

моидентификации одинокого и ненужного в обществе. В практических исследованиях отмечается очевидная востребованность группового подхода в проведении социально-культурной деятельности.

Список использованных источников:

1. В Беларуси 15,2% населения старше 65 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/v-belarusi-152-naselenija-starshe-65-let-363932-2019/>. – Дата доступа: 14.05.2021
2. Холостова, Е.И. Социальная реабилитация: учеб. пособие / Е.И. Холостова, Н.Ф. Дементьева. – М.: Дашков и К, 2003. – 340 с.
3. Ярошенко, Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности: учебник / Н.Н. Ярошенко – М.: МГУКИ, 2007. – 360 с.

УДК 316.77

АВАТАР КАК СРЕДСТВО САМОВЫРАЖЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

М.И. Коткова

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова
(e-mail: kotkova.masha@inbox.ru)

Нынешняя молодежь стала неотъемлемой частью нового, информационного мира. В какой-то степени они потребители, а в какой-то разработчики.

Каждый день происходит взаимосвязь огромного количества человек на одной из самых масштабных платформ наше века – Интернет. С появлением Интернета и быстрым его развитием появились не только информационные технологии, но и науки. Социальные сети сейчас пользуются огромной популярностью во всем мире. Люди пытаются выделиться среди нескитанного количества пользователей сайтов и улучшить свой профиль. Трудно найти человека XXI века, который не был бы зарегистрирован в одной из социальных сетей. Мы уже давно используем их для общения, просмотра новостей, дискуссий, вдохновения и не в последнюю очередь для презентации самого себя.

Многочисленные исследования показали, что 80% информации воспринимается визуально. Сознательно или нет, но человек стремится передать важную часть информации через зрительные образы.

Социальная сеть сегодня – это не столько способ общения со старыми друзьями, сколько способ обрести новых знакомых. Именно поэтому стоит говорить о первостепенной значимости жанра самопрезентации, самоподачи в интернет-пространстве. Такое свойство Интернет-коммуникации, как невидимость, дает возможность изменения внешнего представления о человеке. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации – это возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе. Уже существует немало теоретических работ, которые описывают феномен коммуникации во Всемирной паутине, большинство исследователей сходятся в том, что такие особенности интернет-коммуникации, как анонимность и ограниченный сенсорный опыт, порождают 16 уникальную возможность экспериментирования с собственной идентичностью. Анонимность позволяет пользователям Интернета создавать сетевую идентичность, которая часто отличается от реальной идентичности.

Теме самопрезентации в виртуальном пространстве посвящены работы отечественных исследователей в области социологии (А.Д. Зайцев, А.В. Тихонов, З.С. Селезнев, Е.И. Скрипак), психологии и педагогики (И.В. Шаповаленко, А.М. Максимов, Э.А. Голубева), философии и политологии (Д.Г. Балугев), культуроло-

логии и языкознания (Р.А. Агеева, Т.П. Сидорова, М.И. Матусевич). При этом виртуальную проекцию пользовательского Я различные исследователи именуют «цифровым лицом» и «цифровым телом» или даже «виртуальной татуировкой». Однако в интернет-пространстве оно носит знакомое нам имя – аватар.

История возникновения аватаров покрыта тайнами и загадками. Так точно и неизвестно кто первый начал его использовать, и как пришла ему данная идея.

Можно отметить, что изначально слово аватар, точнее аватара, означал «божество». Он использовался в религии буддизма, точнее индуизма, веды и брахманизма. Обозначал воплощение Бога. Самым знаменитым считалась «десять аватаров» Бога Вишну. К ним относились Шива, Кришна и другие.

После информационного прогресса, термин аватар изменил свое значение. Точнее, приобрел новое. Аватар – это своеобразный проективный психологический тест. Пользователи выбирают изображение, которое максимально соответствует их внутреннему состоянию. Нужно лишь психологически расшифровать результат такого выбора. Такая расшифровка равнозначна составлению психологического портрета пользователя.

Цель исследования: выяснить какие аватары чаще всего используют респонденты.

Материал и методы. Общее количество испытуемых составило 101 человек. Для реализации цели исследования был применен метод онлайн-анкетирования с использованием технологии Google Forms, анализ полученных данных.

Результаты и их обсуждение. Для наиболее эффективного изучения данного вопроса мы провели исследование, в ходе которого приняли участие подростки и юноши в возрасте от 15 до 27 лет. В анкетировании приняли участие 42% респондентов женского пола, 58% – мужского.

На вопрос «Зарегистрированы ли Вы в социальных сетях?» все респонденты данного анкетирования ответили положительно (100%), отрицательных ответов не выявлено (0%). Соответственно можно сделать вывод, что современная молодежь активно пользуется социальными сетями.

В ходе исследования респондентам был задан вопрос «Знакомы мы ли Вы с термином «Аватаристика»?» Из 101 испытуемого с данным термином знакомы 27,7%, где-то слышали, но не придавали значения – 26,7%, не знакомы с данным понятием – 45,5%.

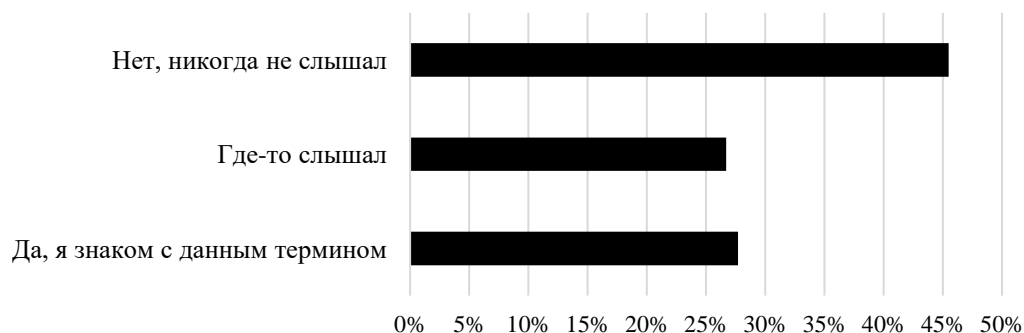


Рисунок 1 – Количество респондентов знакомых с понятием «Аватаристика»

Большинство опрошенных согласны с утверждением, что аватар является «зеркалом души» её владельца (70,3%), однако были и отрицательные ответы (29,7%).

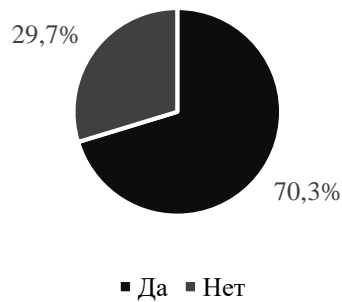


Рисунок 2 – Количество респондентов согласных с понятием «аватар-зеркало души»

Далее, предлагалось ответить, что испытуемые чаще всего используют в качестве аватара, лидировали такие варианты как: селфи – 75 выбора (74,3%), фото с партнером – 24 выбора (23,8%), фотографии из детства – 18 выборов (17,8%), милые животные (котики, щенки) – 16 выборов (15,8%), части тела (глаз, рука) – 15 выборов (14,9%), известные люди (певцы, актеры) – 13 выборов (12,9%), аватар отсутствует – 8 выборов (7,9%), пейзаж и другие природные явления – 6 выборов (5,9%), супер-герои – 5 выборов (5%), значок, логотип, пиктограмма – 4 выбора (4%) хищные животные (медведи, волки) – 2 выбора (2%), однотонная заливка – 2 выбора (2%).



Рисунок 3 – Какие аватары чаще всего используют испытуемые

На вопрос «Вкладываете ли Вы смысл в свой аватар?» положительно ответили 28,7%, не задумывался – 44,6%, отрицательно – 26,7% опрошиваемых.

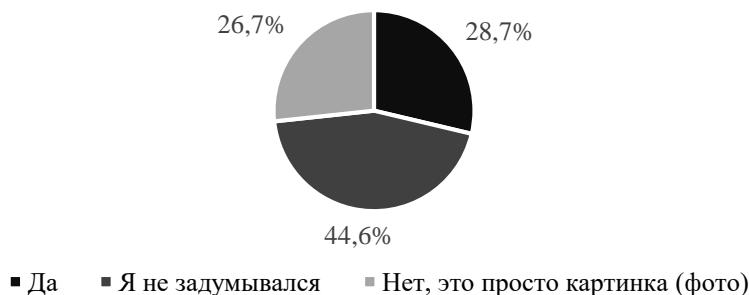


Рисунок 4 – Вкладывают ли респонденты смысл в свой аватар

Затем, испытуемым был задан вопрос «Бойтесь ли Вы показать своё подлинное лицо в социальных сетях?» Большинство респондентов ответили отрицательно (93,1%), однако были и положительные ответы (6,9%).

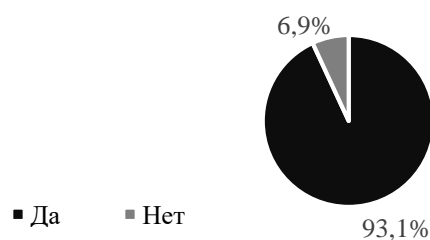


Рисунок 5 – Бойтесь ли респондент показать своё подлинное лицо в социальных сетях?

На заключительный вопрос «Как Вы думаете, изменив аватар можно ли изменить внутренние представления о себе и об окружающем мире?» респонденты дали 53(52,5%) отрицательных и 48(47,5%) положительных ответов.

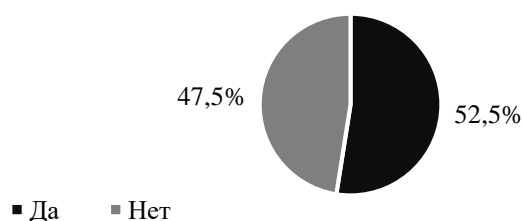


Рисунок 6 – Ответы респондентов на взаимосвязь аватара и представлений о себе.

Проанализировав данную статистику, можно заметить, что информационный мир разнообразен, а человек является создателем и, в какой-то мере, руководителем Интернет-пространства. Заявить о себе как о чём-то уникальном на столь большой платформе является функцией аватара. Виртуальная социальность уникальна, поскольку позволяет вступать во взаимодействие вне разделяемого контекста, сохраняя высокий уровень индивидуализации. Подобное взаимодействие предоставляет достаточную свободу самовыражения.

Заключение. Считается, что человек должен хорошо получиться как минимум на трех фотографиях – для паспорта, семейного фото в рамочке и аватарки. Аватар – иконка с изображением чего- или кого-либо – неперенный атрибут любого форума, блогов, и, конечно, социальных сетей. «Я такой, каким меня видят на аве», – этим нехитрым принципом руководствуемся мы, выбирая изображение для главной картинки. Аватарка «отвечает» за то, каким вы предстанете перед онлайн-публикой, – романтичным или серьезным, веселым или меланхоличным.

Таким образом, по данным анкетирования можно сделать вывод, что в современном мире неотъемлемую часть жизни человека занимают социальные сети. Хочется отметить, что у аватара большой прагматический потенциал, и он, являясь элементом самопрезентации в социальной сети, направлен на инициирование общения, установление контакта, привлечение внимания других пользователей. Через аватар возможно передать настроение, отношение, новость, отразить тип личности, характер, зафиксировать перемены в жизни. Именно поэтому можно утверждать, что выбор аватара – это сознательный шаг пользователей социальной сети, и именно аватар является первым шагом создания виртуальной личности, способом виртуальной самоидентификации.

Список использованных источников:

1. Антонова, Ю.А. Аватар как элемент самопрезентации в социальной сети / Ю.А. Антонова, С.А. Демина // Лингвокультурология. – 2010. – №4. – С. 15-20.
2. Милова, Е.А. Влияние социальных сетей на психологию личности / Е.А. Милова. – Новосибирск: Интерэкспо Гео-Сибирь, 2012. – № 6. – С. 81-83.
3. Тихонов, О.В. Социальные сети как пространство самопрезентации индивида / О.В. Тихонов // Вестник Казанского технологического ун-та. – Казань: Казанский технологич. ун-т. – 2012. – № 22. – С. 196-198.

УДК 613.9-057.87

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА К ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ

П.А. Корнилова, А.Д. Сенченко, А.С. Щемелева

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

(e-mail: anastasia.kelman25@gmail.com, alina.senchenko22@icloud.com)

Здоровье – очень важная категория, которая обеспечивает качество жизни человека. Согласно уставу Всемирной организации здравоохранения, «здоровьем является состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов» [1].

Для поддержания здоровья необходимо вести здоровый образ жизни. Это связано с тем, что от уровня развития медицины зависит примерно 10 процентов здоровья. Академик РАМН Ю.П. Лисицин писал о том, что на долю генетических факторов и факторов внешнего воздействия приходится порядка 20 процентов на каждый. Следовательно, самое главное в поддержании здоровья – здоровый образ жизни, поскольку от него зависит почти половина человеческого здоровья.

Образ жизни, согласно В.А. Пискунову, «это система взаимоотношений человека с самим собой и факторами внешней среды. Он зависит от пола, возраста, состояния здоровья, климата, питания, работы, отдыха, наличия полезных привычек и отсутствия вредных» [2, с. 14].

Определяя здоровый образ жизни, мы будем придерживаться трактовки, предложенной в «Педагогическом энциклопедическом словаре» [3], а именно, здоровый образ жизни есть «система общеукрепляющих и общегигиенических факторов, повышающих адаптивные возможности организма и способствующих полноценному выполнению человеком социальных функций и достижению активного долголетия. Здоровый образ жизни предусматривает нормированную двигательную активность, четкий режим труда и отдыха, рациональное питание, нормальный сон (7–8 ч), закаливание, отказ от вредных привычек (курения, злоупотребления алкоголем, наркотиками и др.)» [3].

Анализируя здоровый образ жизни, Ю.В. Валентик, А.В. Мартыненко, В.А. Полесский выделяют группу главных составляющих, к числу которых относятся: объективные общественные условия; конкретные формы жизнедеятельности, позволяющие реализовывать здоровый образ жизни; система ценностных ориентации, направляющих сознательную активность. Исходя из этих групп, возможно проведение анализа сформированности отношения к здоровому образу жизни.

Поскольку здоровый образ жизни очень важен для современного человека, целью своего исследования мы поставили изучить отношение студентов 1 курса педагогической специальности к здоровому образу жизни. Всего в анкетировании принимали участие 17 человек.