

## Специфика формирования молодежной идентичности в социальных сетях

Научный руководитель – Вершинина Инна Альфредовна

*Никитина Диана Сергеевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: dinikitina2002@mail.ru*

Понятие «идентичность» впервые появилось в работах психолога Э. Эриксона «Детство и общество» и «Идентичность: юность и кризис». Он рассматривал идентичность как результат переживания и осознания своей принадлежности к определенной социальной группе посредством противопоставления существованию других групп. Также идентичность рассматривал британский социолог З. Бауман. Он отмечал, что идентичность стала призмой, через которую люди рассматривают, оценивают аспекты современной жизни.

Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий на рубеже веков неизбежно привело к конструированию принципиально новой социокультурной реальности — виртуальной реальности. Сейчас Интернет — это не только источник информационных ресурсов, но и инструмент, при помощи которого люди с разных точек мира могут общаться, обмениваться контентом и делиться самостоятельно созданным контентом. Это оказывает влияние на определение человеком себя в обществе, то есть через «призму» потребляемого контента человек определяет свою идентичность.

В современном мире большое количество социальных сетей, которые используют люди. Некоторые созданы преимущественно для общения, но все чаще разработчики мессенджеров стараются адаптировать его под социальную сеть, тем самым расширить функционал приложения. Это делают для того, чтобы увеличить поток пользователей. Так, например, произошло с социальной сетью Телеграм. Раньше в этом мессенджере люди преимущественно общались в личных переписках, сегодня Телеграм — это уже целая социальная сеть, в которой существуют каналы (блоги), которые ведут люди, а иногда и группа лиц, где они высказывают свое мнение по различным поводам, производят контент, общаются со своей аудиторией и так далее. Таким образом, они проявляются для других, раскрывают свою идентичность.

В социальных сетях молодые пользователи создают профили, которые отражают их ценности и интересы. Они сравнивают себя с другими пользователями, что так или иначе оставляет отпечаток на их идентичности: например, поспособствовать формированию позитивной идентичности, а может и наоборот, сформировать неуверенность в себе. В социальных сетях молодежь также может находить единомышленников, с которыми они будут объединяться в группы по интересам.

Социальный контент в социальных сетях делится на несколько видов в соответствии с его целью, предназначением. Например, информационный контент — это такой контент, который информирует пользователей о чем-нибудь. В таком формате контент может существовать на новостных сайтах, чаще всего представлены в виде текста или видео. Также с помощью контента пользователи могут обучаться чему-то новому, и это уже образовательный контент. Он может быть представлен в виде текста, видео или серии фотографий. Существуют также и другие виды контента.

Виртуальная реальность является привлекательной для молодежи по нескольким аспектам. В первую очередь, это возможность беспрепятственного общения. Для общения с

родственниками или друзьями достаточно, чтобы у каждого субъекта коммуникации было электронное устройство с выходом в Интернет. Также получение сообщения и ответа на него может составлять меньше минуты, так как оно доставляется по сети практически сразу.

Во-вторых, быстрый доступ к любой информации. В Интернете сейчас существует огромное количество контента, посвященного самым разным темам. Чтобы пользователь не попытался написать в запросе браузера, в Интернете уже на всё есть ответы. Сейчас все, что происходит в реальной жизни, быстро транслируется и в виртуальную.

В-третьих, Интернет является отличным вариантом для саморазвития и самообразования. Как написано выше, в Интернете найдется любая информация, в том числе, образовательного характера. Так, например, молодой пользователь может обучаться в комфортном для себя темпе и из любой точки мира.

В-четвертых, виртуальная реальность предотвращает трудности межличностного общения. Не все в современном мире чувствуют себя комфортно при личном общении с товарищем, поэтому вариант общения по сети является для таких людей выходом из этой проблемной ситуации.

Таким образом, новая виртуальная реальность вносит свои коррективы в определение молодыми пользователями себя в этом мире. Формирование молодежной идентичности в социальных сетях представляет собой сложный и многогранный процесс, который находится под влиянием как технологических, так и социально-культурных факторов. Социальные сети предоставляют молодежи уникальные возможности для самовыражения и социализации, однако сопряжены с определенными рисками

#### Источники и литература

- 1) Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман // Пер. с англ. по ред. В.Л. Иноземцева. — М.: Логос, 2005. — 390 с.
- 2) Полуэхтова И.А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // Полуэхтова И.А. // Знание. Понимание. Умение. — 2022. — №3. — С. 90-107.
- 3) Харитошкина Е.В. Идентичность современной молодежи в контексте включенности в социальные сети // Экспертные институты в XXI веке: принципы, технологии, культура в условиях мирового кризиса (Иркутск, 16-17 июня 2023 года) — Иркутск, 2023. — С. 502-507.
- 4) Эриксон Э.Г. Детство и общество / Э.Г. Эриксон // Пер. с англ. и науч. ред. А. А. Алексеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург: Летний сад. — 2000. — 415 с.