

- 2 Айтматов, Ч. Собрание сочинений: В 3 т. Т. 2.: Повести. Роман / Ч. Айтматов. – М.: Молодая гвардия, 1983. – 495 с.
- 3 Жиеналина, Б.Т. Тема памяти в романе Ч. Айтматова «И дольше века длится день» / Б.Т. Жиеналина // Слово – образ – речь: грани филологического анализа литературного произведения / Сост. и науч. ред. Минералова И.Г., Нургали К.Р. – Ярославль, 2017. – С. 186–193.

И.И. ЗАЙЦЕВА

Республика Беларусь, Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

АВАТАР КАК СПОСОБ ОПОСРЕДОВАННОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ У ПОДРОСТКОВ

Введение. Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни человечества уже не первое десятилетие. Интернет открывает перед нами новые возможности: упрощает поиск материалов для учебы и работы, помогает связаться с родственниками и друзьями, проживающими в других городах или за границей, предлагает множество видов развлечений (фильмы, сериалы, книги, игры и т.д.).

Современному подростку трудно представить свою жизнь без социальных сетей, ведь они сопровождают его каждодневно. Становление сегодняшнего школьника как личности невозможно без интернета. Если несовершеннолетний не является активным пользователем сети, то он может подвергнуться насмешкам и издевательствам со стороны сверстников.

Интернет настолько прочно вошел в нашу жизнь, что внедрил новые нормы общения и взаимодействия, а вместе с этим изменил процесс социализации личности. Согласно определению, данному в Социологическом словаре, социализация – это процесс становления личности, усвоения индивидом ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, социальной группе [1, с. 430].

Умение общаться в интернете помогает подросткам проявлять себя в различных направлениях: искусство, наука, технологии, литература, рукоделие. Однако не все готовы предстать перед другими пользователями интернета самим собой.

На каждом интернет-форуме, ресурсе, в мессенджерах есть обязательные графы для заполнения и одни из них – это «имя» и «фото».

Аватар, аватарка (также известен как юзерпик) – переводится с английского как «картинка пользователя» – это графическое изображение, используемое пользователем социальной сети в качестве самоопределения [2].

Строгих правил для установления аватара нет, поэтому можно часто встретить пользователей, у которых вместо своей фотографии изображены персонажи из фильмов или компьютерных игр, картины, некие концептуальные фото или вовсе отсутствует юзерпик.

Некоторые психологи утверждают, что по профилю в социальной сети возможно воссоздать психологический портрет человека.

На просторах интернета довольно часто встречаются развлекательные статьи о типах аватарок, но можно найти и научно-популярные разборы страничек в социальных сетях. Так, довольно популярным было следующее разделение: животные, герои мультфильмов, знаменитости, злодеи, эксклюзив, реальное лицо, натурная аватарка, «силовой» герой и соблазнительница.

Согласно классификации белорусского психолога Екатерины Холод, существует 12 групп-аватарок: классический портрет, животные, пейзаж или урбанистика, предмет, дети, мем, известный человек, вымышленный персонаж, страшные картинки, странные пугающие мутации тела и постоянная смена аватарки [3].

На данный момент многие исследователи занимаются изучением особенностей ведения социальных сетей у молодежи. Существует множество классификаций аватаров, но нет единого мнения о том, насколько они отражают внутреннее состояние человека и как влияют на его повседневную жизнь.

Цель исследования: выяснить, как современные подростки относятся к фотографиям в социальных сетях и считают ли они, что аватарки отражают внутреннее состояние личности.

Материалом исследования послужили результаты онлайн-анкетирования с использованием технологии GoogleForm и последующий анализ полученных данных.

Базой исследования выбрано ГУО «Средняя школа №40 г. Витебска имени М.М. Громова». Общее количество испытуемых составило 37 человек в возрасте от 12 до 16 лет. В опросе поучаствовало 15 парней и 22 девушки. Большая часть опрошенных достигла 15-летнего возраста (35,3%).

Анкета включает в себя десять вопросов закрытого и полужакрытого типа. При проведении анкетирования были получены следующие данные.

На первый вопрос «Во всех ли Ваших социальных сетях на главной стоит Ваша фотография?» большая часть опрошиваемых ответила утвердительно (64,7%) (Рис. 1).

1. Во всех ли Ваших социальных сетях на главной стоит Ваша фотография?

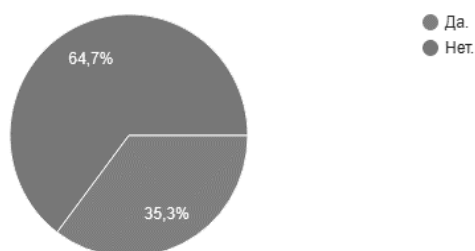


Рисунок 1 – Наличие собственной фотографии в социальных сетях

На второй вопрос «Почему Вы решили использовать свое фото?» 47,1% опрошиваемых ответили, что считают нужным размещать на собственной странице свои фотографии. Некоторых респондентов просят публиковать фото близкие (11,8%) или учителя (5,9%).

Респонденты, которые не выкладывают свои фотографии, чаще отвечали, что «выкладывают фотографии или картинки, которые считают красивыми, вне зависимости от того, что на них изображено» (29,4%).

На вопрос «Много ли Ваших знакомых используют свои фотографии в социальных сетях?» 64,7% опрошенных ответили утвердительно, 23,5% выбрали ответ «Только некоторые», 5,9% – «Да, все» или «Нет, никто».

На пятый вопрос «Считаете ли Вы, что люди, которые не выкладывают свои фотографии, имеют проблемы с самооценкой?» были получены наиболее разнообразные ответы. Большая часть респондентов не уверена в том, что фотографии и низкая самооценка связаны (58,8%) (Рис. 2).

5. Считаете ли Вы, что люди, которые не выкладывают свои фотографии, имеют проблемы с самооценкой?

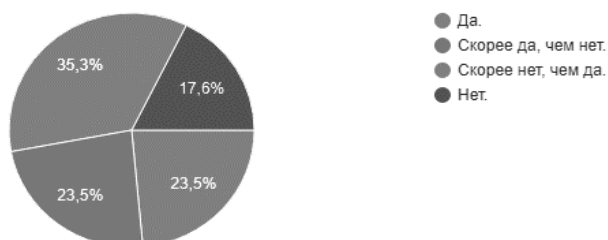


Рисунок 2 – Самооценка людей, не выкладывающих свои фотографии

Для 88,3% респондентов не важно, есть ли на странице собеседника фотографии. И лишь 11,7% переживают, если не видят лица того, с кем поддерживают диалог.

На вопрос «Как Вы считаете, можно ли определить эмоциональное состояние человека через его фотографии в социальных сетях?» респонденты отвечали: «Иногда это возможно» (52,9%), «Нет» (29,4%), «Да» (17,6%).

На восьмой вопрос «Переживаете ли Вы за то, как ваши друзья/подписчики оценят Ваше фото?» 41,2% испытуемых ответили «Да, постоянно», 29,4% – «Достаточно часто», 17,6% – «Нет, не переживаю», 11,8% – «Редко» (Рис. 3).

8. Переживаете ли Вы за то, как ваши друзья/подписчики оценят Ваше фото?

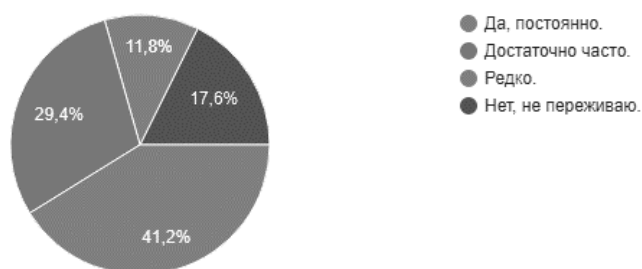


Рисунок 3 – Тревожность из-за оценки фотографий

В девятом пункте респондентам требовалось указать, изображения какого типа являются их аватарками в социальных сетях, опираясь на классификацию Е. Холод. 64,7% используют собственные фото, 47,1% – «Известный человек», 35,3% – «Смешной рисунок или фотография», 23,5% – «Пейзаж и урбанистика» или «Вымышленный персонаж», 17,6% – «Животные», 11,8% – «Странные мутации тела» или «Картинки, которые могут пугать», 5,9% – «Какой-либо предмет». И еще 11,8% респондентов выбрали ответ «Нет фотографий».

И на заключительный вопрос анкеты «Как Вы считаете, какая у Вас самооценка?» 47,1% ответили «Адекватная», 23,5% – низкая или высокая, 5,9% – завышенная. Вариант «Заниженная» не выбрал ни один респондент. (Рис. 4).

10. Как Вы считаете, какая у Вас самооценка?

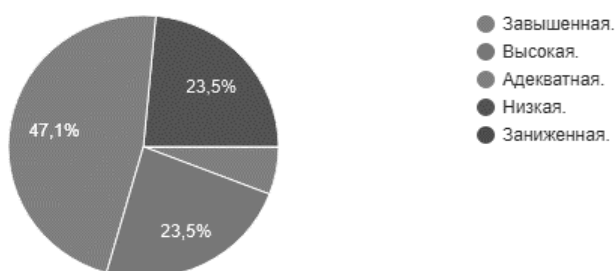


Рисунок 4 – Самооценка респондентов

Индивидуальный анализ результатов по каждому респонденту показал, что уровень самооценки довольно часто зависит от того, готов ли человек раскрыть самого себя в социальных сетях. Те, кто не выкладывал фотографий вообще и те, кто размещал в сети пугающие изображения, чаще других отвечали, что у них низкая самооценка.

Респонденты, которые используют собственные фотографии в интернете, чаще других, отвечая на десятый вопрос, утверждали, что у них высокая или завышенная самооценка.

Тем не менее, большая часть участников опроса не считает, что между аватаром в социальных сетях и самооценкой есть связь.

Заключение. Влияние социальных сетей на жизнедеятельность, поведение, увлечения, ценности и нормы поведения, не изучен до конца. Многие исследователи занимаются этим во-

просом. Постоянно появляются новые темы для рассмотрения и изучения, и использование аватара является одной из них.

Несмотря на то, что молодежь отрицает попытку передать собственные эмоции и чувства через фотографии в сети, результаты исследования показывают обратное. Подросткам важно принятие сверстников, поэтому многие переживают за то, как сверстники отреагируют на новую фотографию в профиле.

Учитывая множество попыток классифицировать виды аватарок, можно сказать о том, что юзерпик помогает немного узнать о человеке. С помощью аватара порой можно понять, чем увлекается человек, в каком состоянии он сейчас находится, попытаться определить, какой у него тип личности и т.д. Фотография способна привлечь внимание, заинтриговать пользователя, подтолкнуть к общению.

Современные школьники используют фотографии как способ виртуальной самоидентификации, передавая через аватарки свое уникальное послание для семьи, близких друзей, одноклассников и незнакомцев.

Список использованных источников

1. Социологический словарь / Ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М.: Норма, 2008. – 608 с.
2. Что значит юзерпик в интернет-сленге? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proslang.ru/internet-sleng/chto-znachit-yuzerpik.html>. – Дата доступа: 12.01.2022.
3. Что в аватарке тебе моей? Психолог объясняет, как понять душу человека по его фотографиям в соцсетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mag.103.by/topic/52603-chto-v-avatarke-tebe-mojej-psiholog-obyasnyajet-kak-ponyaty-dushu-che-loveka-po-fotografijam-kotoryje-on-vykladyvajet-v-socseti/>. – Дата доступа: 12.01.2022.

М.А. ЗАРАКОВСКАЯ

Республика Беларусь, Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

ИНТЕРНЕТ-ТРАВЛЯ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ?

Введение. Интернет в жизни современного человека занимает достаточно важное место, если не сказать больше. В сети можно найти абсолютно любую информацию, поделиться впечатлениями по любому поводу, попросить совета в любой ситуации, отыскать единомышленников в увлечениях, встретить потерявшихся друзей, а также наткнуться на хейтеров. В последнее десятилетие проблема борьбы с виртуальной агрессией любого вида признается всем обществом. Это и обусловило актуальность проведенного нами исследования. **Цель** данной статьи – анализ феномена интернет-травли, или кибербуллинга, на современном этапе развития общества.

Интернет-травля – намеренные оскорбления, угрозы, диффамации и сообщение другим компрометирующих данных с помощью современных средств коммуникации, как правило, в течение продолжительного периода времени. Для обозначения явления также используются такие термины, как кибермоббинг, интернет-моббинг, кибербуллинг, троллинг, флейм. Международный день борьбы с кибербуллингом отмечается 11 ноября. Причин повышенного внимания общества к данной проблеме много: пандемия коронавируса, недопонимание причин международных кризисов, тотальное нездоровое погружение молодежи в виртуальную реальность, нежелание принимать окружающую действительность и многое другое. Все это привело к неуклонно нарастающей тревожности, страху в обществе, которые с легкостью перерастают в агрессию. В этом неконструктивном процессе особую роль стала играть клевета: безнаказанность или слабая доказуемость в сети превратила ее в угрозу в масштабах государства.

Интернет-травля – это, к сожалению, не выдумка, а реальная часть общения в социальных сетях. У всех людей свои взгляды на жизнь, разные вкусы, мнения, и это совершенно нормально. Но некоторые люди считают, что абсолютно все должны знать об их позиции и принимать ее за истину. Любое несогласие, отклонение от того, что они считают нормой, становится поводом, чтобы начать спор, который может быстро перерасти во вражду и даже открытую травлю.

Травить могут в комментариях к постам, которые ты размещаешь на своих страничках, могут писать гадости в личных сообщениях. Часто к одному хейтеру присоединяются его друзья и травят из чувства солидарности или просто так, и тогда травля разрастается, как снежный