Департамент образования города Москвы

Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Гимназия №1505

«Московская городская педагогическая гимназия-лаборатория»»

**РЕФЕРАТ**

на тему

**Самопрезентация в виртуальном пространстве**

Выполнил:

Макаревич Денис Евгеньевич

Руководитель:

Савина Ольга Олеговна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:

Смирнова Ольга Михайловна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва

2016/2017

Оглавление

[Введение 3](#_Toc478405693)

[Глава 1. Обзор подходов к условиям и средствам самопрезентации в виртуальном пространстве 5](#_Toc478405694)

[1.1 Определение основных понятий 5](#_Toc478405695)

[1.2 История самопрезентации 7](#_Toc478405696)

[1.3 Особенности конструирования имиджа, способы и средства воздействия в интернет-пространстве 11](#_Toc478405697)

[1.4 Условия создания эффективного образа в социальных сетях 16](#_Toc478405698)

[Выводы 20](#_Toc478405699)

[Заключение 21](#_Toc478405700)

[Список литературы 23](#_Toc478405701)

[Приложение 1. 26](#_Toc478405702)

# Введение

**Актуальность.** В современном мире человек общается не только с реальными собеседниками, но и активно осваивает виртуальное пространство. Все чаще люди ищут друзей в виртуальных сетях, работодатели оставляют объявления о свободных вакансиях, проводят собеседования в интернете. Для достижения своих целей, современный человек обязан уметь создать соответствующий интернет-имидж, наиболее выгодно представить себя, произвести желаемое впечатление при первом контакте и последующем виртуальном общении. В ответ на данный социальный запрос, возникший в последнее десятилетие, наука активно начала попытки исследовать закономерности формирования впечатлений участников сетевого общения, восприятия партнеров, эффективности или неэффективности контактов в сети, конструирования виртуальных идентичностей интернет-пользователей.

**Проблема.** Многие не умеют правильно себя презентировать, что отрицательно сказывается на их достижениях, а в конечном итоге, и на самом человеке, формирует негативное или неэффективное впечатление у интернет-аудитории, снижает вероятность дальнейших контактов.

**Теоретическая разработанность.**  Одним из первых начал изучать самопрезентацию Эрвинг Гоффман, американский социолог канадского происхождения. В 1959 году он выпустил книгу “Представление себя другим в современном мире”. Теоретический анализ Гоффмана задал несколько направлений разработки проблематики самопрезентации в виртуальном пространстве интернета. В России в данном направлении работают А.Е.Войскунский (“Гуманитарные исследования в интернете”), Р.Б.Квеско (учебное пособие по имиджеологии), Н.Голиков (доклад “Самопрезентация в сети интернет”) и др.

**Цель.** Выявить условия, способы и средства эффективной самопрезентации в виртуальном пространстве на примере создания образа в социальных сетях.

**Задачи:**

1. На основе изучения литературы дать определение основным понятиям темы: виртуальное общение (цели, условия), вербальные и невербальные средства коммуникации, имидж, интернет-имидж, виртуальная (сетевая) идентичность, самопрезентация;
2. Выявить особенности конструирования имиджа в интернет-пространстве; способы и средства воздействия в виртуальной коммуникации;
3. Определить условия создания образа в виртуальном общении (в социальных сетях)

**Объект.** Образы участников виртуальных сетевых коммуникаций.

**Предмет.** Вербальные и невербальные средства самопрезентации.

**Практическая значимость.** Современным подросткам, в том числе гимназистам, очень важно правильно позиционировать себя в виртуальном пространстве – социальных сетях, сайтах, блогах для построения эффективного общения, продвижения своих идей, предложений, достижений и т.д. Благодаря изучению условий, способов и средств эффективной самопрезентации, люди смогут понять свои ошибки, научиться конструировать соответствующий виртуальный образ, чтобы добиться поставленных целей.

# Список литературы

1. Азимов, Э.Г., Щукин, А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий // Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин – М., «ИКАР», 2009 г.
2. Альтшуллер, А.А. Суперменеджер: имидж и самопрезентация // А.А.Альтшуллер. – М., «Феникс», 2004 г. – 160 с.
3. Арестова,О.Н. Гуманитарные исследования в интернете // О.Н.Арестова, Г.Астляйтнер и др.; под ред. А.Е.Войскунского – М., «Можайск-Терра», 2000 г. – 432 с.
4. Белый, К. Имидж человек [Электронный ресурс] // Финансовый гений // Режим доступа: <http://fingeniy.com/imidzh-cheloveka/>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Болдов, М. Голосовые сообщения [Электронный ресурс] // Социальная сеть «ВКонтакте» // Режим доступа: <https://vk.com/blog/voice-messages>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Голиков, Н. Самопрезентация в сети интернет [Электронный ресурс] // Н.Голиков // Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/113/58419.php>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Косенчук, Л.Ф. Концепции виртуальной или сетевой индентичности: критический анализ // Л.Ф. Косенчук // Режим доступа: <https://www.science-education.ru/pdf/2014/5/191.pdf>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Михайлова, Е.В. Техники самопрезентации в публичном выступлении // Е.В.Михайлова // Режим доступа: <https://id.hse.ru/data/2012/05/04/1263455425/9.pdf>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Пикулева, О.А. Психология самопрезентации личности. Монография // О.А.Пикулева – М., «Инфра-М», 2013 г. – 320 с.
2. Попов, Е. Что такое блог и для чего он нужен? [Электронный ресурс] // Subscribe.ru // Режим доступа: <http://subscribe.ru/group/blogger-novichok/5861794/>

(Ссылка действительна на 23.03.17)

1. Студопедия. Понятие «коммуникация». Фазы коммуникаций. Модели коммуникаций. [Электронный ресурс] // Студопедия // Режим доступа: <http://studopedia.ru/17_21700_ponyatie-kommunikatsiya-fazi-kommunikatsiy-modeli-kommunikatsiy.html>

(Ссылка действительна на 15.03.17)

1. Студопедия. Способы воздействия в процесс общения [Электронный ресурс] // Студопедия // Режим доступа: <http://studopedia.ru/10_133043_sposobi-vozdeystviya-v-protsesse-obshcheniya.html>

(Ссылка действительна на 15.03.17)

1. Черемисова, И.В. Контент-анализ страниц активных пользователей социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // [Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 11: Естественные науки](http://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-volgogradskogo-gosudarstvennogo-universiteta-seriya-11-estestvennye-nauki) выпуск № 2 (16) / 2016 // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-stranits-aktivnyh-polzovateley-sotsialnoy-seti-vkontakte>

(Ссылка действительна на 23.03.17)

1. Элитариум. Центр дистанционного образования. Практические техники ежедневной самопрезентации и управления впечатлением о себе [Электронный ресурс] // Е.В.Михайлова // Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/samoprezentaciya-obshchenie-chelovek-chaldini-povedenie-tekhnika-strategiya-obraz-vlast-primer-zritel-vpechatlenie/>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Pro-Psixology.ru. Средства и методы психологического воздействия [Электронный ресурс] // Pro-Psixology.ru // Режим доступа:

<https://pro-psixology.ru/socialno-psixologicheskie-fenomeny/139-sredstva-i-metody-psixologicheskogo-vozdejstviya.html>

(Ссылка действительна на 26.03.17)

1. ReviseSociology. [The Presentation of the Self in Everyday Life – A Summary](https://revisesociology.com/2016/01/12/the-presentation-of-the-self-in-everyday-life-a-summary/) [Электронный ресурс] // ReviseSociology // Режим доступа: <https://revisesociology.com/2016/01/12/the-presentation-of-the-self-in-everyday-life-a-summary/>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Wikipedia. Skype [Электронный ресурс] // Wikipedia // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Skype#.D0.98.D1.81.D1.82.D0.BE.D1.80.D0.B8.D1.8F>

(Ссылка действительна на 12.03.17)

1. Wikipedia. Социальная сеть [Электронный ресурс] // Wikipedia // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть>

(Ссылка действительна на 23.03.17)