



УДК 316.776:316.472.4-053.6

К.М. Химченко

Химченко Ксения Михайловна, студентка 2 курса группы УКИ/бак-24-1 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: ksyy31@icloud.com.

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматривается влияние социальных медиа на формирование идентичности молодежи в условиях цифрового общества. Анализируются механизмы цифровой социализации, самопрезентации и трансформации «Я-образа». Обосновывается роль социальных медиа как значимого агента социализации, влияющего на ценностные ориентиры и модели поведения молодежи. Подчеркивается двойственный характер их воздействия, сочетающий возможности самореализации и риски фрагментации идентичности.

Ключевые слова: социальные медиа, идентичность, молодежь, цифровая идентичность, социализация, самопрезентация, медиакультура, онлайн-коммуникация, ценностные ориентиры.

K.M. Khimchenko

Khimchenko Kseniya Mikhailovna, 2nd-year student of the UKI/bak-24-1 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: ksyy31@icloud.com.

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE FORMATION OF YOUTH IDENTITY IN MODERN SOCIETY

The article analyzes the impact of social media on the formation of youth identity in the context of a digital society. It examines the mechanisms of digital socialization, self-presentation, and the transformation of the self-image. The role of social media as a significant agent of socialization influencing value orientations and behavioral patterns of young people is substantiated. The study highlights the dual nature of this influence, combining opportunities for self-realization with the risks of identity fragmentation.

Key words: social media, identity, youth, digital identity, socialization, self-presentation, media culture, influencers, online communication, value orientations.

Идентичность традиционно формируется в процессе социализации через усвоение норм, ценностей и социальных ролей. Однако в цифровую эпоху этот процесс претерпевает значительные изменения. Возникает феномен цифровой идентичности, который характеризуется возможностью конструирования и редактирования собственного образа в онлайн-пространстве. В этом контексте А.Н. Аянян справедливо отмечает, что цифровая идентичность приобретает фрагментированный и динамический характер, выражающийся в множественности онлайн-образов личности [1].

Данное положение представляется методологически важным, однако требует уточнения: речь идет не столько о разрушении целостности личности, сколько о ее структурной усложненности. Иными словами, множественность идентичности может рассматриваться не только как кризис, но и как адаптивный механизм, позволяющий личности функционировать в различных социальных контекстах.

Развивая данную линию, А.Д. Денисова подчеркивает, что социальные медиа создают условия для формирования множественной идентичности, где индивид одновременно реализует себя в различных социальных ролях [5]. Важно отметить, что ее позиция фактически усиливает тезис А.Н. Аянян, переводя его из описательного уровня в функциональный: множественность здесь выступает не только характеристикой, но и способом социального существования личности. Однако если у А.Д. Денисовой акцент сделан на гибкости идентичности, то критически важно учитывать и обратную сторону этого процесса – рост внутренней нестабильности и зависимость от внешней оценки.

Эту же проблематику по-новому интерпретирует В. Тунчжоу, рассматривающий социальные сети как пространство активного конструирования идентичности [3]. В отличие от традиционных подходов к социализации, где индивид в значительной степени подчинен социальным институтам, здесь он выступает как активный агент, самостоятельно проектирующий собственный образ. Таким образом, можно зафиксировать важный сдвиг в научном дискурсе: от понимания идентичности как результата воздействия общества к пониманию ее как процесса самоконструирования в цифровой среде.

Обращаясь к социальным медиа как институту социализации, необходимо подчеркнуть их принципиальную двойственность. С одной стороны, они сохраняют функции традиционной социализации – трансляцию норм и ценностей. С другой стороны, они радикально изменяют форму этой трансляции, делая ее нелинейной, персонализированной и алгоритмически

опосредованной. По мнению И.Д. Батукаевой, медиaprостранство становится альтернативной социальной реальностью, в которой происходит активное взаимодействие молодежи [2]. Развивая данную идею, можно утверждать, что для современной молодежи граница между онлайн- и офлайн-реальностью постепенно стирается. Это означает, что цифровая среда перестает быть дополнением к реальной жизни и становится ее неотъемлемой частью.

Дополняя это, Я.А. Кислица акцентирует внимание на механизмах обратной связи в социальных медиа, где лайки и комментарии формируют специфическую «экономику одобрения» [6]. Однако принципиально важно подчеркнуть, что эта экономика не просто влияет на поведение, она трансформирует сам механизм самооценки личности. В результате ценность «Я» начинает восприниматься через количественные цифровые показатели, что усиливает зависимость идентичности от внешнего социального признания.

Существенное влияние на формирование идентичности молодежи оказывают инфлюенсеры. А. Сосновская анализирует влияние инфлюенсеров как новых агентов социализации, видит их как новых лидеров мнений, формирующих стандарты поведения, потребления и самовыражения [10]. Однако важно дополнить, что влияние инфлюенсеров не является односторонним: молодежь не только копирует их поведение, но и интерпретирует его в соответствии со своими установками. Это свидетельствует о сохранении определенной степени автономии личности.

Еще одним значимым направлением анализа выступает влияние медиакультуры на процессы формирования идентичности. В условиях цифровизации именно она во многом определяет ключевые ориентиры самовосприятия. Как отмечает К. Демченко, медиасреда транслирует стандартизированные представления об успехе, внешней привлекательности и социальном статусе, которые способны оказывать заметное давление на молодежь, формируя завышенные ожидания [4]. Действительно, социальные

медиа закрепляют определенные модели успешности, привлекательности и общественного признания. Вместе с тем важно подчеркнуть, что молодые пользователи не всегда безусловно принимают подобные установки, нередко они подвергаются переосмыслению и критической оценке.

И.А. Петрова, в свою очередь, акцентирует внимание на значении социальных медиа в формировании молодежных субкультур. Онлайн-сообщества объединяют людей на основе общих интересов, способствуя возникновению новых форм коллективной идентичности [8]. Развивая данную идею, можно заключить, что идентичность современной молодежи складывается на пересечении глобальных и локальных культурных влияний. Это приводит к появлению гибридных форм идентичности, сочетающих элементы различных культур.

Особого внимания заслуживает влияние социальных медиа на политическую идентичность молодежи. В условиях цифровизации политическая социализация все чаще происходит через онлайн-платформы.

А.Л. Син и И.В. Бахлов отмечают, что социальные медиа активно способствуют формированию политических взглядов молодежи [9]. Через цифровые платформы распространяется политическая информация, формируются убеждения и гражданская позиция. Однако, на наш взгляд, их влияние носит не столько информирующий, сколько интерпретационный характер: молодежь воспринимает не «чистую» информацию, а ее интерпретации, заданные алгоритмами и лидерами мнений. М.Д. Окуловский подчеркивает роль социальных сетей в формировании активной жизненной позиции [7]. Действительно, цифровые платформы расширяют возможности участия в общественной жизни. Вместе с тем возникает риск поверхностной вовлеченности, когда активность ограничивается символическими действиями (лайки, репосты).

Обобщая рассмотренные подходы, можно отметить, что влияние социальных медиа на идентичность молодежи носит противоречивый характер. С одной стороны, они открывают широкие возможности для

самореализации, расширяют доступ к информации и способствуют развитию коммуникативных навыков. С другой стороны, они усиливают зависимость от внешней оценки, способствуют формированию нереалистичных стандартов и могут приводить к фрагментации идентичности. Важно подчеркнуть, что степень влияния социальных медиа во многом зависит от индивидуальных особенностей личности и уровня ее критического мышления. Это позволяет говорить не об определяющем, а о вероятностном характере данного влияния.

Список источников

1. Аянян, А.Н. Цифровая идентичность молодежи: изменение содержания и статуса (2018–2022 гг.) // Новые психологические исследования. – 2024. – № 1. – С. 23-31.
2. Батукаева, И.Д. Влияние социальных сетей и медиапространств на формирование идентичности: магистерская диссертация. – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 85 с.
3. Ван Тунчжоу. Влияние социальных сетей на формирование идентичности молодежи в современном обществе // Наука и образование. – 2024. – № 4. – С. 67-73.
4. Демченко, К. Влияние медиакультуры на формирование идентичности молодежи // Исследовательская презентация. – 2023. – С. 5-12.
5. Денисова, А.Д. Влияние социальных медиа на формирование идентичности молодежи // Научная палитра. – 2025. – № 2. – С. 12-18.
6. Кислица, Я.А. Влияние социальных медиа на формирование личности молодежи: выпускная квалификационная работа. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 72 с.
7. Окуловский, М.Д. Влияние социальных сетей на формирование активной жизненной позиции студенческой молодежи // Социология. – 2025. – № 1. – С. 54-60.

8. Петрова, И.А. Роль социальных медиа в формировании молодежной субкультуры // Социальные исследования. – 2022. – № 6. – С. 34-40.

9. Син, А.Л., Бахлов, И.В. Особенности влияния социальных медиа на политическую идентификацию молодежи // Социально-политические науки. – 2023. – № 3. – С. 45-52.

10. Сосновская, А. Влияние социальных медиа и инфлюенсеров на социализацию и идентичность молодежи // SSRN. – 2023. – С. 1-15.