

Самопрезентация в сети Интернет как механизм идентификации молодёжи

Научный руководитель – Темнова Лариса Витальевна

Азаева Юлиана Валерьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: yuliana483@gmail.com

Процесс становления личности чрезвычайно сложен. Он характеризуется совокупностью различных процессов, происходящих в результате социального взаимодействия. Область интересов социологов составляют именно механизмы социализации человека.

Один из механизмов социализации является идентификация. Благодаря ей, индивид принимает социальную роль, формирует установки, систему норм и ценностей на основании принадлежности к определённой группе, она определяет направления развития человека.

Согласно концепции Б.С. Волкова, интенсивность процесса социализации увеличивается именно у молодёжи, так как молодой человек в большей степени ориентируется на образцы, существующие в социуме, старается им соответствовать. [1] Поэтому процесс идентификации молодёжи происходит в соответствии с социально-психологическими особенностями данной социальной группы. Личности необходимо быть принятой в общество, что делает процесс вхождения в него особо важным.

В современном мире каждый человек стремится создать благоприятный образ, чтобы удовлетворить всё возрастающие потребности в общении, самовыражении, принятии и признании. Этот факт обуславливает значимость процесса самопрезентации. Самопрезентация как необходимый элемент взаимодействия человека с обществом изучался в рамках теории ролей, в частности, в работе И. Гоффман «Представление себя другим в повседневной жизни». Концепция социальной драматургии стала парадигмальной основой изучения самопрезентации на долгое время [2].

Однако начало XXI в. ознаменовалось стремительным повсеместным распространением Интернета. По данным ВЦИОМ в 2016 г., 53% граждан Российской Федерации в возрасте от 18 лет практически ежедневно пользуются Интернетом. Тогда как в 2006 г. эта цифра составляла всего 5%. [5]

Развитие всемирной паутины спровоцировало увеличение социальных связей, интенсификацию процессов общения. Вовлечённость во всё большее число социальных групп требует от человека значительных ресурсов, связанных с управлением впечатлением о себе не только в реальной, но и в «виртуальной» жизни. В англоязычной литературе понятия «самопрезентации» и «управления впечатлением» являются синонимами и обозначают «целенаправленную деятельность по контролю и регулированию информации в целях создания соответствующего образа». [4]

Исследование соотношения самопрезентации в Интернете и идентичности пользователя, проведённое Жичкиной А.Е. и Белинской Е.П., показывает несколько возможностей взаимосвязи личности и его виртуального «двойника». [6] В ходе исследования выделяются самопрезентации, основанные на удовлетворённых или неудовлетворённых желаниях личности, а также самопрезентации, связанные с техническими особенностями коммуникации. Также в работе содержится информация по поводу взаимосвязи формы самопрезентации и цели деятельности, преследуемой при этом индивидом.

Кузнецова Ю.М. и Чудова Н.В. в ходе своего исследования делают вывод о том, что человек меняется под действием Интернет-среды, причём эти изменения закономерны и подчинены внутренним и внешним процессам, происходящим в сети. Базовым условием для изменений является статус идентичности. Именно от него зависит то, каким образом человек будет представлять себя в виртуальной жизни. При этом Интернет, по мнению учёных, стирает проблему отчуждения, потому что в виртуальной среде индивид способен «создать» себя в наиболее благоприятном для него образе. [3]

Поэтому изучение процесса самопрезентации в Интернете, а также смысла, вкладываемого человеком в представление себя в социальных сетях, её структуры, форм выступает важной научной задачей. Теоретическое исследование выявило специфику стратегий, формы и особенности самопрезентации молодёжи, характерных для сети Интернет. что может быть использовано социологами, психологами и педагогами при обучении молодёжи различным стратегиям и техникам представления себя с целью успешной самопрезентации. Ведь на современном этапе представление себя - важный ключ к успешному функционированию в социуме.

Источники и литература

- 1) Волков Б.С. Психология юности и молодости // Учебное пособие – М., 2006. – 256 с
- 2) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А.Д.Ковалёва - М., 2000. – 304 с.
- 3) Кузнецова Ю.М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. — М. — 2008. — 224 с.
- 4) Manstead S. R. and Hewstone M. The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology // BookReader [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bookre.org/reader?file=1460352&pg=1>, свободный, (дата обращения 21.11.2016)
- 5) Новое о цифровой грамотности, или россияне осваиваются в сети / [Электронный ресурс] / ВЦИОМ , Пресс-выпуск № 3084.- 2016. –Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115657> , свободный.
- 6) Флогистон: Психология из первых рук / Жичкина А.Е., Белинская И.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> , свободный.