

М. А. Савельева

ИГРОВЫЕ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Сегодня, в эпоху цифровых технологий, люди все чаще используют свои электронные устройства для поиска информации и общения друг с другом. Такая коммуникация представляет собой общение в интернете, не требующее контакта в реальной жизни. Такой вид общения имеет преимущества: у пользователя появляется шанс предстать перед собеседником именно таким, каким он мечтал быть всю жизнь.

Понятие «самопрезентация» определяется как умение подавать себя, привлекать к себе внимание при помощи акцентирования внимания на своих качествах, которые актуализируются на основе использования особых технологий и стратегий.

В интернете у человека открываются возможности для создания своего идеального образа, формирующего его сетевую идентичность. Поэтому публикуемый контент не всегда олицетворяет того, кто его создает. Таким образом, каждый аккаунт в интернете - это точно спланированная кампания, где люди стараются выразить свои наилучшие качества в надежде обретения популярности или поиска новых контактов.

Самопрезентацию можно рассматривать как совокупность установок, направленных на самого себя. Эти три установки можно конкретизировать следующим образом:

- 1) образ Я – представление индивида о самом себе;
- 2) самооценка – аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с их принятием или осуждением;
- 3) потенциальная поведенческая реакция, то есть те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой.

Игровые стратегии самопрезентации в социальных сетях представляют собой сложный и многогранный процесс, который влияет на восприятие личности пользователей. Понимание этих стратегий может помочь в более глубоком осмыслении взаимодействия в цифровом пространстве и его влияния на индивидуальную и социальную идентичность.