

**Мельников Михаил Васильевич**

кандидат социологических наук,  
доцент кафедры социологии  
Новосибирского государственного  
технического университета,  
доцент кафедры социологии  
Новосибирского государственного университета  
экономики и менеджмента

**Моисеева Зинаида Федоровна**

студент Сибирского государственного университета  
телекоммуникаций и информатики

## **ГРАНИЦА МЕЖДУ ЛИЧНЫМ И ПУБЛИЧНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM [1]**

---

**Аннотация:**

*Статья посвящена анализу результатов социологического исследования представлений пользователей Instagram о границе между личным и публичным пространством. Методами исследования выступили контент-анализ фотографий и интервью пользователей Instagram. Выполнена интерпретация понятий публичного пространства и личного пространства. Сделан вывод о том, что представления о личном пространстве молодых пользователей Instagram отличаются от распространенных в обществе представлений о личном пространстве.*

**Ключевые слова:**

*личное пространство, публичное пространство, Instagram, граница, публичность, приватность, открытость, закрытость, контент-анализ, интервью.*

---

**Melnikov Mikhail Vasilyevich**

PhD in Social Science,  
Assistant Professor,  
Social Science Department,  
Novosibirsk State Technical University,  
Assistant Professor, Social Science Department,  
Novosibirsk State University of  
Economics and Management

**Moiseyeva Zinaida Fyodorovna**

Student, Siberian State University of  
Telecommunications and Information Science

## **THE BOUNDARY BETWEEN PERSONAL AND PUBLIC SPACES AND ITS FEATURES BY CASE STUDY OF INSTAGRAM [1]**

---

**Summary:**

*The article analyses the social study results reviewing ideas of Instagram users about the border between private and public space. The content analysis of Instagram photos and the interviews of Instagram users are the research methods. The interpretation of the public space and private space concepts has been made. It is concluded that the ideas of personal space of young Instagram users are different from generally accepted in the society.*

**Keywords:**

*personal space, public space, Instagram, border, publicity, privacy, openness, closeness, content analysis, interview.*

---

Пространства могут быть протяженными, обширными, некоторые из них впечатляюще огромны, но почти все пространства имеют свои границы. Некоторые из этих границ могут быть более закрытыми для прохода, чем другие. Одни границы существуют длительное время в неизменном виде, другие время от времени передвигаются и переустанавливаются. Прежде чем посмотреть, как относятся к границам между личным и публичным пространством пользователи Instagram, рассмотрим основные признаки публичного и личного пространства.

Все, что может быть описано как публичное, является по своей сути общим, открытым и доступным. Публичное пространство может быть материальным, физическим (например, городской парк, стадион, торгово-развлекательный комплекс) или виртуальным (например, форумы в Интернете). Но и в том и в другом случае публичное пространство открыто для доступа многим людям. Правда, доступ не всегда является бесплатным, неограниченным и анонимным. В публичном пространстве люди часто находятся в непосредственной близости друг от друга. Они могут воздерживаться от взаимных контактов, но они реагируют на присутствие других и руководствуются во внешнем выражении своих желаний, в своих действиях известными всем правилами поведения в публичных местах.

Личное пространство также может быть материальным, физическим. Прежде всего это пространство, занимаемое каждым человеком как телесным существом. Видом личного пространства является эгоцентричная территория, или подвижное пространство, которое окружает личность и перемещается вместе с ней. Границы этого пространства обозначены личными предметами, используемыми людьми: сумками, тростями, зонтиками и т. д. Доступ к личному эгоцентричному пространству открыт тем людям, которые поддерживают с занимающим эгоцентричное пространство человеком тесный эмоциональный контакт (например, супруги, любовники, дети и

родители), либо должен быть кратковременным и профессионально и ситуативно обоснованным (медицинский осмотр). Близким к личному пространству во многих существенных отношениях является плюроперсональное интимное собственное или внутреннее пространство. С помощью этого термина Д. Гильдебранд описывает мир любящих друг друга двух людей, в который не может заглянуть никто иной [2].

Присущая личному пространству закрытость может быть особенно сильной, если это пространство не материальное, а ментальное, представляемое в сознании. Материальное пространство может быть одновременно видимо и одним, и несколькими, и многими людьми. Ментальное пространство существует прежде всего в каждом отдельно взятом сознании. Оно ограничено этим сознанием и не может быть разделено с другим и передано под совместный контроль, как материальное пространство. Доступ в это пространство ограничен индивидуальной волей и объективными коммуникативными ограничениями, присущими человеку по природе.

Закрытость личного пространства придает ему черты неофициальности, интимности, приватности. Находясь в личном пространстве, наедине с собой и в присутствии самых близких, человек ведет себя иначе, нежели когда он находится в публичном пространстве среди посторонних. Внешнее и видимое для других, посторонних людей, публичное выражение этих черт нередко вызывает у них протест и возмущение. Но люди, пребывающие одновременно в одном и том же физическом публичном пространстве, могут осуществлять приватизацию какой-то части общего для всех них пространства [3]. Приватизация публичного пространства происходит посредством проведения условной пограничной линии между избранной частью публичного пространства, превращаемого на некоторое время в личное пространство, занимаемого и используемого в личных целях, и остальным публичным пространством, по-прежнему доступным и открытым для общего пользования.

Эта приватизация может осуществляться на условно-договорной основе и как нелегитимный захват. В первом случае часть публичного пространства временно становится личным и частным пространством, но при этом на приватизированной части общей территории действуют правила поведения, принятые в публичных местах. Например, молодая пара влюбленных людей может прийти в городской парк и сесть на газон, на котором уже сидят другие люди. Эта пара постарается выбрать место, занимая которое она будет находиться от других людей на некотором расстоянии. Другие люди будут признавать право влюбленных сохранять дистанцию между ними и собой и постараются не нарушать ее. В свою очередь, молодая пара постарается в присутствии посторонних воздерживаться от проявления взаимных любовных чувств, которые допустимы в личном закрытом пространстве. Если же приватизация публичного пространства осуществляется как его захват, на приватизированной территории начинают действовать правила поведения, недопустимые в публичном пространстве. Например, молодая пара может заняться сексом на газоне, игнорируя находящихся на небольшом расстоянии от нее посторонних людей.

Таким образом, личное и публичное пространства могут пересекаться и сосуществовать друг с другом, но сохранять при этом свои черты. Личное пространство сохраняет, может быть частично, свою закрытость, тогда как публичное пространство остается открытым, в том числе для осуществления временной приватизации какой-то его части.

Появление электронных социальных сетей позволяет получить новые сведения о границе между личным и публичным пространством как границе подвижной, меняющейся и транспарентной. В случае с Instagram мы имеем дело с социальной сетью, возможности которой позволяют получить визуальное представление о трансформациях границы между личным и публичным пространством. Instagram играет роль средства для показа отдельными людьми как частными, а не официальными лицами, своей неслужебной и личной жизни, которая, вследствие своего представления в Instagram, получает значение публичной.

За день в Instagram появляется около 70 млн фото и видео. Общее количество снимков превысило 30 млрд. Популярность и востребованность Instagram связана с рядом его преимуществ по сравнению с другими электронными сетями. Большинство людей, а значит, и пользователей Instagram, визуалы, которым легче воспринимать информацию через картинки, в случае с Instagram – фотографии, а не через ощущения, цифры или звуки [4]. Кроме того, не все люди способны хорошо выражать свои мысли, воплощать их в текстах и выставлять их на общий суд. Привлекательность Instagram для них состоит в том, что он предоставляет возможность выразить себя, свою повседневность и свое отношение к миру посредством визуальных документов.

Instagram, во всяком случае пока, вне политики, хотя политические деятели являются активными пользователями Instagram. Успех Instagram является свидетельством того, что интерес людей к гражданско-политической сфере снижается на фоне получения частной жизнью людей публичного характера. Но визуальный императив Instagram имеет и другую сторону. Instagram показывает людей не столько такими, какими они являются на самом деле, сколько такими, какими они хотят себя показать другим, используя для этого возможности технологий обработки фотоматериалов. История Эссены О'Нил, модели и «звезды» Instagram, интересна признаниями

девушки в том, что ее «идеальные» фотографии, сделанные с целью привлечь к себе внимание и поддержку, а затем спонсорские деньги, не принесли ей счастья [5]. Эссена поняла, что стала заложницей своей виртуальной самопрезентации и сконструировала публичный образ, не соответствующий своей реальной личности.

Для получения данных об изучаемом предмете – границе между личным и публичным пространством человека в социальной сети Instagram – в мае – июне 2016 г. было проведено социологическое исследование. От авторов потребовалось решить ряд научных задач:

- выполнить операциональное определение понятий личного и публичного пространства;
- использовать эти определения для контент-анализа фотографий из Instagram, содержащих изображения, соотносимые с личным и публичным пространством;
- изучить «лайки» («лайк» – условное выражение одобрения материалу, пользователю – «♥») к фотографиям из Instagram, содержащим изображения, соотносимые с личным пространством;
- провести опрос пользователей Instagram и получить сведения о том, чем руководствуются респонденты, относя предложенные им для оценки фотографии из Instagram к фотографиям, содержащим изображения, соотносимые с личным пространством.

Для контент-анализа были отобраны аккаунты рядовых пользователей Instagram. В качестве единиц анализа рассматривались:

- пространства в доме, не предназначенные для открытого общего доступа и показа (спальни, ванны, туалетные комнаты, беспорядок в жилой комнате);
- предметы, не предназначенные для показа широкой публике (нижнее белье, предметы личной гигиены: зубные щетки, полотенца, незаправленная постель);
- пользователи в неодобряемом для публичной, «официальной» демонстрации виде (во сне, со сна, во время болезни, в состоянии опьянения);
- пользователи в «неприличном» (полуобнаженном/обнаженном) виде;
- интимные интеракции с сексуальным подтекстом, в которых участвуют пользователи (откровенно целующаяся пара, откровенные объятия, прикосновения).

Сделаем необходимые пояснения. Термин «личное пространство» используется применительно к таким различным объектам, как ванны и спальни, предметы личной гигиены, люди в заспанном или «неприличном» виде, следующим образом. Ключевыми признаками личного пространства, если оно рассматривается в паре с публичным пространством, являются его закрытость, недоступность для широкой публики, принадлежность конкретным индивидам, неофициальность, интимность и приватность. При таком видении личное пространство будет не любым подвижным эгоцентричным пространством, а непубличным пространством, то есть пространством, не предназначенным для публичного использования, в том числе демонстрации широкой публике в различных целях.

Спальня и санузел наиболее ярко демонстрируют физические границы личного пространства, публикуемые в Instagram. Спальня рассматривается многими как что-то «сокровенное». В спальне не принято играть детям, принимать гостей и т. д. А ванная комната и туалет напрямую ассоциируются с личной гигиеной и уходом за интимными частями тела. Предметы, не предназначенные для показа широкой публике (нижнее белье, предметы личной гигиены: зубные щетки, полотенца), могут быть отчасти отнесены к «стыдливому предметам» согласно классификации предметов в жилых интерьерах Г. Риггинса [6]. Эти предметы используются людьми для приведения своего тела и лица в вид, соответствующий общественным ожиданиям, позволяющий без стеснения появляться в публичных пространствах. Но в соответствии с этими же ожиданиями данные предметы обычно находятся в закрытых местах и не предназначены для широкого показа. Зубные щетки, расчески, флаконы с духами, гигиенические тампоны, нижнее белье и т. п. являются предметами, посредством которых человек обозначает границы своего личного пространства, максимально близкие к его телу и предназначенные для работы с телом, осуществляемой обычно в уединении за закрытыми дверями, поэтому их отнесение к личному пространству является оправданным.

Человек, выставляющий напоказ свои фотографии в неухоженном виде, демонстрирует всему миру то, что должно было быть сначала исправлено посредством умывания, причесывания, бритья и т. д. Человек в неухоженном состоянии может и должен находиться в пространстве, закрытом от глаз вольных и невольных свидетелей его неформального вида. Примерно такие же аргументы можно привести по поводу откровенно «неприличного» вида пользователей, а также фотографий интимных интеракций с сексуальным подтекстом, в которых участвуют пользователи.

Контент-анализ публикаций пользователей был разделен на два блока: первый отвечал на вопросы: «Какой процент фотографии личного пространства занимают от количества всех фотографий пользователя?» и «Публикации какой формы личного пространства мы видим чаще остальных у пользователей?» Второй блок был посвящен вопросу: «Фотографии личного пространства набирают больше или меньше “лайков” по сравнению с остальными фото?»

Было просмотрено 43 295 фотографий из 100 открытых профилей, доступных для одного из авторов настоящей статьи. Бралась для анализа как пользователи, на которых был подписан один из авторов, так и те, которые подписаны на него, а также «рандомные» профили, не имеющие отношения к личной странице автора. Авторские подписки отражают субъективный интерес. Среди доступных подписок редко встречаются те, которые содержат контент личного пространства. А те люди, которые подписаны на автора, имеют в своих аккаунтах, пожалуй, больший процент фото личного пространства. Это же и касается пользователей, отобранных «рандомно».

Для анализа были использованы страницы молодых пользователей Instagram в возрасте от 18 до 28 лет – 60 профилей девушек и 40 профилей юношей. Преобладание девушек объясняется тем, что девушки вообще более активные пользователи Instagram. Также предполагалось, что на страничках девушек фотографии личного пространства будут встречаться чаще. Исследование гендерного стереотипа, что девушки более экстравертированы и любят выставлять себя напоказ, было проведено Г. Геймансом. Мужчинам и женщинам предлагалось оценить свой и противоположный пол по многим позициям. Выяснилось, что женщины более откровенны, им присуще желание нравиться. В этих оценках сошлись в своих ответах и мужчины, и женщины. Мужчины же, по данным опроса, более замкнуты, молчаливы [7]. Выбор молодежного контингента объясняется тем, что молодежь более открыта к демонстрации личного пространства всему миру.

Единицей счета являлась частота единиц анализа. Анализ полученных данных показал, что процент фотографий, изображающих различные формы личного пространства, у девушек несколько ниже, чем у юношей: 1,4 % (376 публикаций) против 1,6 % (237 публикаций). Однако профили юношей с такими фото было найти сложнее, чем подобные профили девушек. Проценты и сложность набора юношей уравнивают соотношение таких публикаций, и гипотеза о том, что девушки более открыты в отношении публикации своего личного пространства, не подтвердилась – этому подвержены и юноши, и девушки.

Фото в откровенно «неприличном» виде лидируют в процентном соотношении и у девушек – 66 % (248 публикаций), и у юношей – 18 % (43). Фотографии в неодобряемом для публичной демонстрации виде составили 22 % публикаций у девушек и 16 % у юношей. Фото, демонстрирующие интимную интеракцию с сексуальным подтекстом, в которой участвуют пользователи, представлены в 7 % публикаций у девушек и 10 % у юношей. Изображения личного пространства в физическом смысле: ванны, туалетные комнаты, спальни – встречались в 5 % публикаций у девушек и 4 % у юношей. Личные предметы: нижнее белье, неприбранная постель, предметы личной гигиены – были замечены на 4 % публикаций у девушек и 8 % у юношей.

Далее были соотнесены «лайки» к фотографиям личного пространства пользователя и к фото-«антагонистам». Например, сравнивались фото в «неофициальном» виде с обычными селфи, где человек выглядит «прилично». Фото в неодобряемом для публичной демонстрации виде у девушек собирали меньше «лайков» – 54 «лайка» за фото в опьяненном виде против 57 за фото в ресторане в адекватном виде; 37 «лайков» за спящую девушку – 61 за селфи. Фото в «откровенном виде», наоборот, пользовались большей популярностью, например 317 «лайков» за откровенное фото в белье и 237 – за фото в одежде. Сравнение поддержки фото с интимной интеракцией с фотографиями с дружеской интеракцией показало, что фото первого типа поддерживались чаще.

В профилях юношей фото пользователей в больном и пьяном виде получали примерно такое же количество «лайков», как и фото в «обычном» виде. Например, 100 «лайков» получило фото, изображающее пользователя в пьяном виде, и 104 «лайка» – фото, изображающее пользователя рядом с Кремлем. За фото в «откровенном» виде молодые мужчины получили несколько меньше одобрительных оценок: 68 за фотографию в нижнем белье по сравнению с 102 за фото в шортах. Фотографии, носящие характер интимной интеракции, вызвали немного больше одобрения: 187 «лайков» за фото с грудью девушки по сравнению с 172 за фото с собакой, 70 за публикацию с ягодицами девушки и 69 за приличное селфи.

Но есть другой пример. 163 «лайка» получили фотографии откровенных объятий с девушкой, тогда как фото с невинными объятиями набрало 186 «лайков». Публикации пользователями своего физического личного пространства в виде ванной комнаты собирали чуть меньше «лайков» – 42 за фото в ванной и 43 за селфи вне ее, 53 за ванную и 59 за ее отсутствие на снимке. И фотографии постели оценивались хуже, чем фото вне ее: 63 «лайка» за фото в кровати и 82 за поход в театр, 51 за постель и 64 за фото верхом на коне, 39 «лайков» против 44 за селфи не в постели.

Фотографий личного пространства у юношей оказалось на 0,2 % больше, но из-за того, что мужские профили с такими публикациями вообще было найти сложнее, можно сделать вывод о том, что демонстрации своего личного пространства юноши и девушки подвержены примерно в равной степени. Фотографии в «откровенном» виде заняли лидирующее место среди остальных и у девушек, и у молодых мужчин. На втором месте – фото в «неофициальном» виде. На третьем –

публикации с изображением интимного взаимодействия. На четвертом: у юношей – фотографии личных предметов, у девушек – фото в комнате, носящие характер личного пространства. Последнее место заняли у юношей – фотографии личных комнат, у девушек – публикации личных предметов. Также оказалось, что фотографии девушек в «неформальном» виде собирают меньше оценок, откровенные публикации и фото с изображением интимного взаимодействия были более популярны «обычных» и несколько хуже оценивались фото с личными предметами и демонстрациями физического личного пространства. В профилях юношей несколько меньшей популярностью пользовались фото личного пространства за исключением фотографий с интимной интеракцией.

С целью получения дополнительных сведений о границе между личным и публичным пространством было проведено интервьюирование, участниками которого выступили 30 человек – 15 юношей и 15 девушек. Был задан ряд вопросов и представлены фотографии, изображения на которых респондентам предлагалось оценить на предмет их возможного отнесения к личному пространству. Фотографии туалетных комнат, спален, комнат с неприбранными вещами посчитали фотографиями личного пространства 57 % опрошенных. Ванную комнату отнесли к личному пространству только два человека – юноша и девушка. Таким образом, места, где человек занимается личными делами, например принимает душ, респонденты не отнесли к категории личного пространства. А вот неаккуратный фон, разбросанные вещи в комнате связали с личным пространством 14 девушек и один юноша.

Что касается личных предметов как частей личного пространства (в интервью этими предметами были фото нижнего белья, запечатанного презерватива и постели), то белье отнесли к личному 74 % респондентов, постель, где могут быть замечены и волосы на подушке, и крошки от печенья, и т. д., к категории личного отнесла только одна девушка, презерватив сочли личным 17 человек – 11 девушек и 6 юношей. Некоторые респонденты отметили, что в данном случае, когда предмет такой необычный, «прикольный», его фотографию опубликовать можно. Но респонденты считают, что такое фото могут публиковать только мужчины.

Фото человека в болезненном состоянии, спящего человека и человека в пьяном виде отнесли к личному пространству 12, 14, и 13 респондентов соответственно. Один из опрошенных юношей отметил, что такие фото являются личными только для девушки – «мужикам такое можно выкладывать». Фотографии полуобнаженных девушек отнесли к личным 70 % респондентов. Две девушки затруднились дать однозначный ответ – одна сказала, что это «зависит от фигуры девушки», другая – «от качества фотографии, красоты постановки фото». Фотографии полуобнаженного молодого человека в шортах связали с личным пространством только 30 %. Зато фото парня в нижнем белье связали с личным пространством уже 67 % респондентов – 10 девушек и столько же юношей. Были высказывания, носящие гендерно-стереотипный характер, что фотографии такого рода у юношей являют собой акт самолюбования, что мужчины не должны выставлять такое напоказ. Таким образом, фотографии юношей и девушек в полуобнаженном виде (если это не купальный костюм) посчитали демонстрацией личного пространства в среднем 55 % опрошенных.

Фотографию полуобнаженной откровенно обнимающейся пары на фоне скомканной постели 47 % опрошенных сочли личной фотографией, которую не стоит опубликовывать. Фото вызывающе целующихся девушек, но одетых и вне постели, сочли предосудительным 87 % респондентов. Исходя из комментариев респондентов, разница в процентах обусловлена тем, что в нашем обществе все еще есть гомофобные настроения, даже у, казалось бы, «прогрессивного» молодого поколения.

Респондентам был задан открытый вопрос: «Почему люди перестали стесняться выставлять напоказ подобные фото?» Большинство респондентов (27 %) заявили, что «все идет от общества: оно такое одобряет, становится более открытым». 10 % опрошенных считают, что людям, публикующим такие фото, присуща высокая самооценка. Также 10 % полагают, что «все идет от родителей» и «зависит от социализации человека».

Отношение к публикациям фото личного пространства в Instagram у опрошенных в основном нейтральное – так ответили 60 % респондентов. Отрицательно относятся только 3 респондента, а еще один признался, что испытывает «и отвращение, и некую иронию». 27 % опрошенных ответили, что их отношение к таким фото зависит от качества и красоты снимка. Но стоит отметить тот факт, что при показе фото люди часто удивлялись, смущались либо с отвращением морщились. Так реагировали 60 % респондентов. Гипотеза авторов о том, что публикации фотографий с изображением различных форм и признаков своего личного пространства уже настолько стали привычными, что пользователи Instagram в большинстве случаев относятся к ним нейтрально и реагируют на них без удивления, подтвердилась не в полной мере. Люди реагируют нейтрально на такие публикации незнакомых и малознакомых им людей, но подобные фото хороших знакомых все же вызывают у них яркие эмоции. Также при показе опрошенным

таких фото вне Instagram больше половины отреагировали удивлением, смущением или же во все отвращением. Это может говорить о том, что сеть Instagram уже стала привычной «сценой» для демонстрации данных фотографий, где «это нормально». Как сказала одна опрошенная девушка, «Instagram – это возможность показать людям свое оголенное тело, так как на улице ты так не походишь».

Подводя итог проделанной работы, можно сконструировать понятие о личном пространстве в сознании современного молодого человека в лице пользователя Instagram. Если руководствоваться общепринятым в науке понятием о личном, то личным можно считать то, что связано с частной жизнью человека, что-то не предназначенное для огласки, сокровенное. Проведенное эмпирическое исследование – контент-анализ публикаций пользователей и интервью с пользователями Instagram – показало, что для современного молодого человека, имеющего аккаунт в данной сети, содержание личного несколько отличается от вышеупомянутого. Так, в него не входят ванные комнаты, даже где видны предметы личной гигиены, и собственная постель. Только около половины опрошенных юношей и девушек посчитали личными фотографии с изображением интимной интеракции. Такое же количество респондентов сочли личными фотографии спящих людей, людей в состоянии опьянения и болезни, предмета контрацепции и, наконец, полуобнажившихся людей. Зато многие сочли личными фотографии, где присутствует беспорядок на фоне, а почти все опрошенные признали таковыми фото двух целующихся девушек.

Таким образом, в понятие личного пространства, по мнению опрошенных, входят фото неприбранной квартиры и фото, носящие откровенно гомосексуальный характер. Под вопросом остались фотографии в откровенном полуобнаженном/обнаженном виде, в виде, когда человек «не в форме», публикации личных предметов, а также фотографии маленьких детей и полуобнаженных беременных женщин, где виден их живот.

Можно сделать вывод о том, что представления многих респондентов о ранее очевидных элементах личного, приватного оказались неоднозначными, то есть эти представления изменились и, возможно, продолжают изменяться и дальше. Основными мотивами такого рода публикаций респонденты назвали тщеславие, а причиной отсутствия стыда при публикациях – то, что общество одобряет подобные демонстрации, становится все более свободным от негласных запретов на такие «заявления». Подобное одобрение продемонстрировал и контент-анализ публикаций. Откровенные фото девушек более популярны, чем фото, где они одеты, а фотографии интимного взаимодействия пользуются большим «спросом» в профилях как девушек, так и юношей. Эти тенденции подкрепляются еще одним фактом, выясненным в ходе проведения контент-анализа: фотографии обнажившихся пользователей занимают первое место среди прочих публикаций личного пространства, а фотографии интимных сцен – третье. Это доказывает популярность фотографий такой тематики, которая демонстрирует нам все более «раскрепощающееся» общество.

### Ссылки и примечания:

1. Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ. Грант 16-03-00348, «Приватизация публичного пространства: социальные истоки, формы и последствия» (2016–2018).
2. Гильдебранд Д. фон. Метафизика коммуникации. Исследование сущности и ценности общественных отношений. СПб., 2000.
3. Мельников М.В. Приватное и публичное в историческом процессе. Теоретико-социологический анализ : монография. Новосибирск, 2016.
4. Волина М. Социальные сети глазами психолога: зачем мы ведем Instagram? [Электронный ресурс] // Woman. URL: <http://woman.ua/99932-sotsialnie-seti-glazami-psihologa-zachem-mi-vedem-instagram/> (дата обращения: 23.06.2016).
5. Жигулина О. 19-летняя звезда Инстаграма разоблачила свои «идеальные» снимки и призналась, что они сделали ее несчастной [Электронный ресурс] // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/p/essena-oneill?from=afisha> (дата обращения: 23.12.2015).
6. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования : учебник. М., 2007.
7. Бендас Т.В. Гендерная психология : учеб. пособие. СПб., 2006.

### References:

- Hildebrand, D von 2000, *Metaphysics communication. Study the nature and value of public relations*, St. Petersburg, (in Russian).
- Melnikov, MV 2016, *Private and public in the historical process. Theoretic-sociological analysis*: monograph, Novosibirsk, (in Russian).
- Volina, M 2015, 'Social Networks eyes psychologist: why we are Instagram?', *Woman*, viewed 23 June 2016, <<http://woman.ua/99932-sotsialnie-seti-glazami-psihologa-zachem-mi-vedem-instagram/>>, (in Russian).
- Zhigulina, O 2015, '19-year-old star Instagrama unveiled their "ideal" images and admitted that they made her unhappy', *TJournal*, viewed 23 December 2015, <<https://tjournal.ru/p/essena-oneill?from=afisha>>, (in Russian).
- Sztompka, P 2007, *Visual Sociology. Photography as a research method*: textbook, Moscow, (in Russian).
- Bendas, TV 2006, *Gender Psychology*: textbook, St. Petersburg, (in Russian).