

Соколова Ирина Викторовна

доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой социальной
и педагогической информатики
Российского государственного
социального университета

Тарасова Олеся Николаевна

аспирант кафедры социологии социальной сферы
Российского государственного
социального университета

**ОБРАЗ ЖИЗНИ ПОДРОСТКОВ
В ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЕ
МЕГАПОЛИСА: К УТОЧНЕНИЮ
СТРУКТУРЫ ПОНЯТИЯ**

Аннотация:

В статье уточняется структура понятия «образ жизни подростков в информационно-коммуникационной среде мегалополиса». Современные подростки характеризуются как социально-демографическая группа и представители поколения «игрек», обосновывается необходимость рассмотрения информационных и коммуникационных технологий и потребительских ориентаций на их образ жизни, как с точки зрения проникновения во все сферы жизнедеятельности, так и в контексте отдельных сфер повседневности.

Ключевые слова:

образ жизни подростков, информационно-коммуникационная среда мегалополиса, онлайн-практики, потребительские ориентации, общество потребления, постматериалистические ценности, поколение «игрек».

Sokolova Irina Viktorovna

D.Phil. in Social Science,
Professor, Head of the Social
and Educational Informatics Subdepartment,
Russian State Social University

Tarasova Olesya Nikolayevna

PhD student, Sociology of
Social Sphere Subdepartment,
Russian State Social University

**THE LIFESTYLE OF TEENAGERS
IN THE INFORMATION-
COMMUNICATION ENVIRONMENT OF
A MEGALOPOLIS: CONCERNING
ELABORATION OF
THE DEFINITION STRUCTURE**

Summary:

The article specifies the structure of the concept “teenagers’ lifestyle in the information-communication environment of a megalopolis”. The modern teenagers are described as a socio-demographic group and Millennial. The authors reason the need to consider influence of the information-communication technologies and the consumer society values on the teenagers’ lifestyle both in the context of their distribution into all areas of everyday life and particular routines.

Keywords:

teenagers’ way of life, information-communication environment of megalopolis, online-practices, consumer values, consumer society, post-materialist values, Millennial.

Никак не прививается у иных моих коллег максима «следуй за актором», когда исходной точкой социологического исследования должны быть интересы, потребности и образ жизни человека в конкретных условиях места, на земле или в сети – безразлично.

О.Н. Яницкий [1]

Социальная практика представляет собой отражение социокультурной реальности и одновременно воссоздает прецедент для последующего социального развития. Сторонники субъектно-деятельностного подхода к изучению общества определяют социальную практику, в которой находят выражение потребности, интересы и ценности индивидов, центральной категорией анализа социальных процессов и явлений. Посредством реализации практик происходит и преобразование нормирующей их структуры (Э. Гидденс [2], М. Арчер). Именно изучение социальных практик, преобразующихся в устойчивые формы социального бытия и совместную деятельность людей, формирующихся в соответствии с генерализованными нормами и ценностями, отражающими эти отношения (категория «образ жизни» [3, с. 30]), позволяет делать прогнозы о дальнейшем пути развития социума и отвечать новым вызовам техногенных, антропогенных и

природных рисков. А потому современный этап развития российского общества, ориентированный на интенсивное и систематическое введение инноваций, требует мониторинга трансформации образа жизни граждан.

Форма реализации и интенции социальных практик и образа жизни детерминирована социокультурными условиями [4, с. 19] и не может быть рассмотрена вне их контекста (И.В. Бестужев-Лада). Своеобразие современного социокультурного пространства прежде всего связано с изменениями информационно-коммуникационной среды и символической модификацией потребительских ориентаций. Особенно отзывчивы на такие изменения подростки, социализирующиеся в условиях новой социокультурной среды и наиболее органично интегрирующие информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) в повседневную культуру [5; 6] (В.А. Плешаков, Н.В. Угольков, К.А. Mhatre, J.A. Cogner).

При наличии большого числа трактовок базового понятия «образ жизни» специальных исследований по изучению образа жизни подростков в информационно-коммуникационной среде мегаполиса не проводилось. В статье осуществляется попытка определить структуру понятия «образ жизни подростков в информационно-коммуникационной среде мегаполиса», которая предусматривала бы особенности подростков как представителей социально-демографической группы и носителей характерных для поколения «игрек» ценностных ориентаций, а также основные тенденции развития информационно-коммуникационной среды мегаполиса (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура понятия «образ жизни подростков в информационно-коммуникационной среде мегаполиса»

Современные подростки в возрасте от 12 до 18 лет являются представителями поколения «игрек», их образ жизни есть квинтэссенция актуальных социальных процессов, в особенности преобразований информационно-коммуникационной среды мегаполиса, ввиду чего их часто называют «поколением Интернет» [7], и интеграции рыночных механизмов в повседневное взаимодействие с растущей значимостью символического обмена. Они стремятся к свободе и социальной справедливости, предъявляя соответствующие требования не только к себе, но и к различным социальным институтам (Roberts K., 2012, Conell J.A., McMinn N., Bell N.) [8]. Представители данного поколения имеют высокий потенциал массовой интеграции ценностной базы постматериалистического направления (Inglehart R.). Именно подросткам и студенческой молодежи наиболее релевантна рассматриваемая система ценностей [9].

При анализе образа жизни подростков традиционные элементы структуры данного понятия таковы: образование, социокультурная деятельность, социально-политическая деятельность, религиозные практики, здоровьесбережение и бытовые привычки. Мы дополняем их информационно-коммуникативными практиками, в рамках которых коммуникация и потребление информации являются самоцелью. Далее отмечаем покупательское поведение, также выделяющееся из других сфер жизнедеятельности. Уточняем, что дигитализация повседневных практик и рыночные механизмы взаимодействия изменяют общий способ жизни. Появление же постматериалистических ценностей располагает к внедрению новых стилистических подходов к реализации образа жизни.

Очевидно, точкой отсчета основных изменений в образе жизни подростков на данный момент можно считать интенсивное развитие ИКТ для России в целом, уровень проникновения Ин-

тернета составляет 66 % [10]. Наряду с данным фактом отметим, что растет принятие использования Интернета детьми, в особенности молодежью [11], и, таким образом, киберпространство становится новой средой жизнедеятельности подростка как субъекта киберсоциализации [12; 13]. По данным исследования Фонда развития Интернет на 2013 г. [14], 89 % опрошенных подростков, использующих Интернет, выходят в Сеть каждый день или почти каждый день, по отношению к данным за 2010 г. этот показатель вырос на 3 пункта. Только 53 % родителей используют Интернет так же часто.

При анализе образа жизни подростков развитие информационно-коммуникационной сети Интернет необходимо рассматривать с нескольких позиций: преобразующей и функциональной, которые могут находить взаимное пересечение. Под преобразующим значением мы представляем дигитализацию социальных практик во всех сферах жизнедеятельности как альтернативный способ их воспроизводства. Онлайн-практики укореняются в повседневной жизни подростков, находят свое выражение в образовательной сфере, сферах социально-политической активности, проведения досуга, организации быта, определяют специфику покупательского поведения и, собственно, отражаются в информационно-коммуникативных практиках, ввиду того что для подростков Интернет является универсальным пространством для коммуникации (рисунок 1). Подростки чаще, чем родители, используют Интернет для поиска информации для учебы (работы) – 49 %, общения – 41 %, поиска новых друзей в социальных сетях – 40 %, онлайн-игр и мобильных игр. Интернет входит в тройку наиболее востребованных развлечений для подростков.

По данным опроса ФОМ, в 10 % случаев родители в будни вообще не могут найти возможности пообщаться с детьми [15]. Так появляются предпосылки к тому, что не они, а виртуальная среда реализует функцию социализации. Кроме того, заметна интеграция Интернета в образовательную деятельность, по данным на 2008 г. [16, с. 81, 91] 5,7 % школьников участвовали в олимпиадах через Интернет, 5,45 % пробовали свои силы в образовательных интернет-конкурсах.

Тем не менее об однозначном отношении к Интернету как информационно-коммуникационной среде образа жизни подростков говорить нельзя, сохраняется неопределенность относительно рисков, связанных с тем, как виртуальная коммуникация и виртуальные практики влияют на поведение подростка офлайн [17]. Сами подростки очень рассудительно оценивают злоупотребление Интернетом, объясняя это отсутствием возможности для организации более насыщенного досуга или общения с интересными людьми:

«Не всё, что хочется, можно совершить. И поэтому сейчас лето, а я тупо сижу, зависая в интернете» [18] (выдержка из блогов).

Более того, подростки анализируют различия коммуникации в Интернете и в реальной жизни, выстраивая стратегии переноса виртуальной практики в реальное взаимодействие:

«Между знакомством в реальном мире, в компании друзей, на улице и ВКонтакте есть существенное различие. <...> Если парень действительно заинтересован в том, как начать переписку с девушкой ВКонтакте, чтобы со временем онлайн-общение переросло в реальное знакомство, он может воспользоваться такими советами» [19] (выдержка из блогов).

Личное общение сохраняет особую ценность для подростков, онлайн-альтернатива вторична. Интернет раскрепощает, в нем подростки чувствуют себя более общительными (33 %), уверенными (23 %), самостоятельными (32 %) и успешными (16 %), но различие принципов коммуникации в виртуальной и реальной средах может привести к тому, что при общении офлайн подросток не будет чувствовать себя столь же раскрепощенным. Наличие доступной альтернативы может способствовать снижению стремления преодолеть себя и развиваться, чтобы получить то, заменой чего сейчас выступает «просиживание в Сети».

Сохраняет актуальность вопрос о том, как виртуальная социально-политическая активность влияет на участие в гражданских проектах офлайн. Некоторая корреляция была выявлена исследованиями The National Conference on Citizenship's 2008 Civic Health Index, в рамках которых удалось определить, что активность участия в жизни гражданского общества среди молодых людей офлайн во многом определяется уровнем образования, но при анализе участия в гражданской жизни онлайн эти различия нивелируются, и онлайн-активизм, как правило, не находит связи с образованием. Также среди юношей и девушек с одинаково низким уровнем образования те, кто используют интернет-коммуникацию, более склонны к участию в волонтерской деятельности [20]. Тем не менее остается неизвестным, смогли бы любители онлайн-активизма интенсивно участвовать в гражданской жизни офлайн, если бы не было альтернативы?

Информационно-коммуникативные практики в образе жизни при наличии столь широкого доступа к информации заслуживают особого внимания современных социологов. Знание основных источников информации, продолжительности и интенсивности их использования, различий в назначении информационных ресурсов разных типов, специфика потребляемой информации представляют собой как практическую, так и эвристическую ценность и могут быть использованы

как для более глубокого анализа развития ИКТ-процессов в современном обществе, так и для конкретных целей социального проектирования. Это создает особые предпосылки для того, чтобы в структуре образа жизни информационно-коммуникативные практики рассматривались как отдельная сфера жизнедеятельности подростка.

Рыночные механизмы продолжают доказывать свою эффективность в регулировании социальных процессов, однако претерпевают значимые изменения как по форме, так и по содержанию. Совершение покупок всё чаще определяется исследователями как одна из областей повседневных практик подростков (Lin Chuang, 2005) [21], о чём свидетельствуют особые усилия, направленные на изучение потребительских ориентаций данной аудитории. Хорошим примером является проект Teenager Research Unlimited (TNS Россия), в котором изучаются потребительские установки подростков в возрасте от 12 до 19 лет. По данным опроса, в период с 2010 по 2012 гг. траты молодых людей на все виды покупок возросли в два раза, а их поведение стало заметно отличаться от поведения представителей других возрастных групп.

Для подростков характерно четкое разграничение своего бюджета и бюджета семьи, подростки больше, чем взрослые, покупают в Интернете, у них формируется высокий уровень покупательской лояльности. Юные покупатели «брендозависимы», они следуют за «нужными символами» в Twitter или отмечают бренды в социальных сетях на 62 % чаще, чем взрослые. Для подростка бренд – это пропуск во взрослую жизнь. Как представители особой социально-демографической группы, подростки демонстрируют отличающееся от людей старшего возраста покупательское поведение. Покупательское поведение подростков изучается в проблематике механизмов регуляции, исследователи отмечают его импульсивность, более строгую ориентацию на рассмотрение продукции с точки зрения релевантности стилю жизни [22].

Образ жизни претерпевает значимые изменения в связи с развитием постматериалистических ценностей в обществах с более или менее устойчивой экономикой. Представители поколения «игрек» очень чувствительны к нематериальным ценностям, и это несет в себе определенные перспективы. Однако условия формирования этих ценностей в контексте развития общества потребления приводят к утрате экзистенциальной составляющей и могут способствовать их превращению в исключительно объект потребления, или, используя терминологию Ж. Бодрийяра, «симулякр». Исследователи отмечают, что однозначного сдвига от материалистических ценностей к постматериалистическим пока зафиксировать не удастся, постматериалистические ценности, скорее, дополняют материалистические, но не заменяют желания потреблять материальные блага и услуги [23, с. 493]. Неоднозначность выдвинутых тенденций придает особую ценность изучению покупательского поведения подростков как самостоятельного вида деятельности.

Таким образом, направления развития социального контекста формирования образа жизни подростков в современном мегаполисе определяют необходимость включения в структуру понятия «образ жизни подростков в информационно-коммуникационной среде мегаполиса» дополнительно к стандартным сферам деятельности информационно-коммуникативные практики и покупательское поведение. При анализе процессов и явлений образа жизни необходимо учитывать факторы интенсивного развития средств коммуникации, воспроизводство ориентаций на потребление, перспективы становления постматериалистических ценностей.

Ссылки и примечания:

1. Яницкий О.Н. Проблемы активистской социологии в России. Блог А.Н. Алексеева [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cogita.ru/a.n.-alekseev/andrei-alekseev-1/problemy-aktivistskoi-sociologii-v-rossii> (дата обращения: 20.10.2014).
2. Гидденс Э. Устроение общества : Очерк теории структуриации. М., 2003. 525 с.
3. Возьмитель А.А. Образ жизни: тенденции и характер изменений в пореформенной России. М., 2012. 230 с.
4. Осадчая Г.И. Социокультурные характеристики повседневных практик россиян : монография. М., 2013. 512 с.
5. Плешаков В.А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'a до Homo Cyberus'a : монография. М., 2012. 212 с.
6. Угольков Н.В. Интернет как институт социализации старших школьников : автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2012. 24 с.
7. Milner N. The internet generation: engaged citizens or political dropouts? Lebanon, NH, 2010.
8. Поколение Next – версия 4.0 [Электронный ресурс]. 2009. 10 нояб. // База данных ФОМ. URL: <http://bd.fom.ru/report/mar/nrn109> (дата обращения: 21.10.2014).
9. Инглхарт Р. Модернизация – ценности – счастье: Россия и мир [Электронный ресурс]. URL: <http://contextfound.org/events/y2012/m12/n79/> (дата обращения: 21.10.2014).
10. «Просторы Интернета: развлечения, общение, работа...» [Электронный ресурс] : пресс-выпуск № 2692. 2014. 13 окт. // ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115018> (дата обращения: 21.10.2014).
11. «Дети в Интернете: поощрять или ограничивать?» [Электронный ресурс] : пресс-выпуск № 2553. 2014. 7 апр. // ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114772> (дата обращения: 21.10.2014).
12. Плешаков В.А. Указ. соч.
13. Угольков Н.В. Указ. соч.
14. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова, Е.Ю. Зотова. М., 2013. 144 с.

15. Дети и родители: совместный досуг [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/posts/11256> (дата обращения: 03.11.2014).
16. Собкин В.С., Адамчук Д.В. Мониторинг социальных последствий информатизации: что изменилось в школе за три года? М., 2008. 159 с.
17. Опасность для детей и подростков в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <http://sobkor.ru/razvlecheniya/raznoe/opasnost-dlya-detey-i-podrostkov-v-socialnyh-setyah.html> (дата обращения: 03.11.2014); Компьютер для подростка [Электронный ресурс]. URL: <http://sobkor.ru/razvlecheniya/detskaya/kompyuter-dlya-podrostka.html> (дата обращения: 03.11.2014).
18. Начни жить по-настоящему [Электронный ресурс] // Портал для подростков Predkov.net. URL: <http://predkov.net/blog/665/entry-1538-начни-жить-по-настоящему/> (дата обращения: 03.11.2014).
19. Как завязать разговор с девушкой. В соцсетях и небольшие советы в реальной жизни [Электронный ресурс] // Портал для подростков Predkov.net. URL: <http://predkov.net/blog/666/entry-1540-как-завязать-разговор-с-девушкой-и-н/> (дата обращения: 03.11.2014).
20. Flanagan C., Levine P. Civic Engagement and the Transition to Adulthood // *The future of children*. 2010. Vol. 20. № 1. Spring.
21. Yi-Hsiu Lin, Chen Chen-Yehn. Adolescents' impulse buying: susceptibility to interpersonal influence and fear of negative evaluation // *Social behavior and personality*. 2012. Vol. 40. № 3. P. 353–358.
22. Шадрина С.В. Разработка модели анализа потребительского поведения подростков : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2009. 30 с.
23. Roberts K. The end of the long baby-boomer generation // *Journal of Youth Studies*. 2012. Vol. 15. № 4. June. P. 479–497.

References and notes:

1. Yanitskiy, ON 2014, *Problems activist sociology in Russia. AN Alekseev's blog*, retrieved 20 October 2014, <<http://www.cogita.ru/an-alekseev/andrei-alekseev-1/problemy-aktivistskoi-sociologii-v-rossii>>.
2. Giddens, A 2003, *Ordered society: Outline of the Theory of Structuration*, Moscow, 525 p.
3. Vozmitel, AA 2012, *Lifestyle trends and nature of changes in post-reform Russia*, Moscow, 230 p.
4. Osadchaya, GI 2013, *Social and cultural characteristics of the everyday practices of Russians: monograph*, Moscow, 512 p.
5. Pleshakov, VA 2012, *Cyber-socialization of man from Homo Sapiens to Homo Cybrus: monograph*, Moscow, 212 p.
6. Ugolkov, NV 2012, *Internet as an institution of socialization older students*, PhD thesis abstract, Moscow, 24 p.
7. Milner, H 2010, *The internet generation: engaged citizens or political dropouts?*, Lebanon, NH,.
8. 'Generation Next – version 4.0' 2009, Nov. 10, *POF database*, retrieved 21 October 2014, <<http://bd.fom.ru/report/map/npn109>>.
9. Inglehart, R 2012, *Modernization - values - happiness: Russia and the world*, retrieved 21 October 2014, <<http://contextfound.org/events/y2012/m12/n79/>>.
10. "'The vast expanses of the Internet: entertainment, communication, work ...": Press release № 2692' 2014, October 13, ARCSP0, retrieved 21 October 2014, <<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115018>>.
11. "'Children on the Internet: encourage or restrict?": Press release № 2553' 2014, April 7, ARCSP0, retrieved 21 October 2014, <<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114772>>.
12. Pleshakov, VA 2012, *Cyber-socialization of man from Homo Sapiens to Homo Cybrus: monograph*, Moscow, 212 p.
13. Ugolkov, NV 2012, *Internet as an institution of socialization older students*, PhD thesis abstract, Moscow, 24 p.
14. Soldatova, GU, Nestik, TA, Rasskazova, EI & Zotova EY 2013, *Digital competence of adolescents and parents. The results of the All-Russian Research*, Moscow, 144 p.
15. *Children and parents: joint leisure* 2014, retrieved 11 March 2014, <<http://fom.ru/posts/11256>>.
16. Sobkin, VS, Adamchuck, DV 2008, *Monitoring the social impact of information: what has changed in the school for three years?*, Moscow, 159 p.
17. *Danger to children and adolescents in social networks* 2014, retrieved 11 March 2014, <<http://sobkor.ru/razvlecheniya/raznoe/opasnost-dlya-detey-i-podrostkov-v-socialnyh-setyah.html>>, *Computer for adolescents* 2014, retrieved 11 March 2014, <<http://sobkor.ru/razvlecheniya/detskaya/kompyuter-dlya-podrostka.html>>.
18. 'Start living a truly' 2014, *Portal for teenagers Predkov.net*, retrieved 11 March 2014, <<http://predkov.net/blog/665/entry-1538-начни-жить-по-настоящему/>>.
19. 'How to start a conversation with the girl. Social networks and small tips in real life' 2014, *Portal for teenagers Predkov.net*, retrieved 11 March 2014, <<http://predkov.net/blog/666/entry-1540-как-завязать-разговор-с-девушкой-и-н/>>.
20. Flanagan, C, Levine, P 2010, 'Civic Engagement and the Transition to Adulthood', *The future of children*, vol. 20, no. 1, Spring.
21. Yi-Hsiu Lin, Chen Chen-Yehn 2012, 'Adolescents' impulse buying: susceptibility to interpersonal influence and fear of negative evaluation', *Social behavior and personality*, vol. 40, no. 3, p. 353-358.
22. Shadrina, SV 2009, *Developing a model of analysis of consumer behavior in adolescents*, PhD thesis abstract, St. Petersburg, 30 p.
23. Roberts, K 2012, 'The end of the long baby-boomer generation', *Journal of Youth Studies*, vol. 15, no 4, June, p. 479-497.