Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования «Российский

государственный педагогический университет им. А.И. Герцена»

На правах рукописи

Крылов Евгений Юрьевич

ФОРМИРОВАНИЕ ТАКТИК ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЙ

САМОПРЕЗЕНТАЦИИ У СТУДЕНТОВ В

ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Специальность 19.00.07- педагогическая психология

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук

**CNJ**

вч^ ^\_; Научный руководитель:

CN CN доктор психологических наук,

т— . профессор

**CO**

Регуш Людмила Александровна

*'/ШСс^'б*

Санкт-Петербург 2012

**Содержание**

Введение 4

**Глава 1. Самопрезентация личности как психологическая проблема**

1. Подходы к исследованию самопрезентации 11
2. Классификации стратегий и тактик самопрезентации 24
3. Особенности коммуникации и самопрезентации в Интернете 31

**Глава 2. Методы и организация исследования**

2.1. Программа формирования тактик самопрезентации студентов в

условиях виртуальной среды 42

1. Методы и методики сбора эмпирического материала 52
2. Организация исследования 63

**Глава 3. Результаты эмпирического исследования по формированию у студентов тактик самопрезентации в виртуальной среде**

3.1. Характеристика самопрезентаций, составленных с разными целями до

формирующего эксперимента 67

3.2. Сравнительный анализ самопрезентаций, составленных после

проведения обучающей программы 83

1. Успешность самопрезентаций и личностные особенности авторов 96
2. Успешность самопрезентаций и особенности ситуации общения в Интернете 128

Заключение 134

**2**

Литература 137

Приложения 151

**3**

**Введение**

**Актуальность.** В условиях развивающейся виртуальной среды, очевидной становится необходимость эффективного взаимодействия между людьми с использованием всех возможных средств коммуникации. Часто от того каким образом человек представляет себя окружающим и какое впечатление на них производит зависит его успех как в деловых, так и в личных отношениях.

Для самореализации человеку важно владеть приемами успешной самопрезентации своих возможностей, позитивных сторон своей личности.

Особенно актуальна помощь в самопрезентации людям юношеского возраста, т.к. им еще только предстоит определиться с будущей профессией, построить супружеские отношения, осмыслить и сформировать связи с социумом.

Рассмотрению феномена самопрезентации и выделению различных способов самопредъявления посвятили свои работы такие исследователи, как Р. Аркин, Р. Баумейстер, М. Вейголд, Э. Гоффман, Э. Джонс, Р. Ковальски, М. Лири, М. Снайдер, Б. Шленкер, Н.В. Амяга, Е.В. Зинченко, Е.П. Никитин, Е.А. Соколова-Бауш, В.Х. Манеров, Н.Н. Королева, И.М. Богдановская, Ю.Л. Проект, Н.Е. Харламенкова, В.В. Хороших и др.

Большинство авторов понимают под самопрезентацией «намеренное и осознаваемое поведение, направленное на создание определенного впечатления о себе у окружающих» [101, с. 132]. Как отмечается в исследованиях, процесс самопрезентации тесно взаимосвязан, с одной стороны, с такими особенностями личности как уровень самораскрытия, «Я-концепция», идентичность человека, а с другой стороны, на него влияют и социальные факторы- ситуация конкретного акта общения и социально-культурная среда общества [118, с. 46].

**4**

На современном этапе развития информационных технологий возникают новые каналы коммуникации между людьми. Одним из них является виртуальная среда «Интернет». При этом количество исследований посвященных самопрезентации личности в условиях виртуальной среды на настоящий момент не велико, а их направленность сконцентрирована на описании поведения пользователей в различных ситуациях виртуального общения (Корытникова Н.В., Кошелева Ю.П., Курчакова Н., Чепель Ю.В., Шевченко И.С. и др.).

Предоставляя потенциальную возможность связи с любым из миллионов подключенных к Интернету пользователей, «всемирная паутина» побуждает к поиску тактик самопрезентации, которые позволили бы каждому человеку представить себя необходимым образом. Самопрезентация становится ресурсом, повышающим возможности пользователя заинтересовать собеседников своей личностью в насыщенной контактами виртуальной среде, и способствующим его социальной интеграции в новой ситуации взаимодействия.

В этих условиях становятся востребованными программы, обеспечивающие обучение тактикам самопрезентации в виртуальной среде.

**Проблемой, на решение которой направлено настоящее исследование,** является разрешение противоречия между важностью, значимостью для человека эффективной самопрезентации в виртуальной среде и неразработанностью методик обучения стратегиям и тактикам управления процессом самопрезентации в зависимости от ее целей.

**Целью исследования** стала разработка программы формирования тактик целенаправленной самопрезентации у студентов в виртуальной среде, ее апробация, и изучение ее эффективности в связи с личностными особенностями участников и социальными факторами.

**5**

**Объект исследования:** тактики виртуальной самопрезентации студентов.

**Предмет исследования:** программа обучения студентов тактикам целенаправленной самопрезентации в виртуальной среде и психологические факторы ее эффективности.

Выбор указанного предмета исследования связан с тем, что тактика самопрезентации представляет «краткосрочный поведенческий акт, включающий в себя совокупность приемов вербального и невербального поведения, направленный на создание желаемого впечатления, необходимого для определенных краткосрочных целей, о субъекте самопрезентации» [92, с. 56].

Стратегия самопрезентации включает в себя «процесс построения коммуникации, направленный на достижение долговременных результатов» [54, с. 55]. Так, стратегия объединяет в себе различные случаи использования тех или иных тактик, направленные на достижение более общей цели самопрезентации.

Прием является наиболее простым элементом самопрезентации, и описывается как «элемент метода, его составная часть, определенный шаг в реализации метода» [45, с. 118].

При этом тактики самопрезентации, объединяя в себе различные приемы самопредъявления индивида, позволяют построить целостную, законченную стратегию самопрезентации, с учетом различных личностных особенностей индивида и особенностей ситуации взаимодействия в виртуальной среде.

**Гипотезы исследования:**

Программа формирования тактик самопрезентации, включающая обучение целеполаганию, может оказать позитивное влияние на эффективность виртуальной самопрезентации студентов.

**6**

Успешность овладения тактиками самопрезентации в виртуальной среде обусловлена рядом факторов, к которым могут быть отнесены: личностные особенности (уровень самораскрытия личности в общении, особенности «Я-концепции», идентичности), а также социальные факторы (стаж использования Интернета, соблюдение сложившихся традиций самопредставления в виртуальной среде).

**Задачи исследования:**

1. Разработать программу формирования тактик самопрезентации, включающую обучение целеполаганию, и провести соответствующее обучение.
2. Разработать критерии оценки эффективности различных тактик самопрезентации в условиях интернет-коммуникации.
3. Провести оценку эффективности самопрезентации в условиях виртуальной среды в зависимости от ее цели.
4. Провести оценку успешности овладения студентов стратегиями и тактиками виртуальной самопрезентации в зависимости от личностных особенностей- уровня самораскрытия личности в общении, особенностей «Я-концепции», идентичности, и социальных факторов - стажа использования Интернета, соблюдения или игнорирования сложившихся традиций самопредставления в виртуальной среде.

**Научная новизна исследования** состоит в том, что:

1. Разработана программа формирования тактик самопрезентации студентов, которая включила ознакомление студентов с результатами исследований, посвященных особенностям успешного виртуального общения, и практическое освоение участниками стратегий и тактик виртуальной самопрезентации в зависимости от их целей.
2. Установлено что у студентов, более успешных в виртуальной

самопрезентации, ярко выражены такие личностные особенности, как:

**7**

потребность в достижении, уверенность в себе, удовлетворенность собой, осознание получаемого уважения от других, чувствительность к влиянию других, готовность поднимать в общении темы, связанные с их личностью и взаимоотношениями.

1. По материалам факторного анализа, успешной самопрезентации студентов в виртуальной среде способствуют четыре фактора: глубокое самораскрытие и независимость от чужого мнения; предприимчивость и осмотрительность; общительность; деловая направленность самопрезентации.
2. Обнаружено отсутствие связи между успешностью самопрезентаций студентов и их стажем использования Интернета.
3. Выявлено более частое использование в текстах успешных в виртуальной самопрезентации студентов характерных для общения в Интернете средств - личной фотографии в качестве аватара и смайликов, что говорит о позитивном влиянии соблюдения сложившихся традиций самопрезентации в Интернете на ее эффективность.
4. Создана отечественная методика диагностики успешности самопрезентации в виртуальной среде, включающая оценку самопрезентации по критериям: соответствие содержания самопрезентации ее цели; корректность построения автором своего образа; удовлетворенность потенциальных посетителей страницы затраченными усилиями автора, направленными на построение самопрезентации; позитивность восприятия созданной автором самопрезентации потенциальными посетителями.
5. Получены эмпирические данные о том, что наиболее успешными в виртуальной среде являются тактики самопрезентации, направленные на демонстрацию своей привлекательности и демонстрацию своей личности

**8**

как примера каких-либо качеств. Менее успешная самопрезентация связана с использованием тактик, направленных на демонстрацию своей компетентности и демонстрацию слабости, потребности в помощи.

**Практическая значимость работы** заключается в разработке программы обучения студентов тактикам самопрезентации в виртуальной среде, включающей обучение целеполаганию. Программа может быть использована при составлении тренингов, посвященных самопрезентации; при подготовке курсов, связанных с формированием коммуникативной культуры; применена в дальнейших исследованиях явления самопрезентации. Методика оценки успешности самопрезентации может быть использована в исследованиях для оценки актуального уровня успешности самопрезентации, и ее динамики с течением времени.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Программа формирования тактик самопрезентации, включающая обучение целеполаганию, способствует успешности самопрезентаций студентов в виртуальной среде.
2. Успешность овладения тактиками самопрезентации в виртуальной среде связана с такими личностными особенностями студентов как вера в свои силы, способность прислушиваться к мнению собеседника и находить компромисс, стремление к достижению, глубокое раскрытие своей личности.
3. Соблюдение или игнорирование сложившихся традиций виртуального самопредставления влияет на восприятие самопрезентации студента пользователями Интернета.
4. Стаж использования информационных технологий не имеет значимого влияния на успешность освоения студентами стратегий и тактик самопрезентации в виртуальной среде.

**9**

**Объем и структура диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов, заключения, приложения. Общий объем работы - 159 страниц. В тексте диссертации имеются 27 таблиц, 9 рисунков. Список литературы включает 153 наименования, из них 24 на иностранных языках.

**Заключение**

В ходе исследования была составлена и проведена программа обучения студентов тактикам целенаправленной самопрезентации в виртуальной среде. При этом осуществлялось определение влияния особенностей «Я-концепции», идентичности, самораскрытия в общении участников исследования и особенностей ситуации общения в Интернете на успешность их овладения тактиками виртуальной самопрезентации, а также связи между успешностью самопрезентаций студентов и их стажем использования информационных технологий.

Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. Программа формирования тактик самопрезентации, включающая обучение целеполаганию, показала свою эффективность. Самопрезентации прошедших обучение студентов получили более высокие оценки экспертов из числа пользователей Интернета, чем самопрезентации участников контрольной группы. Повысилась точность восприятия цели и черт образа автора потенциальными посетителями его страницы. Также положительные изменения произошли в позитивности оценок активности авторов, направленной на представление своей личности, и эмоциональном восприятии их текстов.
2. Успешная самопрезентация во «всемирной паутине» связана с такими личностными особенностями студентов, как удовлетворенность собой, уверенность в себе, потребность в достижении, чувствительность к влиянию других, осознание получаемого уважения от окружающих, открытость в обсуждении тем, затрагивающих их собственную личность (сообщение о своих чувствах и переживаниях, достоинствах и недостатках, жизненных целях и планах) и взаимоотношения (сообщение о своих отношениях с друзьями, родителями, противоположным полом, конфликтах с окружающими).

134

Характеристиками, опосредованно влияющими на успешность самопрезентации, являются: готовность к глубокому раскрытию по темам интересов и увлечений (сообщение о своем любимом занятии, предпочтениях в области искусства, музыки, кино, вкусах в одежде, еде и др.), ощущение самоценности, низкая выраженность социального «Я» в структуре идентичности.

3. Успешной самопрезентации студентов в виртуальной среде
способствуют четыре фактора:

a. Глубокое самораскрытие и независимость от чужого мнения. Такие
люди достаточно полно и глубоко раскрываются перед собеседниками,
независимы, акцентируют внимание на своем роде деятельности,
социальных ролях.

b. Предприимчивость и осмотрительность. Эти студенты уверенны в
себе и, вместе с тем, требовательны к себе, испытывают потребность в
достижении, предпочитают указывать в самопрезентациях свои интересы,
обычно не обсуждают свои взаимоотношения, проявляют склонность к
конформизму.

c. Общительность, которая проявляется в контактности, предпочтении
самораскрытия по темам собственных увлечений, интересов, мнений и
установок, указании своих способностей при составлении самопрезентаций.

d. Деловая направленность самопрезентации, выражающаяся в
ориентированности на установление прагматических контактов, высоком
уровне самоуважения, склонности к самоутверждению, затрагивании при
общении темы собственных финансов чаще сверстников, частом указании
нескольких каналов обратной связи в самопрезентациях.

4. Стаж использования Интернета не имеет значимого влияния на
успешность самопрезентации студентов. Так, опытный пользователь может

использовать неэффективные приемы представления себя, а новичок

135

достигать значительно лучших результатов, творчески используя имеющиеся возможности.

5. Экспертами из числа пользователей Интернета поощрялось использование участниками некоторых традиционно принятых средств виртуальной самопрезентации - личной фотографии в качестве аватара и смайликов, что говорит о влиянии сложившихся особенностей осуществления коммуникации в виртуальной среде. Вместе с тем использование ника, самоатрибуций и аббревиатур, также характерных для общения в Интернете, не отразилось на успешности самопрезентаций студентов.