

Изотова Е.И. Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности



English version: [Izotova E.I. Features of self-representation in teenagers with different levels of identity development](#)

Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Представлены результаты исследования осознанного выбора доминирующих форм и способов самопредъявления у подростков с выраженными различиями самокатегоризации (N = 66, средний возраст – 15,8 года). Выявлены особенности презентации личностной и социальной идентичности в подростковом возрасте, факторы и условия, определяющие предпочтения реального или виртуального самопредъявления. Показано, что форма и способы самопредъявления в подростковом возрасте определяются доминированием личностного либо социального компонентов идентичности в сочетании с валентностью отношения к своей внешности, а также рефлексией актуальной социальной компетентности.

Ключевые слова: персональная идентичность, социальная идентичность, подросток, реальная идентичность, предъявляемая идентичность, самокатегоризация, самопрезентация, самопредъявление

Проблема самосознания, в том числе идентичности, в современном полипарадигмальном научном пространстве является высоко востребованной не только в исследованиях, посвященных ее теоретическому анализу, но и в ее эмпирической реализации. Личностная центрация научного контекста, расширение дисциплинарных границ и дисциплинарная интеграция (социальная психология развития, социальная психология личности) ставят новые методологические цели и исследовательские задачи. Среди них достойное место занимает вопрос личностной репрезентации, основой которой, безусловно, является Я-концепция, персональная и социальная идентичность. Соответственно, исследовательский интерес коснулся и самопрезентации личности, форм и способов ее самопредъявления на разных возрастных этапах.

Понятия «самопрезентация» и «самопредъявление»

В современном научно-теоретическом поле присутствует широкая вариативность интерпретации зарубежного термина self-presentation: самопрезентация, самоподача, представление себя другим (другому), самопредъявление, самопредставление.

Английское трактование понятия *самопрезентации* заключается в понимании данного процесса как намеренного и осознаваемого поведения, направленного на создание определенного впечатления о себе у окружающих. Для обозначения данного поведенческого акта используются также

рядоположенные термины – impression management (управление впечатлением), social performance (социальное представление) и self-salience (самоподача). В одних случаях их рассматривают как синонимичные, в других – как имеющие иерархические связи.

В отечественной психологии более востребованным до недавнего времени являлось понятия *самопредъявление*. Это позволило нам остановиться именно на данном его обозначении как совокупности всех действий человека с целью создания определенного образа в глазах аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей [Шкуратова, 2009].

Информационная социализация и самопрезентация

Самопрезентация является одним из важных аспектов социализации, отражающим сферу не только реального, но и виртуального общения. Применительно к современному поколению подростков речь идет прежде всего об информационной социализации. Ее значимость для подростковой среды Марцинковская Т.Д. обосновывает увеличением количества информации и информационных источников, постоянно внедряющихся информационных технологий, что инициирует расширение реального пространства социализации [Голубева, Марцинковская, 2011].

Современные технологии и средства массовой информации в настоящее время опосредуют процесс общения людей, в частности подростков, так как они в наибольшей степени подвержены информационному влиянию. Марцинковская Т.Д. указывает на то, что процесс категоризации и самокатегоризации подростка происходит в зависимости от института социализации, что в дальнейшем оказывает влияние на его выбор группы, стиля поведения и жизни в целом.

В настоящее время наибольшей популярностью среди других видов информационных технологий, пользуется интернет, так как он выполняет функции основного источника информации, организации общения и средства самопрезентации себя окружающим. По мнению Т.Д.Марцинковской, именно интернет является наиболее удачной моделью для исследования информационной социализации, что связано с тем, что в реальной ситуации человек не может произвести в себе глобальные изменения, а в интернет-ресурсах он может экспериментировать, изменив, к примеру, имя или биографию [Марцинковская, 2010]. Речь идет о расширении форм самопрезентации для современного человека – от реальной к виртуальной, что подразумевает вариативность способов самопредъявления в зависимости от ее формы, актуальной на данный момент.

С точки зрения Шкуратовой И.П. в основе формирования альтернативных средств и способов самопрезентации лежит способность к реализации различных социальных ролей. Социальное взаимодействие в современных условиях требует от личности гибкой, пластичной смены социальных ролей, наиболее отвечающих контексту социальной ситуации. Особенно это актуально для подростков по причине практически одновременного сосуществования нескольких полярных социальных контекстов – нормативного пространства школы, семьи, сверстниковых формальных и неформальных объединений [Шкуратова, 2009].

Шкуратова И.П. также подчеркивает доминирующую роль интернета в процессе построения социального взаимодействия. В качестве примера она приводит результаты опроса авторов блогов, посвященных интернет-дневникам, где 58% участников причинами ведения своего блога назвали возможность самовыражения, еще 54% – возможность общения, 49% участников используют блог в качестве средства развлечения и отдыха, а еще 21% – как возможность получать полезную информацию [Там же].

Эмпирически обоснованный ответ на вопрос причин создания виртуальных личностей дала в своем исследовании Жичкина А.Е. Она выделила две группы таких причин: мотивационные и поисковые. Мотивационная причина создания виртуальной личности, с ее точки зрения, заключается в компенсации недостатков реальной социализации, а поисковая – подразумевает расширение возможностей реальной, уже существующей, социализации [Жичкина, 1999].

В своей совместной работе Жичкина А.Е. и Белинская Е.П. идут дальше и рассматривают связь стратегий самопрезентаций подростков в интернете с их реальной идентичностью. В данной работе авторы выделяют интернет-общение в качестве приоритетного по сравнению с реальным социальным взаимодействием по причине очевидных преимуществ: анонимности, слабой регламентированности поведения, разнообразия средств общения и способов самопрезентации, невидимости субъектов коммуникации [Жичкина, Белинская, 2004].

Интересным в статье, на наш взгляд, является активно употребляемый авторами термин – «*сетевая идентичность*», обусловленный скрытостью субъекта коммуникации, что дает возможность изменения внешнего облика и полного управления впечатлением о себе.

Кроме того, нам показалась важным обозначенная в статье Белинской Е.П. и Жичкиной А.Е. тесная связь между особенностями виртуального самопредъявления и реальной идентичности личности. Факторы данной связи могут быть различны, в том числе иметь компенсаторную природу или быть связаны с информационно-техническими особенностями интернет-ресурсов [Жичкина, Белинская, 2004].

Таким образом, человек в процессе социализации, в том числе информационной, овладевает разными видами деятельности и формирует свой стиль самопредъявления, который включает в себя стратегии, тактики, а также предпочтения в выборе определенных способов и средств самопредъявления. Овладение тем или иным стилем самопрезентации, особенности его демонстрации зависят от многих факторов, в том числе социокультурных, возрастных, личностных.

Подходы к исследованию самопредъявления как презентации социальной и персональной идентичности

На сегодняшний день можно выделить множество убедительных концептуальных построений, предлагающих обоснование феномена самопрезентации личности. Все они так или иначе имеют отношение к одному из трех научно-теоретических подходов к изучению личности в социуме: символический интеракционизм, теории когнитивного баланса, американская традиция.

В русле *символического интеракционизма* самопрезентация рассматривается как средство формирования образа Я и поддержания самооценки. Эта позиция прослеживается в исследованиях У.Джеймса, Ч.Кули, Дж.Г.Мида, И.Гофмана, Д.Майерса, Р.Фогельсона [Кули, 1996; Мид, 1996; Fogelson, 1982].

Теории когнитивного баланса определяют самопрезентацию через ее способность осознанного устранения диссонанса, который возникает у человека в результате рассогласования между собственной оценкой себя и оценками других людей (Ф.Хайдер, Л.Фестингер, Р.Аркин, А.Шутц, Р.Баумейстер, А.Стейнхилбер). Самопрезентация в русле *американской традиции*, согласно Дж.Тедешу, И.Джонсу, Т.Питтману, М.Снайдеру, *почему род не падеж, пропущено что-то или ошибка?* – это демонстративное поведение, целью которого является создание нужного впечатления у партнера по общению для получения конкретного результата [Райгородский, 2007].

Поскольку наше исследование ориентировано на изучение самопредъявления как личностной презентации, мы остановимся на некоторых принципиально важных для нас позициях символического интеракционизма.

Прежде всего, это проблема двойственной природы личности (самости), разрабатываемая Дж.Гербертом Мидом. Он ввел два аспекта самости: I и Me, где I – субъективное представление индивида о себе и Me – усвоенные индивидом представления других о нем в процессе взаимодействия. По сути, двойственность личности Дж.Мида аналогична двум типам идентичности – личностной и социальной [Мид, 1996].

Следующим важным концептуальным построением символического интеракционизма является теория «зеркального Я» Чарльза Х.Кули, включающего две составляющие: когнитивную (знание индивида о себе) и эмоциональную, содержательно близкую самооценке. Сущность его теории в том, что самосознание личности основано на представлении субъекта о том, каким его видят и как оценивают окружающие [Кули, 1996].

При исследовании стратегий самопрезентации невозможно обойти концепцию социальной драматургии Ирвинга Гофмана, в которой он провел параллель между реальными жизненными ситуациями и театральными постановками. С точки зрения И. Гофмана, жизнь – церемониальное действие, театр. При исполнении той или иной социальной роли люди подтверждают социальные ожидания в отношении их, чтобы заслужить одобрение [Гофман, 2000].

Данный факт определяет выбор стратегий самопрезентации человека и во-многом перекликается с манипулятивным самопредъявлением в контексте модели «борьбы идентичностей» Р.Фогельсона [Fogelson, 1982].

В своей теории Фогельсон выделил четыре компонента идентичности:

- *реальная идентичность* – самоотчет индивида о себе, его самописание «я сегодня»;
- *идеальная идентичность* – позитивная идентичность, к которой индивид стремится, каким ему хотелось бы себя видеть;
- *негативная, «вызывающая страх» идентичность*, которую индивид стремится избегать, каким он не хотел бы себя видеть;
- *предъявляемая идентичность* – совокупность образов, транслируемых индивидом социальному окружению с целью влияния на оценку своей идентичности.

Конфликт состоит в том, что индивид старается приблизить реальную идентичность к идеальной и дистанцировать реальную идентичность от негативной посредством манипулирования предъявляемой идентичностью [Райгородский, 2007]. То есть осуществляется постоянное движение компонентов идентичности, не предполагающее их интеграцию по причине отторжения негативных аспектов собственной личности.

Данное движение можно рассматривать как поверхностное социальное манипулирование предъявляемой идентичностью. Особую актуальность данное положение имеет в подростковом возрасте, так как предъявляемая идентичность имеет выраженную полярность в соответствии с актуальным на данный момент социальным окружением (формальным и неформальным, нормативным и субкультурным).

Цели и гипотезы исследования

Целью нашего исследования являлось изучение особенностей реальной и предъявляемой идентичности подростков (самокатегоризация и образное самопредъявление).

Основываясь на представленных выше научно-теоретических подходах к исследованию идентичности и особенностей самопрезентации и самопредъявления, мы предположили, что подростки с разным уровнем сформированности и дифференцированности реальной идентичности демонстрируют разнонаправленный выбор способов самопредъявления, что находит свое отражение (реализацию) в образных продуктах (образном самопредъявлении).

Методы

Эмпирическое исследование проводилось на базе государственных образовательных учреждений: средней школы № 287 Северного административного округа и Дворца творчества детей и молодежи «Преображенский» Восточного административного округа г. Москвы. Общая численность выборки – 66 учащихся 9–11-х классов (N = 66). Среди них 32 юноши и 34 девушки в возрасте от 15 до 17 лет (средний возраст – 15,8).

На первом этапе исследования проводилось анкетирование, направленное на получение социально-психологической информации, в том числе о предпочитаемых способе и форме самопредъявления. Для дифференциации выборки по основанию предпочтений способов и форм самопредъявления, направленности интересов применялась авторская анкета с комбинацией открытых и закрытых вопросов (авторы Изотова Е.И., Алексеева К.А.).

На втором этапе исследования выявлялись особенности личностной идентичности, вербального самопредъявления подростков. Изучение самокатегоризации осуществлялось с помощью модифицированного Т.В.Румянцевой теста М.Куна и Т.МакПартленда (Kuhn M.H., McPartland T.) «Кто Я?» [Румянцева, 2006; Социализация детей и подростков, 2009, с. 13–21]. Обработка полученных данных позволила дифференцировать самоописания подростков в соответствии с семью выделенными компонентами идентичности [Румянцева, 2006].

На третьем этапе исследования мы изучали особенности образного самопредъявления испытуемых посредством рисуночной методики «Автопортрет» Р.Бернса, направленной на анализ особенностей самосознания, самоотношения, представлений о себе [Романова, Потемкина, 1992].

Результаты и обсуждение

Обработка данных анкетирования позволила охарактеризовать выборку испытуемых следующим образом.

Все подростки выборки отражают в анкете свой реальный *возраст, пол и имя*. Практически 2/3 выборки имеют *сиблингов* (младших и старших братьев и сестер) – 40 человек против 26. Ни один подросток выборки не ответил положительно на вопрос, связанный с принадлежностью к неформальным молодежным объединениям.

Что касается *увлечений*, то доминирующую позицию занимает спорт (34 чел.), в том числе спортивные танцы и спортивный рок-н-ролл и танцы с элементами акробатики (хип-хоп, брейк), далее с большим отрывом – бальные и народные танцы (16 чел.), остальные категории (музыка, искусство, наука, кинематограф и театр) представлены одним-двумя подростками. Не имеют никаких увлечений 12 человек. Половина выборки (34 человека) не посещают учреждения дополнительного образования (школьная подвыборка), остальные являются членами спортивных секций, танцевальных коллективов, учащимися музыкальных школ и пр.

Среди *музыкальных направлений* можно выделить Нip Нop (24 чел.), R'n'B (18 чел.), Rap (8 чел.), а

также по убыванию – Pop и Rock music, Electronic music, Krautrock, Post-pank, психоделика и японская музыка 60–70-х, Trance, классическая музыка.

Предпочитаемым *стилем одежды* является Street-style и Casual, их комбинации, присутствуют элементы классического стиля.

В качестве пользователей *интернет-ресурсов* все подростки ориентированы в большей степени на социальные сети «ВКонтакте» (33 чел.), Facebook (19 чел.), «Одноклассники.ru» (6 чел.), поисковики (Yandex, Google) и файлообменники. Причем большая часть выборки пользуется «никами» (nick), соответствующими реальным именам либо приближенным к ним. На первых позициях виртуальной принадлежности в социальных сетях стоят следующие *группы*: «группа 10 «А» класса» шк. № 287», «С/К Юниор», «Фан-клуб «Зенита», «Каникулы в Мексике», Tix, Scott Adkins, «Сериал Неудачники», «Шоколад», «У любви нет религии, у Бога нет нации», «100500», «Клуб любителей кошек», «Кошки», «Танцы, танцы» и пр. При этом 8 подростков из выборки не имеют своих страничек в социальных сетях и не зарегистрированы в них, имея при этом свободный доступ к интернету.

Количественный анализ информации, полученной в процессе анкетирования, позволил нам дифференцировать выборку по критерию предпочитаемого способа и формы самопредъявления (см. рис. 1, 2).



Рис. 1. Предпочитаемые способы самопредъявления у подростков.

Так, доминирующим способом самопредъявления в незнакомой аудитории у подростков является *вербальное информирование* (рассказ о себе), выбор жанра, стилистики и степени откровенности которого зависят от возраста, пола, социального статуса и степени толерантности аудитории. Далее в иерархии способов находятся *демонстрация умений, компетенций* (выбор преимущественно юношей) и *внешнего вида* (выбор девушек). В первом случае речь идет о показательных спортивных, танцевальных, реже музыкальных выступлениях или демонстрации атрибутов достижений (медали, клубная одежда). В другом случае – физических данных (атлетическое телосложение, подчеркнутые формы бюста), эпатажных аксессуаров (бодимодификаторов, дредов, пирсингов), элементов причесок и макияжа. Осознанный уход от самопредъявления при возможности выбора продемонстрировали 11 подростков.

Что касается формы самопредъявления, то испытуемые показали следующие результаты по ее предпочтению (см. рис. 2).

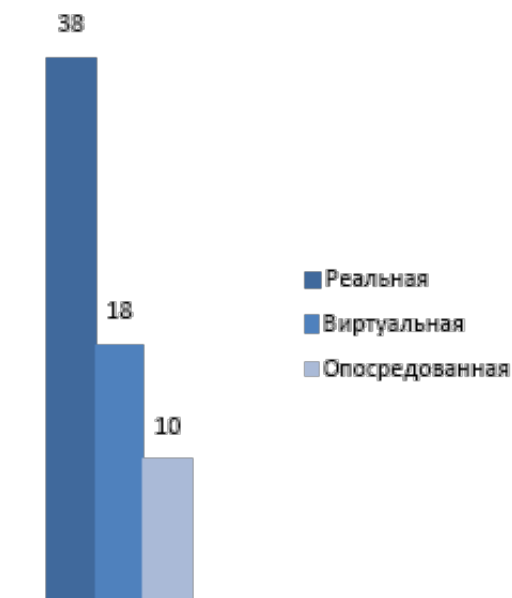


Рис. 2. Предпочитаемые формы самовыражения у подростков.

Более половины выборки (38 человек) предпочитают реальное пространство для самовыражения. Условием данного выбора подростков является только ограниченность аудитории (группа в 10–15 человек для них предпочтительнее групп более 25 человек). Только 10 человек считают оптимальной формой самовыражения фото и видеопрезентации. В качестве основной формы самовыражения для незнакомой аудитории 18 подростков выбирают виртуальное пространство с обоснованием абсолютной защиты от неадекватной обратной связи и реального эмоционального отторжения.

Обработка данных об особенностях личностной идентичности, вербального самовыражения подростков (тест М.Куна и Т.МакПартленда «Кто Я?») позволила дифференцировать самоописания подростков соответственно различным компонентам идентичности [Румянцева, 2006].

Необходимо отметить, что из семи компонентов идентичности, выделенных Румянцевой Т.В., в ответах испытуемых удалось обозначить только пять компонентов – физическое Я, социальное Я, рефлексивное Я, коммуникативное Я, деятельное Я (см. табл. 1). Единичные ответы, характеризующие оставшиеся компоненты, мы фиксировали, но не учитывали.

Таблица 1

Дифференциация ответов по категориям самоописания

	Категории самоописания						
	Все	Ф.Я	С.Я	Р.Я	К.Я	Д.Я	П.Я, М.Я
Общее количество самоописаний	1234	66	535	601	13	17	2
Среднее (М)	18,7	1,0	8,1	9,1	0,2	0,3	0,0

Примечания. Ф.Я – самоописания физического Я; С.Я – самоописания социального Я; Р.Я – самоописания рефлексивного Я; К.Я – самоописания коммуникативного Я; Д.Я – самоописания деятельного Я; П.Я. – самоописания перспективного Я; М.Я – самоописания материального Я.

Доминирующим является рефлексивное Я ($M = 9,1$), то есть практически половина полученных самоописаний относится к личностным качествам, особенностям характера, индивидуального стиля поведения, эмоциональному отношению к себе. К примеру: умница, дружелюбная, общительная, харизматичная, непосредственная, добродушная, злопамятная, пуся (испытуемая Е.); крутой,

ленивый, находчивый, умный, забывчивый, нервный, хитрый, критичный, общительный (испытуемый Ж.).

Столь же распространенными являются ответы, характеризующие социальное Я ($M = 8,1$). Среди них доминируют обозначение пола, учебный и семейный статус, групповая, реже гражданская и национальная принадлежность. К примеру: русский, ученик, подросток, гражданин, брат, сын (испытуемый С.2.); тинейджер, ученик, спортсмен, татарин, фанат, член семьи, школьник, бегун (испытуемый С.).

Практически равное распределение рефлексивного и социального компонентов, с небольшим преимуществом первого, характеризует сбалансированное соотношение персональной (личностной) и социальной идентичностей у данной подростковой выборки.

Самоописания физического Я, то есть ответы, характеризующие особенности внешнего вида и физических данных, привычек, встречаются достаточно редко ($M = 1$). К примеру: симпатичная, красотка, модель, дистрофик, секси, мачо мэн и пр.

Самыми редкими из встречающихся в ответах испытуемых категорий самоописания являются деятельное Я ($M = 0,3$) и коммуникативное Я ($M = 0,2$). Подобные ответы характеризуют преимущественно интересы, увлечения и оценку собственных достижений (чемпион, онлайн-игрок, айтишник, байкер, путешественница), а также особенности взаимодействия с людьми (вечная жилетка, друг друзей и пр.).

Показательным, с нашей точки зрения, является отсутствие в ответах испытуемых самоописаний материального и перспективного Я. Такие ответы характеризуют перспективу материального, профессионального, семейного и персонального статуса. Данный факт подтверждает ориентацию респондентов на настоящее, на актуальное состояние и сегодняшние достижения.

Достаточно высокое среднее количество ответов ($M = 18,7$) позволяет сделать вывод о высоком уровне дифференцированности идентичности у испытуемых.

Интересный результат дал анализ первых позиций самоописаний (первые три ответа) как наиболее значимых и актуализированных в соотношении с доминирующей формой самопредъявления у подростков данной выборки.

Так, ведущим компонентом идентичности у предпочитающих реальное или опосредованное самопредъявление, является рефлексивное Я, а при выраженном социальном Я наблюдаются предпочтения виртуального пространства для самопредъявления. На доминирующих позициях встречается также описание внешности (физическое Я), увлечений, интересов (деятельное Я).

Следующим шагом эмпирического исследования было изучение особенностей образного самопредъявления испытуемых посредством рисуночной методики «Автопортрет» Р.Бернса с целью анализа особенностей самосознания, самоотношения, представлений о себе.

Необходимо отметить, что рисунки подростков, предпочитающих реальную форму самопредъявления, характеризуются высокой правдоподобностью, реалистичностью. Все 22 персонифицированных и 9 из 14 декорированных изображений принадлежат именно этой части выборки испытуемых, а метафорические изображения, напротив, полностью у них отсутствуют (см. рис. 3, 4).



Рис. 3. Правдоподобный автопортрет девушки, предпочитающей реальную форму самопредъявления, выбирающей рассказ о себе и демонстрацию внешности в качестве основных способов самопредъявления.



Рис. 4. Правдоподобный автопортрет юноши, предпочитающего реальную форму самопредъявления, выбирающего демонстрацию умений (street dance) в качестве основного способа

самопредъявления.

Рисунки подростков, избегающих самопредъявления или предпочитающих виртуальную форму самопредъявления, преимущественно схематические, в случае их правдоподобности они малодетализированны и типичны. Среди них встречаются метафорические и перечисляющие (дублирующие) изображения (см. рис. 5, 6).



Рис. 5. Схематичный персонифицированный (очки) автопортрет юноши, предпочитающего виртуальную форму самопредъявления.



Рис. 6. Схематичный автопортрет юноши, избегающего самопредъявления, независимо от формы.

На основе интегративно-оценочной интерпретации, включающей как оценку отдельных элементов рисунка (частей тела), так и общий вид изображения (классификация видов изображений Г.Рида), мы дифференцировали полученные автопортреты испытуемых (см. табл. 2).

Таблица 2

Интегративно-оценочная интерпретация методики «Автопортрет»

Вид изображения	Количество	Вид изображения	Количество
Изображение в полный рост	39	Изображение лица	27
В контексте	18	Вне контекста	48
Анфас	58	Профиль	8
Статичное	47	Динамичное	19
Схематичное изображение	20	Правдоподобное изображение	37
Метафорическое изображение	9	Реалистичное изображение	57
Детализированные изображения (детали одежды, аксессуары)	25	Отсутствие детализации	12
Высокодекорированное изображение (украшения внешности и одежды, прорисованные принты на одежде, многослойность одежды, узоры)	14	Минималистское изображение	23
Персонифицированные (индивидуализированные) изображения (приметные черты лица, родинки, веснушки, шрамы, имеющиеся татуировки, пирсинги)	22	Универсальное (типичное) изображение	15
Перечисляющий рисунок (несколько изображений, имеющих логическую связь либо дублирующих друг друга)	4	Органический рисунок (на фоне изображения живой природы, в окружении растений, животных)	7
Гаптический рисунок (изображение себя в некоем состоянии, часто в состоянии болезни)	3	Эмфатический рисунок (изображение себя в какой-либо эмоциональной атмосфере, идущей извне)	4
Декоративный рисунок (изображение себя в явно приукрашенном виде, в красивой рамочке, с присутствием цветов и другого декора)	14	Имажинарный рисунок (изображение себя в виде какого- либо персонажа из литературно- художественного произведения, а также созданного собственным воображением)	9
Ритмический рисунок (изображение, в котором подчеркивается движение, т.е. изображение движущегося человека, идущего, бегущего по лестнице)	19	Структурный рисунок (сложные изображения частей тела)	6

Опираясь на результаты интегративно-оценочной интерпретации автопортретов испытуемых, мы выделили ряд особенностей их образного самопредъявления. Это, прежде всего, правдоподобные и реалистичные изображения, преимущественно детализированные. Третья часть выборки наделяет собственное изображение индивидуализированными чертами, то есть персонифицирует его, что подтверждает адекватность и высокую точность их представлений о себе, своей внешности.

Кроме того, согласно классификации Г.Рида, среди автопортретов подростков доминируют

ритмические и декоративные изображения. Динамичность и декорированность автопортрета иллюстрирует общее принятие собственного образа с некоторым стремлением его улучшения, выделения.

Выводы

1. Реальная идентичность старших подростков отражает их реальные представления о себе и эмоциональное отношение к себе в данный момент времени и в данных условиях. При этом самописание подростков отличается достаточно высокой дифференцированностью.
2. Старшие подростки в своих самоописаниях продемонстрировали оптимальное соотношение персональной и социальной идентичностей, что свидетельствует о сформированности и дифференцированности реальной идентичности.
3. Самоописания подростков включают относительно небольшое количество характеристик физического Я (отношение к своим физическим данным и полоролевому статусу; в среднем одна характеристика на описание). Эмоциональное отношение к своей внешности (валентность отношения) выражается, как правило, определенно, одной базовой характеристикой.
4. Отсутствие противоречивого восприятия своей внешности демонстрируют автопортреты подростков. Положительное принятие своего внешнего вида в соответствии с самописанием (тест «Кто я?») согласуется с правдоподобными, декорированными или детализированными структурными изображениями; негативные самоописания физического Я соответствуют схематическим либо малодетализированным изображениям (методика «Автопортрет»).
5. Фактом, подтверждающим подвижность компонентов идентичности, является использование метафорического образа для предъявляемой идентичности, максимально приближенной к идеальной либо удаленной от негативной. При этом подростки выбирают виртуальную форму самопредъявления либо избегают самопредъявления.
6. Отсутствие в самоописаниях подростков материального компонента идентичности можно объяснить их низким материальным статусом, отсутствием позиции собственника, владеющего материальными ценностями. Ответ на вопрос «Кто я?» не является для данных подростков синонимичным вопросу «Владельцем чего я являюсь?»
7. Тревожащим фактом является практически отсутствующие самоописания характеристик перспективного Я. Временная перспектива, позиции профессионального, семейного и персонального Я в будущем – показатели не только дифференцированности идентичности, но и ее сформированности. Необходимо отметить также, что ни один из автопортретов подростков данной выборки не был ориентирован в будущее. Все испытуемые отражали в рисунках актуальный возраст и социальный статус (за исключением метафорических изображений).
8. В рамках нашего исследования часть подростков продемонстрировали явное предпочтение реальной формы самопредъявления и его определенных способов (информирование, демонстрация умений и компетенций, реже – внешности). Необходимо учесть при этом абсолютное доминирование у этой части выборки рефлексивных самоописаний (достаточно высокую степень сформированности личностной идентичности) и более выраженное присутствие деятельного Я как осознанной констатации своих умений и компетенций. Также характерным для этих подростков является позитивное описание внешности и физических данных (физическое Я), часто сексуализированных.
9. Ведущим компонентом идентичности у предпочитающих виртуальное самопредъявление или его

принципиально избегающих является социальное Я (социальная идентичность). Среди доминирующих самоописаний также присутствуют характеристики внешности (физическое Я), но уже с ироническим или критическим оттенком.

Результаты эмпирического исследования подтверждают предположение о взаимосвязи особенностей самопредъявления подростков с разным уровнем сформированности и дифференцированности реальной идентичности.

Образная репрезентация личности во многом определяется особенностями интраструктурной диспозиции социальной и персональной идентичностей, взаимодействием их реального, идеального, негативного и предъявляемого компонентов. Доминирование личностной или социальной идентичности в сочетании с валентностью эмоционального отношения к себе (своей внешности), а также рефлексией социальной компетентности определяет способы самопредъявления, характеризующие социальную и личностную зрелость либо инфантилизм индивида.

Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 10-06-00262-а «Информационная социализация: междисциплинарный и мультипарадигмальный подход».

Литература

- Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. 2004, 14 февраля. <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>
- Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход. Психологические исследования, 2011, No. 6(20), 2. <http://psystudy.ru.0421100116/0061>.
- Гофман И. [Goffman E.] Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Кучково поле, 2000. Пер. изд.: Goffman E. The presentation of self in everyday life. New York: Free Press, 1959.
- Жичкина Е.А. О возможностях психологических исследований в сети Интернет. Психологический журнал, 2000, 21(2), 75–78.
- Кули Ч. [Cooley C.H.] Социальная самость. В кн.: Американская социологическая мысль. М.: Междунар. университет бизнеса и управления, 1996. С. 314–327.
- Марцинковская Т.Д. Проблема информационной социализации подростков. Образовательная политика, 2010, No. 4, 30–38.
- Мид Дж.Г. [Mead G.H.] От жеста к символу. В кн.: Американская социологическая мысль. М.: Междунар. университет бизнеса и управления, 1996. С. 213–221.
- Райгородский Д.Я. Психология самосознания: хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2007.
- Романова Е.С., Потемкина О.Ф. Графические методы в психологической диагностике. М.: Дидакт, 1992.
- Румянцева Т.В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре. СПб.: Речь, 2006.
- Социализация детей и подростков. Методический комплекс. М.: Мос. пед. гос. университет, 2009.

Шкуратова И.П. Самопредъявление личности в общении. Ростов-на-Дону: Южн. федер. университет, 2009.

Fogelson R.D. Person, self and identity. Some anthropological retrospects, circumspects and prospects. In: B. Lee (Ed.), Psychosocial theories of the self. London: Plenum Press, 1982. pp. 115–132.

Поступила в редакцию 22 июня 2012 г. Дата публикации: 30 декабря 2012 г.

[Сведения об авторе](#)

Изотова Елена Ивановна. Кандидат психологических наук, доцент; ведущий научный сотрудник лаборатории психологии подростка, Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009 Москва, Россия.

E-mail: teoretic@mail.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Стиль psystudy.ru

Изотова Е.И. Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности. Психологические исследования, 2012, 5(26), 9. <http://psystudy.ru>

ГОСТ 2008

Изотова Е.И. Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности // Психологические исследования. 2012. Т. 5, № 26. С. 9. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг).

[Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

Адрес статьи: <http://psystudy.ru/index.php/num/2012v5n26/764-izotova26.html>

[К началу страницы >>](#)