

Социальная сеть как инструмент формирования представления о собственной внешности у подростков

Научный руководитель – Забродина Татьяна Игоревна

Тюрина Валерия Александровна

Студент (бакалавр)

Волгоградский институт управления - филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации, Волгоград, Россия

E-mail: vaerarna@mail.ru

На сегодняшний день в мире активно растет популярность социальных сетей в качестве информационного, коммуникативного и развлекательного пространства. Одной из основных форм проведения досуга современных подростков стало времяпрепровождение в социальных сетях.

Тема внешности особенно остро рассматривается среди представителей подросткового возраста [1]. В силу общей личностной незрелости и нестабильного отношения к самому себе, именно подростки, более всего подвержены воздействию факторов Интернет-пространства. Подростку проблематично сохранять стабильную оценку собственной внешности, так как, очень трудно адекватно реагировать на критику, обсуждения и оценку со стороны пользователей.

Зачастую подростки подвергают представление о собственной внешности сравнению с изображениями других пользователей в социальном пространстве. Подобное поведение заставляет их ориентироваться на принятые в обществе идеалы красоты. По мнению Н. Рамси: “В формировании представлений человека о себе, о своем Я, прямое или опосредованное восприятие своего тела и внешности играют существенную роль, которое является важнейшим фактором, определяющим становление личности индивида” [2].

В связи с этим, мы решили провести исследование с целью изучения того, как именно социальные сети формируют оценку собственной внешности у современных подростков.

Нами была выдвинута гипотеза о том, что подростки, использующие социальные сети, преимущественно «Instagram», не удовлетворены собственной внешностью.

Для проверки выдвинутой нами гипотезы было проведено эмпирическое исследование, в котором принимали участие 85 респондентов, 50 из которых - девочки, 35 - мальчики. Возраст испытуемых - 16 лет. Для начала мы последовательно провели ряд методик, который, по нашему мнению, помогает раскрыть основную суть изучаемого феномена. Каждый из испытуемых ответил на вопросы авторской анкеты, включающей в себя 25 вопросов, которые отражают активность, заинтересованность и включенность в социальное пространство. С ее помощью, мы также, определили как именно, положительно или отрицательно, подростки относятся к собственной внешности. Более 70% всех испытуемых утверждают, что им важно количество их просмотров, «лайков» и комментариев в «Instagram».

Так как представление о внешности подростка является составным компонентом самооценки, нам было важно рассмотреть, как же подростки относятся к себе, как оценивают себя и какой оценки ждут от окружающих, поэтому, в качестве инструментария мы использовали тест самооценки В. В. Столина и С. Р. Пантелеева [3]. По шкале «Аутосимпатия» у подростков, использующих «Instagram» - 87% испытуемых нравится то, как они выглядят, для них характерна позитивная Я-концепция. По шкале «Ожидаемое отношение других» мы наблюдаем, что подростки, не использующие “Instagram” - 69%

испытуемых, считают, что они не способны вызвать симпатию окружающих. В то время, как 87% подростков пользующихся «Instagram», считают, что они производят на знакомых приятное впечатление, а также, вызывают симпатию. По шкале «Самопринятия» мы можем наблюдать, что у респондентов, использующих «Instagram» - 90% испытуемых хорошо относятся к себе и принимают собственную внешность, а у 64%, не использующих «Instagram» данный признак не выражен, а значит, у данных представителей выборки существуют проблемы с принятием себя и комплексы по поводу внешности.

В качестве проективной методики, мы использовали рисуночный тест - «рисунок человека» А. Л. Венгера, который помог рассмотреть, как современные подростки воспринимают, оценивают и изображают собственную внешность. По результатам данной методики, у молодых людей, использующих «Instagram» иллюстрация собственной внешности представляется как положительная у 67% респондентов, они изображали целостную картинку, со множеством дифференцированных деталей и изображением позитивного человека, для респондентов противоположной выборки, свойственно неполное, а также, низкодифференцированное изображение с отрицательным изображением человека в 72% случаев.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что наша гипотеза о том, что подростки, использующие социальные сети, преимущественно «Instagram», не удовлетворены представлением о своей внешности, не подтвердилась..

Источники и литература

- 1) Балюк А.К. Описание внешности и самоотношение подростков: исследование взаимосвязи // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2011. No. 5-1: <https://cyberleninka.ru/article/n/opisanie-vneshnosti-i-samootnoshenie-podrostkov-isledovanie-vzaimosvyazi>
- 2) Рамси Н., Харкорт Д.Р. Психология внешности. СПб., 2009.
- 3) Столин В.В. Самосознание личности. М., 1983