

3. Монастырская М. В. Культурно-досуговая деятельность торгово-развлекательных центров // Вестник МГУКИ. 2007. № 4.

4. Пресс-выпуск № 1887 ВЦИОМ: онлайн-версия: «Свободное время: как его проводят жители двух столиц?». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112089> (дата обращения: 20.11.2019).

5. Фонд общественного мнения: Россияне о своем свободном времени. URL: [bd.fom.ru/report/map/d072424](http://bd.fom.ru/report/map/d072424) (дата обращения: 20.11.2019).

*В. В. Струганик (Барнаул)*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ СОВРЕМЕННЫМИ СТУДЕНТАМИ**

*Научный руководитель — В. А. Артюхина*

Сегодня мы можем наблюдать уникальный процесс формирования нового поколения, «поколения социальных сетей». Стремительно развивающиеся интернет-технологии и социальные сети уже стали для современных молодых людей не просто дополнительным удобным инструментом, но и жизненно важной необходимостью [1, с. 150]. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) за 2018 г., максимальный уровень вовлеченности в социальные сети наблюдается среди молодежи — в группе 18–24 года, среди них 91% почти ежедневно пользуются социальными сетями [2].

Практически с самого начала своего существования социальные сети попали в исследовательский фокус психологов, педагогов, социологов, философов, культурологов, политологов и маркетологов. Термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом Джеймсом Барнсом. Существует несколько определений. Во-первых, социальная сеть — платформа, которая необходима для создания, отражения и организации социальных взаимодействий в Интернете. Во-вторых, социальная сеть — диалоговый, с огромным количеством пользователей интернет-ресурс, содержание (контент) которого пополняется самими участниками Сети с возможностью указания личной информации о пользователях [3, с. 378].

Сегодня одной из самых популярных и успешных социальных сетей является «Инстаграм». «Инстаграм» (Instagram) — визуальная социальная сеть, главной особенностью которой является уникальный пользовательский фото- и видеоконтент [3, с. 378]. «Инстаграм»

в 2019 г. — это больше 1 миллиарда активных аккаунтов в месяц, 500 миллионов проявляют активность ежедневно [4]. Что же привлекает аудиторию? Во-первых, визуальный контент. Визуальную информацию мозг человека воспринимает в 60 раз быстрее, чем текстовую. Во-вторых, простой и понятный интерфейс. В-третьих, «Инстаграм» — это огромное количество возможностей.

К основным направлениям использования возможностей социальной сети «Инстаграм» современными студентами можно отнести следующие моменты.

Во-первых, «Инстаграм» для знакомства и общения. Каждый имеет возможность находить новые знакомства и вести диалоги в личных сообщениях (direct). Но даже без прямого общения вы можете следить за жизнью своих друзей, просматривая их посты и истории. Имеете возможность делиться фото и видео, делать к ним подписи, вести прямой эфир, общаясь со своими зрителями.

Во-вторых, «Инстаграм» для развлечения. Люди смотрят видео и фото развлекательного характера, следят за жизнью знаменитостей, принимают участие в розыгрышах, конкурсах и опросах.

В-третьих, «Инстаграм» как источник информации. Здесь всегда можно посмотреть новости мира, региона или вашего города, получить информацию, связанную с вашими увлечениями. Очень просто и быстро найти информацию о товарах и услугах, о местах, которые вы хотели бы посетить, посмотреть отзывы и рекомендации реальных людей.

В-четвертых, «Инстаграм» как источник получения дохода. Социальная сеть располагает самыми широкими и эффективными возможностями для продвижения товаров или услуг, выступая в качестве мощного инструмента рекламы и саморекламы не только для более или менее известных личностей, но и для СМИ, владельцев малого, среднего и крупного бизнеса и пр. PR в социальных сетях позволяет «внедриться» в информационное пространство множества людей вне зависимости от их желания, привлечь внимание и расширить аудиторию [5, с. 161].

В-пятых, «Инстаграм» как инструмент обучения и тренировки творческих способностей. Любой человек совершенно бесплатно получает возможность научиться чему-то новому. Найти идеи и вдохновение для своих творений у других пользователей. Размещать свои творения и быть оцененным со стороны общества.

В-шестых, отдельно стоит выделить возможности использования «Инстаграм» в быту. Здесь можно посмотреть рецепты, идеи интерьера, различные лайфхаки, советы и т. п.

В-седьмых, «Инстаграм» для поддержания здорового образа жизни и получения рекомендаций по уходу за собой. «Инстаграм» предоставляет огромное количество информации, связанной с правильным питанием, режимом и т. д., онлайн-тренировки, марафоны похудения, советы по уходу и созданию своего личного стиля и т. п.

Таким образом, «Инстаграм» — это социальная сеть, предоставляющая своей аудитории большое количество возможностей. «Инстаграм» используют для знакомства и общения, для развлечения, для поддержания здорового образа жизни, для создания стиля, для создания уюта в доме. «Инстаграм» можно рассматривать как источник информации, как источник получения дохода, как инструмент обучения и тренировки творческих способностей.

### **Библиографический список**

1. Абрадова Е. С., Кисловская Е. В. Молодежь в социальных сетях // Власть. 2018. № 3.
2. Каждому возрасту — свои сети // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3577. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691>.
3. Лысенкова М. Ф. Социальная сеть «Инстаграм»: специфика межличностных коммуникаций в молодежной digital-среде // Высшее образование для XXI века: проблемы воспитания : доклады и материалы XIV Международной научной конференции : в 2 ч. Ч. II. М., 2017.
4. Instagram в цифрах и фактах: актуальная статистика 2019. URL: <https://blog.ingate.ru/detail/instagram-v-tsifrakh-i-faktakh-aktualnaya-statistika-2019>.
5. Щурина Ю. В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. 2016. № 1 (13).

*В. А. Ткачева (Барнаул)*

## **ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ И ВЛИЯНИЕ НА НИХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ**

*Научный руководитель — О. Н. Замятина*

Человек как существо социальное живет и развивается внутри общества, имея для комфортного и нормального существования в нем определенные знания и умения, закладываемые агентами социализации уже в самом пути его общественного формирования. Для упро-