

**САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЯ К СОБСТВЕННОЙ
ВНЕШНОСТИ**

**SELF-PRESENTATION ON SOCIAL NETWORKS AS A FACTOR IN
SHAPING ONE'S ATTITUDE TO ONE'S OWN APPEARANCE**

Зюрина Софья Александровна,

бакалавр психолого-педагогических наук,

Московский педагогический государственный университет.

Zyurina Sofia Aleksandrovna,

Bachelor of Psychology and Pedagogy,

Moscow State Pedagogical University.

В статье рассматривается самопрезентация в социальных сетях как значимый фактор формирования отношения личности к собственной внешности. Актуальность исследования обусловлена тем, что современные цифровые платформы создают условия для постоянной демонстрации внешнего облика, получения социальной обратной связи и сравнения себя с другими пользователями, что может оказывать существенное влияние на самооценку и удовлетворённость собственной внешностью. Цель статьи заключается в анализе современных теоретических представлений о самопрезентации в социальных сетях и её связи с формированием отношения к собственной внешности.

The article examines self-presentation on social media as a significant factor in shaping an individual's attitude towards their own appearance. The relevance of the study is due to the fact that modern digital platforms create conditions for constantly displaying one's appearance, receiving social

feedback, and comparing oneself with other users, which can have a significant impact on self-esteem and satisfaction with one's own appearance. The aim of the article is to analyse current theoretical concepts of self-presentation on social media and its connection with the formation of an attitude towards one's own appearance.

Ключевые слова: *самопрезентация; социальные сети; отношение к собственной внешности; образ тела; цифровая среда; самооценка; социальное сравнение; самообъективация.*

Key words: *self-presentation; social media; attitude towards one's own appearance; body image; digital environment; self-esteem; social comparison; self-objectification.*

Стремительное развитие цифровых технологий привело к тому, что социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни современного человека. Сегодня они выступают не только средством коммуникации, но и пространством конструирования собственного образа, самовыражения и получения социальной оценки. Особенно значимой становится возможность визуальной самопрезентации, поскольку именно фотографический и видеоконтент занимает центральное место на большинстве современных цифровых платформ. В условиях постоянной публичной демонстрации внешности возрастает значение того, каким образом человек представляет себя окружающим. Использование фильтров, ретуши изображений, тщательный отбор фотографий и ориентация на социальное одобрение постепенно становятся привычными элементами цифрового взаимодействия. Подобные особенности онлайн-коммуникации создают условия для непрерывного сравнения собственной внешности с идеализированными образами других пользователей, что способно оказывать влияние на самооценку, удовлетворённость собственной внешностью и образ тела. Особую актуальность данная

проблема приобретает в молодом возрасте, когда процессы формирования идентичности, самоотношения и отношения к собственной внешности отличаются высокой чувствительностью к социальным оценкам. В этих условиях самопрезентация в социальных сетях перестаёт быть исключительно способом передачи информации о себе и становится важным психологическим механизмом, влияющим на восприятие собственной внешности и эмоциональное благополучие личности. Несмотря на значительное количество исследований, посвящённых влиянию социальных сетей на психологическое состояние человека, вопросы, касающиеся роли цифровой самопрезентации в формировании отношения к собственной внешности, продолжают оставаться предметом научной дискуссии. В связи с этим целью настоящей статьи является анализ современных отечественных и зарубежных исследований, раскрывающих психологические механизмы влияния самопрезентации в социальных сетях на отношение личности к собственной внешности.

Самопрезентация представляет собой один из фундаментальных механизмов социального взаимодействия, посредством которого человек формирует определённое впечатление о себе в глазах окружающих. В классической концепции Э. Гоффмана самопрезентация рассматривается как процесс управления впечатлением, при котором личность сознательно или неосознанно регулирует своё поведение в зависимости от социальной ситуации и предполагаемой оценки со стороны других людей [3]. В современных условиях данный процесс всё чаще реализуется в цифровом пространстве, где пользователи получают значительно больше возможностей для контроля собственной внешней репрезентации. В отличие от непосредственного общения, социальные сети позволяют тщательно конструировать собственный образ. Пользователь самостоятельно выбирает фотографии, редактирует изображения, определяет содержание публикаций и регулирует степень открытости

личной информации. Благодаря этому формируется так называемая цифровая самопрезентация - целенаправленное создание желаемого образа личности посредством визуального и текстового контента. Исследователи отмечают, что визуальная составляющая современных социальных сетей постепенно становится ведущим инструментом самопрезентации. Фотографии и видеоматериалы выступают не только способом передачи информации о себе, но и средством получения социальной поддержки, признания и одобрения. Количество отметок «нравится», комментариев и подписчиков начинает восприниматься как показатель социальной привлекательности, успешности и личностной значимости. Существенный вклад в понимание влияния цифровой среды на отношение к собственной внешности внесла теория социального сравнения Л. Фестингера [5]. Согласно данной концепции, человек оценивает собственные качества посредством сопоставления себя с окружающими. Социальные сети значительно увеличивают число подобных сравнений, поскольку пользователь ежедневно сталкивается с большим количеством изображений людей, демонстрирующих преимущественно наиболее привлекательные стороны собственной жизни и внешности. Постоянное сопоставление себя с идеализированными образами способно снижать удовлетворённость собственной внешностью, усиливать самокритичность и формировать негативное отношение к своему телу. Дополняет данную позицию теория самообъективации Б. Фредриксон и Т. Робертс, согласно которой под влиянием культурных стандартов человек начинает воспринимать собственное тело преимущественно как объект внешней оценки [10]. В условиях цифровой среды данный процесс усиливается благодаря постоянной демонстрации внешности, стремлению получить положительную обратную связь и ориентации на соответствие социально одобряемым стандартам привлекательности. В результате возрастает внимание к недостаткам внешности, формируется зависимость

самооценки от внешнего одобрения и повышается риск развития неудовлетворённости образом собственного тела. Современные исследования показывают, что алгоритмы социальных сетей преимущественно распространяют контент, соответствующий актуальным эстетическим стандартам. Пользователи регулярно сталкиваются с обработанными изображениями, использованием фильтров и цифровой ретуши, что создаёт иллюзию существования идеальной внешности как социальной нормы. Постепенная интериоризация подобных стандартов способствует формированию нереалистичных представлений о собственной привлекательности и усиливает стремление соответствовать недостижимым идеалам. Значительное внимание данной проблеме уделяют зарубежные исследователи. Работы М. Тиггеманн, Ж. Фардули, Л. Вартанян, Р. Энгельн, С. Казале и их коллег свидетельствуют о том, что активное использование социальных сетей связано с повышением уровня социального сравнения, усилением самообъективации, неудовлетворённостью собственной внешностью и увеличением риска нарушений пищевого поведения [7-9, 11]. Особенно выраженное влияние наблюдается у девушек и молодых женщин, поскольку именно они в большей степени ориентированы на получение социальной оценки собственной внешности. Отечественные исследования также подтверждают значимость цифровой самопрезентации в формировании отношения к собственной внешности [1, 2, 4, 6]. Работы А.В. Шмойловой, Т.В. Волкодав, Н.В. Бтуриной, О.А. Зацепиной и других авторов демонстрируют, что большинство молодых пользователей признают влияние социальных сетей на представления о красоте и привлекательности. Постоянная публикация фотографий, сравнение себя с другими пользователями и стремление соответствовать популярным визуальным стандартам сопровождаются снижением удовлетворённости собственной внешностью и повышением значимости внешнего одобрения.

Особую роль в данном процессе играет обратная связь, получаемая в цифровом пространстве [1-6]. Лайки, комментарии и количество просмотров становятся своеобразными социальными индикаторами успешности самопрезентации. При положительной обратной связи пользователь получает эмоциональное подкрепление, тогда как её отсутствие нередко сопровождается переживаниями собственной непривлекательности, снижением самооценки и повторными попытками изменить содержание публикаций или собственную внешность. Таким образом, отношение к собственной внешности всё в большей степени начинает зависеть не от внутренних критериев самопринятия, а от внешней оценки интернет-аудитории. Вместе с тем современные исследования подчёркивают неоднозначность влияния самопрезентации. Цифровая среда способна выполнять не только фактор риска, но и ресурсную функцию. Использование социальных сетей для самовыражения, творческой активности, поиска поддержки и общения с единомышленниками может способствовать развитию уверенности в себе, укреплению позитивного отношения к собственной внешности и принятию индивидуальных особенностей. Распространение движения бодипозитива, идей телесного разнообразия и отказа от жёстких стандартов красоты способствует формированию более реалистичных представлений о внешности и снижению выраженности негативного социального сравнения. Таким образом, анализ современных исследований позволяет рассматривать самопрезентацию в социальных сетях как сложный психологический феномен, оказывающий существенное влияние на отношение личности к собственной внешности. Характер данного влияния определяется не только интенсивностью использования цифровых платформ, но и мотивами самопрезентации, особенностями личности, уровнем самооценки, выраженностью социального сравнения и зависимостью от внешнего одобрения. Именно

сочетание этих факторов определяет, будет ли цифровая самопрезентация способствовать укреплению позитивного отношения к собственной внешности или, напротив, станет одним из механизмов формирования её неудовлетворённости.

Проведённый анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что самопрезентация в социальных сетях является важным психологическим фактором, оказывающим влияние на формирование отношения личности к собственной внешности. Цифровая среда создаёт условия для постоянной визуальной демонстрации себя, получения социальной оценки и сравнения собственной внешности с идеализированными образами, что способствует изменению представлений о привлекательности и критериях самооценки. Обзор отечественных и зарубежных исследований показал, что влияние цифровой самопрезентации носит неоднозначный характер и определяется совокупностью индивидуально-психологических и социальных факторов. При высокой зависимости от мнения, выражено социальном сравнении и склонности самообъектиации возрастает риск формирования неудовлетворённости собственной внешностью. Вместе с тем осознанное использование социальных сетей, развитое самопринятие и критическое восприятие цифрового контента способны снижать негативное влияние виртуальной среды и поддерживать позитивное отношение к себе. Практическая значимость полученных выводов заключается в том, что они могут быть использованы в работе психологов, педагогов и специалистов по профилактике дезадаптивного поведения в цифровой среде. Полученные результаты позволяют точнее определять группы риска среди подростков и молодёжи, для которых характерны высокая зависимость от внешней оценки, частое сравнение себя с другими пользователями и повышенная чувствительность к комментариям и количественным показателям социальной одобряемости. Это создаёт основу для

своевременного выявления признаков неудовлетворённости собственной внешностью, снижения самооценки и формирования искаженного образа тела. С практической точки зрения данные выводы могут быть использованы при разработке профилактических программ, направленных на развитие критического отношения к контенту социальных сетей, снижение значимости внешнего одобрения и формирование более устойчивого самоотношения. В рамках психологического консультирования они могут служить основанием для работы с самообъективацией, социальным сравнением, зависимостью от лайков и комментариев, а также для формирования навыков осознанной и более аутентичной самопрезентации. Кроме того, результаты исследования могут быть полезны при проведении психопросветительской работы в образовательных организациях, где важно формировать у подростков и молодых людей представления о разнообразии внешности, нереалистичности и стаа красты и центи илы собестей личности. Следовательно, проблема самопрезентации в социальных сетях выходит за рамки особенностей цифрового поведения и приобретает значение как один из актуальных вопросов современной психологии личности. Полученные выводы подчёркивают необходимость дальнейших исследований, направленных на изучение психологических механизмов формирования отношения к собственной внешности в условиях цифровой среды, а также на разработку профилактических и психопросветительских программ, способствующих развитию критического отношения к цифровым стандартам привлекательности и укреплению позитивного образа собственного тела.

Список литературы

1. Бтурина Н. В. Самопрезентация в цифровой среде: психологические механизмы и эффекты / Н. В. Бурина // Психология и образование. - 2021.

- № 3. - С. 112-120. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-detey-v-tsifrovoy-srede-literaturnyy-obzor>
2. Волкодав Т. В. Влияние цифровой среды на формирование образа тела у молодёжи / Т. В. Волкодав // Вестник психологии и педагогики. - 2020. - № 4. - С. 23-31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-sotsializatsiya-molodezhi>
3. Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни / Э. Гоффман. - Москва : КАНОН-пресс-Ц, 2000. - 304 с. URL: [https://www.hse.ru/data/2016/04/07/1127142131/Гоффман%20-%20Представление%20себя%20другим%20в%20повседневной%20жизни%20\(2000\).pdf](https://www.hse.ru/data/2016/04/07/1127142131/Гоффман%20-%20Представление%20себя%20другим%20в%20повседневной%20жизни%20(2000).pdf)
4. Зацепина О. А., Социальные сети и представления о красоте: эмпирическое исследование среди студентов / О. А. Зацепина // Молодой учёный. - 2022. - № 12. - С. 205-210. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46428276&ysclid=msi9nlj51819054046>
5. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер. - Санкт-Петербург : Ювента, 1999. - 320 с. URL: kyiv-heritage-guide.com/sites/default/files/ФЕСТИНГЕР%20-%20Теория%20когнитивного%20диссонанса.pdf
6. Шмойлова А. В. Особенности самопрезентации личности в социальных сетях / А. В. Шмойлова // Психологические исследования. - 2019. - Т. 12, № 63. - С. 5. URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/1434>
7. Casale S. Social media use, body image, and self-objectification: A systematic review of the empirical literature / S. Casale, G. Fioravanti, L. Flett // Body Image. - 2021. - Vol. 36. - P. 224-237. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12395811/>

8. Engeln R. Beauty sick: How the toxic culture of appearance is hurting everyday women / R. Engeln. - New York: HarperCollins, 2016. - 304 p. URL: https://books.google.ru/books?id=baIUDAEACAAJ&hl=ru&source=gbs_book_other_versions
9. Fardouly J. Social comparison, body dissatisfaction and disordered eating behavior: A review of the literature / J. Fardouly, L. Vartanian // Current Opinion in Psychiatry. - 2015. - Vol. 28, N° 6. - P. 516-521. URL: https://www.researchgate.net/publication/382168384_Social_Comparison_and_Disordered_Eating_Behavior_in_University_Students_Mediating_Role_of_Body_Image_Dissatisfaction
10. Fredrickson B. L. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks / B. L. Fredrickson, T.-A. Roberts // Psychology of Women Quarterly. - 1997. - Vol. 21, N° 2. - P. 173-206. URL: https://www.researchgate.net/publication/258181826_Objectification_Theory_Toward_Understanding_Women's_Lived_Experiences_and_Mental_Health_Risks
11. Tiggemann, M. NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls / M. Tiggemann, A. Slater // International Journal of Eating Disorders. - 2014. - Vol. 47, N° - P. 630-633. URL: https://simply-you.org/shared/docs/Tiggemann_And_Slater_2013_IJED_EN.pdf