

## **Самопрезентация в Интернет-пространстве**

Современная жизнь не стоит на месте. Наука и технический прогресс предоставили возможность находиться в виртуальной реальности, общаться с окружающими посредством сети Интернет, через разнообразные социальные сети. Социальные сети на современном этапе позволяют многое. Они являются обширным информационным источником, легким доступом к огромному потоку информации, дают возможность обсуждения любых тем в режиме онлайн, без затруднений устанавливать новые знакомства, самопрезентуя себя другим пользователям. Пользователю социальной сети предоставлена возможность оставить информацию о себе, как вербальную – комментарии, так и невербальную – фотографии, картинки, анимационные изображения, это является основным способом самопрезентации в социальных сетях.

Такие особенности Интернет-коммуникации, как анонимность, порождают уникальную возможность экспериментирования с собственной самопрезентацией.

Впервые феномен самопрезентации как средства организации своего поведения был описан в книге И. Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни» через призму драматургического подхода. И. Гофман является сторонником расширенного подхода к трактовке проблем самопрезентации и управления впечатлением, рассматривая этот феномен общения как постоянный процесс, изменяющий свой характер в зависимости от целей «актера» и обстоятельств, как общую особенность социального поведения. Через исполнение определенной роли индивид стремится к самовыражению, а другие должны получить впечатление о нем. Таким образом, Гофман считал самопрезентацию средством организации своего поведения.

На основании анализа различных представлений о сути самопрезентации можно дать следующее определение этого понятия. Самопрезентация – процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения. Подразумевается, что этот процесс основывается на использовании определенных стратегий, разработанных для того, чтобы формировать мнение других о себе. Личность применяет множество тактик самопредъявления в зависимости от ситуации, но при этом у нее существуют наиболее предпочитаемые приемы.

Как самопрезентация в сети может быть связана с реальной идентичностью пользователя?

С одной стороны, виртуальная самопрезентация может быть отражением желаний, неудовлетворенных в реальной жизни и тем самым быть прямым следствием реальной идентичности. Но с другой стороны, виртуальная самопрезентация, может иметь связь с техническими особенностями коммуникации в Интернете, что свидетельствует о другой по форме виртуальной самопрезентации по сравнению с реальной, а значит и о ее большей выразительности, и в некоторых случаях намеренной конфликтности, связанной с тем, что никто не хочет быть полностью анонимным и абсолютно никем не замеченным.

Надо сказать, что самопрезентация в социальной сети достаточно сложный феномен. С одной стороны, ей заданы рамки возможностями сайта, т. е. презентовать себя можно только доступными ресурсами. С другой стороны, в настоящее время эти возможности настолько обширны, что пользователи просто теряются и не знают, как ими грамотно воспользоваться. Например, на странице сайта «ВКонтакте» для презентации пользователя существуют, помимо основных, следующие разделы: деятельность, интересы, любимая музыка, фильмы, игры, цитаты, рассказ о себе, места работы, отдыха и развлечений, политические убеждения и религиозные взгляды, отношение к курению и алкоголю,

жизненные ценности и источники вдохновения. Также можно обозначить свое семейное положение и указать своих родственников, опубликовать различного рода фотографии, видео и аудиозаписи.

Пользователь на своей странице может писать текст любого содержания и объема, заметки или статусы абсолютно различной тематики. В совокупности все это создает достаточно полную картину о представляемой персоне. Однако, несмотря на заданный шаблон, методы и формы подачи материала о себе у многих пользователей значительно отличаются друг от друга. Можно сказать, что виды способов самопрезентаций, которые выбирают пользователи в социальных сетях, и в Интернете в целом, имеют свои мотивы и причины.

В виртуальной коммуникации, благодаря невидимости пользователя, не выражены признаки, связанные с внешним обликом и служащие основой социальной категоризации в реальном общении. Тогда предпочтение анонимности может являться результатом неудовлетворенности в реальном общении. Желание полной анонимности может выразить неудовлетворенность реальной идентичностью, а именно теми ее сторонами, которые отсутствуют в виртуальной коммуникации (пол, возраст, социальный статус, внешняя привлекательность). Возможность «убежать из собственного тела» один из главных факторов, мотивирующих участие в виртуальной коммуникации, поэтому более конкретно, предпочтение полной анонимности может быть связано с неудовлетворенностью реальной социальной идентичностью и желанием избавиться от нее. Тогда виртуальная самопрезентация может быть осуществлением мечты, неосуществимой в реальности, мечты о силе и могуществе или о принадлежности и понимании.

Нельзя сказать, что в социальных сетях невербальная коммуникация становится такой же, как в естественном общении. Однако появляется возможность провести аналогию и увидеть, как накладываются законы реального мира на виртуальную реальность.

Передача информации через внешность становится возможной в социальных сетях с введением главной фотографии пользователя – аватара. Аватар – это изображение или картинка, которая служит для персонализации пользователя в социальных сетях, чатах, блогах, форумах и т. д. Отличительной особенностью аватаров в социальных сетях является, как правило, его подлинность. Фотография – это стационарное изображение, которое не меняется в ходе общения, поэтому уловить эмоциональное состояние собеседника на первый взгляд кажется невозможно. Однако исследования показывают, что существует большое количество пользователей, которым свойственно очень часто менять свое изображение. Так, смена аватаров происходит у некоторых пользователей практически каждый день или несколько раз в неделю, что, несомненно, отражает его эмоциональное состояние и чувственные переживания. К тому же смысловую нагрузку несет и само изображение: в каком виде, одежде, позе и т. д. преподносит себя пользователь. К выражению эмоций посетителей сайта также можно отнести и использование ими аудио- и видеоресурсов. Некоторые композиции пользователи добавляют не просто к себе на страницу, они публикуют их у себя на «стене» в попытке донести свое эмоциональное состояние до широкого круга людей. Или добавляют музыкальные композиции к написанному тексту (это можно делать как в сообщениях, так и в заметках). Стиль и ритм мелодии характеризуют отношение автора к написанным словам и более подробно передают его состояние. Ко всему этому для передачи внутренних ощущений пользователи используют большое количество картинок, изображений, символов, смайлов, усиливают роль знаков препинания.

Социальные явления, которые возникают в виртуальном мире, на первый взгляд похожи на аналогичные явления в реальной жизни, однако имеют иные причины и следствия. Специфика коммуникации, опосредованной компьютером, расширяет возможности общения и, возможно, делает наше сознание более мобильным.

Марина Николаевна Самсонова,

педагог-психолог

