сессии. После сессии у подростков были яркие рисунки, с веселыми изображениями себя.

2.3. Результаты формирующего эксперимента и их обсуждение

Результаты эффективности программы отражены в Приложении В.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Замкнутость» изображена на Рис 11.

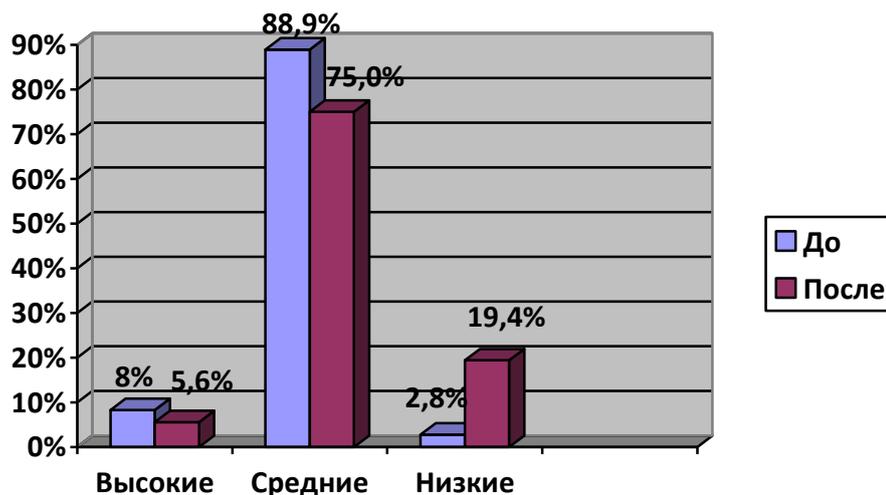


Рис. 11. Распределение испытуемых по шкале «Замкнутость»

Распределение на Рис. 11 позволяет утверждать, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Замкнутость» высокого уровня 5,6% , 2 подростка; среднего уровня –75%, 27 подростков; низкого –19,4%, 7 человек. Подростков с высоким уровнем стало на 1 подростка меньше (2,8%), со средним на 6 подростков (16,7 %) меньше, с низким на 6 подростков (16,7%) больше. То есть стало больше подростков с низким уровнем. Низкие значения говорят о внутренней честности респондентов. Уменьшились значения высокого и среднего уровней.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Самоуверенность» изображена на рис. 12.

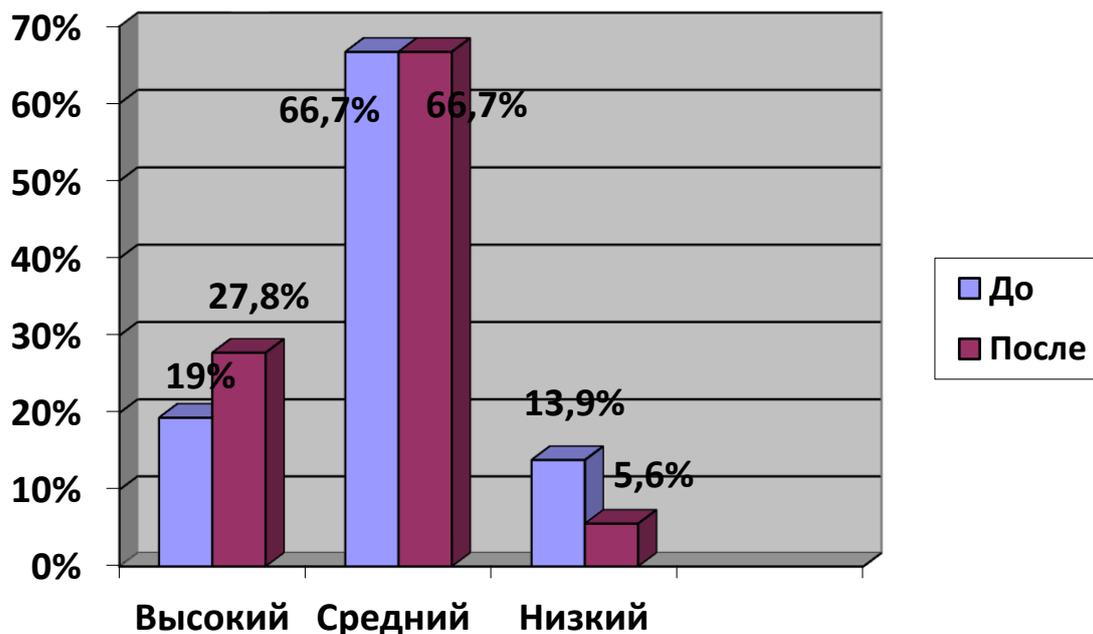


Рис. 12. Распределение испытуемых подростков по шкале «Самоуверенность»

Распределение на Рис. 12 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Самоуверенность» Высокого уровня 27,8% , 10 человек; среднего уровня 66,7% , 24 подростка; низкого– 5,6%, 2 подростка. Подростков с высоким уровнем стало на 3 подростка (8,3%) больше, со средним столько же подростков (%), но у разных респондентов , с низким на 3 подростка (8,3%) меньше. То есть больше подростков с высоким и средним уровнями, и снижение низкого уровня.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Саморуководство» изображено на Рис. 13.

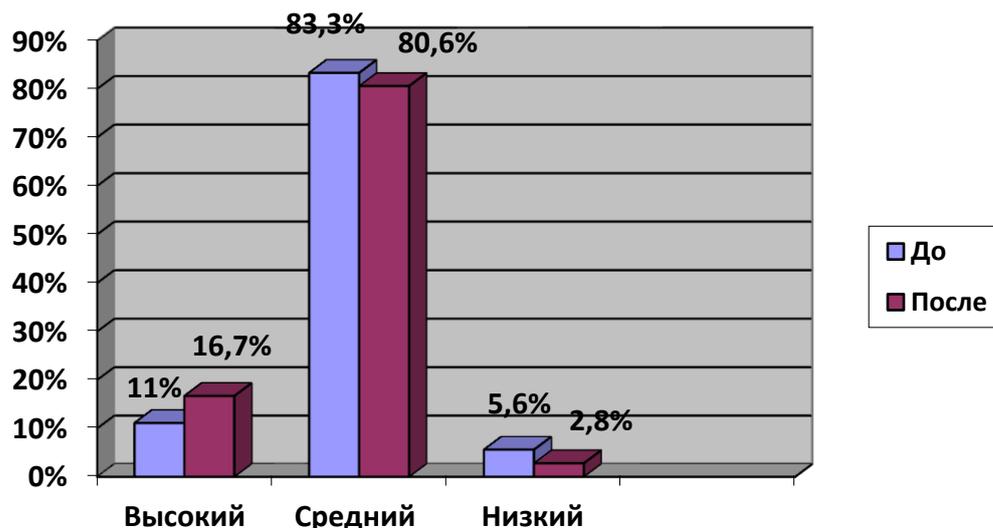


Рис. 13. Распределение испытуемых подростков по шкале «Саморуководство»

Распределение на Рис. 13 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Саморуководство» высокого уровня 16,7% ,6 подростков; среднего – 80,6%, 29 подростков; низкого 2,8%, 1 подросток. Подростков с высоким уровнем стало на 2 подростка (5,6%) больше, со средним на 1 подростка (2,8%) меньше, с низким на 1 подростка (2,8%) меньше. Стал выше процент подростков с высоким уровнем по шкале «саморуководство», что характерно для тех, кто основным источником развития своей личности считает себя. Такой человек ощущает себя способным оказывать сопротивление внешним влияниям. Противиться судьбе и стихии событий. Низкий уровень стал немного ниже, к низкому уровню относят личности ведомые внешним обстоятельствам и событиям.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Отраженное самоотношение » изображено на Рис. 14.

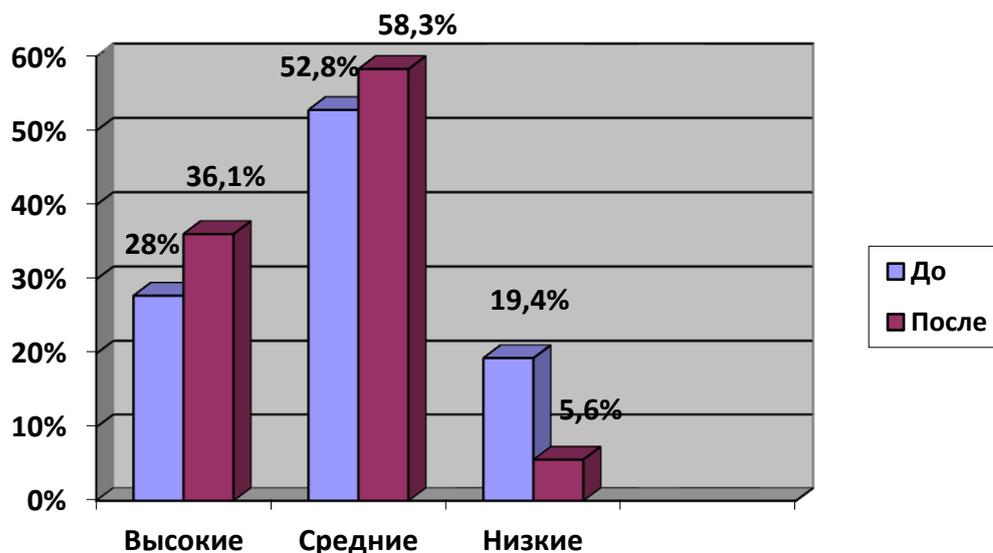


Рис.14. Распределение испытуемых подростков по шкале «Отраженное самоотношении»

Распределение Рис. 14 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Отраженное самоотношение» высокого уровня 36,1%, 13 подростков. Подростков с высоким уровнем стало на 3 подростка (8,3%) больше, со средним на 2 подростка (5,6%) больше, с низким на 2 подростка (5,6%) меньше. Показатели низкого уровня говорят о том, что респондент относится к себе к неспособному вызвать уважение у окружающих. Поддержка и одобрение от людей не ожидается. Наблюдается динамика снижения данного показателя. Высокие и средние значения увеличивается. Средние значения означают избирательное восприятие подростками отношение окружающих к себе. По их мнению, хорошее отношение окружающих людей распространяется лишь на определенные качества и на определенные поступки. Другие личностные проявления способны вызвать у них лишь неприятие. Высокие значения по шкале отраженное самоотношение соответствуют таким подросткам, которые воспринимает себя принятым окружающими людьми.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Самоценность» изображено на Рис. 15.

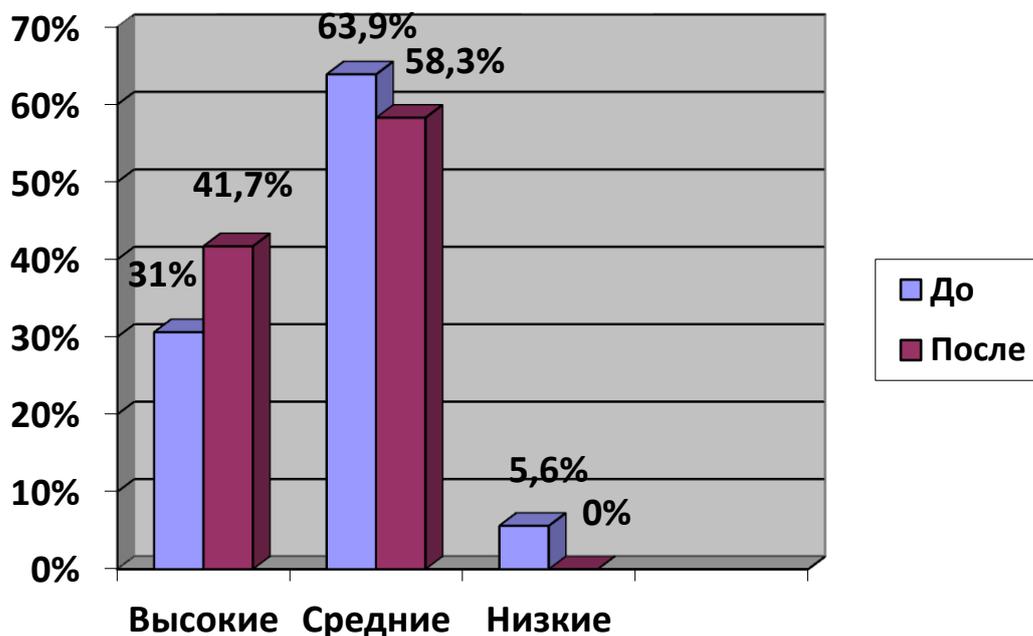


Рис. 15. Распределение испытуемых подростков по шкале «Самоценность»

Распределение Рис. 15 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Самоценность» высокого уровня 41,7%, 15 подростков. Подростков с высоким уровнем стало на 4 (11,1%) больше, со средним на 2 (5,6%) меньше, с низким на 2 (5,6%) меньше (с низким уровнем подростков не осталось). Больше всего подростков со средним уровнем – это говорит об избирательном отношении к себе. Выросло число подростков с высоким уровнем, что характерно для подростков, которые высоко оценивают свой духовный потенциал, свой внутренний мир. Такие люди склонны воспринимать себя как индивидуальность и высоко ценить собственную неповторимость.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Самопринятие» изображено на Рис. 16.

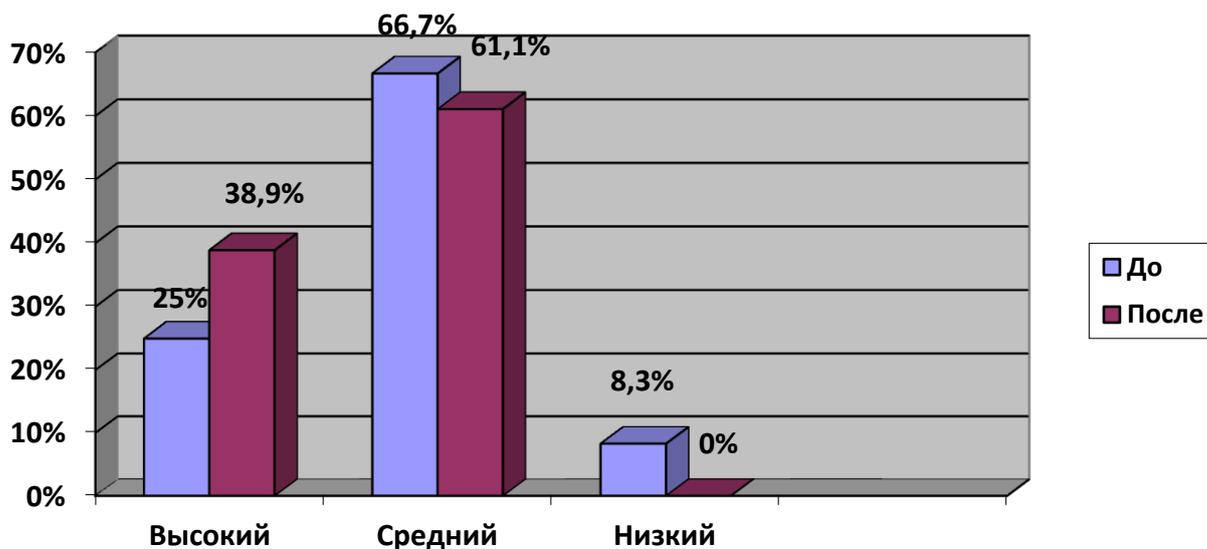


Рис. 16. Распределение испытуемых подростков по шкале «Самопринятие»

Распределение на Рис. 16 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Самопринятие» подростков с высоким уровнем стало на 13,9%, 5 подростков больше. Подростков со средним на 5,6%, 2 подростка меньше, с низким на 3 подростка (8,3%) меньше. Высокий уровень вырос, значения по шкале самопринятия характеризуют склонность человека воспринимать все со стороны своего «Я». Принимать себя во всей полноте поведенческих проявлений. Общий фон восприятия себя положительный. Преобладает, программы средний уровень. Подростки со средним уровнем склонны принимать не все стороны своей личности и не все их критиковать. Подростков с низким уровнем по данной шкале не стало. Низкие значения шкалы самопринятия указывают на общий негативный фон восприятия себя. Указывают на склонность критично воспринимать себя.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Самопривязанность» изображено на Рис. 17.

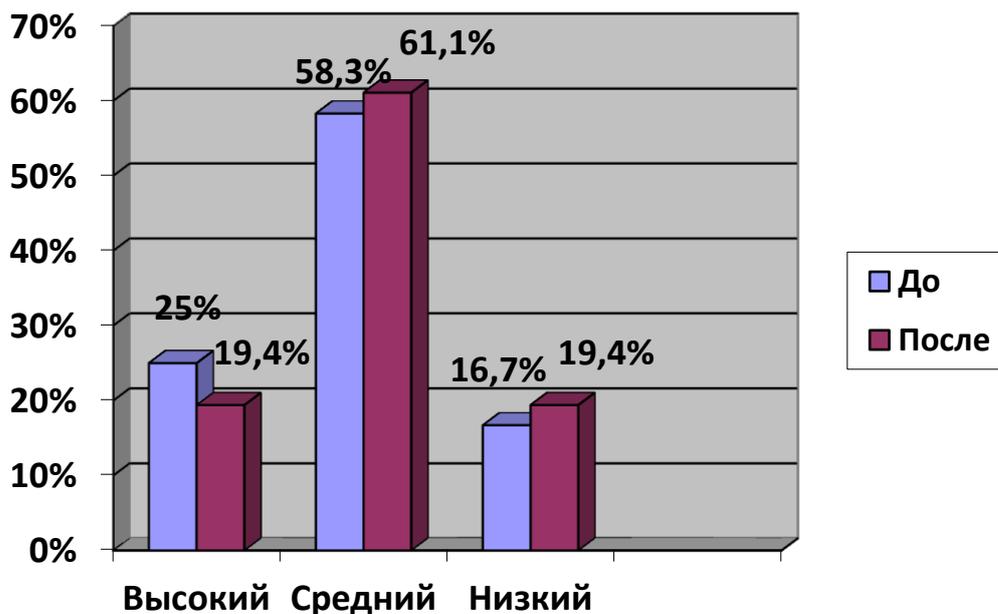


Рис 17. Распределение испытуемых подростков по шкале «Самопривязанность»

Распределение на Рис. 17 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Самопривязанность» подростков с высоким уровнем уменьшилось на 5,6 % (2), подростков со средним значением стало больше на 2,8% (1), с низким увеличилось на 2,8% (1). Высокие значения по шкале самопривязанность отражают высокую ригидность «Я-концепции». Стремление сохранить в неизменном виде свои качества, видение и оценку себя. Средние значения указывают на избирательность отношения к своим личностным свойствам. На стремление к изменению лишь некоторых своих качеств, при сохранении других. Низкие значения по шкале самопривязанность фиксируют высокую готовность к изменению «Я-концепции». Открытость новому опыту познания себя. Поиски соответствия реального и идеального «Я».

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Внутренняя конфликтность» изображено на Рис. 18.

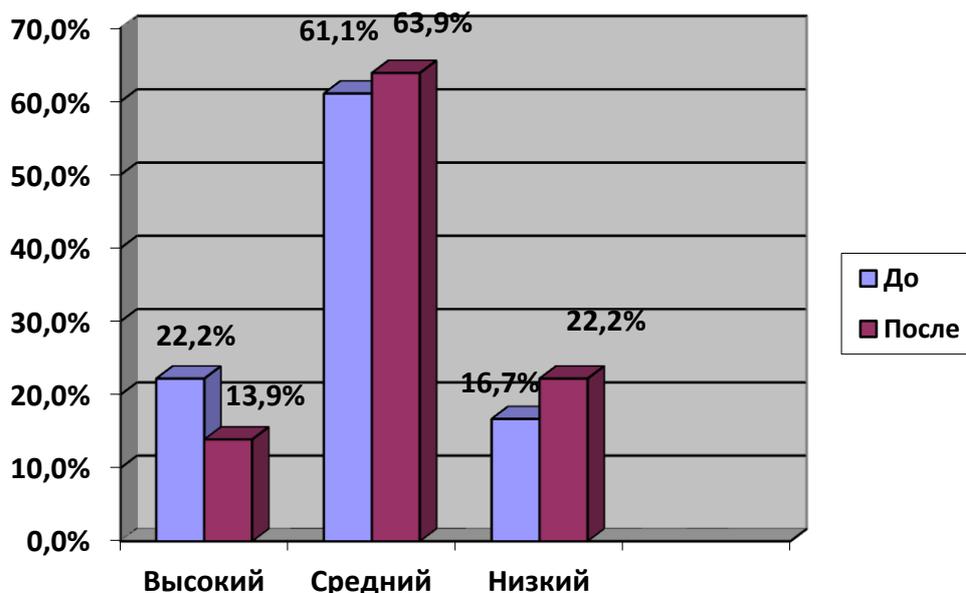


Рис. 18. Распределение испытуемых подростков по шкале «Внутренняя конфликтность»

Распределение на рис. 18 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Внутренняя конфликтность» подростков с высоким уровнем уменьшилось на 8,3% (3 подростка), высокий уровень соответствует подросткам, у которых преобладает негативный фон отношения к себе. Подросток с такими значениями находится в состоянии постоянного контроля над своим «Я». Стремиться к глубокой оценке всего, что происходит в его внутреннем мире. Количество подростков со средним уровнем увеличилось на 2,8% (1 подросток), у таких подростков отношение к себе зависит от степени адаптированности в ситуации. Количество подростков с низким уровнем увеличилось на 5,6% (2 подростка). Низкие значения встречаются у тех, кто в целом положительно относится к себе. К тем, кто ощущает баланс между собственными возможностями и требованиями окружающей реальности.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по шкале «Самообвинение» изображено на Рис. 19.

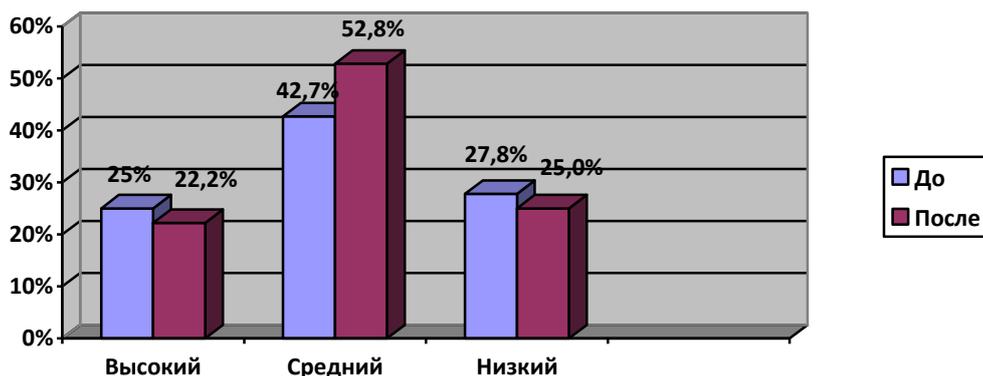


Рис. 19. Распределение испытуемых подростков по шкале «Самообвинение»

Распределение на рис. 19 приводит к выводу, что после проведения программы среди испытуемых по шкале «Самообвинение» подростков с высоким уровнем стало на 2,8% (1 подростка) меньше. Высокие значения по шкале самообвинение можно наблюдать у тех, кто видит себе прежде всего недостатки, те кто готов поставить себе в вину все свои неудачи. Количество подростков со средним значение по шкале «Самообвинение» увеличилось на 11,1 % (3 подростка). Средние значения указывают на избирательное отношение к себе. Обвинение себя сочетается с выражением гнева в адрес окружающих. Количество подростков с низким уровнем уменьшилось на 2,8%(1 подростка). Низкие значения по этой шкале говорят об отрицании собственной вины в конфликтных ситуациях. Такой человек ощущает удовлетворенность собой при порицании других, поисками в них источников всех неприятностей и бед.

Распределение испытуемых подростков до и после программы по уровням самопрезентации изображено на Рис. 20.

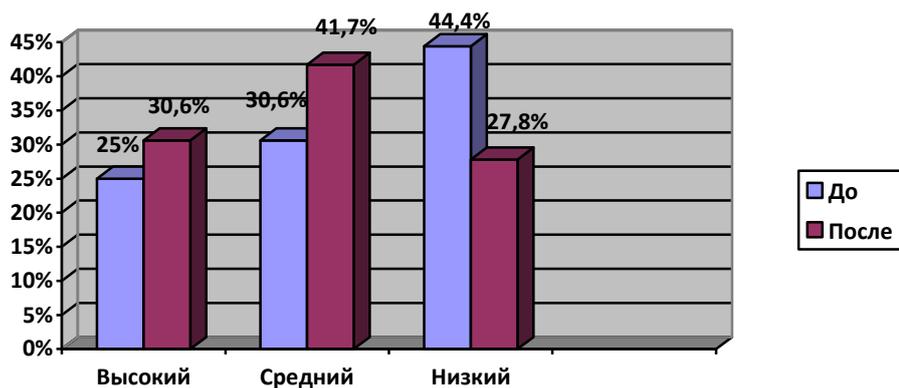


Рис. 20. Распределение испытуемых подростков до и после программы по уровням самопрезентации.

После проведения программы подростков со средним и высоким уровнем самопрезентации в социальных сетях стало больше, подростков с низким уровнем стало меньше. До проведения программы подростков с высоким уровнем было 9 (25%), после 11 (30,6%). Средний уровень увеличился на 4 (11,1%) подростка, а низкий уровень уменьшился на 6 (16,7%) подростков.

С целью проверки достоверности различий нами была проведена статистическая обработка полученных результатов с применением Т-критерия Вилкоксона. В данном же случае эмпирическое значение Т попадает в зону значимости: (0,01). Гипотеза H_0 принимается. Показатели после эксперимента превышают значения показателей до опыта.

Опираясь на полученные результаты, мы пришли к выводу, что предложенная нами схема консультирования является эффективным средством психологической помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях, что подтверждает выдвинутую нами гипотезу.

Выводы по Главе 2

В эмпирической части работы мы проверяли следующие гипотезы: у подростков, участвующих в групповых занятиях (консультациях) будут наблюдаться следующие изменения:

- 1) Подростки станут более информированы о том, что такое сампрезентация и для чего необходима в социальных сетях
- 2) Подростки овладеют умением понимать реакции собеседника, производимое на них впечатление.
- 3) Подростки обучаться навыкам уверенного поведения, гибкости в общении
- 4) Подростки научатся безопасно презентовать себя в социальных сетях

Для проверки гипотез были выделены компоненты оптимальной самопрезентации подростков в социальных сетях : познавательный, оценочный, поведенческий; определено содержание уровней самопрезентации в соответствии с компонентами (высокий, средний, низкий); составлен диагностический комплекс исследования.

1. Оценка актуального уровня самопрезентации подростков в социальных сетях показал, что высокий уровень у 25% подростков, средний уровень у 30,6%, низкий уровень у 44,4%.
2. Подростки с высоким уровнем самопрезентации имеют закрытый аккаунт в социальной сети, круг «друзей» ограничен только знакомыми людьми, посещение виртуальных сообществ соответствует безопасному общению в социальных сетях, личные фотографии и информации о себе защищены с помощью ограниченного доступа (только друзьям).
3. Средний уровень самопрезентации подростков в социальных сетях значит, что они имеют закрытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят не только знакомые люди, посещение виртуальных

сообществ соответствует безопасному общению в социальных сетях, личные фотографии и информации о себе защищены с помощью ограниченного доступа (только друзьям).

4. Низкий уровень самопрезентации подростков в социальных сетях-открытый аккаунт в социальной сети, в круг «друзей» входят все желающие «добавиться в друзья», посещение виртуальных сообществ, не соответствует безопасному общению в социальных сетях, фотографии и личная информация доступны всем без ограничения.

5. Результаты констатирующего этапа исследования стали основой для разработки и апробации программы повышения уровня оптимального способа самопрезентации в социальных сетях в процессе группового консультирования. В Программу включено 10 занятий (120 мин. Каждое) 2 раза в неделю. Основная часть занятий включала в себя:разминки, игры и игровые упражнения, дискуссии и обсуждения, моделирование и анализ ситуаций, арт-техники, психогимнастические упражнения и релаксации.

6. Результаты формирующей работы оценивались посредством контрольного этапа исследования – повторного психодиагностического исследования толерантности подростков в экспериментальной группе. Количество подростков с высоким уровнем самопрезентации в социальных сетях существенно увеличилось (с 25 % до 30,6 %), количество подростков с низким уровнем самопрезентации в социальных сетях уменьшилось (с 44,4 % до 30,6 %). Таким образом, в ходе групповых консультаций подростки научились оптимальным способам самопрезентации в социальных сетях, некоторые открытые аккаунты стали закрытыми.

7. С целью проверки достоверности различий нами была проведена статистическая обработка полученных результатов с применением Т-критерия Вилкоксона. В данном случае эмпирическое значение Т попадает в зону значимости: (0,01). Гипотеза Н₀ принимается. Показатели после эксперимента превышают значения показателей до опыта.

Опираясь на полученные результаты, можно заключить, что реализованная программа групповых консультаций результативна в целях повышения уровня самопрезентации подростков в социальных сетях, что подтверждает гипотезу исследования.

8. Обобщая полученные данные можно сказать, что участие в групповом консультировании действительно оказывает положительное воздействие на динамику самооотношения ее участников-подростков. Таким образом, в результате участия консультативных мероприятиях в группе снижается общий негативный самооотношения, становится более адекватной оценка своих возможностей и качеств, поддерживается высокий уровень самоинтереса и ценности собственной личности, участники в большей степени обращены к своим чувствам, переживаниям и признают собственную уникальность как личности. Также, сами участники осознают и признают позитивные изменения самооотношении. Многие из участников поменяли фотографии, статусы и возраст в социальных сетях. В качестве безопасной самопрезентации большинство подростков предпочли сделать свои страницы закрытыми. Участники группы стали более уверенны в себе, и научились презентовать себя не только в жизни, но и в социальных сетях.

Заключение

Проблема формирования построения оптимального способа самопрезентации в социальных сетях у подростков в сегодняшней ситуации развития общества видится особенно актуальной. Вопрос самопрезентации приобретает особую важность именно в подростковом возрасте, что связано, во-первых, со свойственным подросткам желанием самоутвердиться, выделиться из «безликой толпы», во-вторых, с тем, что в этом возрасте для человека невероятно важное значение имеет то, как его воспринимают другие люди, как они к нему относятся. В реальном социальном взаимодействии подросток более ограничен в возможностях управления информацией о себе. Ввиду своей доступности саморепрезентации подростки выбирают Интернет, чаще всего социальные сети. Основная особенность виртуальной самопрезентации – это возможность абсолютного управления впечатлением о себе. Тем не менее, общение в сети Интернет может носить как позитивный, так и негативный характер. Социальные сети могут помочь расширить круг контактов и успешно интегрироваться в группу. Современная Интернет-среда, являясь социальной «виртуальной» средой, позволяет подростку реализовать те роли, проигрывание которых в реальной жизни представляется для него затруднительным. Главная функция сети Интернет – свободное общение, возможность себя показать и подружиться с кем-то интересным. Виртуальная самопрезентация может служить выражением подавленной части своей личности или удовлетворять потребность в признании и силе. Удовлетворяя потребность в признании и силе, люди создают такую виртуальную самопрезентацию, которая соответствует их идеалу Я и замещает «плохое» реальное.

Формирование оптимального способа самопрезентации в социальных сетях у подростков возможно в рамках группового психологического консультирования, так как условия группы дают подросткам возможность узнать, что другие тоже имеют проблемы. По мере того, как подростки

делятся в группе своими проблемами и переживаниями, растет уровень доверия, который приводит к близкому, интимному контакту между членами группы. Групповой опыт формирует систему поддержки, а также становится важным источником безопасности и силы участников. Группа предоставляет возможность обсуждения актуальных проблем и поведенческих рисков.

В исследовании была сформулирована гипотеза о том, что процесс психологического консультирования подростков по вопросам самопрезентации в социальных сетях будет результативнее если:

1) будут организованы групповые психологические консультации, цель которых будет соответствовать возрастным особенностям подростков;

2) психологическое консультирование будет направлено на: оптимизацию Я-концепции, обучение безопасному поведению в социальных сетях, выработку оптимального способа самопрезентации в социальных сетях;

3) в процессе консультаций будут применены техники воздействия соответствующие возрастным особенностям.

Гипотеза была проверена в три этапа. На констатирующем этапе была произведена оценка актуального уровня самопрезентации подростков в социальных сетях: всего 25 % подростков обладают высоким уровнем самопрезентации в социальных сетях; 30,6 % подростков средним; 44,4 % подростков-низким.

Результаты констатирующего этапа исследования стали основой для разработки и апробации программы построения оптимального способа самопрезентации подростков в социальных сетях. Основная часть занятий Программы включала в себя: разминки, игры и игровые упражнения, дискуссии и обсуждения, моделирование и анализ ситуаций, арт-техники, психогимнастические упражнения и релаксации.

Результаты формирующей работы оценивались посредством контрольного этапа исследования – повторного психодиагностического исследования толерантности подростков в экспериментальной группе.

Количество подростков с высоким уровнем самопрезентации в социальных сетях существенно увеличилось (с 25 % до 30,6 %), количество подростков с низким уровнем самопрезентации в социальных сетях уменьшилось (с 44,4 % до 30,6 %). После проведения нашей программы, направленной на построение оптимального способа самопрезентации в социальных сетях выявлена положительная динамика изменений использования стратегий самопрезентации. Подростки стали активнее, ответственнее, проявляют решительность, стараются представлять себя достойно, создать о себе благоприятное впечатление, быть примером для окружающих, стали лучше разбираться в эмоциональных проявлениях собеседника, впечатлении окружающих; гибко реагировать на ситуацию общения. Они уже не хвалятся прежними успехами, не критикуют окружающих, признают и исправляют свои ошибки, редко прибегают к запугиванию и силовому давлению. Результаты исследования позволяют считать проведенную работу эффективной, а гипотезу исследования – доказанной.

Результаты исследования переданы психологам МБОУ Лицей №2 г. Красноярска .

Список используемых источников

1. Аверин В. А. Психология детей и подростков: / В. А. Аверин // Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2006. С. 361.
2. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы, М. 1991, с. 37-74
3. Аникина Т. В. Имя собственное Интернет-коммуникации / Т. В. Аникина // Известия Уральского государственного университета. 2010. №2 (75). С.71-76.
4. Арестова О. Н., Бабанин Войскунский А. Е. Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета: Тезисы 2-ой Рос . конф. по экологической психологии. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000 г.). Экопсицентр РОСС, 2000.
5. Бабаева Ю.Р.Войскунский А. Е., Смылова О. В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Можайск-Терра, 2000.
6. Баклушинский С.А. Я-концепция и ценностно-нормативные ориентации подростка в условиях быстрых социальных изменений: Дис.. канд. психол. наук. М.; 1996. 119 с.
7. Барыльник С. Н. Феномен подростковой тревожности и его взаимосвязь с эмоциональным интеллектом с учетом гендерных особенностей // Молодой ученый. 2016. №6. С. 683-686.
8. Беквит Г. Сам себе брнед. Искусство самопрезентации. М.: Альпина Паблишер. 2016. 202 с.
9. Белинская Е.П. Психология интернет-коммуникации. М.: МПСУ; Воронеж: МОДЭК, 2013. 192 с
10. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание : монография: пер.сангл. М.: Прогресс, 1986. 424 с.
11. БернсР. Что такое Я-концепция // Психология самосознания: Хрест. / Ред. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2003. С.333-393.

12. Бороздина Л.В. «Сущность самооценки и её соотношение Я-концепцией» статья из Вестника московского университета сер. 14 Психология.2011. №1

13. Бороздина Л.В. Что такое самооценка // Психологический журнал. 2014. №4. С. 99-101.

14. Возрастная и педагогическая психология: Хрестоматия Сост И.В. Дубровина, А.М. Прихожан, В.В. Зацепин. М : Издательский центр Академия, 2007 368 с.

15. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2010. 439 с.

16. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование. Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. 10(2). С.98–121.

17. Выготский Л.С. Психология. - М.: ЭКСМОПресс, 2011. 1008 с.

18. Гвоздиков Д.С. Под влиянием сети: антропологический подход к анализу формирования online-связей» // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2014. №2.

19. Гоффман Э. Представление себя другим Современная зарубежная социальная психология. тексты М. , 1984

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

21. Джемс У. Психология / Под ред. Петровской. М.: Педагогика, 1991. 368 с.

22. Дубских А.И. Современные концепции самопрезентации и её роль в обществе. [Электронный ресурс]. <http://www.sworld.com.ua/konfer29/898.pdf>

23. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. [Электронный ресурс]. <http://banderus2.narod.ru/70312.html>

24. Захарова А.В. Структурно-динамическая модель самооценки //

Вопросы психологии. 1989. №1. С.5-14.

25. Зими́на М. А. Социальный статус подростка в коллективе сверстников // Молодой ученый. 2016. №10. С. 1354-1357.

26. Зими́на К. И. Положительное влияние компьютерных игр на развитие подростков [Текст] // Современная психология: материалы междунар. науч. конф. (г. Пермь, июль 2014 г.). Пермь: Меркурий, 2014. С. 43-45

27. Иванова Е. Самопрезентация за 15 минут. М.: Феникс. 2005 . 192 с.

28. Ищенко Д. В. Тренинг личностного роста, как средство профилактики подростковой тревожности // Психология в России и за рубежом: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, октябрь 2011 г.). СПб .: Реноме, 2011. С. 54-57.

29. Кадырова М. Абдувахобова Д. Э., Журакулова С. Т. Особенности периода взросления подростка // Молодой ученый. 2016. №3. С. 999-1002.

30. Калинин А. Мнение специалистов о PR в социальных сетях. М., 2010. С. 4

31. Камалов М., Техники переговоров. Тренинги и мастер-классы для индивидуального и группового обучения. М.: Феникс. 2009. 320 с.

32. Каптерев А. Мастерство самопрезентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир. М.: Манн. 2012. с

33. Касьяник Е.Л., Макеева Е.С. Психологическая диагностика самосознания личности / Под ред. Е.Л. Касьяник. Мозырь: «Содействие», 2007. С. 35-39.

34. Карушева А. В., Трemasкина Е. В. Дети «группы риска» как особая социальная группа // Молодой ученый. 2016. №3. С. 1002-1004.

35. Карушева А.В. Теоретические аспекты межличностных взаимоотношений в трудах отечественных исследователей // Молодой ученый. 2016. №3. С. 1004-1006.

36. Квитко И. И. Влияние компьютерных игр на психическое здоровье

детей // Психология в России и за рубежом: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, октябрь 2011 г.). СПб.: Реноме. 2011. С. 21-23.

37. Козлова Н. С. Социальная сеть «ВКонтакте» как социальнопсихологическое явление // Молодой ученый. 2014. №16. С. 387-390.

38. Козлова Н. С., Чёрная Е. Е. Взаимосвязь эмоциональных особенностей подростков и специфики вовлеченности в социальные сети // Психологические науки: теория и практика: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). М.: Буки-Веди, 2015. С. 39-42.

39. Козлова Н. С., Чёрная Е. Е. Изучение специфики вовлеченности подростков в социальные сети // Молодой ученый. 2015. №11. С. 1740-1744.

40. Кольшко, А.М. Психология самоотношения : учеб. пособие/ А.М.Кольшко. Гродно: ГрГУ, 2004. 102 с.

39. Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. - М., 1984. 335 с.

41. Кон И.С. Категория "Я" в психологии // Психологический журнал. - 1981. Т. 2, № 3. С.25-37.

42. Коротникова Н.В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий. Социологические исследования, № 6, Июнь 2010, С. 70-79

43. Корягин А., Волконская Самопрезентация при устройстве на работу. М.: Академия. 2012. 126 с.

44. Корягина Н. А. Проблемы исследования социальнопсихологических факторов самопрезентации // Модернизация российского образования: тренды и перспективы: монография. Кн. 3. Краснодар: Центр социально-политических исследований «Премьер», 2012. С. 24–44.

45. Крылов Е.Ю. Особенности самопрезентации молодежи в интернете // Молодежь в науке XXI века. Контекст: Становление профессиональной культуры молодежи. Сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, в 2 частях, часть 1 / Под общ. ред. В.В.

Кузнецовой. Ульяновск: УлГПУ, 2010. С. 133-137.

46. Кун, М. Тест 20 высказываний «Кто Я?» (М.Кун, Т.Макпартленд; модификация Т.В.Румянцевой) / Румянцева Т.В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре : учеб. пособие. СПб.: Речь, 2006. С.82-103.

47. Ландрева К.С. Перфекционистскаясамопрезентация образа «Я» в общении // Современная психология: материалы международной научной конференции, г. Пермь, июнь 2012г. Пермь: Меркурий, 2012. С.51–55.

48. Левин П.Н. Интернет и гражданское общество // Интернет в общественной жизни. М., 2006.

49. Леонтьев В.И. Социальные сети: ВКонтakte, Facebook и другие... / Виталий Леонтьев. Олма Медиа Групп, 2012. 256 с.

50. ЛеФевеер Л., Искусство объяснять. Как сделать так, чтобы вас понимали с полуслова. М.: Манн. 2015. 264 с.

51. Луговская М.Ю. Теоретический анализ разработки проблемы обучения самопрезентации в исследованиях отечественных ученых // Молодой ученый. 2015. №11. С. 1752-1755

52. Мельников И. Как произвести хорошее впечатление. М.: Мельников И.В. 2014. 284 с.

53. Михайлова Е.В. Обучение самопрезентации. М.: ГУ ВШЭ. 2006. 168 с.

54. Михайлова Е. Самопрезентация. Теории. Исследования. Тренинг. СПб .: Речь, 2007. 224с.

55. Мясищев, В.Н. Психология отношений: Избранные психологические труды / Под ред. А. А.БодалеваМ.: «Институт практической психологии». - Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. 356 с.

56. Обухова Ю.О. Социальные сети как средство самопрезентации в межличностной коммуникации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 2. С. 119 – 138

57. Овчинникова Г.Г. Социально-психологическая адаптация как фактор

становления Я-концепции подростков: Дис. канд. психол. наук. М., 1997. 135с.

58. Пантелеев, С. Р. Методика исследования самооотношения. М.: Смысл, 1993. С.55

59. Пескова О. Ю. Социальные медиа как платформа для технологий PR 2.0. М., 2011. С. 200.

60. Пикулева, О. А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты / Психологическая наука и образование. 2014. С. 35

61. Пикулева, О. А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты / Психологическая наука и образование. 2014. № 3. С. 37- 43

62. Попов В. Валькова Л. С. Влияние компьютерных игр на уровень агрессивности подростков // Молодой ученый. 2014. №7. С. 279-281.

63. Пэлфри Д., Гассер У. Дети цифровой эры. Эксмо-пресс, 2011. 368 с

64. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М.: Издательская группа «Прогресс», « Универс», 1994. 480 с.

65. Савин В.А. Дидактические основы развития самопрезентации у старшеклассников: автореферат дис... кандидата педагогических наук: 13.00.01. Ростов-на-Дону, 2013. 149 с.

66. Садыгова Т. С. Социально-психологические функции социальных сетей // Вектор науки ТГУ. 2012. №3 (10). С. 192-194.

67. Самопрезентация личности в социальной сети // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по материалам XIII студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. М.: «МЦНО». 2014. № 6(13) / [Электронный ресурс]. Режим доступа. [http://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6\(13\).pdf](http://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6(13).pdf)

68. Самосознание как объект психодиагностики // Общая психодиагностика / Под ред. А.А. Бодалева, В.В. Столина. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.С.245-268.

69. Силаева В.Л. «Специфика общения в Сети». М., 2010. 405 с

70. Скалзуб И. С. Компьютерные игры как средство развития коммуникативных и личностных особенностей подростков // Молодой ученый. 2015. №4. С. 674-677

71. Соколов М. М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / Под ред. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. СПб.: СПбГУ, 2007. 103 с.

72. Солдатова Г., Рассказова Е. Психологические факторы безопасности подростка в интернете: роль совладающего поведения и родительской медиации. Вестник РГНФ. 2014, 75(2), С. 126–134.

73. Сорокина А.Б. Интернет в жизни современных подростков: проблема и ресурс [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2015.

74. Спиркин А.Г. Сознание и самосознание. М., 1972.

75. Столин В.В. Самосознание личности. М.: Изд-во МГУ, 1983. с

76. Социальные сети: азбука социальных сетей. Социология молодежи: Учебник. / под ред. ВТ. Лисовского. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2006

77. Филонов Л.Б. Интерес к собственной личности и регуляция человеком своего поведения // Психологические механизмы регуляции социального поведения, М., 1979, с. 168-286.

78. Хайнц А. Интеракция, идентичность, презентация. Введение интерпретативную социологию, СПб.: Алетей, 2000. 272с, стр. 10

79. Хараш А.У. Личность в общении // Общение и оптимизация совместной деятельности, Москва, 1987, с.30-42.

80. Чеснокова И.И. Проблема самосознания в психологии. М.: Наука, 1977. 142 с.

80. Шемякина Н.В. Взаимосвязь характеристик самораскрытия личности и особенностей самоотношения // Выпуск 3. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та 1998, с. 343-350.

81. Шильштейн Е.С. Особенности презентации Я в подростковом возрасте // Вопросы психологии. 2000. № 2.
82. Шкуратова И. Самопредъявление личности в общении. Ростов н /Д, 2009. 192с
83. Шкуратова И.П. Мотивация самораскрытия в межличностном общении // Психологический вестник. Выпуск 3. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та 1998, с. 315-323
84. Шленкер Б. Межличностные процессы, включающие регуляцию контроль впечатления // Реферативный журнал, 1994, номер 12, с. 4. (Обзор по проблеме самопрезентации.)
85. Шорохова Е.В. Проблема "Я" и самосознание // Проблемы сознания. М., 1966.
86. Britt T. W. The Self-Consiouness scale: on the stability of the three factor structure.// Personality and Social Psychology Bull., 1992, v.18.
87. Leary M.R., Nezlek J.B. Self-presentation in everyday interactions: effects of target familiarity and gender composition.// Journal of Personality and Social Psychology, 1994, v.67, N 4.
88. Stangor Ch., Lunch L., Glass B. Categorization of indnviduals on the basis of multiple social features.// Journal of Personality and Soc.Psychol., 1992, v.62.

Анкета «Кто я социальных сетях?»

1. Вы зарегистрированы в различных социальных сетях?

- а) Да
- б) Нет

Если Вы ответили «да», то продолжайте отвечать на вопросы, если «нет», то спасибо, что уделите время на нашу анкету.

2. Что Вас подтолкнуло зарегистрироваться в социальных сетях?

- а) Друзья
- б) Любопытство) Желание завести новых друзей
- г) Свой ответ _____

3. В вашем профиле выложена вся информация о себе?

- а) Да, вся. Я ничего о себе не скрываю
- б) Нет, зачем каждому видеть все, что творится в моей жизни
- в) Информация обо мне выражена, дозировано без особых подробностей

4. Вы зарегистрированы соцсетях под своим именем?

- а) Да
- б)нет

5. Личные данные, которые Вы указали в своем профиле:

- а) Имя, Фамилия
- б) Возраст
- в) Место учебы или работы
- г) Координаты в Интернет (сайт, e- mail, ICQ)
- д) Фото
- е) Список друзей
- ж) Интересы

- з) Адрес проживания
- и) Номер телефона

6.Какова для Вас цель использования социальных сетей?

- а) Общение
- б)просмотр фильмов
- в)игры
- г) музыка
- д)получение информации
- е) другое

7. Как часто Вы посещаете свою страницу в социальной сети «ВКонтакте»?»

- А) «Все время» онлайн
- Б) несколько раз в день
- В) раз в несколько дней
- Г)раз в неделю
- Д) раз в месяц
- Е) не помню, когда заходил

8.Вы гонитесь за большим количеством друзей?

- а) Да, я добавляю всех подряд. Чем больше друзей, тем я круче
- б) Нет, список моих друзей в социальной сети составляют только близкие для меня люди

9: «Общаетесь ли Вы в социальной сети с незнакомыми людьми?»

- 1)Да
- 2)Нет
- 3)Частично

10.Вы часто выкладываете на свою страницу различные записи с групп?

- а) Да, я выкладываю на свою страницу все что захочу
- б) Да, я выкладываю, но делаю это очень редко
- в) Нет, я считаю, что подобная информация не нужна на моей странице

11.Сколько у Вас друзей в социальной сети « ВКонтakte»? Напишите

12.Вы делитесь со своими друзьям ссылками или записями из различных групп?

- а) Да, моим друзьям это будет интересно б) Нет, я не вижу в этом смысла
- в) Редко, я только скидываю важную информацию

13.Вы часто выкладываете фотографии на которых есть Ваши друзья, не спросив их об этом?

- а) Зачем мне спрашивать их мнение, если на фотографии я выгляжу отлично
- б) Я спрашиваю их мнение, но редко прислушиваюсь
- в) Я всегда советуюсь

14.Вы используете ненормативную лексику при общении с людьми или, когда комментируете различные записи в Ваших новостях?

- а) Да, мне кажется, что в социальных сетях я могу выражать свое мнение любой формеб) Нет, я считаю это оскорбительно по отношению к другим людям
- в) В редких случаях

15.Вас беспокоит, сколько отметок "мне нравится" поставлены на Ваших фотографиях или записях?

- а) Да, я заиклен на этом и частенько прошу друзей, чтоб они поставили like
- б) Меня беспокоит это, но просить кого-то, чтоб поставили like не буду
- в) Нет, мне безразлично сколько отметок "мне нравится" стоит на моих фотографиях/записях

16.Зачем Вы в последний раз заходили на свою страницу?

- а) Чтобы посмотреть, что нового у знакомых б) Чтобы поделиться эмоциями с окружающимив) Чтобы проверить сообщения и повеселитьсяг) Чтобы добавить фотографии
- д) Свой ответ _____

17.Как социальные сети повлияли на Вашу жизнь?

Ответьте пожалуйста полным ответом.

18.Какие эмоции Вы переживаете в социальных сетях? Оцените в баллах: 0 – никогда, 1 – редко, 2- часто, 3 – постоянно

Радость _____ агрессия _____ нервозность _____

усталость _____ прилив сил _____

чувство собственной власти _____ зависть _____

ощущение вседозволенности _____

ненависть к успешным людям _____ другое _____

19. Совпадает ли Ваш круг общения соцсетях и в реальной жизни?

- а)Да
- б) нет
- в) частично

20. Не имея возможности выйти соцсеть, Вы испытываете:

- а) скуку
- б) раздражение,
- в) спокойно занимаетесь другим делом
- г) другое _____

21. Знакомились ли Вы когда-нибудь через Интернет

- а) Да. И не раз!
- б) Да было один раз
- в) Нет, но хотел(а) бы
- г) Нет и не собираюсь!

22. Если Вы знакомитесь через Интернет, то с какими целями делаете это?

- а) Не знаю. Выходит само собой...
- б) От нечего делать. Поболтать, чтобы убить время.
- в) Для деловых контактов
- г) В поисках друзей, единомышленников
- д) Расширяю круг общения, которого мне не хватает
- е) В поисках сексуальных партнеров
- ж) Завязать виртуальный роман
- з) Для серьезных отношений с ней (с ним) в будущем
- и) С другими намерениями

23. В реальной жизни Я общаюсь с людьми, с которыми познакомился (-лась) в социальной сети

- а) Да
- б) Нет
- в) Затрудняюсь ответить

24. В социальной сети Я общаюсь с людьми, которых никогда не видел(-

а) в реальной жизни

а) Да

б) Нет

в) Затрудняюсь ответить

25.Количество человек в списке Ваших друзей:

а) Менее 10 человек

б) 11-20 человек

в) 21-30 человек

г) 31-40 человек

д) Более 100 человек

е) 41-50 человек

ж) Затрудняюсь ответить

з) 61-70 человек

и) 51-60 человек

к) 71-80 человек

л) 81-90 человек

м) 91-100 человек

26. Сколько раз в день Вы выходите в социальные сети? _____

27.Ваш возраст: _____

28.Ваш пол:

а)Жен. б)Муж.

Приложение Б.

Таблица 1. - Результаты методики исследования самоотношения С.Р. Пантелеева (МИС) до программы

№	Имя	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Алла	6	5	3	3	5	5	1	6	6
2	Анна	3	3	4	10	10	7	10	3	3
3	Амалия	5	3	4	8	9	7	10	4	4
4	Алексей	4	7	5	3	2	5	5	9	8
5	Андрей	6	2	6	7	7	4	7	6	7
6	Антон	7	5	5	7	7	8	7	7	7
7	Ира	5	5	7	4	4	2	3	8	9
8	Борис	4	4	4	8	8	9	7	4	4
9	Владимир А.	4	1	4	9	8	8	8	4	3
10	Владимир З.	4	5	6	6	7	4	3	5	10
11	Глеб	5	6	3	5	7	7	5	8	7
12	Галина	9	4	5	2	6	7	7	4	2

13	Гера	6	5	5	2	5	1	2	9	9
14	Макс им П	6	4	4	6	4	3	3	10	10
15	Дмит рий В.	7	7	4	8	9	9	7	3	3
16	Конст антин	6	4	6	5	6	5	3	8	7
17	Кирил л	5	5	5	6	7	7	6	7	8
18	Кирил л	10	3	4	4	4	5	8	6	6
19	Екате рина Б.	6	5	7	5	5	5	5	8	9
20	Екате рина С.	6	7	6	5	6	6	7	7	6
21	Екате рина Н	5	5	5	3	4	3	5	6	5
22	Макс им Н	7	8	9	10	9	7	9	2	2
23	Иван	4	9	7	8	8	7	7	5	5
24	Арсен ий	6	8	8	5	8	9	7	6	4
25	Миха ил Б.	5	5	6	5	5	6	6	5	6

26	Роман	8	9	8	9	10	9	9	5	3
27	Карина	6	7	4	6	7	7	8	4	2
28	Евгений	6	9	6	8	5	6	7	4	2
29	Евгения	6	10	8	7	6	9	5	3	5
30	Татьяна	7	9	6	10	10	6	8	2	2
31	Миро слава	4	5	7	2	7	6	6	6	5
32	Ксения	7	7	5	6	8	5	5	3	1
33	Вероника	6	5	5	5	6	9	5	7	7
34	София	4	5	7	2	5	4	6	6	5
35	Никита	6	4	6	5	4	6	5	7	8
36	Михаил К.	6	7	6	6	7	7	8	8	9

Групповые консультации по оптимизации способов самопрезентации для подростков

1. Самопрезентация, зачем нужна?

Цели: Адаптация участников к работе в группе. Выработка правил работы группы. Изучение особенностей презентации.

Вступительное слово, краткое описание тренинга и его этапов, обсуждение правил работы.

Ориентироваться на:

Правило «Я-высказывания»

Правило «Здесь-и-сейчас»

Правило безоценочности

Всегда искренне выражать свои мысли и чувства, а также обозначать, какие слова других членов группы их вызвали

Не оскорблять других участников группы

Правило «Золотого молчания»

СТОП-правило

Решать свои истинные проблемы с помощью других участников группы, а не соскальзывать на малозначительные темы

Обращаться друг к другу на Вы и по имени

Отключить мобильные телефоны

Упражнение “Мое настроение сейчас”.

Настрой на деятельность, самонаблюдение. Необходимый материал: гуашь, кисти, баночка для воды, подстилка, листы бумаги.

Инструкция: Нарисуйте свое настроение - такое, какое оно есть прямо сейчас. Может быть, оно будет похоже на погоду, или на пейзаж, или это будет абстрактный рисунок. Дорисуйте образ до конца - чтобы он полностью отражал Ваше состояние. После того как все участник нарисовали свое

настроение, работы вывешиваются в аудитории.

Упражнение “Знакомство – Интервью”.

Организация взаимодействия для знакомства. Участники делятся на пары, поворачиваются лицом друг к другу. За 3 мин, по очереди, они должны узнать как можно больше о собеседнике. Затем, рассказать от своего имени о партнере все что запомнил. В конце упражнения каждый высказывается в какой роли ему было комфортнее, и правильно ли его представили. После завершения упражнения обратная связь. Каждый говорит свое состояние, выражая его 1 словом.

Упражнение “Ожидания участников”.

Актуализация ожиданий участников тренинга. Комментарии ведущего: каждый из нас чего-то ожидает от нового дела. Что Вы ждете от этого тренинга? (Каждый участник записывает свои ожидания в правой колонке на листке). Что Вы готовы вложить в тренинг? (Каждый участник записывает в правой части листа свой вклад в тренинг). Участники по кругу зачитывают свои ожидания от тренинга и вклад. «То, что мы с Вами записали, безусловно, может изменяться на протяжении всего тренинга. Возможно, вы получите то, чего не ожидали. Многое также будет зависеть от вашей активности». После написания ожиданий участники делятся впечатлениями, отвечая на вопросы: Насколько то, чего ждут от меня другие, совпадает с моими собственными желаниями? Кто из участников написал примерно то же, что и я? Насколько широк диапазон ожиданий в нашей группе? В какой мере ожидаемые результаты моего участия в группе соответствуют теме нашей работы?

Цели тренинга: Освоить искусство самопрезентации: (умение представлять о себя «правильно» и интересно Научиться легко находить общий язык с людьми и уверенно чувствовать себя в новом коллективе. Чем мы будем заниматься, и какую реальную пользу принесут занятия? Мы узнаем, как правильно рассказать о себе и произвести первое впечатление; Научимся становиться «своими» в новой компании; Потренируемся в выборе

своего образа, узнаем почему образ не всегда должен быть одинаков.

Упражнение «Взаимные презентации»

Цель: контакт участников, разогревающее упражнение для динамики тренинга

Инструкция: Сейчас мы разобьёмся на пары. Дается 10 минут на то, чтобы вы рассказали друг другу о себе как можно подробнее – ведь вам предстоит представлять своего партнёра группе. Постарайтесь получить как можно больше разносторонней информации о своём партнёре. Процедура проведения: После этого организуется работа в парах – участникам предоставляется возможность самим выбрать себе партнёра. Вопросы для обсуждения после завершения: Удалось ли твоему партнёру верно изложить сведения о тебе? Какие чувства и мысли возникали в момент презентации? Оцени успешность твоей презентации.

Упражнение «Рукопожатие»

Цель: отработка навыка установления контакта.

Процедура проведения: участникам предлагается в течении 2 минут пожать как можно большему количеству человек руки. Вопросы для обсуждения после завершения: Как чувствовали себя участники, когда им пожимали руку? Насколько успешен был контакт? Что помогало, что мешало при установлении контакта таким образом?

Упражнение «Карусель».

Цель: освоение умений адекватной коммуникации, отработка эффективных средств общения.

Процедура проведения: Группа делится пополам, образуя два круга: внешний и внутренний. Участники внешнего круга движутся по часовой стрелке, а внутреннего – против часовой стрелки. По сигналу руководителя Обсуждение результатов занятия Участникам предлагается ответить на вопросы: Что бы вы хотели пожелать друг другу? Что запомнилось больше всего?

Мини-лекция «О самопрезентации и ее месте в жизни»

Цель: информирование о самопрезентации, подготовка группы к последующей работе. Самопрезентация – инструмент, используя который каждый человек сможет добиться значительных успехов. Самопрезентация иногда рассматривается как процесс управления образами другого человека, процесс управления его восприятием через привлечение внимания, а так же как правила делового общения. Самопрезентация - это преподнесение себя, это умение человека подать себя с лучшей стороны, произвести благоприятное впечатление на окружающих и сохранять его. Самопрезентация происходит независимо от наших желаний. В любом случае мы производим какое-то впечатление на окружающих, хотим мы этого или нет. Но этими впечатлениями можно управлять сознательно. Недостаточно, однажды войдя в комнату, доброжелательно улыбнуться и подумать, что вам обеспечен имидж обаятельного человека. Чем же располагает человек при общении с людьми, от чего зависит впечатление, которое он производит? (Обсудите в парах (правила работы в парах). Представьте результаты обсуждения. Это — взгляд, жест, мимика, улыбка, движения тела (атрибуты невербального поведения); интонация, темп речи (атрибуты вербального поведения); одежда. Давайте обсудим компоненты. Закройте глаза, представьте: Вы выступаете, какой может быть у вас взгляд, жестикуляция, мимика лица, движения тела, интонация, речь, одежда. Откройте глаза - опишите словесно или сделайте зарисовку на листе. С помощью невербальных средств общения — мимики, жестов, телодвижений — передается от 60 до 80% информации. С помощью мимики можно не только выражать свои чувства, но и управлять ими. Большинство деловых людей считают необходимым начинать общение с улыбки. Самопрезентация есть средство формирования образа «Я». Она, как бы, исходит из социальных стандартов, которые формируются в обществе. Это разграничение реального и идеального образа, создание модели поведения, которая на данный момент соответствует исполняемой роли, имиджу, социально приемлемой модели.

Можно выделить ряд ключевых мотивов, лежащих в основе процесса самопрезентации: поддержание чувства собственной уникальности; демонстрация своей принадлежности к определенной среде; утверждение желательной « Я-концепции» и укрепление самооценки; получение социальной, материальной выгоды; повышение привлекательности, получение одобрения и уважения; сохранение и увеличение власти, влияния. Большинство исследователей ведущим мотивом самопрезентации считают потребность в получении социального одобрения. Интерес к теме самопрезентации в основном связан с изменением ценностного уровня общества. Стало востребовано следовать определенному имиджу, чтобы быть успешным. Успешность предполагает лидерство в обществе. Чтобы быть таковым, нужно уметь произвести первое впечатление, уметь войти в доверие, уметь показать себя с лучшей стороны. Сейчас навыки самопрезентации востребованы в бизнес среде. Эта среда ориентирована на выбор лучших. Самопрезентация складывается из трех составляющих: тот, —самопрезентуется; тот, кому —самопрезентуются; то, что —самопрезентуется. Эти три составляющих объединяет цель, которую хочет достичь субъект самопрезентации. Второй участник часто воспринимается как объект, на которого можно оказывать воздействие. Дополнительным фактором может выступать окружающая среда, которая задает правила коммуникации. Освоение навыков самопрезентации — это путь к саморазвитию. Свой стиль самопрезентации—это тот ключ, который позволит получить человеческое признание. Совершенствуя свой стиль общения, установления контакта, проявляющийся в осанке, мимике и жестах, манере говорить, человек создаст свой уникальный имидж. Он позволит добиваться поставленных целей.

Упражнение «Мое настроение сейчас».

После того как все участники нарисовали свое настроение, работы вывешиваются в аудитории. Каждый участник вешает свою работу под той, которую он рисовал в начале занятия. Это упражнение повторяется на каждом занятии в начале и в конце.

2. Успешная самопрезентация

Упражнение «Мое настроение сейчас».

Игра «Поменяйтесь местами»

Цель: Разминка, создание условий для того, чтобы лучше узнать друг друга, понять, как много общего, повысить заинтересованность участников друг другом.

Процедура проведения: Участники сидят на стульях в кругу. Водящий выходит на середину круга и говорит фразу: «Поменяйтесь местами те, кто... (умеет жарить яичницу)». В конце называется какой-либо признак или умение. Задача тех, кто обладает данным умением или признаком поменяться местами. Задача ведущего - успеть сесть на любое освободившееся место. Тот, кто не успел сесть, становится новым водящим. Вопросы для обсуждения после завершения: что нового узнали об участниках?

Упражнение «Комплимент».

Цель: улучшение атмосферы и сокращение дистанции в общении.

Материалы: мяч.

Процедура проведения: ведущий бросает мяч участнику, предварительно назвав его по имени, и говорит комплимент. Поймавший мячик, благодарит за комплимент словом «спасибо», глядя в глаза ведущему. Затем бросает другому.

Упражнение «Сказочная самопрезентация»

Цель: показать участникам, что, используя навыки самопрезентации и абстрагируясь от своих собственных моделей поведения, можно быть очень

успешным самопрезентации.

Материалы: карточки с названием сказочного персонажа.

Процедура проведения: каждый участник получивший бумажку с персонажем, должен устроить самопрезентацию от имени этого персонажа, выбрав при этом должность, на которую персонаж претендует. Время подготовки – 5 минут. Остальные участники из хода самопрезентации должны были угадать, что же это за персонаж.

Вопросы для обсуждения после завершения: Легко ли было выбирать должности и службы для персонажей? Легко ли было их представлять?

Упражнение «Двойник»

Цель: задуматься, что в каждом из нас есть неповторимого, оригинального, каким уникальным жизненным опытом и внутренним психологическими ресурсами мы обладаем.

Инструкция: В одном из фильмов Терминатор мог принимать облик другого человека, становиться его двойником. Представьте себе, что он принял ваш облик. Как в таком случае люди смогли бы узнать, кто перед ними – вы или двойник, не пытаясь вас «разобрать на запчасти», а просто побеседовав? Что в вас есть такого уникального, неповторимого, такого, чего ему не удалось бы скопировать? Какие вопросы вам нужно задать, чтобы по ответам было очевидно, что вы – это именно вы, и никто другой. Что в вас невозможно повторить?

Процедура проведения: Участники в течение 5 минут находят свои уникальности, потом делятся впечатлениями.

Упражнение «Лозунг жизни»

Цель: развитие творческого мышления, выявление основных жизненных стратегий. Материалы: листы бумаги, ручки.

Инструкция: Составьте список людей, живых ныне или умерших, которые восхищают вас тем, как прожили свою жизнь. Другими словами, к чьей команде вы хотели бы присоединиться? Это могут быть и знаменитые

писатели, киногерои, ваши знакомые или родственники. Записывайте наилучшее и единственное слово или предложение, которое точно охарактеризует главное, что совершил этот человек. Фамилия - слово. Затем, когда список будет закончен, посмотрите, что объединяет всех этих людей? Какое ключевое слово или словосочетание? Это именно та цель, которую вы не осознавали или которой не придавали особого значения. Но она - ваша. Вы сами ее выбрали. Теперь следуйте ей. Например, если найденное вами слово - "деньги", "власть" или "милосердие", провозгласите это для себя принципом и применяйте его на практике. Вы можете придумать для себя какой-нибудь лозунг, включающий это слово.

Процедура проведения: Участники в течение 10 минут составляют списки и придумывают лозунг. Затем называют его. Вопросы для обсуждения после завершения: насколько ваш лозунг имеет отношение к вашей жизни? Что нового вы поняли о себе в результате выполнения этого упражнения?

Групповая работа: Обсуждение, какие собственные ресурсы могут помочь быть успешными самопрезентации

Цель: поднять уровень энергии в группе, обсудить дальнейшие шаги по изменению моделей поведения. Время выполнения: 20 минут.

Упражнение «Экспедиция»

Цель: исследовать стратегии самопрезентации в ситуации оценивания. Способствовать преодолению «страха экзамена», нахождению новых способов убеждения, влияния, раскрытию потенциалов естественности

Инструкция: Организуется научно-исследовательская экспедиция. Вы все очень хотите в нее попасть: кто-то захочет испытать себя, у кого-то есть профессиональный интерес, кто-то движим любопытством исследователя, а кому-то хочется просто заработать деньги. Не важно, какова ваша мотивация – главное, что она очень велика. Для того, чтобы быть зачисленным в отряд, надо пройти собеседование. Решение о зачислении в экспедицию принимает директор. Им буду я. Как только первый участник будет принят, он получает право голоса. Таким образом, решение о принятии последнего участника

будут принимать все. Обязательное условие – если вас не приняли с первого раза, вы повторяете свою попытку вплоть до удачной.

Процедура проведения: Работа в кругу. По ходу сюжета участники будут пересаживаться на сторону, где сидит тренер. Тренер и участники садятся напротив друг друга. Посередине ставится стул. На него садится тот, кто готов начать игру. Если собеседование проходит удачно, то участник садится на сторону тренера. Если нет - возвращается на место.

Дискуссия «Ресурсы успешности самопрезентации».

В ходе беседы задаются вопросы: В качестве кого вы хотите себя предложить? Что вы умеете делать? Зачем вы хотите попасть в экспедицию? Какими чертами характера вы обладаете? И т. д. Важно, чтобы беседа помогла выявить деловые и личностные качества претендента. После каждого собеседования проводится голосование «за» и «против» и даются пояснения. Эти пояснения могут носить рациональный характер: «Такой специалист нам нужен», или быть эмоциональными: «Мне не понравилась его самонадеянность». Эти пояснения не обсуждаются, не оспариваются, они просто звучат, как «мысли вслух».

Вопросы для обсуждения после завершения: Как я оцениваю свою презентацию? В чем её сильные и слабые стороны? Что я чувствовал в процессе упражнения, и как мне удалось справиться со своими переживаниями? В чем была суть моего предложения, и какое это имеет отношение к моей жизни? Сумел ли я абстрагироваться от реальности и позволить себе играть? Как это отражается на моей жизни?

Рефлексия занятия.

3. Невербальный «язык», как понять и располагать к себе

Упражнение “Презентация эмоций”

Цель: включение адаптивных механизмов, отработка навыков проявления эмоций, способствующих процессу профессиональной адаптации. Тренер предлагает каждому из участников рассказать о себе и о

значимых для него событиях с позиции того, что вызвало: — удивление, — интерес, — радость. Процедура идет по кругу и включает оценку презентации предшествующего участника по схеме «удивление—интерес—радость». После завершения упражнения рефлексия.

Ответ участников на вопрос: Кого было интереснее слушать из участником? Историю с какой эмоцией было легче рассказать?

Мини-лекция «Невербальные средства самопрезентации».

Изучение жестов рук: –Защитные жесты: рассказывается о видах защитных жестов (перекрещение рук, ног и др.) Жесты доминирования: рассказывается о видах жестов доминирования (поворот кисти при рукопожатии, выставление пальцев и др.) Жесты прикосновений: рассказывается о видах и значениях жестов прикосновений (потирание носа, глаза, оттягивание воротничка и др.) о Изучение различных положений головы, корпуса и ног.— Защитные жесты: рассказывается о видах защитных жестов (отворачивание и др.) –

Жесты головы: рассказывается о видах жестов головой (наклонения, поворачивания) Зональное расположение, направление и наклоны корпуса Демонстрация открытых поз: повторение видов защитных жестов, обучение открытым жестам и позам Тренер говорит о том, что для закрепления материала участники получают задание. “Вы получили знания о значении жестов, положения тела для закрепления полученной информации Вам индивидуально выдается конверт с заданием. В процессе выполнения задания важно использовать полученные знания на практике”.—

В листке-задании для каждого участника написано: Расскажите о себе историю из жизни, с привнесением в нее лжи (как в ТВ-игре верю - не верю). Задача рассказать историю так, чтобы все участники поверили в ее правоту. Особенность задания в том, что участники не знают, что у всех одинаковое задание рассказать заведомо лживую историю.

Игра «Крокодил» (угадай слово)

Цель: развитие навыков понимания невербальных сигналов в общении.

Игра «Крокодил» и правила её немного различаются, поэтому необходимо прочитать текущие правила и принять их на вооружение, чтобы не было споров, во время игры.

1. Игрок показывает слово, используя только мимику, жесты, движения.
2. Запрещается произносить слова (любые, даже «да», «нет» и т. п.) и звуки, особенно те, по которым легко угадать слово (например: по « му» можно легко догадаться, что загадана корова).
3. Запрещается губами проговаривать слова.
4. Желательно (на усмотрения игроков) не указывать на окружающие вас предметы, оказывающие на загаданное слово.
5. Для показа слова или группы слов (в зависимости от конкурса) отведено определенное время. Если правильный ответ не прозвучал до окончания этого срока, то слово считается не угаданным.
6. Внимание! Слово считается разгаданным, когда команда произнесла это слово именно так, как оно было загадано (именно с теми же приставками, суффиксами и т. п.)
7. Запрещается показывать загаданное слово по буквам, т. е. показывать слова первые буквы, которых будут складывать загаданное слово!
8. В зависимости от конкурса и ваших успехов в игре у вас будет формироваться счёт. В конце игры побеждает та команда, на счету которой больше всего баллов.
9. Во время показа слова роль судьи играет любой игрок из противоположной команды, который садится рядом с компьютером и как только он слышит правильный ответ, сразу нажимает на загаданное слово, что воспринимается, как правильно отгаданное слово. Он также информирует о величине оставшегося времени.
10. Каждый конкурс имеет небольшие нюансы по методике подсчета очков и структуре показа слов. Перед каждым конкурсом они будут описаны.

Игра будет включать несколько раундов: 1. Разминка (ромашка

одуванчик видеокамера) 2. Тематический раунд «Пословицы и поговорки» Без труда не выловишь и рыбку из пруда». «Язык до Киева доведет». «В ногах правды нет». «Держи карман шире». «Держи язык за зубами». «Дыма без огня не бывает». «Как аукнется — так и откликнется». «Кто старое помянет, тому глаз вон». 3. Раунд «Словосочетания» Пожарная сигнализация. Россия - щедрая душа. Селедка под шубой. Жена миллионера. Черный квадрат Малевича. Подводная лодка. Лед тронулся. Черепашка ниндзя. Обсуждение игры.

Упражнение “Обратная связь – Процедура прощания” .

Участники образуют 2 круга: внутренний и внешний. Внешний круг движется, внутренний остается на месте. Находящиеся во внешнем круге высказывают свое впечатление о партнере по внутреннему кругу, начиная с фразы "Спасибо за то, что сегодня ты...". Затем круги меняются местами.

4. Речь - визитная карточка человека

Вступительное слово тренера, подготовка к работе. -Как прошли дни между занятиями? -Какое настроение сейчас?

Упражнение “Лепестки”

Цель: расслабление, повышение уверенности в себе. У каждого участника появляется возможность получить впечатление от других членов группы. Заготовленные бланки раздаются участникам (цветы с лепестками). И тренер просит молча заполнить пустые лепестки . После тренер говорит, что участники могут пройти по комнате и показать свои цветки другим участникам, и поговорить о том, что написано в каждом лепестке. Необходимо следить, чтобы участники не задерживались и через 1-2 мин переходили к следующему партнеру. После того как каждый поговорит со всеми участниками садятся в круг. Происходит короткий обмен мнениями. О чем удалось поговорить? -Какие мнения участников заинтересовали? -Какие мнения были неприятны? 1й лепесток – Три вещи, которые мне не нравятся. 2й лепесток – Три вещи, которые мне нравятся. 3й лепесток – Три места, где я

жил. 4й лепесток – Чем я горжусь. 5й лепесток – Чтобы я хотел сделать. 6й лепесток – Человек, которым я восхищаюсь. Сердцевина – Имя участника.

Упражнение Самореклама.

Цель: найти в себе самые хорошие качества. Каждый участник по вопросам самопрезентации, после чего происходит совместное обсуждение по желанию представленных самопрезентаций. **Вопросы:** 1. Твоё имя, возраст, знак зодиака? 2. Какое любимое время года? Блюдо? Хобби? 3. Какое качество человека, на твой взгляд, является наиболее ценным? Что нового узнали? Сложно ли было?

Назовите другие способы заочной самопрезентации: рассылка визиток, листков самопрезентации (резюме), а также о способах размещения рекламного материала и способах подачи.

Ролевая игра «Интервью со звездой»

В течение нескольких минут побудьте в роли звезды и журналиста.

Анализ ситуации: Что вы чувствовали, находясь в роли звезды и журналиста? Довольны ли вы результатами интервью? Изменилось ли ваше отношение к звезде?

Репортер. На исходе уходящего тысячелетия Всемирный союз журналистов решил провести международную конференцию, на которую были приглашены самые популярные журналисты планеты. Труд журналиста обрел огромное значение в жизни современного общества. Миллионы людей начинают и заканчивают свой рабочий день с просмотра телевизионных новостных передач и чтения газет. Судьба политических режимов, карьеры политиков и даже биржевые курсы зачастую зависят от мастерства и профессионализма журналистов. Тысячи газет и журналов по всему миру почли за честь послать своих корреспондентов на форум, который проходит здесь. Вместе собрались самые популярные и талантливые мастера, люди, чьи имена находятся на первых строчках рейтингов наиболее читаемых изданий. Посмотрите друг на друга – это вы. Уважаемые коллеги! От имени

оргкомитета Всемирного союза журналистов рады приветствовать вас в нашей школе. Задача нашей сегодняшней работы – выпуск первого номера всемирной газеты «Репортер», которая станет выходить раз в столетие и будет посвящена самым популярным и талантливым журналистам планеты. Каждый из вас сегодня станет автором статьи о своем коллеге, который будет выбран по жребию, и в то же время героем статьи, которую напишет о вас ваш коллега. Вы увидите друг друга в различной работе – ваша задача показать самые сильные и привлекательные стороны характера своего героя. Разъяснения того, что предстоит сделать: взять интервью; представить своего героя, который «выпал по жребию». По ходу представления на доску записываются черты характера, которые помогают в работе журналиста. Из перечисленных на доске качеств каждый выбирает три, которые ему присущи, и еще два, которые он хотел бы иметь, и записывает их себе. В соответствии с разъяснениями дети придумывают свой творческий псевдоним, творческую биографию, берут интервью у своего героя, дают свое интервью, выбирают и записывают в свои «журналистские блокноты» присущие и желаемые качества. Психолог сообщает о том, что мастера своего дела всегда стараются усовершенствовать свои профессиональные качества, поэтому сейчас им предстоит участие в нескольких ситуациях. «Я начинаю разговор». Психолог напоминает, что одно из профессиональных качеств журналиста – умение общаться и заводить знакомства, умение начать разговор. Детям предлагается разделиться на пары и встать в два круга лицом друг к другу. Затем им сообщается следующее: «Вы будете знакомиться друг с другом, получая задания, затем по сигналу ведущего внутренний круг делает один шаг вправо. Обращайте внимание, как следует в этой ситуации ваш герой: Здравваемся, как старые друзья, которые давно не виделись. Как люди, которые находятся в ссоре. Как начальник и подчиненный. Как дипломаты. Как будто вам предстоит большое путешествие. Как ребенок с отцом, приехавшим из длительной командировки. Как ученик с учителем По итогам проводится опрос: с кем было приятно здороваться, какие

профессиональные качества журналиста помогают в общении.

Мини-лекция «Правила виртуального общения»

Виртуальное общение является неотъемлемой составляющей нашего времяпрепровождения. Компьютер для многих людей выступает не просто какой-то разновидностью техники, а скорее неким собеседником.

Виртуальное общение имеет ряд положительных аспектов, таких как возможность, обмениваться информацией с собеседниками, которые пребывают за тысячи километров, но при всех положительных моментах, существует также скрытая опасность в виртуальном общении.

Существует ряд опасностей виртуального общения, к которым относят:

* Неадекватную оценку. Согласно проведенному опросу американских ученых, в котором приняли участие около тысячи пользователей социальной сети, выяснилось, что многие люди, которые не получали «лайки» к фотографиям, переживали из-за всего этого. Но также ситуация может сложиться наоборот, когда виртуальных комплиментов настолько много, что самооценка человека способна взлететь до небес, тем самым, осложняются отношения с окружающими. Поэтому в данном случае главный вывод - стоит относиться к «лайкам» больше с иронией, поскольку живем мы в реальном мире, а не виртуальном.

* Скрытая опасность - зависть и агрессия. Психологи признают тот факт, что не всем нравится смотреть на счастливую чужую жизнь. Безусловно, многим хочется показать фотографии, где отображены лучшие моменты жизни, будь то свадьба, поездка в горы или на курорт. Худшее никто не желает афишировать, но среди многих виртуальных друзей хорошие моменты вызывают только раздражение, зависть и агрессию. Им кажется, что их жизнь не удалась, если они не сыграли свою свадьбу в лучшем ресторане Москвы, либо не слетали на Мальдивы, а всего лишь живут в маленькой квартире и ездят на старом автомобиле. Поэтому лучше всего, чтобы уменьшить опасность виртуального общения для себя, размещать

соцсетях фотографии попроще.

* Мошенники . Увидев в вашем профиле реальное имя и фамилию, вас могут найти как старые одноклассники, так и мошенники. В Интернете находится множество баз данных, позволяющих получить информацию о человеке по его ФИО. Поэтому не стоит выкладывать много личной информации. Нежелательно писать даже место рождение и дату, поскольку злоумышленники вполне могут воспользоваться этим в своих преступных целях.

* Подмена реальной жизни с помощью виртуальной. Пока пользователи соцсетей просматривают страницы своих друзей, они не замечают, как летит их время. Зрелый человек тратит тридцать минут в день на просмотр соцсетей, а молодой человек часа три и больше. Это говорит о том, что человек находится все это время в виртуальном мире, забывая о своих реальных проблемах и друзьях. Живя в виртуальном мире, многие довольно часто придумывают себе образ, который не соответствует действительности. Есть вероятность того, что человек потеряет контакт с реальным миром, и разучится общаться с живыми людьми.

На сегодняшний день стоит обратить внимание на виртуальное общение - скрытая опасность данного общения заключается в том, что люди придумывают свой собственный мир, который значительно отличается от реального.

Благодаря интернету люди получили возможность связываться друг с другом в любом месте, главное, иметь подключение к сети. Широкое распространение получило виртуальное общение, которое имеет свои особенности, преимущества и недостатки.

ЧТО ЗНАЧИТ ВИРТУАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ?

Особый вид коммуникаций, происходящий через сеть интернет, называется виртуальным общением. В большинстве случаев под этим понимают обмен информацией в письменной форме. Виртуальное общение с девушкой или парнем происходит через социальные сети, разные сайты, в

чатах и на форумах. Интернет дал людям возможность заводить друзей из разных городов и стран, не выходя из дома.

Есть ряд особенностей виртуального общения, которые отделяют от реального:

Привычная обстановка для людей, то есть для общения не нужно покидать дом, выходя из зоны комфорта. Человек пользуется знакомыми методами передачи информации.

Поскольку в большинстве случаев взаимодействие происходит в письменном виде, можно усовершенствовать свои навыки в письме.

Люди могут обмениваться любой информацией, говоря на разные темы и тем самым развивая себя.

ПСИХОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Существует ряд основных принципов, выделяющихся в психологии и характерных для виртуального общения.

Особенности общения у человека формируются на основе имеющегося опыта, темперамента, особенностей воспитания и общества.

В психологии виртуальной общение между мужчиной и женщиной базируется на равенстве, то есть происходит построение диалога.

Важно понимать, что все люди индивидуальны и к каждому собеседнику следует искать подход, чтобы наладить контакт.

МОЖЕТ ЛИ ВИРТУАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ ЗАМЕНИТЬ РЕАЛЬНОЕ?

Все больше людей из реального мира переходят в виртуальное пространство, и особенно остро эта проблема коснулась детей. Реальное и виртуальное общение могут сосуществовать, но только важно правильно расставлять приоритеты. Беседа через монитор никогда не заменит живого контакта, где можно видеть реальные эмоции и ощущать человека. Часто общение в сети строится на обмане, поскольку люди уверены, что никогда не встретятся со своим собеседником вживую.

Существует весьма странная тенденция – виртуальному другу намного проще довериться, чем близкому родственнику. Психологи называют такое

явление «эффектом попутчика», когда проще рассказать тайну человеку, которого ты никогда не увидишь, и, по сути, не знаешь, считая его совет максимально объективным. В итоге виртуальное общение создает иллюзию, что по ту сторону монитора находится самый близкий и верный друг, который всегда будет рядом, вот только проверить это невозможно. Бывают исключения, но это встречается нечасто.

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Основные риски общения в сети связаны с тем, что в интернете много мошенников, которые могут манипулировать человеком в своих интересах. Определяя плюсы и минусы виртуального общения, психологи пришли к выводу, что чувства в сети являются более сильными, чем в реальной жизни. Чтобы уменьшить риски, рекомендуется прибегать к визуальному общению при помощи веб-камеры.

ПЛЮСЫ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Основное преимущество общения в сети заключается в том, что есть возможность поговорить с человеком, который находится на огромном расстоянии. Еще один плюс – возможность одиноких и скромных людей раскрыться и найти друзей. Другие преимущества виртуального общения:

Отношения строятся на добровольной основе, поэтому можно говорить об искренности желания.

Можно найти огромное количество друзей по всему миру, которые будут разделять интересы, цели, желания и так далее.

Виртуальное общение не требует вложения финансов и траты времени, поскольку не нужно организовать реальную встречу, платить за транспорт, покупку угощений и так далее.

При желании можно прекратить общение в любой момент, не объясняя никому причину.

Есть шанс сыграть какую-то роль и представить себя тем, кем не являетесь на самом деле.

МИНУСЫ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Психологи заметили, что чем больше человек проводит времени в сети, тем больше изменений наблюдается в его сознании, речи и взаимодействии с окружающими людьми. Происходит потеря навыков реального общения. Виртуальное общение имеет и другие минусы:

СРЕДСТВА ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Основные средства для общения в сети на сегодняшний день – социальные сети, где есть разные дополнительные функции, например, прикрепление фото и видео. Кроме этого, можно использовать разные форумы, чаты, специальные сайты и E-mail. Культура виртуального общения схожа с реальным контактом, и она основана на правилах этикета и особенностях психологии.

ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Чтобы выстроить диалог и наладить контакт, рекомендуется соблюдать определенные правила общения:

Реагировать нужно только на развернутые письма, в которых показана заинтересованность человека. Если в письме только смайлы, улыбка или банальный «Привет», лучше оставить его без внимания.

Найдите золотую середину, то есть не нужно отвечать на вопросы слишком кратко или очень затянато. Важно дать ответ, но при этом не описывать пол своей жизни.

Женщин отталкивает навязчивость, поэтому правила знакомства для виртуального общения, включают совет о том, что не стоит писать человеку еще одно письмо, если он не ответил на предыдущее.

Если вы заинтересованы в женщине, не нужно с первых сообщений писать о своих чувствах, поскольку это пугает и отталкивает. Никаких интимных тем в общении с незнакомками, если они сами их не завели.

Правила виртуального общения с женщиной включают и подходящую подачу комплиментов. Писать их следует естественно, без лести и навязчивости. Чтобы выстроить доверительные отношения, важна искренность.

Рефлексия занятия

5. Эмоции – зеркало души понимать и управлять. Фотографии, как средства выражения эмоций .

Выработка навыков описания своих эмоций и происходящих психологических состояний. Изучение влияние эмоций и настроения на выполняемую деятельность. Повышение чувства уверенности в себе.

Упражнение “Мое настроение сейчас”

Нарисуйте свое настроение - такое, какое оно есть прямо сейчас. Может быть, оно будет похоже на погоду, или на пейзаж, или это будет абстрактный рисунок. Дорисуйте образ до конца - чтобы он полностью отражал Ваше состояние. После того как все участники нарисовали свое настроение, работы вывешиваются в аудитории. Каждый участник вешает свою работу ниже той, которая была нарисована в начале занятия.

Упражнение “Эмоциональное состояние партнера”

Цель: Проявление наблюдательности к внешним проявлениям эмоционального состояния партнера.

Инструкция: “Пусть кто-то из нас первым скажет своему соседу слева о его состоянии. Например: "Мне кажется, что ты сейчас спокоен и заинтересован происходящим" или: "Мне кажется, что ты утомлен" и т. д. Тот, кому это сказали, в свою очередь скажет нам всем о своем состоянии в данный момент. Затем он выскажет свое предположение о состоянии своего соседа слева, и тот уточнит свое состояние, и т. д.” После того как круг замкнется, ведущий может задать группе более общий вопрос: “Каким образом вы определяли состояние своего соседа?” или более конкретный: “На какие признаки вы ориентировались, определяя состояние своего соседа?”

Мини-лекция «Факторы, помогающие снижению эмоционального

напряжения и факторы, мешающие снижению эмоционального напряжения, передача эмоций посредством фотографии»

Перечисление положительных и отрицательных факторов:

- давать выговориться партнеру - мешать этому
- вербализация эмоционального состояния (своего и партнера) - игнорирование
- подчеркивание общности - подчеркивание различий
- интерес к проблемам партнера - игнорирование
- подчеркивание значимости партнера - принижение партнера
- немедленное признание своей неправоты - оттягивание признания
- предложение конкретного выхода - поиск виноватого
- обращение к фактам - переход на личности, на "вообще"
- спокойный, уверенный темп речи - избегание, убыстрение темпа речи •

Передача эмоций посредством фотографии

При съемке портретов, так же как и групповых снимков, эмоции являются ключевой составляющей снимка. Эмоции - это более важный инструмент, чем свет и декорации. Передать на снимке эмоции не так уж и просто.

Любовь - это самая сильная эмоция. Вокруг нас люди постоянно проявляют эмоции. Правильно переданная эмоция на снимке может быть важнее нарушенного освещения или не правильного построения композиции.

Зрителю неважно, как проходил процесс съемки и какую идею хотел донести фотограф. Единственное желание зрителя — увидеть нечто интересное, живое и настоящее. То, что затронет его чувства, заставит переживать и пробудит в нем эмоции.

Эмоция — это рефлекс на внешний раздражитель, за которым всегда скрывается физическая необходимость. Когда человек испытывает страх или ужас, у него расширяются глаза, поднимаются брови, он делает резкий вдох. В таком состоянии можно больше увидеть вокруг, подготовиться к

дальнейшим

действиям.

Поднятие бровей вверх — спектр эмоций удивления, изумления, страха, ужаса.

Нахмуривание (слово какое!) бровей — эмоции серьезности, сосредоточенности, злости, недоверия, недовольства.

«Бровки домиком» — жалость, боль, страдание.

Одна поднятая бровь — эмоции сарказма, высокомерия и подобные.

Напряжение носогубных складок — спектр эмоций отвращения и омерзения.

Рот — смех, улыбка, радость и усиление остальных эмоций.

Любая эмоция создается напряжением определенных мышц. Для фотографа мимика и мимические морщины — кладезь информации, которая заставит зрителя задержаться на нашей работе и почувствовать общий замысел.

6. Уверенный человек, как вести себя.

Упражнение “Комплименты”

Цель: отработка навыков эмпатии и новых способов поведения, формирование умения делать комплименты и создавать позитивные установки друг на друга.

Инструкция: "Вы можете свободно передвигаясь по комнате подходить к любому члену группы и обмениваться комплиментами, добрыми пожеланиями, похвалами. Возможно, этот человек чем-то помог вам в процессе тренинга, поблагодарите его. Таким образом, обойдите всех участников тренинга". Для этого упражнения целесообразно использовать лирическую музыку.

Упражнение “Собеседование на работу”

Цель: отработка навыка успешной самопрезентации, закрепление полученных знаний. Участники тянут жребий кто у кого будет менеджером по приему на работу. Согласно жеребьевке, каждый участник представляет

свой образ и свои достижения. Менеджер (согласно жеребьевке у каждого участника он свой) задает каверзные вопросы и играет роль работодателя. Время собеседования для каждого участника 3 минуты. После завершения упражнения участники делятся впечатлениями о прошедшем упражнении. Отвечают на вопрос: Кто сыграл роль более убедительно? От чего зависел, по их мнению, успех самопрезентации в данном случае?

Упражнение - дискуссия «Как ведет себя в социальных сетях уверенный человек?»

Цель: Самопрезентация, формирование уверенного поведения и положительного восприятия себя, развитие способности понимать партнера.

-В соцсетях люди ведут себя так же, как и в жизни?

-Человек часто ведет себя более открыто онлайн, чем в жизни ?

-Если человек ведет себя по-разному в жизни соцсетях — это признак лицемерия?

-Соцсети помогают понять ценности человека?

-Благодаря соцсетям легче понять, есть ли у вас общие интересы?

-В соцсетях важно соблюдать правила этикета? (Например, не игнорировать чужие сообщения)

- Грамотность человека влияет на впечатление, которое он производит?

7. Имидж, его значение

Цели: Воспитывать у учащихся чувство прекрасного, ответственности к созданию собственного имиджа, имиджа будущей профессии и имиджа будущей компании. Воспитывать ответственность не только за свой имидж, но и за имидж окружающих людей. Развивать положительные эмоции и чувства, связанные с данной проблемой.

Психогимнастика: «Я люблю себя за то, что...»

Мы начинаем с вами новое занятие. Давайте сейчас немного разомнемся и сделаем такое упражнение: Нужно будет каждому

поочередно говорить две фразы: «Я люблю себя за то, что...» по кругу.

«Имидж, его составляющие»

Имидж (от лат. image) – образ, умственное представление конкретного лица, содержательная сторона его характера. Три основных составляющих имиджа: 1. личное обаяние – способствует успеху в профессиональной деятельности,

2. нравственные характеристики – коммуникабельность, способность к сопереживанию, способность понять другого, красноречие,

3. техника самопрезентации – умение подать с наилучшей стороны свои знания, умения и опыт.

Дискуссия «Имидж , его составляющая»

Чтобы определить свой имидж, человек должен развивать умение оценивать себя со стороны, оценивать собственную значимость, свои личностные качества. Я сейчас попрошу вас назвать черты современного делового человека. (Ответ: человек компетентный, умный, имеет хорошее образование, коммуникабельный, способен к продуктивному деловому общению, отличный специалист преследующий практические цели, обладает деловой этикой, нравственен, умеет хранить коммерческую тайну.) Известно, что первое впечатление формируется в первые 5 минут знакомства. Недаром в русском языке существует поговорка, тесно связанная с понятием «имидж»: «По одежке встречают, по уму провожают». Технология создания образа очень широко используется и в политике. Так, в период предвыборных кампаний создатели «имиджа» американских президентов активно используют результаты опроса общественного мнения. Они ориентируются на систему ожиданий, существующих в обществе на момент очередных выборов. Позднее уже по ней планируются и редактируются выступления президента по радио и телевидению. А теперь давайте поговорим, каким должен быть гардероб современного делового мужчины и современной деловой женщины.

Мини-лекция «О важности имиджа в социальных сетях»

Уже много лет прошло с того момента, как работодатель, принимая на рассмотрение потенциального сотрудника, изучает его страницы соцсетях. По тому, что именно публикуется на «стене», и делается вывод. В большинстве случаев, если следовать простой логике, лучше вообще не иметь аккаунтов, чем испортить о себе впечатление заранее. Несмотря на то, что это ваша личная жизнь, скрыть ее вы не сможете, поскольку сами добровольно знакомите с ней всех посетителей своей страницы, в том числе неизвестных.

Если раньше было достаточно обменяться визитными карточками при встрече, то сейчас для удобства люди предпочитают, помимо этого, добавляться в друзья в социальных сетях. Не надо рыться в многочисленных контактах, если можно одним движением отослать запрос человеку, а потом при необходимости продолжать с ним общение в интернете по личным делам или вопросам бизнеса. Особенно это актуально в сфере услуг: фотографы, мастера маникюра, парикмахеры – посмотрите внимательно на их аккаунты, вы увидите огромное количество друзей.

Логично, что это не совсем друзья, статус которых приписывает им социальная сеть. Важнее другое: при создании и оформлении своей страницы подбирайте фотографию, максимально тонко передающую вашу харизму. Ведь фото и будет тем самым первым впечатлением, которое, как известно, потом ничем не исправить.

Выкладывайте в ленту публикации такие, чтобы они вызвали неподдельный интерес: каждая из них должна вызывать желание у человека рассмотреть ее детально. По снимкам можно определить хотя бы минимально характер и склонности людей, их уровень развития.

Снимки с обильным «фотошопом» не вызывают интереса – наоборот, провоцируют раздражение, поскольку за ними скрывается реальная личность человека, поверх которого выдается желаемый образ. То есть фактически он сам себя стесняется, а это опытным людям с жизненным опытом становится моментально понятно.

Будьте собой, и ведите свои аккаунты в социальных сетях с уважением к себе и другим.

8. Конфликтные ситуации

Цели: Обучение на практике способам разрешения конфликтных ситуаций в межличностных отношениях.

Упражнение «Испорченный телефон»

Цель: сплочение группы, создание рабочей атмосферы

Содержание: Участники встают в цепочку. Психолог встает в конце цепочки. Таким образом, все дети повернуты к нему спиной. Хлопком по плечу он предлагает повернуться к нему лицом стоящему впереди подростку. Затем он жестами показывает какой-либо предмет (спичечный коробок, пистолет, волейбольный мяч и т.д.). Первый участник поворачивается лицом ко второму и также хлопком по плечу просит его повернуться и показывает предмет, второй передает третьему, третий – четвертому и т.д. Последний участник показывает предмет.

Упражнение «Толкалки»

Цель: развитие навыков анализа конфликтных ситуаций.

Ведущий: «В другом варианте разрешения конфликтов (силовом решении, борьбе) конфликт может привести к разрыву отношений. У людей, являющихся непосредственными участниками конфликта, и тех, кто за ним наблюдает и вовлекается в него, возникает масса негативных чувств: злоба, ненависть, гнев, физическое насилие, унижение. В этой борьбе люди часто не рассчитывают свои силы, переходят дозволенные границы. Между тем даже открытым в соперничестве не следует унижать соперника». Группа разбивается на пары. Партнеры встают на расстоянии вытянутой руки друг от друга, руки подняты на высоту плеч и опираются на ладони соперника. По сигналу ведущего пары начинают толкать друг друга ладонями, стараясь сдвинуть с места «соперника»

Обсуждение: Какие чувства вы испытывали в отношении партнера?

Старались ли вы его уберечь от травм? Хотелось ли вам выиграть любыми путями? Нужно ли в настоящих конфликтах «беречь» соперника, или для выигрыша можно применять любые способы? Если бы это была не игровая ситуация, как бы вы действовали? Случалось ли вам наблюдать, как конфликтные ситуации начинались с безобидных игр? Что происходило? Почему ребята так себя вели?

Замечания для ведущих: Нужно предупредить ребят, чтобы они были предельно внимательны и не травмировали друг друга. Упражнение можно модифицировать, можно толкаться скрещенными руками, спинами.

Упражнение “Вместо ссоры – мир”

Цель: создание благоприятной атмосферы в группе. Участники разбиваются на пары и становятся спиной друг к другу. Представьте будто вы поссорились. Сейчас будет драка. Сожмите пальцы в кулаки. Глубоко вдохните, заатайте дыхание, сожмите челюсти, надуйте щеки. Затем повернитесь друг к другу и пальцами осторожно сдуйте щеки партнера. Весело, смешно, ругаться не хочется. Ура! Обнимитесь. Рекомендуется выбирать в партнеры наименее привлекательного для себя человека в группе.

Групповая дискуссия «Чему мы научились при разрешении конфликтов»

Цель: развитие навыков в разрешении конфликтных ситуаций.

Содержание: Разбирается настоящая конфликтная ситуация, в которой ребята принимали участие. Анализируются причины ее возникновения, способ разрешения, итог конфликта? Как могла бы эта ситуация разрешиться с учетом полученных навыков? Ведущему необходимо принять активное участие в дискуссии, можно привести свои примеры конфликтных ситуаций .

Рефлексия.

9. Самопрезентация: оптимальный способ самопрезентации

Я есть то, чем признают меня окружающие. У.Джеймс .

Вступительное слово ведущего. Если участнику деловой коммуникации

не удастся так преподнести себя, чтобы сформировать у партнера положительный и престижный образ, рассчитывать на успех не приходится. Наш образ должен работать на нас, а не против нас, должен правдиво отображать лучшие качества и при этом быть простым и искренним. Преуспевающий деловой человек должен выглядеть как преуспевающий деловой человек. В бизнес-практике особое внимание уделяется такой личностной характеристике, как способность вызывать доверие. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого раза. Какие языки вы изучаете? (Русский, английский, на уроках информатики – язык программирования.)

Упражнение «Умение сказать нет».

Участникам предлагается опробовать две техники отказа: «нет, это нельзя» и «да, но...» Психолог пытается убедить участников сделать что-то неприемлемое, запретное или не желаемое самими участниками (покурить, обозвать кого-то, подстроить неприятный розыгрыш, отдать свой плеер и т.д.). Участники должны отказать, применив одну из техник или две сразу.

Обсуждение. Легко ли было отказывать? Почему? Каким способом чаще пользуешься в жизни? В каких случаях надо соглашаться, а в каких – сказать нет?

Ролевые игры

Ситуация «В магазине» 2 участника.

Инструкция 1: «Ты продавец в магазине. Твоя задача – продать футболку клиенту. Будь с ним любезна».

Инструкция 2: «Ты покупатель в магазине. Твоя задача – купить футболку, но какую, не знаешь. Капризничай, выбирай дотошно, меряй, спрашивай мнение продавца».

Цель – договориться, продать-купить футболку, сохранив деловые отношения и имидж магазина.

Ситуация «Телефонный звонок в парикмахерскую», 2 участника

сидят на стульях спиной друг к другу. Инструктаж каждого участника идет скрыто.

Инструкция 1: «Ты менеджер парикмахерской. Вам звонит дотошный, настырный клиент. Он очень долго объясняет, что ему нужно. Твоя задача – быть вежливой с клиентом, ни в чем ему не отказать, согласиться сделать для него все, что требует клиент».

Инструкция 2: «Ты клиент парикмахерской. Твоя задача – договориться о стрижке. Сказать, что у тебя необычная, нестандартная стрижка. В случае согласия объявить, что ты хочешь постричь обезьянку».

Цель – договориться о стрижке для обезьянки, сохранить деловые отношения и имидж парикмахерской. Рефлексия. Теперь давайте по кругу скажем, что на этом занятии было самым важным для вас, что понравилось, а что не понравилось. Просто скажите несколько слов.

Дискуссия «безопасная самопрезентация в социальной сети»

Что для Вас означает безопасная самопрезентация в социальной сети?

Обсуждение, рефлексия

10. Самопродвижение, секреты успеха.

Цели: Сформировать установку на самосовершенствование, изучение зависимости внутренней установки на успешную самоподачу. Снижение уровня тревожности в жизненных ситуациях.

Упражнение “Я - сильный, я - слабый”

Цель: проверить, как слова и мысли влияют на состояние человека.

Участники разбиваются на 2 группы, формируют внешний и внутренний круг (лицом к лицу). Внутреннему кругу предлагается вытянуть вперед руку. Участники, стоящие во внешнем круге будут опускать руки вниз, нажимая на нее сверху. Те, кто стоят во внутреннем круге, должны удерживать руку, говоря при этом громко и решительно: «Я сильный!». После данное упражнение выполняется также, но теперь участники должны говорить: «Я

слабый», произнося это с соответствующей интонацией, то есть тихо, уныло... Становится видно, как поддерживающие слова помогают справиться с трудностями и побеждать.

В конце упражнения рефлексия в виде ответа участников на вопрос: С какими словами было легче выполнять задание? Какое настроение испытываете после выполнения упражнения?

Упражнение “Всеобщее внимание”

Цель: развитие умения невербального средства общения. Всем участники игры выполняют одну и ту же простую задачу любыми средствами, не прибегая к физическим действиям и не разговаривая, нужно привлечь внимание окружающих. Задача усложняется тем, что одновременно ее выполняют все участники.

Рефлексия: Кому удалось привлечь к себе внимание других и за счет, каких средств?

Упражнение “Ода о себе”.

Цель: Повышение уровня самооценки каждого участника группы. Каждый участник берет лист бумаги.

Инструкция: Успокойтесь, расслабьтесь, при необходимости посмотрите на себя в зеркало. Напишите себе хвалебную оду. Хвалите себя! Желайте себе добра, здоровья, успехов в делах, работе. Любви и всего остального. Форма изложения – небольшие предложения из 5- 10 слов в прозе или в стихах. Напишите себе несколько од. Выберите из них ту, которая нравится больше всего. Оду, которую больше всего понравилась оформить в виде картины-цитаты. Украсить ее рамкой, рисунками. Подготовиться к торжественной презентации “Оды о себе” на следующем занятии. Полученную картину принести на следующее занятие.

Упражнение “Мое настроение сейчас”

Необходимый материал: цветные карандаши, листы бумаги.

Инструкция: Нарисуйте свое настроение - такое, какое оно есть прямо сейчас. Может быть, оно будет похоже на погоду, или на пейзаж, или это

будет абстрактный рисунок. Дорисуйте образ до конца - чтобы он полностью отражал Ваше состояние. После того как все участники нарисовали свое настроение, работы вывешиваются в аудитории.

Упражнение «Обратная связь – Процедура прощания»

Участники образуют 2 круга: внутренний и внешний. Внешний круг движется, внутренний остается на месте. Находящиеся во внешнем круге высказывают свое впечатление о партнере по внутреннему кругу, начиная с фразы "Спасибо за то, что сегодня ты...". Затем круги меняются местами.

Итоговая рефлексия тренинга ,Ведущий: Наш тренинг завершился, и мы хотим услышать оправдались ли ваши ожидания. Расскажите, о вы узнали, увидели, почувствовали, что изменилось, над чем еще нужно работать.

Приложение Г

Таблица 1. - Результаты методики исследования самоотношения С.Р. Пантелеева (МИС) после прохождения программы

№	Имя	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Алла	6	5	4	3	5	5	4	6	6
2	Анна	2	4	4	10	10	8	9	4	5
3	Амалия	5	4	4	9	9	8	9	4	4
4	Алексей	3	8	5	4	4	5	5	7	8
5	Андрей	6	3	6	8	8	4	7	6	7
6	Антон	7	5	5	8	7	9	7	7	8
7	Ира	5	5	8	4	4	4	3	7	9
8	Борис	3	4	4	8	8	9	7	4	4
9	Владимир А.	4	2	4	10	8	8	7	4	4
10	Владимир З.	3	5	6	6	7	4	3	5	10
11	Глеб	5	6	3	5	8	7	5	8	7
12	Галина	8	4	5	3	6	8	6	4	3

13	Гера	6	5	5	2	5	4	2	9	9
14	Макс им П	6	4	4	6	4	5	3	10	10
15	Дмит рий В.	7	8	4	8	9	9	6	3	3
16	Конст антин	6	4	6	5	6	5	3	7	7
17	Кирил л	5	5	5	6	8	8	6	7	8
18	Кирил л	9	4	4	4	4	5	7	6	6
19	Екате рина Б.	6	5	7	5	5	5	3	8	9
20	Екате рина С.	6	8	6	5		6	7	7	6
21	Екате рина Н	5	5	5	4	4	4	5	6	5
22	Макс им Н	7	9	10	10	9	7	9	2	3
23	Иван	3	10	7	7	8	7	7	3	5
24	Арсен ий	6	9	9	5	8	9	7	6	4
25	Миха ил Б.	5	5	6	5	5	6	6	5	6

26	Роман	7	10	8	9	10	9	8	5	3
27	Карина	6	7	5	6	7	8	8	4	2
28	Евгений	6	9	6	8	5	6	7	3	2
29	Евгения	6	10	9	8	6	10	5	3	5
30	Татьяна	7	9	6	10	10	6	8	2	2
31	Мирослава	3	5	8	3	7	6	6	6	5
32	Ксения	7	7	5	6	8	5	5	3	2
33	Вероника	6	5	5	5	6	9	5	7	7
34	София	3	5	7	2	5	4	6	6	5
35	Никита	6	4	7	5	4	6	5	7	8
36	Михаил К.	6	7	7	6	8	7	8	8	9

Приложение Г.

Таблица 2. - Уровни самопрезетации подростков в социальных сетях до и после программы

№	Имя	До	После
1	Алла	С	С
2	Анна	В	В
3	Амалия	Н	В
4	Алексей	Н	С
5	Андрей	С	С
6	Антон	С	В
7	Ира	Н	С
8	Борис	Н	С
9	Владимир А.	Н	С
10	Владимир З.	Н	С
11	Глеб	Н	С
12	Галина	В	В
13	Гера	С	С
14	Максим П	С	С
15	Дмитрий В.	С	В
16	Константин	С	С
17	Кирилл	Н	В
18	Кирилл	В	В
19	Екатерина Б.	С	С
20	Екатерина С.	С	В
21	Екатерина Н	Н	С
22	Максим Н	В	В
23	Иван	В	В
24	Арсений	С	В
25	Михаил Б.	Н	С
26	Роман	В	В
27	Карина	Н	В
28	Евгений	В	В
29	Евгения	В	В
30	Татьяна	В	В
31	Мирослава	Н	С
32	Ксения	С	В
33	Вероника	Н	С
34	София	Н	С
35	Никита	Н	С
36	Михаил К.	Н	В

Приложение Д

Оценка достоверности сдвига в значениях исследуемого признака

С целью сравнения уровня самопрезентации подростков в социальных сетях до и после групповых консультативных встреч мы применили метод оценки достоверности сдвига в значениях исследуемого признака. Так как экспериментальные данные измерены до и после консультаций на одной и той же выборке исследуемых, мы применили Т-критерий Вилкоксона.

Обобщенные результаты обучающихся были сформированы в Таблицу 1. При этом обучающимся с высоким уровнем самопрезентации, было присвоено значение «2», обучающимся со средним уровнем значение «1», обучающимся с низким уровнем значение «0».

В-высокий

С-средний

Н-низкий

Для подсчета этого критерия нет необходимости упорядочивать ряды значений по нарастанию признака. Первый шаг в подсчете Т-критерия – вычитание каждого индивидуального значения "до" значения "после".

Используем Таблицу 1.

Таблица 1. - Уровни самопрезетации подростков в социальных сетях

№	Имя	До	После
1	Алла	С (1)	С(1)
2	Анна	В(2)	В(2)
3	Амалия	Н(0)	Н(0)
4	Алексей	Н(0)	Н(0)
5	Андрей	С(1)	С(1)
6	Антон	С(1)	В(2)
7	Ира	Н(0)	Н(0)
8	Борис	Н(0)	С(1)
9	Владимир А.	Н(0)	Н(0)
10	Владимир З.	Н(0)	С(1)
11	Глеб	Н(0)	Н(0)
12	Галина	В(2)	В(2)
13	Гера	Н(0)	С(1)
14	Максим П	Н(0)	Н(0)
15	Дмитрий В.	С(1)	С(1)
16	Константин	С(1)	С(1)
17	Кирилл	Н(0)	Н(0)
18	Кирилл	В(2)	В(2)
19	Екатерина Б.	С(1)	С(1)
20	Екатерина С.	С(1)	С(1)
21	Екатерина Н	Н(2)	Н(0)
22	Максим Н	В(1)	В(2)
23	Иван	В(2)	В(2)
24	Арсений	С(2)	С(1)
25	Михаил Б.	Н(0)	Н(0)
26	Роман	В(2)	В(2)
27	Карина	С(1)	С(1)
28	Евгений	В(2)	В(2)
29	Евгения	В(2)	В(2)
30	Татьяна	В(2)	В(2)
31	Мирослава	Н(0)	Н(0)
32	Ксения	С(1)	С(1)
33	Вероника	С(1)	С(1)
34	София	Н(0)	В(2)
35	Никита	Н(0)	С(1)
36	Михаил К.	Н(0)	С(1)

Определим гипотезы:

Н0: Показатели после проведения опыта превышают значения

показателей до эксперимента

H1: Показатели после проведения опыта меньше значений показателей до эксперимента.

Затем для выявления T-критерия Вилкоксона рассчитаем разности парных показателей проранжируем их абсолютные значения. В Таблице 2 представлен полученный результат.

Таблица 2. –Расчёт T-критерия при сопоставлении уровня самопрезентации в социальных сетях до и после консультативных встреч

№	Уровень самопрезентации		Разность (fпосле- fдо)	Абсолютное значение разности	Ранговый номер разности
	до (fдо)	после (fпосле)			
1	1	1	0	0	15
2	2	2	0	0	15
3	0	0	0	0	15
4	0	0	0	0	15
5	1	1	0	0	15
6	1	2	1	1	32.5
7	0	0	0	0	15
8	0	1	1	1	32.5
9	1	1	0	0	15
10	0	0	0	0	15
11	2	2	0	0	15
12	2	2	0	0	15
13	1	1	0	0	15
14	0	0	0	0	15
15	2	2	0	0	15
16	1	1	0	0	15
17	0	0	0	0	15
18	2	2	0	0	15
19	1	1	0	0	15
20	1	1	0	0	15
21	0	0	0	0	15
22	2	2	0	0	15
23	2	2	0	0	15
24	1	1	0	0	15
25	0	0	0	0	15
26	2	2	0	0	15
27	1	1	0	0	15
28	2	2	0	0	15
29	2	2	0	0	15
30	2	2	0	0	15
31	0	0	0	0	15

32	1	1	0	0	15
33	1	1	0	0	15
34	0	2	2	2	36
35	0	1	1	1	32.5
36	0	1	1	1	32.5
	Сумма				666

Сумма по столбцу рангов равна $\sum=666$

Проверка правильности составления матрицы на основе исчисления

контрольной суммы:
$$\sum x_{ij} = \frac{(1+n)n}{2} = \frac{(1+36)36}{2} = 666$$

Сумма по столбцу и контрольная сумма равны между собой, значит, ранжирование проведено правильно.

Теперь отметим те направления, которые являются нетипичными, в данном случае – отрицательными. В Таблице эти направления и соответствующие им ранги выделены цветом.

Сумма рангов этих «редких» направлений составляет эмпирическое значение критерия $T: T = \sum R_i = 0$ По таблице Приложения находим критические значения для T-критерия Вилкоксона для $n=36$:

$$T_{кр} = 185 (p \leq 0.01)$$

$$T_{кр} = 227 (p \leq 0.05)$$

Зона значимости в данном случае простирается влево, действительно, если бы "редких", в данном случае положительных, направлений не было совсем, то и сумма их рангов равнялась бы нулю. В данном же случае эмпирическое значение T попадает в зону значимости: $T_{эмп} < T_{кр}(0,01)$.

Гипотеза H_0 принимается. Показатели после эксперимента превышают значения показателей до опыта.

Рецензия

на магистерскую диссертацию
СЛОСАРЕВОЙ АЛЕКСАНДРЫ ЭДУАРДОВНЫ
«Групповое психологическое консультирование как средство помощи
подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в
социальных сетях»
направление подготовки: 44.04.02. Психолого-педагогическое образование
направленность (профиль) образовательной программы: Мастерство
психологического консультирования

В современных условиях социальные сети стали основным средством самопрезентации многих современных людей. Подростков привлекают социальные сети, так как там можно проявить свою творческую натуру и самореализоваться. Это прекрасная возможность заявить о своих предпочтениях в различных областях. Дефицит научных знаний относительно особенностей самопрезентации в социальной сети и несомненная актуальность проблемы послужили основанием для выбора темы исследования. А.Э. Слосарева предлагает оказывать помощь подросткам в построении оптимального способа самопрезентации используя возможности группового консультирования.

Структура исследования, названия глав и логика изложения отражают основные этапы исследования. Работа состоит из введения, двух глав, выводов, библиографического списка, приложения.

Во введении обоснована актуальность работы, сформулированы цели и задачи, грамотно выделены объект и предмет исследования, представлен методический инструментарий, этапы исследования, показаны новизна, практическая и теоретическая значимость, сформулированы положения, выносимые магистрантом на защиту.

В первой главе Александра Эдуардовна раскрывает различные подходы к изучению самопрезентации как в зарубежной, так и в отечественной психологии, особенности самопрезентации в социальных сетях, рассматривает специфику самопрезентации в подростковом возрасте в контексте я-концепции подростков, анализирует возможности группового психологического консультирования в работе с подростками.

Во второй главе описываются результаты исследовательской деятельности. Анализ результатов констатирующего эксперимента позволил автору составить описание особенностей самопрезентации подростков в социальных сетях. Результаты стали отправной точкой при планировании серии групповых консультаций. Заслуживает внимания предлагаемая программа консультирования, учитывающая особенности подростков и испытываемые ими психологические трудности. Реализация консультативных встреч и анализ динамики изменений после проведенного эксперимента показали, что проведение групповых консультаций дало хороший результат. Следует отметить тщательный анализ и интерпретацию

полученных данных, продуманный иллюстративный материал.
В целом видится возможность дальнейших перспективных исследований в данной проблематике.

Вместе с тем, хотелось бы уточнить: предполагалось ли в ходе консультирования развивать в том числе, коммуникативную компетенцию подростков, как необходимого условия формирования их положительного самоотношения и умений самопрезентации?

В целом магистерская диссертация «Групповое психологическое консультирование как средство помощи подросткам в построении оптимального способа самопрезентации в социальных сетях» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Результаты, полученные магистрантом, имеют значение для психологической науки и практики.

Работа отвечает требованиям, предъявляемым к магистерским диссертациям, и заслуживает оценки «отлично», а ее автор Слюсарева Александра Эдуардовна заслуживает присвоения квалификации магистра.

Кандидат психологических наук,
доцент кафедры психологии и педагогики
детства Красноярского государственного
педагогического университета им. В.П. Астафьева



Л.В. Арамачева

Отчет о проверке на заимствования №1



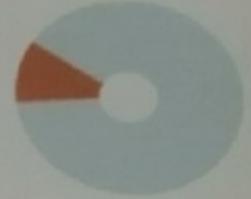
Автор: marina.safonova@mail.ru / ID: 2252763
Проверяющая: marina.safonova@mail.ru / ID: 2252763
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - <http://users.antiplagiat.ru>

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 54
Начало загрузки: 16.12.2019 21:18:31
Длительность загрузки: 00:00:05
Имя исходного файла: Диссертация
Сявсарева А.Э. готовая работа 1
Размер текста: 1909 кБ
Символов в тексте: 306440
Слов в тексте: 36788
Число предложений: 2410

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (рид.)
Начало проверки: 16.12.2019 21:18:37
Длительность проверки: 00:00:05
Комментарий: не указано
Модули поиска: Модуль поиска Интернет



ЗАИМСТВОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
11,15%	0%	88,82%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа.
Сюда относятся оформление по ГОСТу цитаты, общепотребительные выражения, фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которому шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определении корректности и грахомерности заимствования или цитирования, а также авторства текстовым фрагментам проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	2,45%	2,45%	Сущность вербальной самоп...	https://zdamsam.ru	25 Ноя 2019	Модуль поиска Интернет	7521	12
[02]	1,15%	2,19%	Образ я, я-концепция - пзес...	https://obu4ayka.ru	08 Мая 2019	Модуль поиска Интернет	3533	14
[03]	1,58%	1,85%	Курсовая работа: Самопрез...	https://bestreferat.ru	21 Янв 2019	Модуль поиска Интернет	4792	9

Еще источников: 17
Еще заимствований: 6,02

Научный руководитель: *В.В. Сафонов* / М.В. Сафонов

Приложение
к Регламенту размещения
выпускной квалификационной работы обучающихся,
по основным профессиональным образовательным программам
в КГПУ им. В.П. Астафьева

Согласие
на размещение текста выпускной квалификационной работы обучающегося
в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева

Я, Слюсарев Александр Александрович
(фамилия, имя, отчество)

разрешаю КГПУ им. В.П. Астафьева безвозмездно воспроизводить и размещать
(доводить до всеобщего сведения) в полном объеме и по частям написанную мною
в рамках выполнения основной профессиональной образовательной программы
выпускную квалификационную работу бакалавра / специалиста / магистра /
аспиранта

на тему: Групповое психологическое консультирование
как средство помощи подросткам в построении
ответственного выбора (нужное подчеркнуть) в образовательных сетях
(далее – ВКР) в сети Интернет в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева, расположенном по
адресу <http://elib.kspu.ru>, таким образом, чтобы любое лицо могло получить доступ
к ВКР из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего
срока действия исключительного права на ВКР.

Я подтверждаю, что ВКР написана мною лично, в соответствии с правилами
академической этики и не нарушает интеллектуальных прав иных лиц.

14.12.2019 г.

дата

Слюсарев А.А. Слюсарев

подпись

Отзыв
на выпускную квалификационную работу
Слюсаревой Александры Эдуардовны

Ф.И.О. студента

по направлению подготовки 44.04.02 Психолого-педагогическое образование, направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование в образовании
 В процессе выполнения выпускной квалификационной работы студент(ка) освоил(а) следующие компетенции:

Формируемые Компетенции	Уровень сформированности		
	Продвинутый	Базовый	Пороговый
ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	+		
ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и профессионально-этическую ответственность за принятые решения	+		
ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	+		
ОПК-1 способностью выстраивать взаимодействие и образовательную деятельность участников образовательных отношений с учетом закономерностей психического развития обучающихся и зоны их ближайшего развития	+		
ОПК-2 способностью использовать научно-обоснованные методы и технологии в психолого-педагогической деятельности, владеть современными технологиями организации сбора, обработки данных и их интерпретации	+		
ОПК-3 умением организовывать межличностные контакты, общение	-		
ОПК-4 умением организовывать междисциплинарное и межведомственное взаимодействие специалистов для решения задач в области психолого-педагогической деятельности с целью формирования системы позитивных межличностных отношений, психологического климата и организационной культуры в организации, осуществляющей образовательную деятельность	+		
ОПК-5 способностью проектировать и осуществлять диагностическую работу, необходимую в профессиональной деятельности	+		
ОПК-6 владением современными технологиями проектирования и организации научного исследования в своей профессиональной деятельности на основе комплексного подхода к решению проблем профессиональной деятельности	+		
ОПК-7 способностью анализировать и прогнозировать риски образовательной среды, планировать комплексные мероприятия по их предупреждению и преодолению	+		
ОПК-8 способностью применять психолого-педагогические знания и знание нормативных правовых актов в процессе решения задач психолого-педагогического просвещения участников образовательных отношений	+		
ОПК-9 готовностью применять активные методы обучения в психолого-педагогическом образовании	+		
ОПК-10 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	+		
ОПК-11 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+		
ДПК-2 Способность консультировать администрацию, педагогов, преподавателей и других работников образовательных учреждений по взаимоотношениям в трудовом коллективе и другим профессиональным проблемам	+		
ДПК-3 Способность консультировать педагогов, преподавателей по вопросам разработки и реализации индивидуальных программ обучения для построения индивидуального образовательного маршрута обучающихся с особыми образовательными потребностями	+		
ДПК-4 Способность консультировать родителей (законных представителей) по проблемам взаимоотношений с обучающимися, их развития, профессионального самоопределения и другим вопросам	+		

ДПК-5 Способность консультировать обучающихся, находящихся в кризисном состоянии, по их психологическим проблемам	+		
ДПК-6 Способность консультировать персонал организаций и учреждений сферы образования по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, отбора, подбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом	+		
ДПК-7 Способность проводить консультирование по различным вопросам, связанным с оказанием помощи семье и детям	+		
ДПК-8 Способность консультировать администрацию образовательного учреждения, педагогов, преподавателей, родителей (законных представителей) по психологическим проблемам обучения, воспитания и развития обучающихся	+		
ДПК-9 Способность выполнять супервизию	!		
ДПК-10 Способность проводить экспертизу образовательной среды организации	+		
ДПК-11 умение организовать рефлексию профессионального опыта	+		
ДПК-12 способность консультировать обучающихся по проблемам самопознания, профессионального самоопределения, личностным проблемам, вопросам взаимоотношения в коллективе и другим вопросам	+		
ПК-1 способностью проводить диагностику психического развития обучающихся			
ПК-2 способностью проектировать профилактические и коррекционно-развивающие программы	+		
ПК-3 способностью проектировать стратегию индивидуальной и групповой коррекционно-развивающей работы с обучающимися на основе результатов диагностики психического развития обучающихся	+		
ПК-4 способностью конструктивно взаимодействовать со специалистами смежных областей по вопросам развития способностей обучающихся	+		
ПК-5 готовностью использовать инновационные обучающие технологии с учетом задач каждого возрастного этапа	+		
ПК-6 способностью разрабатывать рекомендации участникам образовательных отношений по вопросам развития и обучения обучающегося	!		
ПК-7 способностью проводить диагностику образовательной среды, определять причины нарушений в обучении, поведении и развитии обучающихся	+		
ПК-8 способностью оказывать психологическое содействие оптимизации образовательной деятельности	+		
ПК-9 способностью консультировать педагогических работников, обучающихся по вопросам оптимизации образовательной деятельности	+		
ПК-10 способностью определять проблемы и перспективы профессиональной ориентации и профессионального самоопределения подростков в системе общего и дополнительного образования	+		
ПК-11 способностью выстраивать систему дополнительного образования в той или иной конкретной организации как благоприятную среду для развития личности, способностей, интересов и склонностей каждого обучающегося		+	
ПК-12 способностью создавать систему проектно-исследовательской деятельности обучающихся как в групповом, так и индивидуальном варианте	+		
ПК-33 способностью проводить теоретический анализ психолого-педагогической литературы	+		
ПК-34 способностью выделять актуальные проблемы развития современной системы образования, обучения и развития обучающихся	+		
ПК-35 способностью критически оценивать адекватность методов решения исследуемой проблемы	+		
ПК-36 готовностью использовать современные научные методы для решения научных исследовательских проблем	+		
ПК-37 способностью разработать и представить обоснованный перспективный план научной исследовательской деятельности	+		
ПК-38 способностью организовать взаимодействие	+		

специалистов для достижения цели научного исследования			
ПК-39 способностью выстроить менеджмент социализации результатов научных исследований	+		
ПК-40 способностью представлять научному сообществу научные исследовательские достижения в виде научных статей, докладов, мультимедийных презентаций в соответствии с принятыми стандартами и форматами профессионального сообщества	+		
ПК-41 способностью выделять научную исследовательскую проблему в контексте реальной профессиональной деятельности и проектировать программы ее изучения	+		
способностью создавать систему проектно-исследовательской деятельности обучающихся как в групповом, так и индивидуальном варианте	+		

В процессе работы Слюсаревой А.Э. продемонстрирован продвинутый уровень сформированности проверяемых компетенций.

Студент при выполнении выпускной квалификационной работы проявил себя как исследователь, склонный к тщательному анализу научного опыта, творческому поиску, анализу и систематизации данных, глубокому изучению проблемы. Также стоит отметить отличные коммуникативные навыки, высокую заинтересованность, умение мобилизовываться.

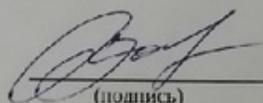
Содержание ВКР соответствует предъявляемым требованиям.
соответствует /не соответствует

Структура ВКР соответствует предъявляемым требованиям.
соответствует /не соответствует

Оформление ВКР соответствует предъявляемым требованиям.
соответствует /не соответствует

Выпускная квалификационная работа рекомендуется к защите.

Научный руководитель



М.В. Сафонова

(подпись)