

**Социокультурные основания конструирования личности в социальных сетях**

**Научный руководитель – Багаева Алиса Валерьевна**

*Гальцева Дарья Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: dariya1808@icloud.com*

В условиях цифровизации социальные сети перестали быть просто «дополнением» к реальности. Сегодня они выступают самостоятельным пространством социализации, в котором формируется и переосмысливается идентичности. В онлайн-среде пользователь создаёт профиль, который выступает не только как «социальный маркер самопрезентации», но и в качестве отправной точки сборки образа «Я». Лайки, комментарии и репосты выполняют роль обратной связи и постепенно превращаются в механизм социального признания. Именно реакция других пользователей сети влияет на то, как человек выстраивает стратегию самовыражения и каким образом представляет себя в публичном пространстве [8]. Процесс формирования личности больше не может быть редуцирован к межличностной коммуникации. К традиционной конфигурации «индивид — Другие» добавляется «платформенная инфраструктура», состоящая из интерфейса, алгоритмов видимости и механики экономики внимания. Эти механизмы задают рамки публичности и во многом определяют, какие формы самопрезентации получают признание, а какие остаются вне поля.

Актуальность темы определяется растущей ролью цифровой идентичности в современном мире и усилением значимости визуальных практик, когда цифровой след и метрики вовлечённости становятся ресурсами социальных, культурных и символических позиций в обществе. В российской научной среде вопросы цифровой идентичности как феномена, обусловленного техническими, культурными и психологическими факторами, привлекают внимание исследователей разных дисциплин [8].

Степень изученности проблемы определяется как классическими теоретическими моделями становления «Я», так и современными концептуальными подходами к построению идентичности как процесса. Теория «зеркального Я» Ч. Х. Кули подчёркивает роль социальных оценок «Других» в формировании самости [6]; модель Дж. Г. Мида об «обобщённом Другом» объясняет нормативное давление социальных ожиданий [7]; драматургическая социология Э. Гофмана рассматривает самопрезентацию как управление впечатлениями в социальном пространстве [4]. Современный социальный конструктивизм [1], теория габитуса [2] и концепция рефлексивного проекта идентичности [3] предоставляют инструментарий для анализа того, как цифровые условия преобразуют эти классические процессы.

Цель исследования — выявить «социокультурные основания конструирования личности в социальных сетях» и описать механизмы, через которые цифровая среда оказывает влияние на социализацию и производство множественности «Я».

Задачи включают сопоставление традиционной и сетевой социализации; анализ влияния культурных норм и габитуса на стратегии самопрезентации; рассмотрение роли визуальной культуры, экономики внимания и алгоритмов рекомендаций в распределении видимости; и интерпретацию феноменов эхо-камер, FOMO и социального доказательства как режимобразующих практик.

Методологическая рамка опирается на социальный конструктивизм, теорию габитуса и драматургическую социологию. Социальный конструктивизм фиксирует процессы типизации и «натурализации» цифровых практик [1]; теория габитуса позволяет соотнести

сетевые практики с системой диспозиций и капиталов [2]; драматургическая социология раскрывает специфику управления впечатлениями в сетевой сцене [4].

Сопоставление традиционной и сетевой социализации выявляет их качественные различия: в офлайн-социализации нормы закрепляются через длительные отношения в семье, школе и профессиональных сообществах; в сетевой среде коммуникация становится компьютерно-опосредованной и персистентной, аудитории «схлопываются», а оценки выражаются в метриках, что усиливает публичность и фрагментарность процессов формирования идентичности. Социальные сети создают «виртуальные микросистемы», в которых пользователи взаимодействуют, испытывают обратную связь и корректируют своё представление о себе в зависимости от положительных или отрицательных реакций [5].

В цифровой среде самопрезентация становится перформансом, где сцена определяется интерфейсом и алгоритмами: именно алгоритмические механизмы формируют режимы видимости и критерии «успеха» публикаций, часто усиливая чувствительность к метрикам вовлечённости, эмоциональным реакциям и частоте публикаций. Такой тип платформенной селекции влияет на стратегии самовыражения, акцентируя внимание на привлекательности и эффективности визуального контента, который служит маркером статусных позиций в сетевом пространстве [9].

Одновременно цифровые практики формируют множественность «Я»: пользователи поддерживают несколько версий сетевой идентичности, адаптируя свои нарративы под разные аудитории и требования видимости. Российские исследования подчёркивают, что цифровая среда влияет на процесс самоопределения и самопрезентации подростков, выступая частью микросистемы их развития и формируя как риски (например, фрагментарность самости, зависимость от обратной связи), так и потенциалы для инклюзивного самовыражения [5].

Специфика конструирования личности в социальных сетях заключается в институционализации механизмов признания в самой архитектуре платформ. «Я» формируется как нарратив и перформанс для множественных аудиторий, но его видимость и ценность регулируются алгоритмами и экономикой внимания, а цифровой след становится объектом оценок, рейтингования и сравнения. Противоречие между традиционной и виртуальной социализацией проявляется в переходе от контекстно разделённых и длительных связей к режиму постоянной оцениваемости, где признание редуцируется к метрикам.

Практическая значимость исследования заключается в уточнении аппарата анализа сетевой идентичности и выявлении факторов, влияющих на стратегии самопрезентации и самовосприятия пользователей в цифровой среде. Это может быть полезно для дальнейших социологических, психологических и культурологических исследований цифровых практик.

### Источники и литература

- 1) Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.
- 2) Бурдьё П. Очерк теории практики. СПб.: Алетейя, 2001.
- 3) Гидденс Э. Модерн и самоидентичность. М.: Академический проект, 2002.
- 4) Гофман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.
- 5) Кочетова Ю.А., Климакова М.В. Подросток в цифровой среде: идентичность и образ себя // «Социальные науки и детство». 2025. № 3. С. 85–98. URL:[https://psyjournals.ru/journals/ssc/archive/2025\\_n3/ssc\\_2025\\_n3\\_Kochetova\\_Klimakova.pdf](https://psyjournals.ru/journals/ssc/archive/2025_n3/ssc_2025_n3_Kochetova_Klimakova.pdf) (дата обращения: 26.03.26).
- 6) Кули Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, 2000.

- 7) Мид Дж. Г. Разум, Я и общество. М.: Канон-Пресс-Ц, 1998.
- 8) Платонова С.И. Идентичность в цифровом обществе: генезис понятия и основные характеристики // *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право.* 2024. Т. 49, № 2. С. 357–366. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-v-tsifrovom-obschestve-genezis-ponyatiya-i-osnovnye-harakteristiki> (дата обращения: 26.03.26).
- 9) Шишло К., Ускова С., Воспитанник И. Контент как идентичность: как пользователь формирует себя в цифровом мире // «Динамика медиасистем». 2025. Т. 5, № 2. С. 320–328. URL: <https://dynamicsmedia.ru/index.php/dm/article/view/387> (дата обращения: 26.03.26).