

ВИЗУАЛЬНАЯ САМОРЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕГРАЦИИ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭСТЕТИЧЕСКИЕ СООБЩЕСТВА

Габудлов А.Т., Баканова Я.М., Сырескина С.В., Самара (Россия)

Аннотация. Визуальные социальные платформы становятся ключевым пространством конструирования идентичности и социокультурной интеграции современной молодежи. Практики самопрезентации в Instagram, TikTok и иных визуально-ориентированных средах формируют новый тип сообществ, основанных на общности эстетических предпочтений, а не на территориальной или этнической принадлежности. Цель настоящего исследования — анализ механизмов, посредством которых визуальная самопрезентация молодежи в социальных медиа способствует интеграции в глобальные вкусовые сообщества, и выявление последствий этого процесса для локальных культурных норм. В ходе теоретического анализа научной литературы и эмпирических данных за период 2020–2026 годов выделены три ключевых аспекта: конструирование аутентичности через визуальный контент, алгоритмическое содействие формированию эстетических сообществ, трансформация локальных культурных норм под влиянием глобальных визуальных трендов. Обоснован вывод о двойственной роли визуальных платформ как инструмента интеграции, одновременно расширяющего доступ к транснациональным сообществам и порождающего новые формы нормативного давления.

Ключевые слова: визуальная самопрезентация, молодежь, социальные медиа, Instagram, TikTok, вкусовые сообщества, эстетические сообщества, интеграция, идентичность, цифровая культура.

VISUAL SELF-PRESENTATION OF YOUTH IN SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR INTEGRATION INTO GLOBAL AESTHETIC COMMUNITIES

Gabudlov A.T.; Bakanova Ya.M.; Syreskina S.V., Samara (Russia)

Abstract. Visual social platforms are becoming a key space for identity construction and sociocultural integration of contemporary youth. Self-presentation practices on Instagram, TikTok, and other visually oriented environments form a new type of community based on shared aesthetic preferences rather than territorial or ethnic affiliation. The aim of this study is to analyze the mechanisms through which visual self-presentation of youth in social media facilitates integration into global taste-based communities, and to identify the consequences of this process for local cultural norms. Through theoretical analysis of scientific literature and empirical data from

the period 2020–2026, three key aspects have been identified: the construction of authenticity through visual content, the algorithmic facilitation of aesthetic community formation, and the transformation of local cultural norms under the influence of global visual trends. The study substantiates the conclusion about the dual role of visual platforms as an integration tool, simultaneously expanding access to transnational communities and generating new forms of normative pressure.

Keywords: *visual self-presentation, youth, social media, Instagram, TikTok, taste-based communities, aesthetic communities, integration, identity, digital culture*

Социальные медиа, ориентированные на визуальный контент, заняли центральное место в повседневных практиках современной молодежи. Instagram, TikTok, Pinterest и аналогичные платформы превратились из средств коммуникации в полноценные пространства конструирования идентичности, где образ, стиль и эстетический выбор становятся основными маркерами принадлежности. В этих условиях формируется особый тип сообществ, которые исследователи обозначают как вкусовые сообщества — объединения, основанные на общности вкусов, визуальных предпочтений и стилистических кодов, а не на традиционных основаниях вроде территории, языка или этничности.

Данный феномен порождает фундаментальный вопрос: каким образом практики визуальной самопрезентации молодежи в социальных медиа способствуют интеграции в глобальные эстетические сообщества и какие последствия этот процесс имеет для локальных культурных норм и индивидуальной идентичности?

Перед началом исследования нами были поставлены следующие цели: проанализировать механизмы конструирования аутентичности средствами визуального контента; выявить роль алгоритмических систем в формировании эстетических сообществ; определить характер влияния глобальных визуальных трендов на локальные культурные практики; оценить амбивалентные эффекты интеграции в вкусовые сообщества для психологического благополучия молодых пользователей.

В процессе подготовки статьи нами был проведён анализ научных публикаций по базам цитирования и профильным изданиям в области цифровой социологии, визуальных исследований и психологии медиа за период с 2020 по 2026 год. В изученных источниках особое внимание уделялось эмпирическим исследованиям пользовательских практик в Instagram и TikTok, качественным интервью с молодыми создателями контента, а также работам, посвящённым алгоритмическому

курированию эстетических предпочтений. Полученные данные были сгруппированы в три тематических кластера: «Конструирование визуальной аутентичности», «Алгоритмическое формирование вкусовых сообществ», «Глобальное и локальное в эстетических трендах».

Визуальная самопрезентация в социальных медиа принципиально отличается от предшествующих форм репрезентации личности. Если традиционная фотография фиксировала момент, а ранние социальные сети акцентировали текстовую автобиографию, то современные платформы требуют от пользователя постоянного производства визуального контента, выстроенного вокруг определённой эстетической логики. Исследователи описывают этот процесс как «эстетический труд» — деятельность по созданию и поддержанию визуально когерентного образа, соответствующего ожиданиям определённого сообщества.

Центральным понятием здесь выступает аутентичность, однако природа её существенно трансформировалась. Если ранее аутентичность связывалась с искренностью и спонтанностью, то в контексте визуальных платформ формируется феномен «вычисляемой аутентичности» — тщательно сконструированной естественности, которая опознаётся аудиторией как подлинная именно в силу соответствия определённым эстетическим кодам. Пользователь интегрируется в сообщество не через декларацию своей идентичности, а через демонстрацию владения визуальным языком, принятым в данном сообществе.

Анализ контентных стратегий молодых пользователей показывает, что принадлежность к определённому эстетическому сообществу сигнализируется через систему визуальных маркеров: цветовую палитру, композиционные решения, выбор локаций, стилистику одежды и даже типографику. Эти маркеры образуют своеобразный «визуальный диалект», владение которым служит пропуском в сообщество. При этом важно отметить парадоксальный характер данного механизма: стремление к индивидуальному самовыражению реализуется через следование достаточно жёстким групповым канонам, а уникальность достигается путём тонкой вариативности внутри общего шаблона.

Алгоритмические системы платформ играют ключевую роль в формировании и поддержании эстетических сообществ. Механизмы рекомендаций, персонализированные ленты и хештеговые системы создают своеобразную инфраструктуру, которая одновременно отражает и формирует вкусовые предпочтения пользователей.

Контент, соответствующий эстетике определённого сообщества, получает алгоритмическое продвижение среди пользователей со схожими паттернами потребления, что усиливает групповую сплочённость и ускоряет формирование визуального канона.

Это алгоритмическое курирование порождает феномен, который исследователи обозначают как «эстетические пузыри» — замкнутые визуальные среды, в которых циркулирует контент, соответствующий определённому вкусовому профилю. С одной стороны, такие пузыри обеспечивают быстрое погружение новых участников в эстетический код сообщества и облегчают интеграцию. С другой — они создают риски гомогенизации визуального опыта и сужения эстетического кругозора. Молодой пользователь, интегрируясь в глобальное вкусовое сообщество, может одновременно утрачивать контакт с локальными визуальными традициями, не вписывающимися в алгоритмически продвигаемую эстетику.

Особого внимания заслуживает вопрос о влиянии глобальных эстетических трендов на локальные культурные нормы. Визуальные платформы функционируют как проводники транснациональных стилистических канонов, которые могут вступать в конфликт с местными представлениями о допустимом и желательном в самопрезентации. Анализ контента русскоязычного сегмента TikTok демонстрирует, что молодые пользователи часто балансируют между глобальной эстетикой, продвигаемой платформой, и локальными культурными ожиданиями, что порождает гибридные формы самопрезентации. Такая гибридизация может рассматриваться как творческая адаптация глобальных трендов к местному контексту.

Вместе с тем интеграция в эстетические сообщества сопряжена с психологическими рисками. Постоянное сравнение своего визуального контента с тщательно отобранными образцами, циркулирующими в сообществе, может провоцировать неудовлетворённость собственной внешностью и образом жизни. Исследования фиксируют корреляцию между интенсивностью использования визуальных платформ и уровнем тревожности, связанной с самопрезентацией, среди молодых пользователей. Формируется феномен «эстетического перфекционизма» — стремления к недостижимому визуальному идеалу, поддерживаемому групповыми нормами сообщества и алгоритмическим продвижением наиболее «безупречного» контента.

Нами был сделан вывод, что визуальная саморепрезентация в социальных медиа функционирует как амбивалентный механизм интеграции. С одной стороны, она открывает доступ к глобальным сообществам, основанным на общности вкусов, позволяя молодым людям

находить единомышленников за пределами своей непосредственной социальной среды и формировать идентичность, не детерминированную локальным контекстом. С другой стороны, эта форма интеграции сопряжена с новыми формами нормативного давления — эстетическими канонами сообщества, алгоритмически усиленными и не менее императивными, чем традиционные социальные нормы.

Проведённый анализ позволяет утверждать, что феномен вкусовых сообществ представляет собой значимый сдвиг в механизмах социокультурной интеграции молодежи. Если классические формы интеграции опирались на непосредственное взаимодействие в физическом пространстве, общность биографического опыта и институциональные структуры, то визуальные платформы создают альтернативные каналы включения в сообщества, где основным связующим элементом выступает разделяемая эстетика. Этот сдвиг имеет амбивалентные последствия: расширение пространства свободы самовыражения сопровождается формированием новых, не менее жёстких нормативных систем, а глобальная доступность эстетических сообществ порождает риски размывания локальных культурных идентичностей.

Практическое значение рассматриваемой проблематики связано с необходимостью развития у молодых пользователей компетенций критической визуальной грамотности — способности анализировать эстетические коды сообществ, распознавать алгоритмическую природу их формирования и осознанно выбирать стратегии самопрезентации, учитывающие как глобальные тренды, так и локальный культурный контекст. Образовательные инициативы в сфере медиаграмотности должны включать компонент визуальной рефлексии, направленный на формирование осознанного отношения к практикам самопрезентации и понимания механизмов функционирования эстетических сообществ.

Перспективой дальнейших исследований является лонгитюдное изучение трансформации эстетических предпочтений молодежи под влиянием алгоритмических систем, а также кросс-культурный анализ специфики вкусовых сообществ в различных национальных сегментах визуальных платформ. Отдельного внимания заслуживает вопрос о потенциале гибридных эстетических форм как пространства культурной инновации, в котором глобальные тренды не вытесняют локальные традиции, а вступают с ними в продуктивный диалог.

Литература

1. *Абидин К.* TikTok и молодежная культура: аутентичность, алгоритмическое наблюдение и эстетическое «я» // Социальные медиа и общество. 2023. Т. 9, № 2. С. 1–12.

2. *Даффи Б. Э., Хунд Э.* Гендерная видимость в социальных медиа: преодоление противоречия аутентичности в Instagram // Международный журнал коммуникации. 2024. Т. 18. С. 875–894.

3. *Ливер Т., Хайфилд Т., Абидин К.* Instagram: культуры визуальных социальных медиа. Кембридж: Полити Пресс, 2020. 264 с.

4. *Манович Л.* Эстетическое общество: Instagram и расцвет визуальной культуры образа жизни. Кембридж: Издательство Массачусетского технологического института, 2025. 320 с.

5. *Васильева Е. Н.* Визуальная саморепрезентация молодежи в социальных медиа: эстетические стратегии и идентичность // Мониторинг общественного мнения. 2024. № 3. С. 124–143.

6. *Зулли Д., Зулли Д. Дж.* Расширяя границы интернет-мема: концептуализация эстетических шаблонов в социальных медиа // Новые медиа и общество. 2023. Т. 25. № 8. С. 2033–2051.

ПРОФИЛАКТИКА СОЦИАЛЬНОГО СИРОТСТВА В РЕГИОНЕ: КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ И РЕСУРСЫ

Денисова Н.А., Сиротина Т.В., Барнаул (Россия)

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования трудностей, с которыми сталкиваются специалисты при реализации национального стандарта «Услуги по профилактике социального сиротства детей» в Алтайском крае, с акцентом на коммуникативные барьеры и ресурсы профилактической деятельности. На материалах анкетного опроса 86 специалистов учреждений региона проанализированы барьеры внутрикомандной коммуникации, коммуникативные трудности во взаимодействии с семьями, а также распространённость симптомов профессионального выгорания. Показано, что наиболее острые коммуникативные барьеры связаны не с управленческими формулировками, а с сопротивлением родителей – отрицанием проблем, уклонением от контактов и сокрытием информации; при этом система обладает значимым ресурсным потенциалом, выражающимся в запросе специалистов на развитие компетенций кризисного консультирования, сохранении эмпатической вовлечённости. Авторы делают вывод о тесной взаимосвязи коммуникативных и психоэмоциональных барьеров и обосновывают направления совершенствования региональной системы профилактики социального сиротства.

Ключевые слова: социальное сиротство, профилактика социального сиротства, национальный стандарт, специалисты, коммуникативные барьеры, профессиональное выгорание