

Головнева Елена Вениаминовна,

д-р пед. наук, профессор,

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»;

Головнева Наталья Александровна,

старший преподаватель,

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»;

Лазарева Анастасия Николаевна,

студентка 3 курса факультета педагогики и психологии,

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»,

г. Стерлитамак, Республика Башкортостан, Россия

ВЛИЯНИЕ ИНСТАГРАМА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

В статье рассматривается влияние инстаграма на формирование личности молодых людей. Подчеркивается, что инстаграм – один из сервисов общения и обмена медиа-файлами в интернете, инструмент нетворкинга, обмена полезным опытом; социальная интернет-платформа, на основе которой происходит построение сети деловых связей. Анализируются негативные и положительные стороны использования инстаграма, целесообразность и продуктивность его использования, а также влияние на его основную целевую аудиторию – молодежь.

Ключевые слова: инстаграм, социальная интернет-платформа, нетворкинг, молодые люди.

Elena V. Golovneva,

doctor of pedagogical sciences, professor,

Sterlitamak branch of FSBEI of HE «Bashkir State University»;

Natalia A. Golovneva,

senior lecturer,

Sterlitamak branch of FSBEI of HE «Bashkir State University»;

Anastasia N. Lazareva,

3-year student of the faculty of pedagogy and psychology

Sterlitamak branch of FSBEI of HE «Bashkir State University»,

Sterlitamak, Republic of Bashkortostan, Russia

INFLUENCE OF THE INSTAGRAM ON THE FORMATION OF THE PERSONALITY OF YOUNG PEOPLE

The article examines the influence of instagram on the formation of the personality of young people. It is emphasized that instagrans are one of the services of communication and the exchange of media files on the Internet, an instrument of networking, the exchange of useful experience; a social Internet platform on the basis of which the network of business ties is built. Analyzed are the negative and positive aspects of the use of instagram, the appropriateness and productivity of its use, as well as the impact on its main target audience – young people.

Keywords: instagram, social Internet platform, networking, young people.

Ежегодно появляются десятки сервисов для общения и обмена медиа-файлами в интернете, и среди огромного конкурирующего списка выделяется такая социальная интернет-площадка как инстаграм.

Инстаграм – бесплатное приложение для обмена сообщениями, фото и видео контентом между пользователями данной социальной сети [4, с. 84]. Но несмотря на возрастающую популярность, вокруг не умолкают споры о целесообразности и продуктивности его использования, а также влияния инстаграма на его основную целевую аудиторию – молодёжь. Целевая аудитория (англ. Target Audience) – избранная компанией-субъектом маркетингового воздействия совокупность потенциальных или существующих покупателей или потребителей, объединенная общими демографическими характеристиками и культурными вкусами, предпочтениями, характером принятия решений о покупках, на которую рассчитывают создатели товаров и услуг [6, с. 18].

Сейчас авторы статьи прибегнут к конструктивному анализу и рассмотрению использования инстаграма со стороны как отрицательных, так и положительных аспектов. Аспект – это точка зрения, взгляд на что-нибудь [5, с. 37].

Пожалуй, главная проблема современных социальных сетей, не обошедшая стороной и рассматриваемый сервис, – это навязывание образа успешного молодого человека с присущими идеалами во внешности, в образе

жизни, в стиле одежды и стереотипе поведения, вытесняющие индивидуальность каждого человека на второй план.

Всё это пагубно воздействует на несформировавшихся индивидов, что приводит к чувству одиночества, ненужности, тревоги и неполноценности, негативно воздействуя на внутреннее душевное состояние молодежи, делая последнюю пассивной, замедляя процесс адаптации в обществе. Чтобы хоть как-то самоутвердиться, молодые люди выкладывают свои обработанные (отретушированные) фотографии и видео в инстаграм, ждут положительной реакции от своих подписчиков в виде лайков и комментариев. Кнопка «Лайк» или «Мне нравится» (от англ. Like – нравится) – функция в коммуникационном программном обеспечении, предназначенном для социальных сетей, блогов, интернет-форумов, сервисов социальных закладок, новостных сайтов, которая используется для выражения отношения пользователей к тому или иному контенту [3].

Не стоит забывать, что люди, не владеющие тайм-менеджментом, тратят огромное количество времени на все вышеперечисленные действия, а также на поиск действительно качественного и образовательного контента. В свою очередь, тайм-менеджмент – это наука управления временем, технология, позволяющая использовать невосполнимое время вашей жизни в соответствии с вашими целями и ценностями [2, с. 3].

Но если вы человек, умеющий грамотно распределять своё время, а также умело фильтровать огромный поток поступающей информации, находя в нём для себя нужную, то инстаграм для вас – это, в первую очередь, мощнейший инструмент нетворкинга, обмена полезным опытом и одна из самых лучших образовательных площадок интернета. Нетворкинг – это построение сети деловых связей, формирование вокруг себя круга людей, каждый из которых профессионал в какой-то своей области [1]. Инстаграм будет для вас той самой платформой, на которой можно создать клуб единомышленников или присоединиться к уже существующему. Помимо блогеров, выпускающих лишь

развлекательный контент, в инстаграме существуют и те, кто может стать для вас мотивацией, чьи наставления и опыт помогут вам в реализации ваших самых смелых задумок и проектов.

В данной статье авторы рассмотрели только некоторые аспекты инстаграма. И, проанализировав их, можно сделать вывод, что такая социальная сеть как инстаграм имеет и положительное, и отрицательное влияние на развитие молодых людей. Но если они научатся правильно им пользоваться, то смогут реализовывать свой потенциал, совершенствоваться и своей жизнью мотивировать других пользователей рассматриваемой нами интернет-площадки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Арефьев И. Что такое нетворкинг? [Электронный ресурс] – URL: <https://clubshuttle.ru/networking-что-это-такое> (дата обращения: 07.09.2018).*
- 2. Архангельский Г.А. Тайм-драйв: как успевать жить и работать – М., 2018. – 235 с.*
- 3. Википедия. Определение «Мне нравится» [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мне_нравится (дата обращения: 07.09.2018).*
- 4. Карпоян С.М. Instagram как особый жанр виртуальной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 12-3. – С. 84-88.*
- 5. Ожегов С.И. Словарь русского языка – М.: ОНИКС, 2008. – 1200с.*
- 6. Панкрухин А.П., Голубков Е.П. Маркетинг: Словарь-справочник. – М.: Дело, 2001. – 238 с.*