Лисовская Алиса Олеговна

Российский Государственный Гуманитарный Университет

Кафедра истории и теории культуры

ВОЗРАСТ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ КАТЕГОРИЯ В ПОСТРОЕНИИ ВИРТУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Изменения, происходящие в современном российском обществе – процессы глобализации, модернизация всех сфер общества, усиление влияния массовой культуры, бурное развитие информационно-коммуникативных технологий, – приводят к трансформации идентичности социального субъекта.

Реальные идентичности (в оффлайн пространстве) зачастую сильно отличаются от созданных в Сети. Отличия могут варьироваться от выбора другого имени, пола, возраста, биографии, профессии, места рождения и образования, до создания полностью выдуманной личности.

Категория возраста в данной схеме является важнейшей точкой отсчета для построения виртуальной идентичности.

По следующим критериям были выбраны профайлы пользователей: русский язык, проживание в России, достаточное количество подписчиков и наличие комментариев подписчиков, возраст от 20 до 35 лет, ежедневное (например, у пользователя @viomio норма – 2 раза в день, хотя её подписчики в комментариях рекомендуют размещать посты 5-6 раз в день) размещение постов, обязательное описание к своим постам.

При анализе профайлов, в первую очередь, задавался вопрос, каким образом указан возраст и каким образом он показан.

Среди выбранных для анализа аккаунтов большинство – пример того, что количество указаний на возраст в профайле пользователя сведено до минимума. Показателями возраста могут выступать события «извне», из жизни оффлайн. Так, изменению виртуальной идентичности пользователя могут способствовать важные события в личной жизни.

Другим способом создания виртуальной идентичности можно считать случаи, когда пользователи манипулируют возрастом, то есть скрывают его или «замораживают», поддерживая единообразную и неизменяемую со временем визуальную картину образа жизни.

Самой распространенной практикой, или методом демонстрирования возраста («молодости»), являются проявления «телесности» в профайле пользователя.

Внешность, в первую очередь, воспринимается пользователями Instagram как показатель определенного физического состояния, характерного для «молодости». Концепт «молодость» понимается как набор определенных качеств, как например, красивое ухоженное тело по современным нормам красоты, принятым согласно транслируемой в аккаунтах пользователей рекламе, активное онлайн общение с представителями своего социального круга и постоянная коммуникация с подписчиками при использовании социальных сетей. Так, возраст становится важен в том случае, если он связан с концептом «молодости» – ориентиром в построении виртуальной идентичности, который воспроизводят разными методами те или иные группы пользователей.

В результате анализа 17 аккаунтов пользователей социальной сети Instagram были сделаны выводы о том, что пользователи стремятся к сокрытию собственного возраста и конвертированию его в «состояние» или «настроение», к замене четкого указания на возраст знаковыми событиями (карьера, отношения, семья) и качественными изменениями в жизни «онлайн». Общение в новых условиях виртуальной реальности дает пользователям новые возможности для самопрезентации и построения виртуальной идентичности [Тихонов О. В., 2012, С. 196]. О виртуальной идентичности в рамках социальной сети можно сказать, что она подчиняется стремлению пользователя к идеализации, типизации и стандартизации [Ефимов Е. Г., 2013, С. 72].

**Список литературы:**

1. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование. Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. No 2. С. 98–121

2. Ефимов Е. Г. Идентичность в социальных интернет-сетях (теоретические аспекты). Журнал «Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики». Тамбов: Грамота, 2013. No 12 (38): в 3-х ч. Ч. II. C. 72-75

3. Зверева Г.И. Самоидентификация в социальных медиа. <https://postnauka.ru/video/19518> Дата обращения: 12.11.2013

4. Крамаренко Н.С.,Сомов Д.С. Виртуальный мир как новое пространство самоосуществления человека. // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Педагогика и психология. - 2013. - Вып. 4. - С. 42-48

5. Косенчук Л.Ф. Концепции виртуальной или сетевой идентичности: критический анализ. Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5

6. Тихонов О. В. Социальные сети как пространство самопрезентации индивида. // Вестник Казанского Технологического Университета (Вестник Технологического Университета). – Казань, Изд-во КНИТУ 2012. – Т. 15, № 22. – С. 196–199

7. Фленина Т. А. Семантическое пространство понятия «сетевая идентичность». Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. СПб, 2014. № 171. С. 310–314