

ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, АРХІВОЗНАВСТВО

УДК 35.085

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.4.2/37>

Герасимюк Л. С.

ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»

Тарасюк Л. М.

ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ

У статті розкрито особливості самопрезентації документознавця у соціальних мережах. Встановлено, що соціальні мережі дають широкі можливості для формування позитивного іміджу фахівця.

З'ясовано, що іміджем є сформований образ, що спрямований на здійснення певного емоційно-психологічного впливу на оточення. Він може бути позитивним або негативним.

Виокремлено риси, які, на нашу думку, характеризують позитивний імідж документознавця, зокрема: загальна культура; висока професійна самооцінка; потреба у самореалізації та саморозвитку; громадянська позиція; гнучкість у пошуку творчих альтернатив у професійній діяльності тощо.

Встановлено, що самопрезентація у соціальних мережах є важливим інструментом формування позитивного іміджу документознавця. Вони дають унікальні можливості для комунікації користувачам з усього світу, поширення текстової, фото-, відеоінформації на широку аудиторію.

Виокремлено соціальні мережі, які може використати фахівець з документознавства з метою самопрезентації, а саме: є Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn та ін.

З'ясовано, що самопрезентація документознавця здійснюється через його акаунт у соціальних мережах, який може існувати у вигляді особистої чи публічної сторінки.

Зазначено, що презентуючи свій образ у соціальних мережах, важливо обрати тактику створення власного професійного іміджу, а змістове наповнення профілю має відповідати обраній тактиці.

Встановлено, що контент, яким ділиться фахівець у соціальних мережах, є важливою складовою самопрезентації, оскільки зміст контенту передає стиль життя і цілі людини.

Зазначено, що на власній сторінці у соціальних мережах фахівець із документознавства може публікувати актуальні новини у сфері документознавства, цікаві статті, ділитись власними думками, фото-, відеоконтентом, демонструвати власні професійні досягнення, обговорювати з колегами різноманітні питання, що стосуються професійної діяльності у коментарях, групах тощо.

Підкреслено, що профіль документознавця у соціальних мережах може як зіпсувати позитивний імідж документознавця, так і відіграти ключову роль у його формуванні.

Ключові слова: імідж, самопрезентація, соціальні мережі, документознавець, інтернет.

Постановка проблеми. Однією зі складових професійного успіху у будь-якій сфері є правильно знайдений імідж. Професійний імідж формується у свідомості інших людей через самопрезентацію фахівця у контексті його професійної діяльності.

У сучасних умовах розвитку ІКТ феномен самопрезентації ускладнюється, виникає потреба у пошуку нових форм і засобів самопрезентації. Оскільки поява інтернету, розвиток соцмереж істотно вплинули на особливості означеного феномену, постає необхідність у дослідженні

самопрезентації фахівця, зокрема документознавця, у контексті сучасних тенденцій суспільного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження самопрезентації особистості зробили такі вчені, як І. Гофман, О. Капустюк, А. Кононенко та ін.

В останні роки значно підвищився інтерес учених до питання самопрезентації у віртуальному просторі. Зокрема, ця проблема висвітлена у працях таких науковців, як Р. Кириченко, О. Чеканська, Е. Циховська та ін.

Як показав аналіз актуальних досліджень, соцмережі викликають великий інтерес у сучасних учених. Однак проблему самопрезентації фахівця у соцмережах ще тільки починають вивчати науковці.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей самопрезентації у соцмережах як інструмента формування позитивного іміджу документознавця.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі зафіксовані різні інтерпретації поняття «імідж». Щодо людини його використовують у зовнішньому та внутрішньому вимірі. Перший описує зовнішні характеристики людини, другий – внутрішні характеристики, з яких формується її репутація. Можна стверджувати, що імідж є цілісним образом особистості, що об'єднує її зовнішні та внутрішні характеристики.

На думку Т. Довгої, іміджем є думка групи людей, що сформована у їх психіці щодо особи, образу цієї особи, який з'явився у результаті їх прямого контакту чи унаслідок інформації про цю людину, що отримана від інших [4].

За О. Мармазою, імідж є багатоаспектним поняттям, що означає управління увагою, спосіб соціального програмування людської поведінки, соціальну роль, спосіб самовдосконалення, форму публічного самовираження [6].

Учені розглядають професійний імідж як образ, що обумовлений професійними характеристиками. Його формування може відбуватися як стихійно, так і бути результатом цілеспрямованої роботи.

С. Болсун стверджує, що професійний імідж повинен складатись із таких компонентів:

- зміст (професіоналізм, грамотність та ін.);
- суб'єктний імідж (особистісно орієнтований);
- соціальний імідж (потребність);
- фінансовий (реальність) [3].

За критерієм емоційного забарвлення професійний імідж диференціюють на два типи:

1) позитивний, що викликає позитивне ставлення і довіру до нього, високий рейтинг і впевненість вибору;

2) негативний, що формується стихійно.

Індивідуальний позитивний імідж великою мірою залежить від внутрішньої сутності людини: її поглядів, переконань, системи цінностей, що проявляється і в зовнішньому вигляді.

Позитивний імідж документознавця характеризують такі риси: загальна культура; професійна компетентність; висока професійна самооцінка; потреба у самореалізації та саморозвитку; активна громадянська позиція; гнучкість у пошуку творчих альтернатив у професійній діяльності та ін.

Важливо зазначити, що позитивний професійний імідж сприяє підвищенню престижу, репутації і авторитету як особистості документознавця, так і місця, де він працює.

Велике значення у формуванні позитивного іміджу має успішна й ефективна самопрезентація. Під самопрезентацією розуміють процес формування враження чи уявлення щодо себе в оточення. Вона є певним інструментом у побудові бажаного образу. А. Кононенко вважає, що мета самопрезентації полягає у створенні та донесенні свого іміджу іншим [5].

Сучасні умови вимагають від людини самостійної роботи з презентації себе як професіонала. Сьогодні дуже актуальним є уміння належним чином презентувати себе у соцмережах.

В останні роки кількість користувачів соцмереж різного віку стрімко зростає. Вони надають унікальні можливості для комунікації користувачам з усього світу. У соцмережах можна поширювати текстову, фото-, відеоінформацію на широку аудиторію за дуже короткий термін.

Раніше основна функція соцмереж полягала у спілкуванні та задоволенні потреби у новинах і подіях, але зараз перелік їх функцій значно розширився. Зокрема, сьогодні соцмережі виконують такі функції:

- комунікативна;
- розважальна;
- інформаційна;
- соціалізуюча;
- самоактуалізуюча (самопрезентація) та ін.

Самопрезентація документознавця здійснюється через його акаунт у соцмережах, де можна позиціонувати свій професійний образ. Акаунт може існувати у вигляді стандартної особистої сторінки, а також як блог, публічна сторінка тощо [8, с. 55].

На сьогодні найбільш популярними соцмережами серед українських користувачів є Facebook, Instagram, YouTube, Twitter та ін. Деякі із зазначених вище соцмереж орієнтовані на особистісне спілкування, інші – на професійну комунікацію, треті є середовищем для авторських записів і ведення блогу тощо [8, с. 55]. Розглянемо більш детально їх можливості для формування позитивного іміджу документознавця.

Facebook – одна з найбільш популярних соцмереж в Україні, користувачами якої є люди різного віку. На нашу думку, це одна з найефективніших платформ для самопрезентації. Розглядаючи використання соцмережі Facebook у комунікативному процесі, учена Р. Редчук зауважує, що «вона дозволяє здійснювати спілкування більш демократично, тобто без офіційно-ділового тону, але у професійному полі» [7, с. 74].

Однією з найбільш розвинених і популярних у світі соцмереж є Instagram. Основною функцією цієї соцмережі є публікація та обговорення фотоконтенту. Для успішного просування його слід виробляти постійно. Документознавець може використовувати такі публікації для самопрезентації: фото робочого процесу; підтвердження досвіду і кваліфікацій (фото нагород, участі у семінарах, конференціях, тренінгах тощо) та ін.

YouTube – сервіс, що призначений для публікації та обговорення відео-контенту. Завдяки цій платформі можна завантажувати відеофайли, обмінюватися ними або встановлювати їх на окремі сайти.

Сьогодні увагу користувачів привертає контент, який є доступним, зрозумілим, дає конкретні поради, інструкції тощо. Документознавець може використати цю соцмережу для того, щоб продемонструвати свої професійні знання, уміння та навички, поділитися своїм досвідом із користувачами, мотивувати їх тощо.

Twitter – соцмережа, призначена для публікації коротких публічних повідомлень. Twitter виділяється з усіх соцмереж як вільна до дискусій платформа, де кожен може висловити свою думку.

В Україні Twitter є менш поширеним, ніж у світі. Однак, погоджуємось із Р. Редчук, що для оперативного поширення інформації цільовій аудиторії та охоплення максимальної кількості користувачів варто використовувати саме Twitter [7, с. 74].

Зауважимо, що іноземці надають перевагу такій соцмережі, як LinkedIn, яка за своїм функціоналом є досить подібною із Facebook. У США та Європі цю соцмережу сприймають саме як

платформу для налагодження ділових контактів. Тому якщо фахівець зацікавлений у співпраці з іноземними колегами, доцільно звернути увагу на LinkedIn.

LinkedIn – це соцмережа для ділового спілкування, пошуку співробітників та відкритих вакансій. LinkedIn потрібен для наступних цілей:

- пошук роботи;
- розвиток кар'єри;
- самопрезентація себе як фахівця;
- пошук співробітників;
- бізнес.

Таким чином, мати сторінку в LinkedIn корисно не лише для пошуку роботи, а й для підтримки контактів у професійному середовищі; професійної самопрезентації; розвитку бізнесу, а також для того, щоб бути в курсі останніх тенденцій у професійній сфері.

Самопрезентація у соцмережах відбувається шляхом вибудови певної моделі поведінки з урахуванням очікувань інших. Її особливістю є те, що вона відбувається у віртуальній реальності. Самопрезентація передбачає відповідність людини заявленому досягнутому статусу, що накладає на користувача певні зобов'язання; включає як соціальний статус, так і соціальну ідентичність людини [9, с. 140].

Документознавець, презентуючи свій образ у соцмережах, повинен обирати тактику створення свого професійного іміджу. Змістове наповнення сторінки має відповідати обраній тактиці (професійні досягнення, актуальні новини у сфері документознавства, пізнавальний контент, мотиваційні дописи тощо) та бути актуальним.

Варто зауважити, що цілком доречною є демонстрація своїх професійних досягнень у соцмережах, однак не варто публікувати на сторінці виключно такий контент. На власній сторінці фахівець із документознавства може публікувати цікаві статті, обговорювати їх із колегами у коментарях, групах, ділитися враженнями, світлинами, відео тощо.

Варто зауважити, що контент, яким ділиться власник акаунту з аудиторією у соцмережах є одним із найбільш важливих складових самопрезентації особистості в інтернеті, оскільки його зміст передає стиль життя і цілі людини.

Тематика, кількість та періодичність контенту віддзеркалюють мотиваційні процеси особистості та свідчать про переважання тих чи тих бажань і потреб людини. Уже сам факт «активного життя» у соцмережах є виявом бажання самопрезентації [9, с. 141].

Як зазначає вчена Л. Березовська, «текст в Інтернеті – це самопрезентація мовця» [1]. Уміння грамотно, чітко та лаконічно писати є свідченням професійності і грамотності фахівця, особливо це важливо для документознавця.

Слід відзначити, що аналіз акаунту дає важливу інформацію щодо внутрішнього світу людини. Відверта демонстрація особистих стосунків і проблем користувача, його сумнівні успіхи і т. п. є показником відсутності культури самопрезентації особистості у соцмережах.

Насамкінець слід підкреслити, що профіль документознавця у соцмережах є важливим інструментом формування позитивного іміджу. Однак він може в одну мить зіпсувати імідж, який формувався роками, наприклад, якщо не дотримуватись правил етичної поведінки у Мережі. Саме

тому слід серйозно і відповідально підходити до власної поведінки у соцмережах, адже відновити зіпсований імідж досить складно.

Висновки. Формування позитивного іміджу фахівця, зокрема документознавця, є нелегким і довготривалим процесом. Велике значення у його формуванні має самопрезентація.

В умовах сьогодення актуалізується роль самопрезентації фахівця у мережі Інтернет. Зокрема, документознавець повинен уміти належним чином презентувати себе як професіонала у соцмережах. Самопрезентація здійснюється через його персональний акаунт. Презентуючи свій образ у соцмережі, слід обрати тактику створення свого професійного іміджу, а змістове наповнення профілю має відповідати обраній тактиці.

Список літератури:

1. Березовська Л. І. Особливості здійснення Інтернет-комунікації у професійній діяльності соціальних працівників. *Всеукраїнський науково-практичний журнал «Директор школи, ліцею, гімназії». Спеціальний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору»*. 2019. № 4. Кн. 2. Том III (85).
2. Бірюкова М. В. Технології самопросування в соціальних мережах. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. 2021. Запоріжжя : КПУ. Вип. 89. С. 138–145.
3. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Менеджмент*. 2013. № 7-9. С. 379–381.
4. Довга Т. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2010. Вип. 14. Кн. 1. С. 66–75.
5. Кононенко А. О. Самопрезентація як важливий регулятор соціальної поведінки суб'єкта. *Теорія і практика сучасної психології*. 2012. Вип. 4. С. 45–49.
6. Мармаза О. Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2013. Вип. 33. С. 263–269.
7. Редчук Р. О. Особливості використання соціальних мереж у публічному управлінні як сучасного каналу комунікації. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. Том 33 (72). № 1. С. 72–76.
8. Ушакова І. О. Соціальні мережі як засіб впливу на взаємовідносини з клієнтами. *Системи обробки інформації*. 2012. Вип. 8(106). С. 54–58.
9. Циховська Е. Д. Самопрезентація у соціальних мережах: акаунт у Facebook як інструмент створення іміджу. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 17. С. 137–147.

Herasymiuk L. S., Tarasiuk L. M. SELF-PRESENTATION IN SOCIAL NETWORKS AS AN EFFECTIVE TOOL FOR FORMING A POSITIVE IMAGE OF A DOCUMENTARY

The article reveals the peculiarities of the self-presentation of the documentalist in social networks. It is established that social networks provide ample opportunities for the formation of a positive image of the specialist.

It was found that the image is a formed image aimed at exerting a certain emotional and psychological impact on the environment. It can be positive or negative.

The features that, in our opinion, characterize the positive image of the documentician, in particular: general culture; high professional self-esteem; the need for self-realization and self-development; civil position; flexibility in finding creative alternatives in professional activities etc.

It is established that self-presentation in social networks is an important tool for forming a positive image of a documentician. They provide unique opportunities for communication to users from around the world, dissemination of text, photo, video information to a wide audience.

There are social networks that can be used by a document specialist for self-presentation, namely: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn etc.

It was found that the self-presentation of the documentalist is carried out through his account on social networks, which can exist in the form of a personal or public page.

It is noted that when presenting your image on social networks, it is important to choose the tactics of creating your own professional image, and the content of the profile should correspond to the chosen tactics.

It has been established that the content shared by a specialist on social networks is an important component of self-presentation, as the content of the content conveys a person's lifestyle and goals.

It is noted that on his own page in social networks a document specialist can publish current news in the field of documentation, interesting articles, share their opinions, photo, video content, demonstrate their own professional achievements, discuss with colleagues various issues related to professional activities in comments. groups etc.

It is emphasized that the profile of the document expert in social networks can both spoil the positive image of the document expert and play a key role in its formation.

Key words: *image, self-presentation, social networks, document scientist, internet.*