

Социальные сети, как арена самовыражения личности

Научный руководитель – Овчинникова Элла Викторовна

Плужко Софья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

E-mail: s_pluzhko@bk.ru

21 век - эра информационных технологий. Здесь правит техника, информация становится товаром, а весь мир сосредоточен вокруг глобальной системы - Интернет. Всемирная паутина охватывает миллионы людей. Она стала всеобъемлющим пространством, которое объединило всех и все. Сейчас человеку сложно даже представить себя без данной коммуникации, так как они целиком и полностью живут в Интернете, через него проходят все сферы его жизни, начиная от поиска информации, чтения книг, сетевых игр, совершения интернет-покупок, и заканчивая государственными услугами, медициной, образованием, наукой, культурой, дистанционной работой и даже виртуальным общением, дружбой, любовью.

Мы живем во времени реализации самых смелых фантазий современности. Люди из разных уголков нашей огромной планеты свободно общаются в режиме реального времени или как принято говорить "онлайн-режиме" друг с другом в социальных сетях, обмениваются фото-, видеозаписями, мнениями, обсуждают насущные вопросы, поздравляют друг друга с праздниками, а чтобы беседы были более эмоциональными, применяются электронный язык - смайлики.

Современную молодежь все реже встретишь на улицах города: туда они выходят, только чтобы переместиться из одного места в другое. Все остальное время они пропадают в бесконечном потоке океана информации, личных страниц, блогов, лайков и дизлайков. Поэтому они и носят с собой свои переносные порталы (телефоны, ноутбуки, планшеты, и иные коммуникаторы), чтобы в любом удобном месте снова подключиться к сети, быть в статусе онлайн в различных социальных сетях, не пропустить новую информацию от своих друзей, знакомых или блоггеров.

Эти современные технологии не отпускают человечество в реальную жизнь, тем самым мы становимся зависимы от них и вскоре не сможем представить свою жизнь без чатов и новомодных социальных сетей. Например, самая популярная социальная сеть среди молодежи, как Instagram по данным Mediascope и BrandAnalytics набрала обороты в более, чем миллиард человек [2, 3]. И поднимается вопрос, что так нравится поколению Z в данном интернет-пространстве. Дело в том, что более приспособленной средой для блоггерства стала именно данная соцсеть. Почему? Прежде чем мы рассмотрим данный вопрос в этом направлении, введем понятия "Блог" и "Блогер".

Блоггер - человек, ведущий блог, то есть сетевой дневник, живой журнал, книгу жизни. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке. Отличия блога от традиционного <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/812876/75517> обуславливаются средой: блоги публичны и предполагают читателей со всего мира, которые могут вступить в публичную полемику с автором [1]. Блог позволяет вести уникальную историю длинную в целую жизнь, размещать фото- и видеоконтент, делиться мнениями, советами, раскрывать таланты, набирать многочисленную аудиторию своих подписчиков (верных зрителей, слушателей и читателей), получать лайки и комментарии.

Возвратимся к выше поставленному вопросу, социальная сеть Instagram наиболее пригодна для блогерства, так как содержит все заданные параметры, функции и ресурсы для данного вида творчества. То есть это арена для самовыражения личности. Стоит также отметить, что подобный вид деятельности характерен не только для молодого и подрастающего поколения, но и для людей в возрасте 45+, 60+, и даже 80+. Возрастные рамки с появлением масштабных социальных сетей с большой скоростью начинают размываться. Множество блогеров со всего мира ведут свою активную жизнь уже будучи на пенсии, показывая, что для творчества и самовыражения, всевозможного искусства, активной жизни в интернете, тенденций в моде - нет границ. Основатель рекламного агентства "Out Digital" Роман Зарипов считает, что в российском Instagram-пространстве образ популярных пожилых блогеров рассчитан в основном на молодую аудиторию. Весь их контент, то есть информационное наполнение [1], как оказалось, развито более в юмористическом направлении и носит развлекательно-познавательный характер: многочисленные песни, танцы, флешмобы, общественные акции, конкурсы и розыгрыши, рубрики "#ВызовПринят" и многое другое. Это подтверждает и реклама, которую можно встретить в их блогах - молодежная одежда, аксессуары, салоны красоты и прочие товары и услуги. Занимаясь всем этим, раскрывая себя и реализуя свои способности в интернет пространстве, человек сам собой не замечая, становится счастливее. Люди чувствуют, что в них кто-то нуждается и стараются сделать для них свой контент более интересным и неповторимым.

Уникальность социальных сетей, как арены самовыражения заключается и в том, что абсолютно любой человек может создать себе образ персонажа, актера, самого себя, взяв псевдоним или ник, скрыв реальный возраст, сменив род деятельности, профессию, продвигая себя через интернет во сферах жизнедеятельности, осуществляя давние мечты, путешествуя по миру, общаясь со своими близкими, а также с новоприобретенными в интернете знакомыми.

Таким образом, на основе всех вышеизложенных фактов, можно сказать, что человеческая жизнь поделена на две не равные половины, большая из которых протекает в социальных сетях. Это связано и с тем, что без использования Интернета невозможно реализовать те или иные вещи, которые могут быть связаны как с работой, так и с житейскими делами. Все наши потребности тем или иным образом взаимосвязаны, именно поэтому нам приходится создавать некий живой образ себя, своего Я в виртуальной среде. Ведь мы можем стать там кем угодно, начиная от повара, ведя кулинарный блог и заканчивая политической сферой. Самовыражение не подчинено полу, языку, нации и иным критериям, размываются возрастные границы. Оно доступно для каждого. Век технологий не стоит на месте и вскоре будут новые инновационные арены для самовыражения, но ясно одно, что мы с вами живем в интересное время, ресурсы которого стоит использовать по максимуму.

Источники и литература

- 1) <https://dic.academic.ru/> (Словари и энциклопедии на Академике).
- 2) <https://br-analytics.ru/> (Brand Analytics - система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ).
- 3) <https://mediascope.net/> (Mediascope - технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ).