

Самопрезентация личности в цифровой среде: мотивация и стратегии блогеров

Научный руководитель – Багаева Алиса Валерьевна

Гусарова Татьяна Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: tanyagusarova2003@mail.ru

В современном мире, обусловленном цифровизацией социального пространства, самопрезентация стала повседневной и целенаправленной практикой конструирования образа Я. Это привело к развитию нового вида профессиональной занятости - блогинга. Блогеры наиболее осознанно вырабатывают стратегии предъявления себя. В связи с этим, анализ мотивационных оснований выбора определенных стратегий самопрезентации блогерами вызывает особый интерес.

Цель исследования - выявить связь между руководящими потребностями блогеров и используемыми ими стратегиями самопрезентации в цифровой среде.

Теоретическую основу исследования представляет драматургический подход И. Гофмана, согласно которому социальное взаимодействие рассматривается как сценическое представление, а самопрезентация - как управление впечатлением о себе.

Поведение личности, согласно Э. Деси и Р. Райану, определяется базовыми психологическими потребностями - в принадлежности, компетентности и автономии. Можно предположить, что определенные стратегии самопрезентации блогеров является формой удовлетворения этих потребностей в условиях цифровой публичности.

Так, самопрезентация интерпретируется не только как способ управления впечатлением, но и как мотивационно обусловленная практика конструирования публичного образа Я.

Эмпирической базой исследования стали 11 глубинных интервью с блогерами в возрасте 18-28 лет, работающими на разных площадках. Участникам были заданы вопросы о целях и причинах ведения блога, отклике аудитории, трудностях и роли блогинга в повседневной жизни. Данные обрабатывались путем тематического анализа.

В результате были выявлены психологические потребности блогеров, стратегии самопрезентации и связь между ними.

Наиболее очевидной стратегией является демонстрация профессионализма. В этом случае, ведущей является потребность в компетентности. Она удовлетворяется через публичную демонстрацию знаний и результатов, что позволяет ощущать собственную эффективность. Контент в этом случае служит доказательством экспертности, а обратная связь аудитории внешне подкрепляет и поддерживает профессиональную идентичность личности.

Другой стратегией является рефлексивное самовыражение, предполагающее открытое обсуждение личного опыта. Как правило, тогда преобладает потребность в принадлежности. Эмоциональная рефлексия способствует формированию чувства близости с аудиторией. Подобный способ представления себя в цифровой среде помогает удовлетворять потребность в социальной включенности.

Вспомогательные стратегии, например, эстетизация даже непривлекательных сторон жизни или дружеское позиционирование, помогают удовлетворить потребность в автономии, т.к. подчеркивают аутентичность блогера.

Помимо этого, каждая из этих стратегий помогает удовлетворить потребность в безопасности через обеспечение материальным и социальным ресурсами.

Таким образом, результаты исследования позволяют рассматривать самопрезентацию блогеров как мотивационно обусловленную практику, а выбор стратегий предъявления себя соотносится с доминирующими психологическими потребностями личности.

Потребность в компетенции реализуется через демонстрацию профессионализма, принадлежности - через рефлексивное самовыражение, а в автономии - через аутентичное позиционирование. Полученные данные расширяют представления о взаимосвязи и стратегиях поведения личности в цифровой среде.

Источники и литература

- 1) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман; пер. с англ., вступ. ст. А. Д. Ковалева. - М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. - 304 с.
- 2) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
- 3) Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу; 3 [U+F02D]е изд.; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2019. - 400 с. - (Серия «Мастера психологии»).
- 4) Райан Р. М., Деси Э. Л. Теория самодетерминации и поддержка внутренней мотивации, социальное развитие и благополучие / Р. М. Райан, Э. Л. Деси // Вестник Барнаульского государственного педагогического университета. - 2003. - № 3-1. - С. 97-111.