

## Феномен самопрезентации личности в Интернет-пространстве

Научный руководитель – Соломатина Елена Николаевна

*Шумилова Алина Алексеевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия  
*E-mail: alinahostile@mail.ru*

Информационная революция XX века трансформировала представления о таких привычных процессах повседневной жизни, как коммуникация и самопрезентация. С появлением инновационных технологий стало возможным транслировать информацию виртуальным собеседникам и публиковать данные о себе в открытом доступе. В связи с этим многие коммуникативные барьеры, характерные для интеракций в «реальном мире», потеряли свою значимость в Сети.

Вместе с тем Интернет-связь помогла объединить представителей различных стран, национальностей, возрастных поколений, создать уникальную платформу для их самовыражения. Набор новых инструментов, в числе которых ники, аватары, анкеты, фото и видео альбомы, тематические сообщества, публичные статусы и многое другое позволил Интернет-посетителям конструировать и управлять своим образом. В пространстве, лишенном непосредственных контактов, все большее значение приобретает сознательно организованная презентация, свободная от генетически обусловленных характеристик и невербальных сигналов.

Как указывают российские исследователи, новые функции позволяют человеку свободно, осознанно, творчески представить себя. Так, А.В. Чистяков пишет о разрыве пользователя с классическими парадигмами модернизма в пользу свободной игры с образами, виртуальными личностями, информацией [6]. О.Н. Анкудинова утверждает возможность свободной самопрезентации, формирования виртуальных персонажей в отрыве от реально существующей личности [1]. О.А. Пикулева акцентирует внимание на постепенном стирании границ и форм коммуникативного поведения, наличии в Интернете условий для «многоликости» пользователей [3].

Действительно, виртуальные платформы ограничивают человека лишь в технических средствах, позволяя указывать как реальную, так и вымышленную информацию, иногда и вовсе оставаясь анонимом. В связи с этим исследователи фиксируют возникновение новых экспериментов с идентичностью (И.А. Уманская, Е.А. Тезикова [5]), возможности творческого самовыражения вне социальных норм и деструктивное влияние альтернативных личностей (З.С. Завьялова [2]), способность конструировать образ в полном соответствии со своим выбором и абсолютное управление впечатлением о себе (О.А. Пикулева [3]).

Результатом такой вариативности презентаций, как считает О.Н. Анкудинова, является безответственность и безнаказанность пользователей [1]. Свобода действий и анонимность приводят к публикации лживой информации, созданию поддельных страниц, увеличению разрыва между реальной и виртуальной идентичностью, развитию девиантного поведения. Виртуальное пространство раскрепощает человека, позволяя проявить свои лучшие и худшие стороны, установить контакт с любым интересующим индивидом, самому определить свой образ и место в Сети.

Такая точка зрения долгое время являлась преобладающей в научном дискурсе. Однако в настоящий момент акцент в теоретических работах начинает меняться. В своей статье О.В. Тихонов отмечает появление в виртуальном пространстве новой системы иерархии,

решающим звеном которой является информация [4]. В рамках данной иерархии анонимность зачастую мешает человеку завоевать доверие и сформировать сообщество, свою коммуникативную сеть. Поэтому с постепенным переходом от анонимных чатов и форумов к социальным сетям роль творческого, вариативного и символического компонента самопрезентации начинает снижаться. Как пишет автор, несмотря на широкие возможности конструирования идентичности, люди в большинстве своем указывают правдивую информацию в Сети. Более того, по его мнению, «игровая идентичность» в наиболее популярных социальных сетях уже пресечена. Поэтому в настоящее время активность в Интернете способствует сближению и размыванию реальной и виртуальной идентичности, а не углублению различий между ними.

Таким образом, с популяризацией новых коммуникативных площадок значение персональной информации растет, пользователям более не интересно следить за незнакомцами и анонимами, они хотят видеть перед собой реальную личность с ее успехами и поражениями. Кроме того, поддельные страницы в Сети начинают использовать в коммерческих и рекламных целях, что способствует росту недоверия к подобным аккаунтам.

Данные тенденции меняют устоявшееся представление о самопрезентации в Сети как способе ухода от реальной идентичности и создания новых необычных образов. В настоящее время пользователь сталкивается с новыми вызовами и преградами, такими как необходимость учитывать реакции и ожидания близких, друзей, знакомых и других участников коммуникативных сетей, сравнивать себя с окружающими, придерживаться правил виртуального сообщества, защищать персональную информацию. В соответствии с этим представляется актуальным исследование самопрезентации личности, ее проблем и специфических особенностей в новых условиях.

### Источники и литература

- 1) Анкудинова О.Н. «Медиаобразование и медиакомпетентность»: всероссийская научная школа для молодежи. Сб. статей молодых ученых / Под ред. А.В. Федорова. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. педаг. ин-та, 2009, С. 14-23.
- 2) Завьялова З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации: дисс. канд. филос. наук, Томск, 2011. 144 с.
- 3) Пикулева О.А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2013. №4. С. 77-81.
- 4) Тихонов О. В. Социальные сети как пространство самопрезентации индивида // Вестник Казанского технологического университета. 2012. №22. С. 196-198.
- 5) Уманская И.А., Тезикова Е.А. Особенности самопрезентации в интернет сетях в период ранней юности и молодости // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2012. №4. С. 66-68
- 6) Чистяков А.В. Самопрезентация личности в культурном пространстве Интернета // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2006. №4. С. 25-31