

Сафонова Екатерина Александровна,
преподаватель кафедры психологии Института педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»,
г. Петрозаводск
easafron@yandex.ru



Круглова Валерия Викторовна,
студентка ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»,
г. Петрозаводск
krglvaleria@gmail.com

Сетевая самопрезентация вуза на примере интернет-сообщества «ВКонтакте» отдельного института

Аннотация. Сетевая самопрезентация вуза является неотъемлемой частью электронной информационно-образовательной среды университета. Цель статьи – показать результаты эмпирического исследования сетевой самопрезентации вуза в социальной сети на примере интернет-сообщества «ВКонтакте» Института педагогики и психологии ПетрГУ (ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»). В ходе исследования было проанализировано 337 публикаций интернет-сообщества «ВКонтакте» группы Института педагогики и психологии ПетрГУ. В результате были выявлены статистически значимые корреляционные связи между количеством публикаций с отметками «Понравилось» и количеством просмотров, отметки «Поделиться» имеют связь только с количеством просмотров. Также было отмечено влияние тематики публикации в интернет-сообществе на ее популярность, были определены следующие рубрики: «Поздравление», «Новость», «Объявление», «Опрос», «Информационная запись» – и их ключевые слова. Исследовано влияние адресности и персонализированности на популярность публикации, а также влияние наличия или отсутствия медиафайлов (со студентами и без) на количество отметок «Понравилось», просмотров и отметок «Поделиться».

Ключевые слова: самопрезентация, сетевая самопрезентация, интернет-сообщество, информационный образ.

Раздел: 5.3. Психология.

Введение

Количество людей, использующих социальные сети, постоянно растет [1]. Одной из основных причин является увеличение доступности Интернета и смартфонов. Благодаря более широкому охвату мобильного Интернета и снижению стоимости смартфонов люди повседневно проводят больше времени в Сети, что способствует увеличению аудитории социальных сетей [2]. Информационно-образовательная среда университета также не может оставаться в стороне, и ей необходимо подстраиваться под меняющиеся тенденции.

Результаты опроса о пользовании социальными сетями и мессенджерами в России показывают, что 86% россиян, пользующихся хотя бы одной социальной сетью или мессенджером, проводят в них время практически ежедневно; среди молодежи 18–34 лет доля ежедневных пользователей близка к абсолютной (18–24 лет – 92%,

25–34 лет – 94%). Больше всего времени в Сети пользователи проводят во «ВКонтакте» – 129 минут в сутки [3].

Современные исследования сетевой самопрезентации в большей степени направлены на изучение единичных пользователей, а не целых организаций. Существуют исследования социально-психологических характеристик пользователей с разными стилями сетевой самопрезентации [4], описание информационного образа пользователя социальной сети «ВКонтакте» с учетом определения его темперамента [5], исследование особенностей самопрезентации в социальных сетях с учетом половых различий [6], перфекционизма и перфекционистской самопрезентации в социальных сетях [7], особенностей самопрезентации в социальной сети в связи с чертами большой пятерки и темной триады [8] и др. Относительно образовательной среды было проведено исследование, посвященное анализу сложности/удобочитаемости публикаций текстов «20 сайтов ведущих высших учебных заведений Российской Федерации, входящих в программу Приоритет 2030, с которых было собрано более тысячи текстов для анализа с охватом новостей за период 1.01.2022–31.03. 2022» [9].

В результате проведенного анализа психологической литературы по проблеме самопрезентации вуза в социальной сети была выявлена ее недостаточная разработанность, что и обуславливает актуальность нашего исследования.

Феномен самопрезентации изучается в рамках социальной психологии. Самопрезентация как психологический феномен изучается в контексте того, как люди или группы представляют себя в социальных ситуациях, какие стратегии стоит использовать для создания определенного впечатления о себе, какие причины и механизмы лежат в основе такого поведения. И. Гофман определяет самопрезентацию как процесс предъявления себя другим, способствующий реализации цели субъекта в определенной коммуникативной ситуации с учетом его личностных характеристик и с помощью различных техник и тактик [10].

Теория самопрезентации, предложенная Элиотом Аронсоном, изучает способы, которыми люди представляют себя в социальных ситуациях, и мотивацию, лежащую в их основе [11]. Основной идеей теории является то, что люди стремятся создавать определенное впечатление о себе и поддерживать свою социальную репутацию. Аронсон выделяет два механизма самопрезентации: первичные стратегии и вторичные стратегии. Первичные стратегии направлены на то, чтобы убедить других в правдивости или привлекательности своей личности, а вторичные стратегии – на создание желаемого впечатления, зачастую путем уклонения от неприятных ситуаций или умаления недостатков. Согласно теории Аронсона, у людей существует постоянное желание представить себя в выгодном свете в глазах окружающих, и этот мотив является ключевым фактором в самопрезентации. Исследования, проведенные на основе теории самопрезентации Аронсона, позволяют понять механизмы человеческого поведения в социальных ситуациях, а также то, какие факторы могут влиять на способы самопрезентации и их результаты.

Философы также интересовались феноменом самопрезентации, однако некоторые из них исследовали концепции, связанные с самопрезентацией, такие как самосознание, самоидентификация и аутентичность. Например, французский философ Жан-Поль Сартр обсуждал темы аутентичности и самопредставления в своих работах, утверждая, что человек постоянно формирует свою личность через взаимодействие с другими людьми и миром [12]. Другой известный философ, Эрих Фромм, также затрагивал вопросы личности, самопрезентации и самосознания в своих трудах. Он рассматривал вопросы аутентичности и роли общества в формировании индивидуальной идентичности [13]. Хотя эти работы философов не всегда прямо относятся к

концепции самопрезентации в том виде, в котором она представлена в социальной психологии, они вносят важный вклад в понимание человеческой личности, самоидентификации и взаимодействия с окружающим миром, что косвенно связано с феноменом самопрезентации.

Относительно термина «сетевая самопрезентация» в настоящее время в психологической литературе нет однозначного термина. Самопрезентация в реальной жизни и в социальной сети имеет несколько общих черт, но также существенные отличия [14]. Одно из сходств заключается в том, что как в реальной жизни, так и в социальных сетях люди стремятся представлять себя в наилучшем свете. Они могут демонстрировать свои достижения, делиться своими интересами и показывать свою жизнь с наиболее привлекательной стороны. Так же как и в реальной жизни, в социальных сетях люди часто сталкиваются с ожиданиями и социальным давлением, что может повлиять на то, как они представляют себя. Однако среди отличий следует отметить, что в социальных сетях люди часто могут создавать более идеализированный образ себя, подчеркивая только положительные аспекты своей жизни, в то время как в реальной жизни более сложно скрыть негативные стороны. Также в социальных сетях люди могут легче контролировать то, что они публикуют о себе, в то время как в реальной жизни взаимодействие с другими людьми происходит более спонтанно и непредсказуемо.

Таким образом, хотя самопрезентация в реальной жизни и в социальной сети обладает некоторыми общими чертами, существуют и важные различия, связанные с контролем образа, доступностью информации и воздействием социальных ожиданий.

Методология и результаты исследования

Для исследования сетевой самопрезентации Института педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет» в интернет-сообществе «ВКонтакте» было проанализировано 337 публикаций (в период с 1 октября 2022 года по 1 октября 2023 года). Для реализации исследования были обозначены следующие проблемные вопросы для изучения: как соотносится частота публикационной активности группы с количеством отметок «Понравилось», просмотров и отметок «Поделиться»? Как влияет тематика публикаций на популярность группы (отметок «Понравилось», просмотров и отметок «Поделиться»? Как влияет адресность и персонализированность публикации отметки «Понравилось», количество просмотров и отметки «Поделиться»? Как влияет наличие в публикации медиафайлов (фотографий, видео и gif-файлов) на ее популярность?

Общее количество публикаций, отметок «Понравилось», количество просмотров и отметок «Поделиться» представлено в табл. 1. Анализируя полученные данные, мы видим, что месяцы, в которые публикации выкладываются наиболее часто: ноябрь (41) и декабрь (55), логично имеют наибольшее количество отметок «Понравилось», 341 и 446 соответственно, а вот количество просмотров обращает на себя внимание, так как здесь наблюдается интересная тенденция: чем больше выходит публикаций, тем меньше отметок «Поделиться» они получают. Обычно люди более склонны делиться публикациями, когда они содержат новую, уникальную информацию – при частой публикации записей сложнее сохранять эти особенности, записи могут быть однообразными, с повторениями.

Таблица 1

Общее количество публикаций

Месяц, год	Публикации	Отметки «Понравилось»	Просмотры	Отметки «Поделиться»
Декабрь 2022	55	446	22802	88
Ноябрь 2022	41	341	18520	94
Сентябрь 2023	37	308	25442	28
Март 2023	33	224	18450	69
Май 2023	30	202	17366	120
Октябрь 2022	29	319	17300	105
Январь 2023	23	170	11729	102
Апрель 2023	22	180	14521	95
Июнь 2023	22	202	16965	101
Февраль 2023	21	109	8885	52
Август 2023	15	68	8115	55
Июль 2023	9	83	7081	37
Всего	337	2652	187176	946

Указанные выше тенденции подтверждаются корреляционным анализом (г-Пирсона). В табл. 2 мы можем видеть, что количество публикаций, отметки «Понравилось» и просмотры имеют сильные связи: 0,937, 0,870, 0,851 (на уровне значимости $p < 0,01$). В свою очередь, отметки «Поделиться» не связаны статистически ни с количеством публикаций, ни с отметками «Понравилось», а имеют только положительную корреляционную связь (0,716, на уровне значимости $p < 0,05$) с количеством просмотров.

Таблица 2

Взаимосвязь пользовательской активности

	Публикации	Отметки «Понравилось»	Просмотры	Отметки «Поделиться»
Публикации		,937**	,870**	
Отметки «Понравилось»			,851**	
Просмотры				,716*

** – $p < 0,01$, * – $p < 0,05$.

Далее рассмотрим общую пользовательскую активность (ср. знач.) также по отметкам «Понравилось», количеству просмотров и отметкам «Поделиться» (см. табл. 3). Наибольшее среднее количество отметок «Понравилось» собрали записи в октябре (11), сентябре (11), июле (9) и июне (9). Наибольшее среднее количество просмотров также принадлежит июлю (786) и июню (771). Наибольшее среднее количество отметок «Поделиться» принадлежат уже сентябрю (6).

При анализе количества записей и среднего количества просмотров на одной записи по каждому месяцу наблюдается закономерность: чем больше записей выкладывается в месяц, тем меньше набирается просмотров. Например, в декабре было опубликовано наибольшее количество записей за весь год – 55, а среднее количество просмотров является минимальным – 414. Ситуация с июлем подтверждает эту закономерность: за этот месяц было опубликовано лишь 9 записей, что является минимальным количеством за этот год, а среднее количество просмотров составляет 786.

Таблица 3

Общее количество публикаций (ср. знач.)

Месяц, год	Публикации	Отметки «Понравилось»	Среднее количество просмотров	Отметки «Поделиться»
Декабрь 2022	55	8	414	2
Ноябрь 2022	41	8	444	2
Сентябрь 2023	37	8	687	6
Март 2023	33	7	559	2
Май 2023	30	7	578	4
Октябрь 2022	29	11	596	4
Январь 2023	23	7	510	4
Апрель 2023	22	8	633	4
Июнь 2023	22	9	771	4
Февраль 2023	21	5	423	2
Август 2023	15	5	541	4
Июль 2023	9	9	786	3

Среднее значение необходимо, чтобы объективно оценивать охваты аудитории, так как просто данные о количестве отметок не дадут нам правильных сведений о том, нравятся ли записи или нет. Например, если не использовать средние значения, то месяц, за который записи получили больше всего положительного отклика, будет декабрь 2022 года, ведь там просто больше всего публикаций. А используя среднее значение, мы уже узнаем, что больше всего положительного отклика получил октябрь 2022 года. То же самое и с отметками «Поделиться»: максимальное – май 2023 года, максимальное среднее – сентябрь 2023 года.

Далее рассмотрим популярность публикаций Института педагогики и психологии в интернет-сообществе «ВКонтакте» по следующим темам:

- «Поздравление». Характеризуется позитивным эмоциональным тоном – выражает радость и другие позитивные эмоции (гордость, восторг, благодарность). Конкретно – связано с определенным достижением (например, каким?) или поводом (например, праздником). Является индивидуальным – содержит информацию о конкретном человеке или категории людей. Слова-указатели: поздравляем, желаем, победа, победитель, лауреат, конкурс, праздник.

- «Новость». Характеризуется преимущественно нейтральным эмоциональным тоном, главная задача новости – донести информацию. Содержит в себе информацию об уже прошедшем событии. Является индивидуальным – содержит информацию о конкретном человеке или категории людей. Слова-указатели: состоялось мероприятие, прошла встреча, принял участие.

- «Объявление». Характеризуется преимущественно нейтральным эмоциональным тоном. В отличие от новостей объявления содержит информацию о настоящих и будущих событиях, которые не конкретизированы под определенного человека или группу людей, так как состав этой группы людей не определен. В категорию объявлений входят: объявления о актуальных вакансиях, объявления о текущих мероприятиях, объявления о будущих курсах и т. д. Слова-указатели: приглашение, принять участие, старт конкурса, объявляется набор, вакансия, открытие регистрации.

- «Опрос». Характеризуется преимущественно нейтральным эмоциональным тоном. Главные задачи опроса – получить необходимую информацию, получить необходимое количество голосов для победы в конкурсах. Опрос может быть и конкретизированным – направленным на определенную категорию (например, опрос только

для студентов) – и не конкретизированным – опрос, где участие может принять каждый. Слова-указатели: опрос, проголосовать, голосование, поддержать.

– «Информационная запись». Характеризуется преимущественно нейтральным эмоциональным тоном. Главная задача – донести информацию. Чаще всего записи содержат информацию, актуальную на постоянной основе. Отличие от объявления заключается в том, что у записей нет цели набора участников для участия в каких-либо мероприятиях. В категорию входят: информация о графике работы, информация о специальностях, информация о преподавателях, информация о возможностях студентов. Информационные записи могут быть и конкретизированными – направленными на определенную категорию (например, информация, актуальная только для студентов) – и не конкретизированными – информация, актуальная для всех. Слова-указатели: информация, заявление, документы, преподаватели, корпус, график, работа.

Пятерка самых популярных и менее популярных публикаций относительно отметок «Понравилось» представлена в табл. 4. Анализируя полученные данные, мы не можем выявить очевидную тенденцию; единственно, что можно отметить, это то, что наибольшее число менее популярных публикаций – у тематики «Поздравление» (60%).

Таблица 4

Анализ самых популярных публикаций (по отметкам «Понравилось»)

Месяц, год	Название публикации	Тематика	Кол-во
Июнь 2023	Приглашение для поступления на магистерские программы ИПП ПетрГУ по направлению «Педагогическое образование»	Объявление	64
Декабрь 2022	Преподаватели ИПП и медицинского института с мероприятием «Путь в профессию» посетили школу № 6 г. Сегежи	Новость	43
Ноябрь 2022	Поздравление с днем преподавателя высшей школы	Поздравление	41
Январь 2023	Студентка ИПП совместно со своим научным руководителем выпустила книгу	Поздравление	41
Май 2023	Состоялась торжественная церемония возложения цветов к мемориальным доскам на Пушкинской, 17	Новость	36
Октябрь 2022	День учителя в Институте педагогики и психологии	Новость	33
Сентябрь 2023	Поздравление с Днем воспитателя и дошкольных работников	Поздравление	32
Апрель 2023	Студенты стали победителями и лауреатами регионального этапа российской национальной премии «Студент года. Педагоги»	Поздравление	30
Август 2023	Региональная дирекция премии «Студент года» в Республике Карелия приглашает на церемонию открытия национальной премии «Студент года Карелии»	Объявление	16
Февраль 2023	Поздравление с Днём святого Валентина	Поздравление	15

Далее рассмотрим пятерку самых популярных и менее популярных постов относительно количества их просмотров (см. табл. 5). Анализируя полученные данные, мы можем выявить очевидную тенденцию: преобладающее большинство публикаций с тематикой «Объявление» относятся к менее популярным (78%).

Таблица 5

Анализ самых популярных публикаций (по просмотрам)

Месяц, год	Название публикации	Тематика	Кол-во
Июнь 2023	Приглашение для поступления на магистерские программы ИПП ПетрГУ по направлению «Педагогическое образование»	Объявление	3200
Январь 2023	Студентка ИПП совместно со своим научным руководителем выпустила книгу	Поздравление	1800
	Приглашаем на постоянную работу выпускников Института педагогики и психологии на должность психолога в колонию № 9	Объявление	
Декабрь 2022	Преподаватели ИПП и медицинского института с мероприятием «Путь в профессию» посетили школу номер 6 г. Сегежи	Новость	1700
Март 2023	В Республике Карелия официально дан старт Году педагога и наставника	Новость	1600
Ноябрь 2022	Поздравление с Днем преподавателя высшей школы	Поздравление	1400
Июль 2023	Информация о программе магистратуры ИПП «Когнитивные технологии в образовании»	Информационная запись	1200
Сентябрь 2023	Информация о семинаре «Синтетическая концепция сновидений: теория и практика»	Объявление	1200
	График выдачи карт для первокурсников	Объявление	
	Приглашение на премьеру фильма с студенткой ИПП в одной из главных ролей	Объявление	
	В ИПП прошло мероприятие в интерактивном формате, посвященное Дню солидарности в борьбе с терроризмом	Новость	
Октябрь 2023	Поздравление с Днем учителя	Поздравление	1100
	Состоится педагогический киноклуб на Пушкинской, 17	Объявление	
Февраль 2023	Центр занятости РК формирует кадровый резерв молодых специалистов для работы в подведомственных учреждениях Управления труда и занятости РК	Объявление	870
Август 2023	Региональная дирекция премии «Студент года» в Республике Карелия приглашает вас на церемонию открытия национальной премии «Студент года Карелии»	Объявление	770

Относительно самых популярных публикаций по отметкам «Поделиться» результаты распределились следующим образом (см. табл. 6). Анализируя полученные данные, мы можем видеть, что на количество отметок «Поделиться» повлиял и месяц публикации, и ее тематика. Июнь – месяц, обладающий самым большим количеством просмотров в среднем и в данной ситуации обладает записью с самым большим количеством просмотров. Февраль является предпоследним по среднему количеству просмотров и количеству просмотров на самой популярной записи. Но в большей степени на количество отметок «Поделиться» повлияла тематика записей. Объявления собирают больше всего отметок «Поделиться», так как они содержат наиболее полезную, интересную и уникальную информацию, которой хочется поделиться с остальными.

Таблица 6

Анализ самых популярных публикаций (по отметкам «Поделиться»)

<i>Месяц, год</i>	<i>Название публикации</i>	<i>Тематика</i>	<i>Кол-во</i>
Январь 2023	Приглашаем на постоянную работу выпускников Института педагогики и психологии на должность психолога в колонию № 9	Объявление	37
Август 2023	Информация о возможности бесплатной профессиональной переподготовки	Объявление	34
Сентябрь 2023	График выдачи карт для первокурсников	Объявление	30
Июнь 2023	Приглашение для поступления на магистерские программы ИПП ПетрГУ по направлению «Педагогическое образование»	Объявление	27
Апрель 2023	В детский летний лагерь полного дня требуются вожатые и помощники вожатых	Объявление	25
Февраль 2023	Приглашение прохождения практики и работы в летний период в составе вожатской команды для студентов	Объявление	16
Июль 2023	Информация о графике работы корпуса	Информационная запись	14
Декабрь 2022	Приглашение учащихся 10–11-х классов и их родителей принять участие в профориентационной онлайн-встрече	Объявление	8
Март 2023	Приглашение на заседание Педагогического киноклуба	Объявление	8
	Приглашение принять участие в городском конкурсе политического плаката	Объявление	
Ноябрь 2022	Поздравление с Днем преподавателя высшей школы	Поздравление	7

Для ответа на проблемный вопрос, как влияет адресность и персонализированность публикации на отметки «Понравилось», количество просмотров и отметки «Поделиться», были взяты три наиболее и наименее популярные публикации из вышеуказанных таблиц и произведена их оценка от 1 до 10, где 1 – это наиболее узкая социальная группа, 10 – наименее узкая социальная группа. Типы аудиторий: преподаватели, преподаватели определенной кафедры, студенты, студенты определенного курса, группы, направления подготовки, школьники, всем, выпускники, жители определенного района Республики Карелия и т. д. В табл. 7 представлены результаты анализа аудитории троек самых популярных публикаций, в результате которого мы можем обозначить итоговый балл адресности и персонализированности – 49.

Таблица 7

Адресность и персонализированность самых популярных публикаций (по отметкам «Понравилось», количеству просмотров и отметкам «Поделиться»)

<i>Название</i>	<i>Аудитория</i>	<i>Адресность (от 1 до 10)</i>
Приглашение для поступления на магистерские программы ИПП ПетрГУ по направлению «Педагогическое образование»	Выпускники бакалавриата	7
Студенты-первокурсники Института педагогики и психологии ПетрГУ стали участниками праздника «Посвящение в профессию»	Всем	1

Преподаватели ИПП и медицинского института с мероприятием «Путь в профессию» посетили школу № 6 г. Сегежи	Всем	1
Приглашение для поступления на магистерские программы ИПП ПетрГУ по направлению «Педагогическое образование»	Выпускники бакалавриата	7
Студентка ИПП совместно со своим научным руководителем выпустила книгу	Всем	1
Приглашаем на постоянную работу выпускников Института педагогики и психологии на должность психолога в колонию № 9	Выпускники бакалавриата	7
Преподаватели ИПП и медицинского института с мероприятием «Путь в профессию» посетили школу номер 6 г. Сегежи	Всем	1
Приглашаем на постоянную работу выпускников Института педагогики и психологии на должность психолога в колонию № 9	Выпускники бакалавриата	7
Информация о возможности бесплатной профессиональной переподготовки	Бакалавры II курса и выше, специалисты III курса и выше, магистранты, ординаторы	9
График выдачи карт для первокурсников	Студенты первого курса	8
Итоговый балл		49

В табл. 8 представлены результаты анализа аудитории троек наименее популярных публикаций, итоговый балл адресности и персонализированности которых составил 59. Резюмируя полученные данные, можно сделать следующий вывод: более персонализированные и адресные публикации не всегда влияют на популярность публикации.

Таблица 8

**Адресность и персонализированность самых популярных публикаций
(по отметкам «Понравилось», количеству просмотров и отметкам «Поделиться»)**

Название	Аудитория	Адресность (от 1 до 10)
Студенты стали победителями и лауреатами регионального этапа российской национальной премии «Студент года. Педагоги»	Всем	1
Региональная дирекция премии «Студент года» в Республике Карелия приглашает на церемонию открытия национальной премии «Студент года Карелии»	Студенты	5
Поздравление с Днем святого Валентина	Всем	1
Поздравление с Днем учителя	Учителя	9
Состоится педагогический кино клуб на Пушкинской, 17	Студенты, преподаватели	4
Центр занятости РК формирует кадровый резерв молодых специалистов для работы в подведомственных учреждениях Управления труда и занятости РК	Выпускники бакалавриата	7
Региональная дирекция премии «Студент года» в Республике Карелия приглашает вас на церемонию открытия национальной премии «Студент года Карелии»	Студенты	5
Приглашение учащихся 10–11-х классов и их родителей принять участие в профориентационной онлайн-встрече	Учащиеся 10–11-х классов и их родители	10
Приглашение на заседание Педагогического кино клуба	Студенты	5
Приглашение принять участие в городском конкурсе политического плаката	Студенты	5
Поздравление с Днем преподавателя высшей школы	Преподаватели	7
Итоговый балл		59

При ответе на последний проблемный вопрос в рамках нашего исследования о том, как влияет наличие в публикации медиафайлов (фотографий, видео- и gif-файлов) на ее популярность, было установлено, что среди 337 записей лишь 50 не имеют какого-либо медиафайла и содержат только текст, что составляет 14,3% от общего числа. Отдельный интерес представляло наличие или отсутствие в публикации медиафайлов со студентами (табл. 9). Общее количество записей – 337, из них 286 – без фотографий студентов и 51 – с фотографий студентов, что составляет 15,1% от общего количества записей. В среднем в месяц публикуется 4,25 записи с фотографиями студентов в месяц.

Таблица 9

Наличие в публикации медиафайлов со студентами

<i>Месяц, год</i>	<i>Количество публикаций</i>	<i>Отсутствие медиафайлов со студентами</i>	<i>Наличие медиафайлов со студентами</i>
Всего	337	51	286
Октябрь 2022	29	8	21
Ноябрь 2022	41	3	38
Декабрь 2022	55	15	40
Январь 2023	23	0	23
Февраль 2023	21	6	15
Март 2023	33	3	30
Апрель 2023	22	3	19
Май 2023	30	3	27
Июнь 2023	22	1	21
Июль 2023	9	2	7
Август 2023	15	2	13
Сентябрь 2023	37	5	32

Анализ выявил, что записи с фотографиями студентов Института педагогики и психологии вызывают больший интерес у пользователей, чем записи с баннерами, картинками для привлечения внимания, фотографиями людей, не являющимися студентами, и записи без прикрепленных вложений вовсе. Анализ производился над 51 записью с фотографиями студентов и 254 записями без них. Количество просмотров не сильно отличается в записях с фотографиями студентов (572) и записях без них (571) – средний показатель больше всего в 1,002, что можно считать небольшим различием. Но вот количество отметок «Поделиться» и «Понравилось» демонстрирует уже более существенные различия в этих видах записей. Среднее количество отметок «Понравилось» у записей без фотографий студентов составляет 7, а вот среднее количество отметок «Понравилось» у записей с фотографиями студентов составляет 54, что больше в 7,7 раза. А вот количество отметок «Поделиться» у записей без фотографий студентов составляет 4, среднее количество отметок «Поделиться» у записей с фотографиями студентов составляет 47, что больше в 11,75 раза.

Факт большего интереса к записям со студентами также подтверждается и тем, что поздравления студентов Института педагогики и психологии с их достижениями собирают большое количество реакций. К примеру, новость о том, что студентка Института педагогики и психологии совместно со своим научным руководителем выпустила книгу, занимает второе место по просмотрам в сообществе за год. Количество реакций «Понравилось» на данную запись равно 41, что больше среднего (7,5) в 5,4 раза. Количество реакций «Поделиться» на данную запись равно 10, что больше среднего (3,5) в 2,8 раза. Таких примеров можно привести еще множество: на шестом месте по просмотрам находится запись о премьере фильма с участием студентки, на

седьмом месте – запись о прошедшем вручении дипломов выпускникам, а также запись о студентах, которые стали победителями и лауреатами регионального этапа российской национальной премии «Студент года. Педагоги».

Интересно, что записи с информацией про учащихся школ такого ажиотажа не вызывают. За год было опубликовано 28 записей с информацией, направленной на учащихся школ, и новостей про них. Из этих 28 записей лишь четыре собрали количество просмотров выше среднего (579 просмотров). Статистика сообщества показывает, что сообщество «Институт педагогики и психологии ПетрГУ» посещает меньше 5% людей до 18 лет. Учащиеся школы, скорее всего, даже не знают о существовании такого сообщества, а студенты не заинтересованы в информации, предоставленной не для них, что и обуславливает такое низкое количество просмотров.

Резюмируя, можно сказать, что публикации с фотографиями студентов Института педагогики и психологии вызывают больший интерес у пользователей, чем без них, но, в свою очередь, подобные публикации с информацией про учащихся школ не выявляют такой тенденции.

Заключение

По результатам проведенного исследования сетевой самопрезентации Института педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет» в интернет-сообществе «ВКонтакте» мы можем сделать следующие выводы:

- количество публикаций, отметки «Понравилось» и просмотры имеют сильные связи: 0,937, 0,870, 0,851 (на уровне значимости $p < 0,01$). В свою очередь, отметки «Поделиться» не связаны статистически ни с количеством публикаций, ни с отметками «Понравилось», а имеют только положительную корреляционную связь (0,716, на уровне значимости $p < 0,05$) с количеством просмотров;
- для отметок «Понравилось» наибольшее число менее популярных публикаций имеют тематику «Поздравление» (60%), большинство публикаций с тематикой «Объявление» относятся к менее популярным (78%) по количеству просмотров, на количество отметок «Поделиться» влияет и месяц публикации, и ее тематика.
- на популярность публикации не всегда влияет ее персонализированность и адресность;
- публикации с фотографиями студентов вызывают больший интерес у пользователей, чем без них, что, в свою очередь не наблюдается относительно учащихся школ.

Ссылки на источники

1. Sandra M., Oded N. Using Big Data as a window into consumers' psychology // Current Opinion in Behavioral Sciences. – 2017. – № 18. – P. 7–12.
2. Michal K. Mining Big Data to Extract Patterns and Predict Real-Life Outcomes // Psychological Methods. – 2016. – № 21. – P. 493–506.
3. Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения // ВЦИОМ: результаты исследований. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-voivlechennost-i-predpochtenija>
4. Низомутдинов Б. А., Тропников А. С., Углова А. Б. Автоматизированный сбор данных социальных сетей для разработки факторной модели сетевой самопрезентации // International Journal of Open Information Technologies. – 2020. – № 1. – С. 64–71.
5. Крылова (Смирнова) О. С. и др. Описание информационного образа пользователя социальной сети с учетом его психологической характеристики // International Journal of Open Information Technologies. – 2018. – № 4. – С. 24–37.

6. Горбушина Е. А. Особенности самопрезентации в социальных сетях с учетом половых различий // Психологические исследования. – 2023. – 16(90). – С. 1–24. – DOI: 10.54359/ps.v16i90.1434. – URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/1434/985>
7. Коновалова А. В. Перфекционизм и перфекционистская самопрезентация в социальных сетях // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2020. – № 2. – С. 151–165.
8. Корниенко Д. С., Руднова Н. А., Горбушина Е. А. Особенности самопрезентации в социальной сети в связи с чертами большой пятерки и темной триады // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2021. – № 1. – С. 45–53.
9. Коган М. С. и др. Об определении сложности мультимодальных текстов сайтов российских университетов (на материале корпуса PolyLing) // International Journal of Open Information Technologies. – 2023. – № 12. – С. 62–72.
10. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. – М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. – 304 с.
11. Аронсон Э. Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2008. – 543 с.
12. Сартр Ж. П. Бытие и ничто: опыт феноменологической онтологии / пер. с фр., предисл., примеч. В. И. Колядко. – М.: Республика, 2000. – 640 с.
13. Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Директ-Медиа, 2008. – 442 с.
14. Белинская Е. П., Гавриченко О. П. Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности // Психологические исследования. – 2018. – № 60 (11). – URL: <http://psystudy.ru>

Ekaterina A. Safronova,

Lecturer, Department of Psychology, Institute of Pedagogy and Psychology, Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russian Federation

eeasafron@yandex.ru

Valeria V. Kruglova,

Student, Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russian Federation

krglvaleria@gmail.com

Online self-presentation of a university (a case study of the Internet community “VKontakte” of the institute)

Abstract. The university’s online self-presentation is an integral part of the university’s electronic information and educational environment. The purpose of the article is to present the results of an empirical study of the online self-presentation of a university in a social network, using the example of the Internet community “VKontakte” of the Institute of Pedagogy and Psychology of the Petrozavodsk State University. The study involved the analysis of 337 publications of the Internet community “VKontakte” within the group of the Institute of Pedagogy and Psychology of the Petrozavodsk State University. As a result, statistically significant correlations were found between the number of publications with “Like” marks and the number of views. “Share” marks have a connection only with the number of views. The influence of the publication topic on its popularity in the online community was also noted; the following headings and their keywords were identified: “congratulations”, “news”, “announcement”, “poll”, “information entry”. The authors studied the influence of targeting and personalization on the popularity of a publication, as well as the influence of the presence or absence of media files (with and without students) on the number of views, “likes” and “shares”.

Key words: self-presentation, online self-presentation, Internet community, information image.

References

1. Sandra, M., & Oded, N. (2017). “Using Big Data as a window into consumers’ psychology”, *Current Opinion in Behavioral Sciences*, № 18, pp. 7–12 (in English).
2. Michal, K. (2016). “Mining Big Data to Extract Patterns and Predict Real-Life Outcomes”, *Psychological Methods*, № 21, pp. 493–506 (in English).
3. “Social'nye seti i messendzhery: vovlechennost' i predpochteniya”, *VCIOM: rezul'taty issledovanij*. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija> (in Russian).
4. Nizomutdinov, B. A., Tropnikov, A. S., & Uglova, A. B. (2020). “Avtomatizirovannyj sbor dannyh social'nyh setej dlya razrabotki faktornoj modeli setevoj samoprezentacii”, *International Journal of Open Information Technologies*, № 1, pp. 64–71 (in Russian).
5. Krylova (Smirnova), O. S. et al. (2018). “Opisanie informacionnogo obraza pol'zovatelya social'noj seti s uchetom ego psihologicheskoy harakteristiki”, *International Journal of Open Information Technologies*, № 4, pp. 24–37 (in Russian).

6. Gorbushina, E. A. (2023). "Osobennosti samoprezentatsii v social'nyh setyah s uchetom polovykh razlichij", *Psihologicheskie issledovaniya*, 16(90), pp. 1–24. DOI: 10.54359/ps.v16i90.1434. Available at: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/1434/985> (in Russian).
7. Konovalova, A. V. (2020). "Perfekcionizm i perfekcionistskaya samoprezentatsiya v social'nyh setyah", *Vestnik RGGU. Seriya "Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie"*, № 2, pp. 151–165 (in Russian).
8. Kornienko, D. S., Rudnova, N. A., & Gorbushina, E. A. (2021). "Osobennosti samoprezentatsii v social'noj seti v svyazi s chertami bol'shoj pyaterki i temnoj triady", *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya "Filosofiya. Psihologiya. Pedagogika"*, № 1, pp. 45–53 (in Russian).
9. Kogan, M. S. et al. (2023). "Ob opredelenii slozhnosti mul'timodal'nykh tekstov sajtov rossijskikh universitetov (na materiale korpusa PolyLing)", *International Journal of Open Information Technologies*, № 12, pp. 62–72 (in Russian).
10. Gofman, I. (2000). *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni*, "KANON-press-C", "Kuchkovo pole", Moscow, 304 p. (in Russian).
11. Aronson, E. (2008). *Sovremennye tekhnologii vliyaniya i ubezhdeniya. Epoha propagandy*, Prajm-Evroznak, St. Petersburg, 543 p. (in Russian).
12. Sartr, Zh. P. (2000). *Bytie i nichto: opyt fenomenologicheskoy ontologii*, Respublika, Moscow, 640 p. (in Russian).
13. Fromm, E. (2008). *Begstvo ot svobody*, Direkt-Media, Moscow, 442 p. (in Russian).
14. Belinskaya, E. P., & Gavrichenko, O. P. (2018). "Samoprezentatsiya v virtual'nom prostranstve: fenomenologiya i zakonomernosti", *Psihologicheskie issledovaniya*, № 60 (11). Available at: <http://psystudy.ru> (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Утёмовым В. В., кандидатом педагогических наук;
 Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»



www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	03.03.24	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	15.04.24
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	15.04.24	Опубликована <i>Published</i>	31.05.24

Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)
 © Сафонова Е. А., Круглова В. В., 2024