

Русанова Анна Николаевна

аспирант Института монголоведения, буддологии
и тибетологии Сибирского отделения
Российской академии наук

ИНТЕРНЕТ-ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ

Аннотация:

В статье анализируются повседневные практики молодежи, реализуемые в сети Интернет. Предпринята попытка рассмотреть интернет-практики молодежи как один из факторов, который формирует социальное самочувствие. Представлены результаты социологического исследования представителей молодежи, в ходе которого было выявлено значимое влияние интернет-практик на становление личности подростков и молодежи.

Ключевые слова:

интернет-практики, Интернет, социальные сети, социальное самочувствие, факторы социального самочувствия, социологическое исследование, онлайн-исследование.

Rusanova Anna Nikolayevna

PhD student, Institute for Mongolian,
Buddhist and Tibetan Studies,
Siberian Branch of Russian Academy of Sciences

YOUNG PEOPLE'S INTERNET PRACTICES AS A FACTOR OF THE SOCIAL WELL-BEING

Summary:

The article analyses everyday practices of young people in the Internet. The youth's online practices are considered as a factor influencing their social well-being. The author discusses the results of the sociological study of youth representatives, during which it has been found that the online activities have a significant impact on the personal development of teenagers and young adults.

Keywords:

online practices, Internet, social networking sites, social well-being, factors of social well-being, sociological research, online research.

В конце XX – начале XXI столетия изучение социального самочувствия является одним из наиболее актуальных аспектов социологического анализа. Во многом это связано с рассмотрением его как показателя социальных изменений в обществе, уровня развития страны и отдельных регионов, благополучия и благосостояния граждан, а также как критерия оценки деятельности федеральной и региональной власти. В то же время социальное самочувствие является важнейшим мотивационным фактором поведения человека, формирует социальное настроение и жизненную стратегию личности, выступает показателем успешности процесса адаптации и интеграции, самоопределения и самооценки личности. Это особенно важно при изучении социального самочувствия такой категории населения, как молодежь, так как именно представители данной социальной группы, в силу своих возрастных, социально-демографических, психологических особенностей, оказываются наиболее восприимчивыми к любым переменам, происходящим в обществе.

В рамках исследования на основании изученной литературы [1] мы рассматриваем социальное самочувствие молодежи как восприятие и оценку личностью социальных изменений и своего положения в обществе, которые формируются под влиянием объективных и субъективных факторов. В качестве факторов, определяющих социальное самочувствие, социологи выделяют различные параметры [2], но в общем их можно свести к следующим: социальные процессы в политической, экономической, социальной сферах жизни общества; уровень жизни и благосостояние населения, состояние здоровья; социальная среда человека.

Однако, по нашему мнению, также важнейшими факторами, обуславливающими формирование социального самочувствия, в настоящий период времени являются деятельность и способы поведения различных категорий населения, реализуемые в сети Интернет, или так называемые интернет-практики пользователей.

Цель статьи состоит в анализе интернет-практик молодежи как одного из факторов формирования ее социального самочувствия.

Статья основана на материалах пилотажного социологического онлайн-опроса, проведенного с помощью сервиса Google Forms методом «снежного кома». В опросе приняли участие 200 респондентов в возрасте от 14 до 30 лет, среди которых 41,5 % юношей и 58,5 % девушек.

Подавляющее большинство опрошенной молодежи (93,5 %) используют Интернет ежедневно, и лишь оставшиеся 6,5 % выходят в Сеть несколько раз в неделю и реже. В среднем респонденты проводят в Интернете 3 ч. в день (62 %). Таким образом, молодые люди довольно много времени посвящают сети Интернет, что также подтверждается результатами других всероссийских исследований. Так, по данным TNS Web Index, около 98 % россиян в возрасте 18–

24 лет пользуются Интернетом, 86 % опрошенных этой возрастной группы пользуются им хотя бы раз в месяц. Российские учащиеся в среднем уделяют Интернету 137 мин. в день.

Сегодня Интернет рассматривается не только как один из главных источников информации и формирования общественного мнения, что подтверждается ответами респондентов на вопрос о целях использования Сети. По данным исследования, основными целями использования Интернета представителями молодежи являются поиск информации (78 %), общение в социальных сетях (65,5), обзор новостей (53,5), пользование электронной почтой, ведение переписки (48,5 %). Около двух третей опрошенных (65,5 %) используют Интернет прежде всего для общения в социальных сетях.

На сайтах социальных сетей зарегистрированы 95,5 % опрошенной молодежи. Самой популярной социальной сетью среди молодежи является «ВКонтакте», в ней зарегистрированы 99 % респондентов. Также в число наиболее популярных ресурсов входят «Одноклассники» (46,6 %), Facebook (44), Instagram (42,9), Google+ (35,6 %) и др.

Популярность сайтов социальных сетей среди пользователей Интернета можно объяснить их уникальными характеристиками по сравнению с традиционными средствами коммуникации. Среди них можно выделить такие, как интерактивность коммуникации, непосредственное участие пользователей в создании и передаче медийного контента, высокая степень вовлеченности пользователей в процесс коммуникации, максимальная скорость обратной связи между пользователями, персонализация пользователя.

Важно отметить, что большинство респондентов зарегистрированы в нескольких социальных сетях одновременно. Однако чаще всего даже очень общительные пользователи выделяют одну социальную сеть, которую считают основной, и проводят там большее количество времени. Так, основной социальной сетью для 89,5 % респондентов является «ВКонтакте», 3,7 % – «Одноклассники», 3,1 % – Instagram, 2,1 % – Google+, 1 % – Facebook.

Большинство респондентов (82,2 %) посещают свою страничку в основной социальной сети несколько раз в день. 25,7 % проводят там около 1 ч. в день, 35,6 % – от 1 до 3 ч., 26,2 % – от 3 до 5 ч. и 12,6 % – более 5 ч. в день. При таком регулярном посещении социальных сетей нельзя недооценивать степень их влияния на социальное самочувствие молодежи.

Результаты анкетирования показали, что к постоянным видам активности молодежи в социальных сетях можно отнести:

- общение с друзьями и знакомыми,
- просмотр/прослушивание видео-, аудиофайлов,
- просмотр новостей и событий из жизни региона, страны, мира,
- поиск групп/сообществ по интересам и присоединение к ним,
- создание сообщений и статусов на своей странице, «репосты» различных записей.

На вопрос: «Какую информацию Вы преимущественно получаете из социальных сетей?» – 71,7 % опрошенных ответили «информацию о событиях в жизни друзей», 70,7 % – «новости интересующей группы/сообщества», 56, 32,5 и 43,5 % соответственно получают «информацию о событиях региона и города, страны, мира», 44 % – «информацию о культурно-досуговых мероприятиях».

Наиболее популярными группами/сообществами, за обновлениями которых следят и на которые подписываются опрошенные респонденты, являются группы и сообщества, посвященные кино и музыке, приколам и юмору, хобби и творчеству, спорту и здоровому образу жизни.

Полученные данные о наиболее популярных интернет-практиках молодежи свидетельствуют о том, что Интернет сегодня выполняет не только коммуникационную, информационную и рекреативную функции, но и становится средством социальной интеграции, самореализации и самоидентификации молодежи.

Большая часть респондентов отмечает негативное воздействие социальных сетей на становление личности подростков и молодежи в целом, вместе с тем 42,9 % опрошенных отрицают какое-либо влияние социальных сетей на себя лично. 36,6 % их числа тех, кто считает, что социальные сети влияют на них положительно, отмечают такие преимущества пользования социальными сетями: «это способ оставаться на связи с друзьями и знакомыми» (71,4 %), расширение кругозора (64,3), «я нашел/нашла группу единомышленников, разделяющих мои интересы/хобби» (38,6), «я приобрел/приобрела новые увлечения» (38,6 %). Респонденты, отмечающие негативное влияние социальных сетей (20,4 %), связывали это с зависимостью от социальных сетей (56,4), уменьшением реального общения (30,8) и ухудшением здоровья (15,4 %).

Несомненно, социальные сети оказывают влияние на молодых людей, в Интернете транслируются социальные нормы, образцы социальных ролей, поведенческие установки, которые переносятся молодежью из виртуальной среды в повседневную жизнь, тем самым осуществляя социализацию пользователей и формируя их социальные настроения.

По результатам проведенного исследования можно заключить, что интернет-ресурсы оказывают значительное влияние на социализацию и становление современной молодежи, не только выполняя коммуникационную и информационную функции, но и представляя собой средство самовыражения и самоидентификации. По нашему мнению, интернет-практики можно рассматривать как один из факторов, обуславливающих формирование социального самочувствия, которое включает в себя восприятие человеком окружающей действительности, устойчивую совокупность ценностных связей, чувство общности, удовлетворенность своим социальным статусом, уровнем дохода и т. д. Необходимо дальнейшее, более глубокое изучение данной проблематики и привлечение внимания со стороны государства и общества к исследованию роли информационных технологий в формировании социального самочувствия молодежи.

Ссылки:

1. Головаха Е.И., Панина Н.В., Горбачик А.П. Измерение социального самочувствия: тест ИИСС // Социология: 4М. 1998. № 10. С. 45–71 ; Петрова Л.Е. Социальное самочувствие молодежи // Социологические исследования. 2000. № 12. С. 50–55 ; Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Социальное настроение. М., 1996. С. 97–123.
2. Батурова Е.Ю. Критический анализ подходов к измерению социального самочувствия : дис. ... магистра социологии Манчестерского университета. М., 2005 ; Крупец Я.Н. Социальное самочувствие как интегральный показатель адаптированности // Социологические исследования. 2003. № 4. С. 143–150 ; Куликов Л.В. Детерминанты удовлетворенности жизнью // Общество и политика / под ред. В.Ю. Большакова. СПб., 2000. С. 476–510 ; Чугуенко В.М., Бобкова Е.М. Новые тенденции в исследовании социального самочувствия населения // Социологические исследования. 2013. № 1. С. 16–24.

References:

- Baturova, EY 2005, *Critical analysis of the approaches to measuring social wellbeing*: dis. ... master of Sociology, University of Manchester, Moscow, (in Russian).
- Chuguenko, VM & Bobkova, EM 2013, 'New Trends in the study of social well-being of the population', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 1, pp. 16-24, (in Russian).
- Golovakha, EI, Panina, NV & Gorbachik, AP 1998, 'The measurement of social wellbeing: IISS test', *Sotsiologiya*: 4M, no. 10, pp. 45-71, (in Russian).
- Krupets, YN 2003, 'Social well-being as an integral component adaptirovannosti', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 4, pp. 143-150, (in Russian).
- Kulikov, LV & Bolshakov, VY (ed.) 2000, 'The determinants of life satisfaction', *Obshchestvo i politika*, St. Petersburg, pp. 476-510, (in Russian).
- Petrova, LE 2000, 'Social well-being of young people', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 12, pp. 50-55, (in Russian).
- Toshchenko, ZT & Kharchenko, SV 1996, *Social mood*, Moscow, pp. 97-123, (in Russian).