

Секция «Психология интернета и информационных технологий»

Особенности самоописания аватаров музыкантов и нем музыкантов

Гринькова Екатерина Андреевна

Студент (магистр)

Южный федеральный университет, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: egrinkova@mail.ru

В современном мире наука и технический прогресс сделали огромный шаг в будущее. Виртуальная реальность стала способом неограниченного общения с окружающими посредством сети интернет, через разнообразные социальные сети. В режиме онлайн, пользователи получают обширный поток информации, без затруднений устанавливают новые знакомства, самопрезентуют себя другим пользователям.

Создание профайла - это акт создания виртуальной личности, где можно представить любую информацию о себе от правдивой, социально желаемой до идеализированной. Создание виртуальной личности, похоже на одевание «виртуальной одежды», аватар и позволяет пользователю примерять эти одежды.

Ученые ряда Европейских стран (A. Vasalou, A. Joinson, T. Banziger, P. Goldie, J. Pitt) выявили существование нескольких типов людей, с точки зрения использования ими тех или иных аватаров, как способа самопрезентации в сети. Люди которые с помощью аватара стремятся точно отразить себя; вторая категория - люди для которых не существует никаких социальных правил; и третья - «кому надо - тот поймет»

Выбор аватара зависит не только от социальной онлайн среды, но и от предпочтений, увлечений, желаний и ожиданий пользователя.

Личность музыканта формируется в специфической, творческой среде. В ходе музыкальной деятельности происходит приобщение к достижениям музыкальной культуры.

Таким образом, специфическая среда и приобщение к музыкальной культуре позволяет нам предположить, что презентуя себя в виртуальном пространстве аватар музыканта будет отличаться от аватара нем музыканта.

Были проведены исследования, в котором на первом этапе мы попросили респондентов описать свой аватар в любой социальной сети, было выявлено, что около 95% респондентов использовали для аватара свою фотографию (селфи, студийный портрет, портрет с различных событий и мероприятий) и только 5% чужие фотографии (любимый актер, герой мультфильма, животное (лев)).

Далее мы попросили указать, почему респондент выбрал именно это фото. Так 27 человек указали, что им «нравится» это фото, все полученные результаты можно поделить на 3 группы: общие характеристики, характеристики, указанные только музыкантами и характеристики, указанные только нем музыкантами. Так, общими являются такие описательные причины как, «нравится фотография» (32% нем музыкантов, 37% музыкантов), «удачная фотография» (5% нем музыкантов, 15% музыкантов), «хорошо получился/хорошо получилась» (7,5% нем музыкантов, 7,5% музыкантов), «на фотографии я с близким мне человеком» (10% нем музыкантов; 5% музыкантов). Музыканты так же указали такие причины, как: что бы меня узнали (7,5%), изображен я, на фотографии мне 18 лет, потому что люблю львов (5%), красивое, мороженое знак уходящего лета, нравится актер, платье клеевое, попросили друзья, сам сфотографировал, сделана в хороший день, фото доброе и светлое, эмоционально положительное фото (2,5%). Нем музыканты указали такие ответы, как: вызывает положительные эмоции, я на этой фотографии милый / милая (7,5%),

выгляжу достойно, «я спортсмен», фотография отражает сосредоточенность мысли (5%); глаза красиво получились, оно не пошлое, отражает мое настроение, значимое событие в жизни, подчеркивает мою индивидуальность, последнее фото, посленовогодний отчет (2,5%).

Мы также попросили респондентов закончить фразу: "я думаю, что люди посмотрев на эту фотографию, опишут меня, как. . .», ответы также были разделены на три группы, общими для всех были ответы: красивый / красивая (15% музыкантов, 12,5% нем музыкантов); милый / милая (2% музыкантов, 22% нем музыкантов); симпатичным / симпатичной (15% музыкантов, 7,5% нем музыкантов); добрым и счастливым (по 7,5% как музыкантов, так и нем музыкантов), также общими были названы такие описания, как любящий, веселый, жизнерадостным, семейным человеком (ок. 2-2,5% как музыкантов, так и нем музыкантов). Не музыканты также указали: нормальным (12,5%), с лучшей стороны (10%), красивой парой, как мыслящего человека, человеком, которому хорошо с друзьями, отзывчивой, спортивным (5%). В тоже время музыканты указали: творческой личностью (10%); узнаваемой (7,5%), молодой, позитивной, положительным, хорошим человеком (5%).

Таким образом, несмотря на то, что существует общее поле описаний, смысловые различия для нас наиболее существенны. Так музыканты отмечают, что в социальной сети им важно быть «узнаваемым» и что бы их оценили, как «творческую личность» в то время как не музыканты пытаются отразить на фотографии свою «нормальность», а также пытаются презентовать себя «с лучшей стороны».

Источники и литература

- 1) Гринькова Е.А. Особенности самопрезентации молодежи Юга России в социальных сетях // Science Time. 2014. № 12. С. 133-143.
- 2) Погонцева Д.В., Гринькова Е.А. Selfie – как способ самопрезентации музыкантов и не музыкантов // Психология, социология и педагогика. 2014. № 4 (31). С. 12.
- 3) Погонцева Д.В., Гринькова Е.А. Особенности самопрезентации музыкантов в интернет-пространстве // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 8-2 (40). С. 170-173.