Секция «Современные социологические теории»

Самопрезентация личности в социальных сетях

Научный руководитель – Трофимов Сергей Викторович

Устинова Анна Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: ustinova.anna.alex@gmail.com

Социальные сети расширили человеческие возможности и сформировали новые способы применения культурных практик. Большинство ученых, которые занимаются исследованием социальных сетей, рассматривают их техническую и информационную компоненты. Личность же, как основной субъект и творец социальной реальности в виртуальном пространстве, остается за фокусом внимания исследователей.

Стремительный рост популярности использования социальных сетей в обществе значительно опережает понимание процессов и последствий, к которым ведет данная тенденция. Отсутствует широкая научно-теоретическая база, обосновывающая природу и структуру происходящих явлений. Недооценивается важность проблемы, которая порождается уходом личности в виртуальное пространство и созданием своего искусственного Я-образа.

Понять основное положение социологии относительно личности можно в сравнении. Так, если психология рассматривает личность как субъект, которому присущ уникальный индивидуальный набор психических свойств и характеристик, то социология видит в личности в первую очередь единицу общества, его структурный элемент, который заключает в себе определенные черты и свойства, выполняет присущие ему роли и функции, а также обладает рядом типичных повторяемых практик.

Изначально в понятие «самопрезентация» заложен процесс «самоподачи», т.е. «управление впечатлением о себе у других людей за счёт специальных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям»#_ftn1.

В отличии от имиджа самопрезентация носит динамичный характер и реализуется только в процессе активного взаимодействия с внешним миром. Она заключает в себе желание человека продемонстрировать себя специфичным образом не только другим, но и себе самому.

Осознанная самопрезентация содержит стратегию, включающую в себя разновидности тактик. Тактики подразделяют на «защитный тип», когда человек берет на себя много ответственности, готов извиняться за ошибки других и «ассертивный» тип, когда человек наоборот демонстрирует себя как слабого и зависимого, и постоянно молит о помощи.

Стратегию тоже можно классифицировать в зависимости от цели самопрезентации:

- Желание понравиться;
- Желание продвинуть себя;
- Желание стать примером;
- Желание вызвать сочувствие;
- Желание запугать.

Самопрезентация, хотя и отличается от имиджа сутью своей природы, имеет с ним общую черту - помогает личности чувствовать себя более уверенно.

Таким образом, самопрезентацию можно охарактеризоватькак многоплановое и междисциплинарное понятие. Она трактуется как:

- Управление впечатлением о себе у других людей;
- Разновидность манипуляции;
- Свод правил эффективного общения;
- Демонстрация окружающим особенностей своего индивидуального «Я».

Самопрезентация может происходит осознанно или нет, но она всегда включает в себя стратегию и тактику.

В современной социологии анализ социальных сетей основан на изучении взаимодействий между социальными акторами, в качестве которых могут выступать индивиды, социальные группы, организации и даже государства. Основная идея представителей парадигмы сетевого анализа заключается в том, что структурирование социальных связей, в которые вовлечены акторы, имеет важные последствия для социума. Сетевые аналитики пытаются понять и обозначить модели этих взаимодействий, способы и условия их возникновения и функционирования, а также место и роль этих процессов как в жизни отдельного индивида, так и общества в целом.

Под социальной сетью понимается структура социальных взаимоотношений, выраженная через специальную платформу, онлайн-сервис или веб-сайт, которая способствуют развитию этих отношений. Социальная сеть - это уникальная среда, которая служит инструментом социализации личности в общество через самопрезентацию себя, своих ценностей, норм и убеждений. Она состоит из набора виртуальных каналов для общения и самопрезентации, которые представляют из себя совокупность текстуальных и мультимедийных практик.

Анализ возможностей самовыражения и самопрезентации, которые предоставляют социальные сети имеет высокую степень актуальности. При исследовании проблемы самопрезентации в социальных сетях можно выявить две противоположных точки зрения - сторонников постмодернистской интерпретации множественности реальности, и ученных, не принимающих её. В рамках постмодернистской концепции социальная сеть служит пространством для «игры идентичностями», т.к. содержит в себе больш
простор для самоконструирования и самореализации. Это значит, что личность, представляя из себя комплекс множественных и изменяющихся характеристик, подстраивается под определённые контексты и с помощью различных практик управляет впечатлением своей аудитории.

#_ftnref1 Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс. - Челябинск: Из-во ЮУрГУ. 2005. - С.38. (54 с.)ческий комплекс. - Челябинск: Из-во ЮУрГУ. 2005. - С.38. (54 с.)

Источники и литература

1) Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защит. – М.: Юрайт, 2000. – 342 с.
2) Д. Е. Добринская Социологическое осмысление интернета: теоретические подходы к исследованию сети
3) Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. – М.: Центр,
4) Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно- методический комплекс. – Челябинск: Из-во ЮУрГУ. 2005. – 54 с.

5) Ядов В. А. Социология: Словарь-справочник. – М.: 1990. – Т.2.

6) Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

7) Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997. – 688 с.

8) Barnes J. A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Research School of Social Sciences. – 1954. – №1. – P.39-58.

Иллюстрации

Рис. 1. Схема проявления личности через средства выражения в Интернете.