

оригинальная статья

## Самооценка физического Я подростков, использующих личные фотографии в качестве аватара профилей в социальных сетях

М. С. Лыткин, А. В. Микляева\*

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия

\*a.miklyaeva@gmail.com

Поступила 24.03.2022. Принята после рецензирования 12.04.2022. Принята в печать 20.04.2022.

**Аннотация:** Описаны результаты исследования самооценки физического Я подростков, использующих разные типы аватаров в социальных сетях. Сбор эмпирических данных осуществлялся с помощью опросных методов: модифицированной шкалы Дембо-Рубинштейн, методики исследования самоотношения к образу физического Я А. Г. Черкашиной и анкетирования, благодаря которому изучался опыт использования социальных сетей. В исследовании приняли участие 78 подростков 15–18 лет, в т.ч. 35 девушек и 43 юноши. Полученные данные подверглись статистическому анализу с помощью критерия Манна-Уитни и многофакторного дисперсионного анализа MANOVA. Результаты указывают на различия самооценок физического Я у подростков с разными типами изображений на аватарах. Подростки, использующие свое личное фото на аватаре в социальных сетях, оценивают свои внешние характеристики более высоко, для них более значима внешняя привлекательность. Обнаружены особенности самооценок физического Я у юношей и девушек, использующих аватары разных типов. У девушек, использующих свое фото на аватаре, меньшее расхождение между актуальной самооценкой внешней привлекательности и представлениями об их идеальном образе. Девушки, использующие в качестве изображения на аватаре рисунки, не являющиеся фотографиями человека, имеют значимые расхождения между Я-реальным и Я-идеальным. Среди юношей значимость анатомических характеристик ниже в группе использующих рисунок, не являющийся фотографией человека, при этом расхождение между Я-реальным и Я-идеальным не настолько явно, чем у девушек в аналогичной группе, и имеет тенденцию к уменьшению. Результаты исследования свидетельствуют о диагностических возможностях анализа аватаров подростков в социальных сетях в отношении их самооценки физического Я.

**Ключевые слова:** самооценка физического Я, социальные сети, аватар, Я-концепция, подростки, юноши, девушки

**Цитирование:** Лыткин М. С., Микляева А. В. Самооценка физического Я подростков, использующих личные фотографии в качестве аватара профилей в социальных сетях. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 1. С. 31–36.

Лыткин Максим Сергеевич – студент Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена (Санкт-Петербург, Россия); lytkinmaksim@gmail.com

Микляева Анастасия Владимировна – доктор психологических наук, профессор кафедры психологии человека Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена (Санкт-Петербург, Россия); <https://orcid.org/0000-0001-8389-2275>; a.miklyaeva@gmail.com

full article

## Physical Self-Esteem in Teenagers that Use Personal Photos as an Avatar in Their Social Net Profiles

M. S. Lytkin, A. V. Miklyaeva\*

Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia

\*a.miklyaeva@gmail.com

Received 24 Mar 2022. Accepted after peer review 12 Apr 2022. Accepted for publication 20 Apr 2022.

**Abstract:** The article features the physical self-esteem in teenagers who use different types of avatars in social networks. The empirical data were collected by using questionnaire methods, which involved the modified Dembo-Rubinstein scale, A. G. Cherkashina's methodology

**Maksim S. Lytkin** – Student  
of the Herzen State Pedagogical  
University of Russia (Russia, Saint  
Petersburg);  
lytkinmaksim@gmail.com

**Anastasia V. Miklyaeva** –  
Doctor of Philology, Professor  
at the Department of Human  
Psychology of the Herzen State  
Pedagogical University of Russia  
(Russia, Saint Petersburg); [https://  
orcid.org/0000-0001-8389-2275](https://orcid.org/0000-0001-8389-2275);  
a.miklyaeva@gmail.com

for studying self-attitude to the image of one's physical self, and a questionnaire of social net experience. The study involved 78 teenagers aged 15–18, including 35 girls and 43 boys. The obtained data were subjected to the Mann-Whitney test and a multivariate MANOVA analysis. The physical self-esteem appeared to correlate with the type of avatar. Teenagers who used their personal photo rated their external characteristics higher and found external attractiveness very important. The girls who used their own photo as an avatar image demonstrated a smaller discrepancy between the current self-assessment of external attractiveness and ideas about their ideal image. The girls who chose non-human images as their avatars had significant discrepancies between the Real Me and the Ideal Me. For the boys who used non-human avatars, the significance of anatomical characteristics was lower, while the discrepancy between the Real Me and the Ideal Me was less obvious than in the same group of girls. The research indicated the diagnostic possibilities of using teenagers' avatars to study their physical self-esteem.

**Keywords:** physical self-esteem, social networks, avatar, I-concept, teenagers, boys, girls  
**Citation:** Lytkin M. S., Miklyaeva A. V. Physical Self-Esteem in Teenagers that Use Personal Photos as an Avatar in Their Social Net Profiles. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(1): 31–36.

## Введение

Уже более 40 лет персональные компьютеры служат рядовым пользователям, выполняя различные задачи, в т.ч. способствуя процессу коммуникации дистанционно. Самым ранним предшественником современных социальных сетей, которые на сегодняшний момент мы используем для общения, знакомства и развлечений, стала доска объявлений CBBS (computerized bulletin board system), созданная Уордом Кристенсенем в 1978 г.

Первой социальной сетью, являющейся прообразом современных социальных сетей, с функциями создания личной страницы и списка друзей, стал сайт знакомств Six Degrees.com, появившийся в 1997 г. [Ершов 2015]. В период с 2003 по 2006 гг. пользователи глобальной сети Интернет получили возможность использования новых социальных сетей (LinkedIn, MySpace, Twitter, Одноклассники, ВКонтакте и др.).

Интернет оказывает содействие в самоопределении личности, помогает обрести идентичность, таким образом Интернет приобретает черты института социализации личности [Белинская 2013]. В связи с этим рассмотрение сети Интернет и социальных сетей как его составляющих с точки зрения психологического влияния на конечного пользователя является одной из актуальных проблем современной психологии.

По данным отчета Digital 2022 компании We Are Social и Hootsuite на февраль 2022 г., из 7,91 млрд жителей нашей планеты 4,95 млрд человек являются пользователями сети Интернет, и из них 4,62 млрд человек являются

пользователями социальных сетей. В Российской Федерации из 145,9 млн граждан 129,8 млн являются пользователями сети Интернет, из них 106 млн являются пользователями социальных сетей. Согласно данному отчету, граждане Российской Федерации в среднем за сутки проводят 7 часов 50 минут в сети Интернет, а в социальных сетях – 2 часа 27 минут. Социальные сети для общения выбирают следующее количество россиян: VKontakte – 76,4 %, Одноклассники – 45,1 %, Facebook<sup>1</sup> – 30,3 % и др. Также россияне используют социальные сети для обмена медиа-контентом: Instagram – 63,7 %, TikTok – 46,6 % и др. Интерес людей к социальным сетям обоснован их функциями, которые позволяют поддерживать и развивать отношения, принадлежать к группам единомышленников, осуществлять самопрезентацию. [Припорова, Агадулина 2019].

В 2020 г. количество пользователей социальных сетей подросткового возраста (13–17 лет) в Российской Федерации составило 3,6 % от общего числа, в 2022 г. это количество увеличилось до 4,8 %. Тенденция к увеличению проникновения сети Интернет и социальных сетей в подростковую среду требует изучения влияния социальных сетей на психологическое благополучие подростков.

Для современных подростков социальные сети являются важным инструментом коммуникации, в силу особенностей интернет-взаимодействия позволяющим скрывать и имитировать чувства, комфортно осуществлять самопрезентацию в социальных сетях и свободно

<sup>1</sup> Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization.*

конструировать виртуальный образ. В дистанционном общении посредством социальных сетей подростки обходят реальные или воображаемые преграды, например, недостатки во внешности или в особенностях речи и характера [Войскунский 2014].

Для подростков важно удовлетворять потребность в аффилиации (быть причастным к другим людям), но не менее важно быть обособленным как от взрослых, так и от своих сверстников [Кон 1989]. В социальных сетях реализованы механизмы, способствующие удовлетворению этих потребностей. Подросток может присоединиться к группам по интересам, свободно выражать свои мысли и ограничивать круг лиц, имеющих доступ к его личной странице.

В контексте проблемы формирования самооценки подростков на фоне использования социальных сетей особое внимание необходимо уделять самооценке образа физического Я, поскольку в подростковом возрасте вследствие наблюдаемых интенсивных изменений тела, повышается интерес подростков к своей внешности. В силу отсутствия единого принципа самооценивания, Я-концепция подростков носит неустойчивый характер, поэтому подростки болезненнее реагируют на внешние оценки [Чеснакова 1977]. Это может выражаться в оценке внешности подростка, т.к. физическая привлекательность значима для обретения социального статуса и популярности в группе сверстников [Арендчук 2017].

Влияние социальных сетей, в частности Instagram, на самооценку физического Я подростков изучается в современных исследованиях отечественных и зарубежных авторов. Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский и О. В. Смылова говорят об активном пользователе сети Интернет как о личности, неудовлетворенной своей реальной идентичностью [Бабаева, Войскунский, Смылова 2017]. F. Pedalino и A. Camerini показали, что эффект социального сравнения с идеализированными образами в сети Instagram выражается в неудовлетворенности своим телом у девушек-подростков и молодых женщин [Pedalino, Camerini 2022]]. Риск подвергнуться тем, кто следит за большим количеством профилей незнакомых людей, и связано это с негативным социальным сравнением [Lup, Trub, Rosenthal 2015].

Просматривая профили других людей, можно составить некое представление о человеке в целом через аватар (изображение профиля), информацию, которой делится человек, музыку, группы, в которых он участвует и т.д. Социальные сети в наше время дают множество возможностей для самопрезентации личности, формируя виртуальную идентичность. Виртуальная идентичность реализуется через изображения профиля (аватары), используемые в сети имена (ники). Чем

больше расхождение используемых в социальных сетях изображений профиля и имен с реальными, принадлежащими человеку, тем больше не совпадает виртуальная и реальная идентичности [Солдатова 2018].

Социальные сети играют важную роль в формировании идентичности подростков, а виртуальное взаимодействие с большим количеством людей, а также социальное сравнение себя с другими пользователями, чья информация о себе может отличаться разной степенью откровенности и точности, может влиять на формирование самооценки подростка и его Я-концепцию в целом и на формирование самооценки внешнего облика. Аватар (изображение профиля) как один из составных элементов виртуальной идентичности личности может сигнализировать о проблемах с реальной идентичностью личности.

## Материалы и методы

В исследовании приняли участие 83 подростка в возрасте 15–18 лет. После предварительного анализа данных из выборки были исключены 5 респондентов, данные которых выделялись из общей выборки, не попадали в доверительный интервал, описывающий 95 % выборки. Анализу подлежали данные 78 человек (35 юношей и 43 девушек).

Для описания индивидуального опыта использования социальных сетей (VKontakte, Odnoklassniki, Facebook, Tik-tok, Instagram) применялись следующие шкалы в анкете: частота посещения социальных сетей с диапазоном оценок от 1 – «совсем не посещаю» до 7 – «посещаю чаще всего»; время, потраченное на социальную сеть ежедневно, с диапазоном оценок от «5 минут» и до «более 1 часа»; частота публикации личных фотографий в социальных сетях с диапазоном оценок от 1 – «совсем не публикую» до 7 – «публикую каждый день»; тип изображения на аватаре с вариантами ответов «Свое фото», «Фото другого неизвестного человека», «Рисунок, не являющийся фотографией человека». Для оценки Я-реального и Я-идеального в отношении внешней красоты в целом, а также уровня притязаний, использовалась модифицированная методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейна, включающая в себя одну шкалу – «Внешняя красота». Фиксировались оценки реальной и идеальной внешности, а также рассчитывалась разница между ними (дельта). Для определения самооценки внешних характеристик физического Я (анатомических, функциональных и социальных) использовалась методика исследования самоотношения к образу физического Я А. Г. Черкашиной.

Статистическая обработка осуществлялась в программе Statistica 10 с применением описательных статистик.

В связи с отсутствием нормального распределения в переменных использовался непараметрический U-критерий Манна-Уитни. Для проверки различия в самооценках внешних характеристик подростков по двум факторам (пол и тип аватара) был использован дисперсионный анализ MANOVA при учете соблюдения равенства дисперсий (тест Ливиня). В переменной «Значимость анатомических характеристик» уровень значимости различий дисперсий по тесту Ливиня составил  $p=0,486$ , в переменной «Дельта» –  $p=0,127$ , в переменной «Анатомические характеристики (Я-реальное)» –  $p=0,284$ . Уровень значимости различий дисперсий по тесту Ливиня выше 0,05, что говорит о равенстве дисперсий и возможности применения двухфакторного MANOVA.

### Результаты

Описывая свой аватар, вариант «Фото другого человека» выбрало только два респондента, поэтому в силу небольшого объема респондентов в данной группе было принято решение исключить их из выборки. Сравнение показателей самооценки в группах школьников, использующих на аватаре свое фото, и тех, кто использует

рисунок, не являющийся фотографией человека, представлены в таблице.

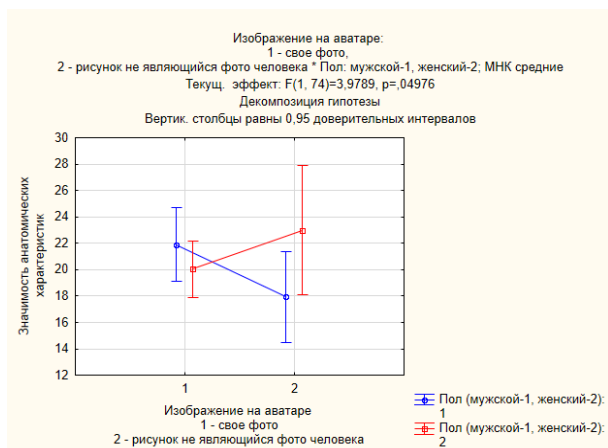
Школьники, использующие на аватаре свое фото, оценивают свои анатомические (лицо, фигура и др.) и функциональные (ловкость, сила, быстрота) характеристики внешности выше, для них более значимы их функциональные и социальные (одежда, аксессуары и др.) характеристики, они ставят более высокие баллы своим анатомическим, функциональным и социальным характеристикам с точки зрения другого (Я-зеркальное). Показатели Я-реального и Я-идеального по шкале «внешняя красота» также выше у тех, кто использует на аватаре свою фотографию. Высокие показатели самооценки в подростковом возрасте повышают популярность подростка среди сверстников, а аватар как изображение, которое гость страницы видит первым, является элементом самопрезентации в виртуальной идентичности [Арендчук 2017].

Результаты двухфакторного дисперсионного анализа приведены на рис. 1 и 2. На рис. 1 видны различия значимости анатомических характеристик в группе юношей и девушек, использующих разные типы аватаров.

Табл. Различия в самооценках внешних характеристик Физического Я подростков, выбирающих разный тип аватара ( $p<0,05$ ), U-критерий Манна-Уитни

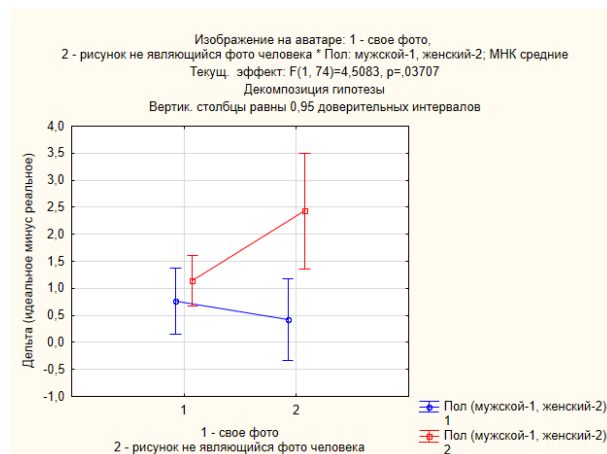
Tab. Differences in physical self-esteem in teenagers depending on the type of avatar ( $p<0.05$ ), Mann-Whitney U-test

Самооценка внешних характеристик физического Я	Личная фотография на аватаре		Рисунок, не являющийся фотографией человека		U	p
	M	Me	M	Me		
Анатомические характеристики Я-реальное	23,11	24,00	17,90	18,00	339,50	0,00
Функциональные характеристики Я-реальное	25,49	26,00	20,29	20,00	364,00	0,01
Социальные характеристики Я-реальное	17,42	18,00	15,19	17,00	427,50	0,05
Значимость анатомических характеристик	20,72	22,00	19,62	20,00	495,00	0,25
Значимость функциональных характеристик	25,40	26,00	21,19	20,00	372,50	0,01
Значимость социальных характеристик	15,60	17,00	13,05	13,00	417,50	0,04
Анатомические характеристики Я-зеркальное	24,02	25,00	20,52	22,00	376,50	0,01
Функциональные характеристики Я-зеркальное	26,82	27,00	21,57	20,00	354,00	0,01
Социальные характеристики Я-зеркальное	17,47	18,00	15,00	15,00	383,50	0,02
Я-реальное (Внешняя красота)	8,11	8,00	6,81	7,00	373,00	0,01
Я-идеальное (Внешняя красота)	9,11	10,00	7,90	8,00	328,00	0,00
Дельта (Внешняя красота)	1,00	1,00	1,10	1,00	568,50	0,74



**Рис. 1.** Различия в значимости анатомических характеристик внешности в группах юношей и девушек, выбирающих разный тип аватара

**Fig. 1.** Two-way analysis of variance. Differences in the significance of the anatomical characteristics of appearance in groups of boys and girls with different types of avatar



**Рис. 2.** Различия в расхождении Я-идеального и Я-реального по шкале «Внешняя красота» в группах юношей и девушек, выбирающих разный тип аватара

**Fig. 2.** Two-way analysis of variance. Differences in the divergence of the Real Me and the Ideal Me on the external beauty scale in groups of boys and girls with different types of avatar

Девушки, использующие в качестве изображения профиля рисунок, не являющийся фотографией человека, считают анатомические характеристики более значимыми, чем девушки, которые используют на аватаре свою фотографию. У юношей наблюдается иная тенденция: значимость анатомических характеристик ниже в группе использующих рисунок, не являющийся фотографией человека. Из рис. 2 видно, что девушки, использующие на аватаре рисунок, не являющийся фотографией человека, имеют более высокие показатели расхождения Я-идеального и Я-реального по шкале «Внешняя красота», что говорит о более низком оценивании своих внешних характеристик при наличии более высоких оценок внешности идеального образа себя. Для девушек более значима внешность, девушки с большим расхождением актуальной и идеальной самооценки внешности и девушки с высокой значимостью анатомических характеристик внешности не используют на аватарах свое фото [Черкашина, Черкашин 2008]. У юношей наблюдается обратное, поскольку юноши, не использующие собственные фотографии на аватаре, имеют меньшие показатели расхождения Я-идеального и Я-реального.

### Заключение

Подростки, использующие свое личное фото на аватаре в социальных сетях, оценивают свои внешние характеристики более высоко, для них более значима внешняя привлекательность, они дают более высокие оценки своим характеристикам внешности с точки зрения другого человека.

Значимость анатомических характеристик в группе юношей и девушек, использующих разные типы аватаров, различается. Девушки, использующие рисунок, не являющийся фотографией человека, в качестве изображения профиля, считают анатомические характеристики более значимыми, чем девушки, которые используют свою фотографию на аватаре. У девушек, использующих свое фото на аватаре, меньшее расхождение между актуальной самооценкой внешней привлекательности и представлениями об их идеальном образе. Девушки, использующие в качестве изображения на аватаре рисунки, не являющиеся фотографиями человека, имеют значимые расхождения между Я-реальным и Я-идеальным. Перечисленные факты могут сигнализировать о проблемах с идентичностью и принятием своего тела у девушек-подростков, использующих рисунок, не являющийся фотографией человека, в качестве аватара.

Среди юношей значимость анатомических характеристик ниже в группе использующих рисунок, не являющийся фотографией человека, при этом расхождение между Я-реальным и Я-идеальным не настолько явно, чем у девушек в аналогичной группе, и имеет тенденцию к уменьшению, что может говорить о снижении критичности к своему внешнему образу.

Диагностический потенциал анализа аватара в социальных сетях для юношей и девушек различается. Научный интерес может представлять более детальный анализ содержания аватара в сопоставлении с самооценкой внешности подростка.



**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Арендачук И. В. Самооценка и Я-концепция как факторы межличностных отношений подростков. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: акмеология образования. Психология развития*. 2017. Т. 6. № 4. С. 356–360. [Arendachuk I. V. Self-esteem and self-concept as factors of interpersonal relations among teenagers. *News of Saratov University. A new series. Series: Acmeology of education. Psychology of development*, 2017, 6(4): 356–360. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2017-6-4-356-360>
- Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е., Смылова О. В. Интернет: воздействие на личность. М.: Терра, 2017. 168 с. [Babaeva Yu. D., Voiskunsky A. E., Smyslova O. V. *Internet: impact on personality*. Moscow: Terra, 2017. 168 p. (In Russ.)]
- Белинская Е. П. Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие. *Психологические исследования*. 2013. Т. 6. № 30. [Belinskaya E. P. Information socialization of adolescents: the experience of using social networks and psychological well-being. *Psychological research*, 2013, 6(30). (In Russ.)] <https://doi.org/10.54359/ps.v6i30.679>
- Войскунский А. Е. Социальная перцепция в социальных сетях. *Вестник Московского университета. Серия 14: Психология*. 2014. № 2. С. 90–104. [Voiskunskiy A. E. Social perception while social networking. *Bulletin of the Moscow University. Episode 14: Psychology*, 2014, (2): 90–104. (In Russ.)]
- Ершов В. Е. История появления социальных сетей. *Логистика в портфеле ресурсов импортозамещающей индустриализации: антикризисные стратегии роста и развития в условиях санкционных ограничений*: мат-лы междунар. науч.-практ. XI Южно-Российского логистического форума, Ростов н/Д, 23–24 октября 2015 г. Ростов н/Д: Ростовский государственный экономический университет «РИНХ», 2015. С. 284–288. [Ershov V. E. The history of the emergence of social networks. *Logistics in the portfolio of resources of import-substituting industrialization: Anti-crisis growth and development strategies under sanctions restrictions*: Proc. Intern. Sci.-Prac. XI South Russian Logistics Forum, Rostov-on-Don, October 23–24, 2015. Rostov-on-Don: Rostov State University of Economics «RINH», 2015, 284–288. (In Russ.)]
- Кон И. С. Психология ранней юности: книга для учителя. М.: Просвещение, 1989. 255 с. [Kon I. S. *Psychology of early youth: a book for a teacher*. Moscow: Enlightenment, 1989, 255. (In Russ.)]
- Припорова Е. А., Агадулина Е. Р. Социальные мотивы использования социальных сетей: анализ групп пользователей. *Социальная психология и общество*. 2019. Т. 10. № 4. С. 96–111. [Priporova E. A., Agadullina E. R. Social motives for using social networks: anlysis of user groups. *Social psychology and society*, 2019, 10(4): 96–111. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17759/sps.2019100407>
- Солдатова Е. Л., Погорелов Д. Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы. *Образование и наука*. 2018. Т. 20. № 5. С. 105–124. [Soldatova E. L., Pogorelov D. N. The phenomenon of virtual identity: the current state of the problem. *Education and science*, 2018, 20(5): 105–124. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2018-5-105-124>
- Черкашина А. Г., Черкашин В. И. Образ физического Я в самооотношении девушек 17–18 лет. *Психология телесности: теоретические и практические исследования*: мат-лы Междунар. заоч. науч.-практ. конф. (Пенза, 25 марта 2008 г.) Пенза: ПГПУ, 2008. С. 127–134. [Cherkashina A. G., Cherkashin V. I. The image of the physical Self in the self-attitude of girls aged 17–18. *The psychology of physicality: theoretical and practical research*: Proc. Intern. correspondence Sci.-Prac. Conf., Penza, 25 Mar 2008. Penza: PSPU, 2008, 127–134. (In Russ.)]
- Lup K., Trub L., Rosenthal L. Instagram #Instasad?: Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, and Strangers Followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2015, 18(5): 247–252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Pedalino F., Camerini A. Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>