

СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 316

Код РИНЦ 04.00.00

ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© 2019 Ефименко Екатерина Ивановна
студент

© 2019 Лебедева Людмила Геннадьевна
старший преподаватель кафедры социологии и психологии
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Efimenko_katyrina@mail.ru

Ключевые слова: идентичность, молодежь, интернет-пространство, информация, сообщества, телесность, медиа-общение, самокатегоризация

Статья посвящена анализу актуальной проблемы идентичности личности, особенностях ее самопрезентации в обществе, в культурном пространстве. Самоиндефикация предполагает, своего рода, оценку собственной адекватности стандартам общества. странстве, которая предполагает оценку собственной адекватности стандартам общества. Идентичность означает меру совпадения у молодых людей социально желательных, признанных качеств и индивидуально-уникальных черт личности. Результатом становится степень эффективности личностного самовыражения молодого человека

Сегодня социальные сети являются неотъемлемой частью практически всех областей и сфер жизнедеятельности людей. Живое общение сдает свои позиции, уступая место общению виртуальному. По данным исследования Фонда Общественного мнения зимой 2017-2018 года доля людей, которые выходят в сеть хотя бы раз в сутки составила 63,8% всех россиян (74,7 миллионов человек), у данного социального явления есть свои плюсы и минусы¹. Сегодня мы не можем отрицать, что социальные сети в значительной степени упрощают нашу жизнь, позволяя нам общаться с большим количеством людей, незнакомых друг с другом, наше географическое местоположение, удаленность, также перестает быть препятствием возможного общения.

Модернизация коммуникационных процессов, в связи с этим, возникающие новые формы общения в Интернете часто становятся объектами социологических исследований. Один из выводов данных социологических исследований является то, что данные, которые публикует о себе человек, далеко не всегда дают достоверное представление о

нем. Каждый человек сам выбирает как "подать" себя в сети. В XXI стали появляться исследования, связанные с изучением феномена самопрезентации личности в социальных сетях. Под этим термином можно понимать сознательно управляемую передачу собеседнику некой информации о себе. При этом используются различные стратегии и тактики, с целью произвести определенное впечатление на окружающих.

Основными каналами самопрезентации пользователя в рамках страницы в социальных сетях можно считать:

1. Аватар-изображение, которое пользователи различных социальных сетей используют в качестве персонализации.

2. Индикатор текущего состояния (статус). Так же это могут быть "посты" и "репосты" на "стене" страницы пользователя социальной сети. "Репосты" нередко предполагают социально значимый подтекст, на пример: розыск без вести пропавших людей, сбор пожертвований для нуждающихся людей и т. д. А "посты" в большей степени несут информацию о личной жизни пользователей, с помощью "постов" пользователь старается повысить свою публичность.

3. Никнейм - индивидуальное имя пользователя. Зачастую страницы содержат графу "Имя и Фамилия", но существуют такие страницы, где, кроме никнейма ничего не представлено.

4. Фото- видео- и аудиоматериалы, имеющие, либо неимеющие отношение к пользователю. Частота и особенности содержания фотографий в значительной степени объясняют мотивы личности. Если брать во внимание аспект публичности, то имеется определенная тенденция: 45,95% пользователей социальных сетей выкладывают фотографии, которые специально сделаны для Интернета. То есть люди нацелено заказывают фотосессии (что означает финансовые затраты и специальную подготовку) для выставления их в социальных сетях. Можно сказать, что для них публичность является очень значимой частью жизни. Также это находит подтверждение в частоте обновления виртуальных фотоальбомов. Социальные сети также выступают каналом для размещения продуктов собственного творчества, то есть люди могут реализовать таким образом свои творческие способности.

5. Принадлежность пользователей к сообществам и группам. Сообщества представляют собой объединение пользователей, где обсуждают разные темы, принимают участие в опросах и т.д

6. Информация, отражающая социально-демографические и статусные характеристики пользователя².

Социальные сети создают благородную почву для возможности "многоликости" пользователей, каждый может выбрать как самопрезентовать себя. В живом общении каждый человек во многом ограничен в возможностях управления информацией о себе рамками реально воспринимаемого собеседником пола, возраста, семейного положения, внешности, профессии, национальности и т. д. Многие исследователи отмечают, что социальные сети дают уникальную возможность смены идентичности посредством самопрезентационного поведения пользователей.

Можно обозначить некоторые причины смены идентичности в социальных сетях:

- компенсация (неудовлетворенность человека некоторыми сторонами реальной идентичности);

- самоактуализация (возможность в сети выразить все стороны своего многогранного "Я");

- получение нового опыта, любопытство; - формирование определенного образа своего "Я" (такая ситуация во многом характерна для подростков, когда они составляют представление о разных сторонах своего "Я", экспериментируют со своей идентичностью);

- стремление пошутить, повеселиться. Социальные сети позволяют создавать и менять виртуальную идентичность в зависимости от выбора. То есть они предоставляют возможность почти полного управления впечатлением о себе. Более яркие примеры экспериментирования с идентичностью - это виртуальная "смена пола" и девиантное поведение в сети³.

Из всего перечисленного можно сделать вывод о том, что нам следует различать "чисто Эго" (самость "Я") и "эмпирическое Эго" (У. Джеймс), тождество "Я" и "кризис идентичности" (Э. Эриксон), самоидентификацию как "сплав", или "смешение" социальных ролей и подлинную Эго-идентичности (Дж.Мид)⁴.

Самопрезентация пользователя в социальных сетях осуществляется способами реализации своего собственного "Я", дополняющими или компенсирующими уже привычное нам традиционное социальное общение, интериоризацию культурных стандартов и паттернов поведения, виртуальными.

По мнению исследователей виртуальной реальности, современные технологии кардинально меняют человеческий мир, антропологизируя информацию, развивая воображение и преодолевая экзистенциальную "заброшенность" человека в мир, где он чувствует себя одиноким, смертным и беспредельно тревожащимся. Интернет, или "всемирная паутина" (World Wide Web - WWW), стал, пожалуй, наиболее важным социокультурным феноменом конца XX - начало XXI веков, оказавшим огромное влияние на решение проблем самоидентификации и идентичности современного человека. Дело, здесь, в том, что ему предоставляется возможность, во-первых, неограниченного доступа к ценностям мировой культуры, а, во-вторых, индивидуального самовыражения путем создания собственных Web - страниц и широкого общения с другими пользователями сети⁵. Ценным является такое свойство медиа-общения как его информационная прозрачность, а также демократическая ацентричность культурной среды. Интернет позволяет индивидам непосредственно общаться друг другом вне социальных ролей и функций, накладывающих ограничения на свободу самоидентификации в медийном пространстве. К недостаткам такого типа общения, однако, следует отнести отсутствия фактора телесности, что создает возможность противоправных действий, киберпреступлений (компьютерного пиратства, распространения программных "вирусов", хакерства, или несанкционированного доступа к конфиденциальной информации и т.д.). Быстрое эволюционирование и сложность компьютерных технологий затрудняет использование традиционных методов обнаружения и пресечения подобных действий. Таким образом, наше исследование предполагает следующие выводы: а) главная задача индивида в обществе заклю-

чается в необходимости совмещения "вертикального" и "горизонтально-сетевого" векторов существования индивида в социуме (освоение культурных стандартов и социально желательных способов самореализации и самопрезентации уникальных черт индивида); б) успешность или не успешность социализации проявляется в доминировании того или иного типа идентичности, избираемого молодым человеком, а, значит, в акцентировании психологических или социологических аспектов его бытия; в) формы и способы самопрезентации личности в "естественной" и "виртуальной" реальности имеют взаимодополнительный, компенсаторный характер, что предполагает, одновременно, отказ от "демонизации" медийного существования человека, и учет его особенностей, в плане оценки и регуляции.

¹ Пикулева, О. А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты // Психологическая наука и образование. - 2018. - № 3. - 37 - 43 с.

² Миронова Л.И., Каткова М.А., Кулагин А.О. Изучение типа личности студента по шкале "экстраверсия - интроверсия" // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 11 (109).

³ Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей // Психология. - Саратов, 2017. №5. - 22 с.

⁴ Загурский П.В. Современные социальные технологии управления политическим поведением молодежи // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2 (14).

⁵ Завьялова З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Томск, 2011. 20 с.

PECULIARITIES OF SELF-PRESENTATION OF USERS IN SOCIAL NETWORKS

© 2019 Efimenko Ekaterina Ivanovna
Student

© 2019 Lebedeva Lyudmila Gennadevna
Senior Lecturer, Department of Sociology and Psychology
Samara State University of Economics
E-mail: Efimenko_katyrina@mail.ru

Keywords: identity, youth, online space, information, community, physicality, media communication, self-categorization

This article analyzes of the actual problem of personality identity, the features of its self-orientation in society, in the cultural space. Self-identification implies, in a way, an assessment of one's own adequacy to the standards of society. space, which involves assessing their own adequacy to the standards of society. Identity means a measure of coincidence among young people with socially desirable, recognized qualities and individually unique personality traits. The result is the degree of effectiveness of personal expression of a young man.