

**Атрибуты самопрезентации старших школьников в социальной сети
«ВКонтакте»**

Научный руководитель – Пименова Ольга Игоревна

Перетькина Светлана Александровна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Институт социальных и политических наук, Екатеринбург, Россия

E-mail: danonet95@mail.ru

Социальная коммуникация невозможна без самопрезентации, как важного элемента построения социальных отношений. В классическом понимании, самопрезентация - это управление впечатлениями окружающих о себе благодаря различным атрибутам [2]. С экспансией интернет-технологий и социальных сетей сегодня несколько трансформируется процесс самопрезентации личности: во-первых, расширяются технические и коммуникативные возможности создания и трансляции образа себя; во-вторых, коммуникация носит опосредованный, фрагментарный и креативный характер, поскольку сам интернет-пользователь выбирает, какие аспекты себя, когда, с помощью каких средств кому именно он будет транслировать, используя настройки приватности и соответствующие атрибуты.

Одной из самых популярных сетей среди молодежи в рунете является сеть ВКонтакте [4]. Широкий спектр опций данной сети дает возможность пользователям создавать свой образ для окружающих на разных уровнях приватности (для друзей, родственников, малознакомых, незнакомых пользователей), а также использовать определенный контент для презентации себя именно в том социальном ракурсе, в котором хотелось бы самому пользователю. На основании проведенного глубинного интервью (ЗАТО Новоуральск, 2016 г., N=30) со старшими школьниками, как наиболее гибкой и мобильной группой относительно своих ориентиров, установок и приоритетов, обладающих склонностью к идеализации и абсолютизации жизненных стремлений и личностного образа [1], удалось выделить группы атрибутов, посредством которых подросток самопрезентует себя в сетевом пространстве.

Во-первых, это визуальные атрибуты. В ходе самопрезентации они выполняют основную функцию - построение первого впечатления о пользователе. Наиболее важным атрибутом в этом случае является аватар пользователя (его фотография на главной странице). Все участники социальной сети в первую очередь обращают внимание именно на него. Аватар зачастую может стать первым, а иногда и единственным средством управления впечатлением о себе. Отсюда появление феномена selfie (фото-автопортрета) в повседневных фотографиях пользователей, как наиболее идеализированного визуального образа себя [3]. Важную роль в публикациях фото-контента играет обработка фотографий с помощью различных фильтров и специальных программ, что позволяет подростку как можно сильнее приблизить реальный образ себя к желаемому, зачастую основанному на модных тенденциях, фотографиях кумиров или друзей. При ответе на наш вопрос: «Из-за чего Вы бы не стали общаться с человеком в сети, глядя на его профиль?», одна респондентка ответила: «Если бы не знала его. И если бы никаких фотографий не было, чтобы понять хотя бы как выглядит» (Ж., 16, КМС по фигурному катанию). Безусловно, это свидетельствует о значимости фото-контента на пользовательских страницах.

Вторым важным атрибутом самопрезентации выступают записи, которые могут продемонстрировать, что пользователь находится в курсе последних событий, тенденций общества и имеет собственную позицию по важным социальным вопросам: «Я публикую

иногда записи о важных мне событиях, если я, например, в них участвовала. Ну, например, о том, что был день волонтерства, мы проводили такую-то акцию, делали то-то» (М, 17, президент школьного совета старшеклассников).

К текстовой форме самопрезентации можно отнести комментарии к чужим записям, личные анкетные данные в аккаунте (например, в личной информации при создании профиля можно указать приверженность к каким-либо политическим взглядам, личные интересы, любимые книги и так далее): «У меня обычная страничка. Не много информации, но я ничего не скрываю. Все опции открыты. Аудио, видео, записи, имя, фотографии, дата рождения, группы - все это есть. Личные сообщения тоже» (М, 18).

Особенным для социальных сетей атрибутом самопрезентации являются медиа-файлы, благодаря которым, в метафорической форме, возможно высказать свое согласие или протест по тому или иному вопросу, а так же отметить интересующие пользователя темы, относящиеся к его хобби, повседневным занятиям, выражающие личное отношение к общепринятым человеческим ценностям, нормам: «Я учусь 5 лет в музыкальной школе и собираюсь поступать после 9 в музыкальное училище, и, так как я пою, то выкладываю видео и аудио со своим пением. Иногда видеоролики с артистами, которые поют то, что мне нравится» (Ж, 16).

Еще один атрибут самопрезентации в сети - это членство в определенных сообществах по интересам, благодаря которым возможно транслировать свои интересы, свое отношение к референтным группам и демонстрировать окружающим свои статусные позиции в этих сообществах (модератор, обычный участник, активный пользователь). Сообщества ВКонтакте выполняют функцию социальной интеграции молодежи на основании каких-либо общих взглядов: «Я состою в группах, которые связаны с городом, некоторые, не все. Со школой, с танцами, в которых можно посмеяться, есть интересные факты. Не знаю. В них никак не проявляю себя. С друзьями иногда делюсь записями из них» (Ж., 17, занимается в танцевальной секции города).

Атрибуты связи - еще одна важная составляющая сетевой самопрезентации. К ним можно отнести количество подписчиков, которые имеют отношение к пользователю. Благодаря таким атрибутам можно отследить коммуникативные связи, актуализированные в подростковом возрасте различные романтические контакты пользователя, их географическую направленность.

Таким образом, эмпирическое исследование позволило выделить несколько групп атрибутов самопрезентации старших школьников в социальной сети ВКонтакте, которые являются наиболее распространенными и типичными среди данной группы молодежи. Выбор данных атрибутов и трансляция с их помощью для определенного круга лиц личной информации детерминирует степень успешности самопрезентации подростка в социальной сети.

Источники и литература

- 1) Абрамова С.Б. Эффективность социализации: ценности и увлечения современных подростков // Жизненный потенциал региона: социально-демографические проблемы современного общества (Аитовские чтения). – Уфа, 2015. – С. 97-101.
- 2) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – Москва, 2000.
- 3) Погонцева Д. В. Selfie как современный социально-психологический феномен // Концепт. 2013. №12 (28).
- 4) TNS Global website: http://www.tns-global.ru/services/media/mediaaudience/internet/information/?arrFilter_pf%5BYEAR%5D=2016&set_filter=Показать&set_filter=Y