

УДК 159.922.8

Особенности цифровой идентичности и самопрезентации в социальных сетях студенческой молодежи

Красулина Ксения Романовна^(*)

krasulina-ksenia@yandex.ru

Научный руководитель:

Коган Евгения Александровна

kogan2502@yandex.ru

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Россия

Аннотация. Исследованы особенности цифровой идентичности студентов технических и гуманитарных специальностей. На основе сравнительного анализа фокус-групп выявлены ключевые различия: «технари» демонстрируют прагматичный подход к соцсетям как к инструменту, в то время как «гуманитарии» рассматривают их как пространство для творческой самопрезентации. Несмотря на различия, обе группы стремятся к аутентичности и испытывают давление социальных ожиданий.

Ключевые слова: цифровая идентичность, самопрезентация, студенческая молодежь, социальные сети, технические специальности, гуманитарные специальности, стратегии самопрезентации, Я-виртуальное, социальные ожидания

Features of digital identity and self-presentation in social networks of students

Krasulina Kseniya Romanovna^(*)

krasulina-ksenia@yandex.ru

Scientific supervisor:

Kogan Evgeniya Alexandrovna

kogan2502@yandex.ru

BMSTU, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the features of the digital identity of students of technical and humanitarian specialties. Based on a comparative analysis of focus groups, key differences have been identified: “techies” demonstrate a pragmatic approach to social media as a tool, while “humanities” consider them as a space for creative self-presentation. Despite the differences, both groups strive for authenticity and are under pressure from social expectations.

Keywords: digital identity, self-presentation, student youth, social networks, technical specialties, humanitarian specialties, self-presentation strategies, virtual self, social expectations

Введение. В современном мире происходит тотальная цифровизация социального пространства. Социальные сети играют ключевую роль в жизни студентов, так как для них онлайн-среда стала ареной для цифровой идентичности и самопрезентации. Выделяя особенности цифровой идентичности студенческой молодежи, подчеркнем следующие факторы. Во-первых, она

носит конструируемый и управляемый характер, так как цифровой образ создается и контролируется пользователем. Во-вторых, формирование цифровой идентичности — это не стихийный процесс, а осознанная или полусознанная деятельность, которая реализуется через умело применяемые стратегии самопрезентации, например самореклама, самозащита, самовыражение. Также здесь применяются различные тактики — конкретные инструменты и краткосрочные действия для материализации определенной стратегии, это могут быть фотографии, посты, личная информация о себе и т. д. В-третьих, данный феномен напрямую связан с «Я-виртуальным», образовавшимся с помощью создания образа в сети, соответствующим частично «Я-реальному», но при этом он не тождественен ему, так как данный процесс управляется человеком [1].

На формирование цифровой идентичности также влияют определенные мотивы, они могут меняться в зависимости от разных социально-демографических факторов. При этом в любом случае чаще всего это мотивы, которые трудно реализовать в реальной жизни, но при этом есть возможность воплотить в цифровом мире [2]. Примером таких мотивов может быть стремление реализовать желания и мечты, которые труднодостижимые в реальности, желание поэкспериментировать с идентичностью, изучить эффективность различных стратегий общения, попробовать другую социальную роль, оказать впечатление на другого человека, прорекламить себя.

Материалы и методы. В рамках нашей работы было проведено две фокус-группы со студентами МГТУ им. Н.Э. Баумана, обучающимися на техническом и на социально-гуманитарном направлении. Выбор качественного метода исследования, в частности фокус-групп, обусловлен тем, что этот метод направлен на получение развернутых, субъективных данных и позволяет понять, как и почему студенты выстраивают свою онлайн-идентичность через живую речь, аргументацию и примеры из личного опыта.

Результаты. В рамках исследования выяснилось, что отношение к созданию цифрового образа и подход к ведению социальных сетей различается у студентов технического и социально-гуманитарного профиля по следующим параметрам.

1. Инструментальное отношение к социальным сетям, количество используемых платформ:

- гуманитарии используют большое количество разнообразных социальных сетей и делят их по типу контента и аудитории: *«Мы с одним человеком в ТикТок переписываемся на тему спорта, а в Телеграме только про жизнь, никогда про спорт не переписывались»;*

- студенты технических направлений подготовки пользуются минимальным количеством социальных сетей, ограничиваясь двумя: Telegram и Вконтакте, используя Вконтакте скорее как вспомогательная платформа, используемая по необходимости: *«Телеграм, ВК и ВК только потому, что там большинство групп. Туда просто сгоняют людей».*

2. Публикуемый контент и барьеры к созданию цифрового образа:

– гуманитарии чаще ведут аккаунты, создавая себе образ в сети, ограничивая контент из-за несоответствия «эстетике», стиля аккаунта, а также оставляя неопубликованным тот материал, который может интерпретироваться двояко, чтобы избежать неправильного понимания;

– студенты технических направлений реже ведут аккаунты в социальных сетях и в целом заполняют свой профиль, одним из главных барьеров к этому является нежелание оставлять цифровой след и киберугрозы: *«Заполнял информацию, но я выставил, что ее могут посмотреть только указанные люди, которых я знаю вживую»*.

3. Отношение к излишней искусственности и ценность искренности:

– гуманитарии ценят аккуратно оформленный контент с правильно выстроенным светом, создав его таким, каким они представляли изначально, отмечая в этом эстетику канала;

– студенты технических направлений видят в излишней идеализации проблему с самооценкой и задаются вопросом о практическом смысле такой публикации: *«Какой смысл вот этой ненатуральной фотографии? Мне кажется, что у человека не все в порядке с самооценкой, ибо зачем так сильно искажать себя и делать другого человека? Какой смысл?»*

4. Тематика и специфика каналов, которые ведут студенты:

– гуманитарии рассматривают каналы как «портфолио» или творческую площадку для самовыражения, подчеркивая важность тематической направленности канала, но необязательно из профессиональной среды: *«Очень боюсь забыть, что происходит в моей жизни, или в какой-то момент подумать, что она неинтересная, скучная, и тогда я могу вернуться к каким-то радостным, позитивным для нее очень для меня событиям и еще раз о том вспомнить»*;

– студенты технических направлений видят в них реализацию уникальной идеи, которую никто не освещал в нужном формате, публикуя контент по определенной профильной тематике: *«Идею, которую ты можешь предложить, действительно какую-то интересную, она может быть интересна, вероятностью будет интересна какому-то ограниченному кругу людей»*.

5. Восприятие успешного цифрового образа:

– гуманитарии делают акцент на эстетике, стиле и личном удовлетворении от контента («нравится в первую очередь себе»): *«...телеграм-канал, и я там хочу придерживаться определенного визуала, определенных цветов в публикациях, потому я неставляю то, что может, по моему мнению, не подойти под общую картинку»*;

– студенты технических направлений говорят об успехе в терминах «экспертности», «цитируемости» и эффективности какого-либо пиара, даже если он будет негативным: *«С одной стороны, это негативный образ... С другой стороны, он смог развернуть в достаточно позитивную ноту свою узнаваемость... Все-таки черный пиар — тоже пиар»*.

6. Влияние цифрового образа на самоощущение:

– гуманитарии задумываются про выгорание и внутренний конфликт, когда публикуемый контент идет в разрезе борьбы за популярность;

– студенты технических направлений подготовки фокусируются на рациональной стороне — возможность управлять образом и достигать конкретных целей, измеряемых в популярности, деньгах и узнаваемости.

Обсуждение полученных результатов. В ходе исследования было выявлено фундаментальное различие в отношении к цифровой идентичности студентов разных специальностей, которое заключается в самом восприятии социальных сетей и видении последствий ведения канала. Для гуманитариев цифровой образ — это, в первую очередь, пространство самовыражения и нарратива, аккаунты — продолжение личности, «костюм», где важны эстетика, эмоциональная искренность и визуальная история, для технарей — это скорее инструмент или проект, их подход более рационален и функционален, они рассматривают соцсети как платформу для решения конкретных задач. Об этом также подчеркивается в одной из работ исследователя, что социальные сети становятся для студентов важным каналом формирования профессиональной идентичности, где они могут выступать в роли экспертов, демонстрировать свои компетенции и выстраивать профессиональные связи, что особенно характерно для студентов технических специальностей [3].

На фокус-группах были также выделены определенные паттерны построения цифрового образа и его развития. Во-первых, любой цифровой образ требует стратегии и управления, это выражается в разделении платформ под определенные цели и работу на аудиторию. Также молодежь обуславливает строгие внутренние ограничения на публикуемый контент по различным причинам, но они считают, что публикуемый контент должен быть отфильтрован, а не выложен весь подряд. В-третьих, студенческой молодежью была подчеркнута важность искренности, скептическое отношение к чрезмерно отретушированному, фальшивому контенту, студенты подчеркнули, что у них это вызывает раздражение и агрессию. Они ценят живой, аутентичный материал. Оценивая успешность цифрового образа, студенты учитывают количественные метрики, например, подписчики, деньги, лайки, комментарии, но и качественные параметры, такие как оригинальность, узнаваемость и способность контента вызвать отклик. То есть можно сказать, что цифровой образ — это некий проект, который требует осознанности, ответственности и стремления к аутентичности.

В современных реалиях общество вынуждает тебя иметь цифровой образ, даже если он будет не полностью заполненным, нераскрытым и содержать в себе минимальную информацию, но без его наличия человек будет чувствовать себя неполноценным. Ученые считают, что социальные сети являются прямым продуктом процесса идентификации человека в обществе [4]. По этой причине общество оказывает достаточно сильное влияние на формирование и развитие «Я-виртуального». На фокус-группе участники подчеркнули нормативное давление со стороны социальных ожиданий, так как именно они выступают ключевым фактором при создании контента. Например, студенты отказываются от публикации фотографий в купальнике, обсуждения политики или личных проблем из-за страха осуждения или непонимания,

а также стараются строго соблюдать цветовую гамму, стиль и «концепцию» аккаунта, чтобы соответствовать некоторым эстетическим трендам. Здесь также стоит подчеркнуть гендерное различие, так как девушки больше характеризовали страх давления, связывая его с демонстрацией внешности, а юноши делали акцент на необходимости показа достижений и статуса.

Создавая свой образ в социальных сетях, человек часто показывает не только себя настоящего, но и себя «желаемого». Он может раскрыть те стороны, которым не находится места в обычной жизни, или, наоборот, приукрасить свою реальность, чтобы получить признание и повысить самооценку, но именно из-за этого возникает сложность с интерпретацией создаваемого образа [5]. Когда общение из интернета переносится в реальность, становится очевидно, что человек не соответствует тому образу, который он создал. Участники фокус-групп напрямую говорили о таких случаях: личная встреча приносила разочарование, потому что человек в жизни оказывался совсем не таким, каким казался в сети. При этом у цифрового образа есть и положительная сторона, например интересный пост может стать отличным поводом для разговора при встрече, а публикация о своем хобби — помочь найти новых друзей-единомышленников. Таким образом, «Я-виртуальное» часто конструируется как идеализированная, компенсаторная или трансформированная версия реальной личности, что и приводит к несовпадению образов и потенциальному разочарованию при офлайн-встрече, но соцсети также могут не только искажать восприятие, но и помогать людям лучше понимать друг друга в реальной жизни.

Заключение. Таким образом, цифровая идентичность современного студента представляет собой сложный и динамичный конструкт, формирующийся под влиянием как личностных особенностей, так и социальных ожиданий. Проведенное исследование выявило существенные различия в подходах студентов технических и гуманитарных специальностей: если первые воспринимают социальные сети прежде всего, как инструмент для решения практических задач, то вторые видят в них пространство для творческого самовыражения. Несмотря на эти различия, всех студентов объединяет осознанное отношение к формированию цифрового следа, стремление к аутентичности и необходимость балансировать между свободой самопрезентации и давлением социальных норм. Именно этот тонкий баланс между личным и публичным, реальным и виртуальным составляет основную сложность в процессе конструирования цифровой идентичности в современном мире.

Список источников

- [1] Шляков А.В. Проблема цифровой идентичности. Свойства и риски. *Известия вузов. Социология. Экономика. Политика*, 2024, № 2, с. 100–115.
- [2] Жичкина А.Е. *Взаимосвязь идентичности и поведения в интернете пользователей юношеского возраста*. Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Москва, 2001, 25 с.
- [3] Евсюков И.С. Социальные сети как средство формирования профессиональных компетенций студентов высших учебных заведений (на примере направления «реклама и связи

с общественностью»). *Мир науки. Педагогика и психология*, 2017, т. 5, № 3. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/50PDMN317.pdf> (дата обращения 21.10.2025).

- [4] Расина Э.О. Структурная композиция виртуального образа личности в контексте российского интернет-пространства. URL: <https://cyberpsy.ru/articles/strukturnaya-kompoziciya-virtualnogo-obraza-lichnosti/> (дата обращения 21.10.2025).
- [5] Расина Э.О. Сравнительный анализ структурных и содержательных элементов реального и виртуального образа я интернет-пользователей. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология*, 2023, № 4 (75), с. 150–163.