

Михалкина Е.С., Орлова И.К.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», Москва, Россия

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЁЖИ

Аннотация

В данной статье рассматриваются насколько сильно влияние социальных сетей на ценностные ориентации молодёжи и на какие сферы они влияют сильнее всего.

Ключевые слова: социальные сети; молодёжь; ценностные ориентации; контент; влияние.

Mikhalkina E. S., Orlova I. K

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Moscow State University of Technology and Management named after K.G. Razumovsky (PKU)", Moscow, Russia

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE VALUE ORIENTATIONS OF YOUNG PEOPLE

Annotation

This article examines how much influence social networks have on the value orientations of young people and which areas they influence the most.

Keywords: social networks; youth; value orientations; content; influence.

Введение. Актуальность данной проблемы обусловлена необходимостью углублённого изучения такого общественного явления как социальные сети и в особенности силу их влияния на формирование ценностных ориентаций молодёжи.

Методы исследования: анализ трудов исследователей данной области, синтез, дедукция.

Современное явление виртуального социального пространства активно интегрировано в общество в целом и в молодежную среду не так давно. В 1954 году Джеймс Барнс впервые ввёл определение, обозначив социальные сети – «социальной структурой, состоящей из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений)». Однако в полную силу данная научная концепция стала разворачиваться только с 1969 года, с появлением Интернета и соответственно первых социальных интернет сетей [5]. Началом массового появления соцсетей привычного нам вида считается 2003 год, когда начали появляться такие сети как MySpace (2003 год), Facebook (2004 год), YouTube (2005 год) и т.д. [7] А в настоящее время в России, по результатам нашего опроса, наиболее популярными среди молодёжи уже являются такие социальные сети как: ВКонтакте, Telegram, YouTube и WhatsApp (рисунок 1).

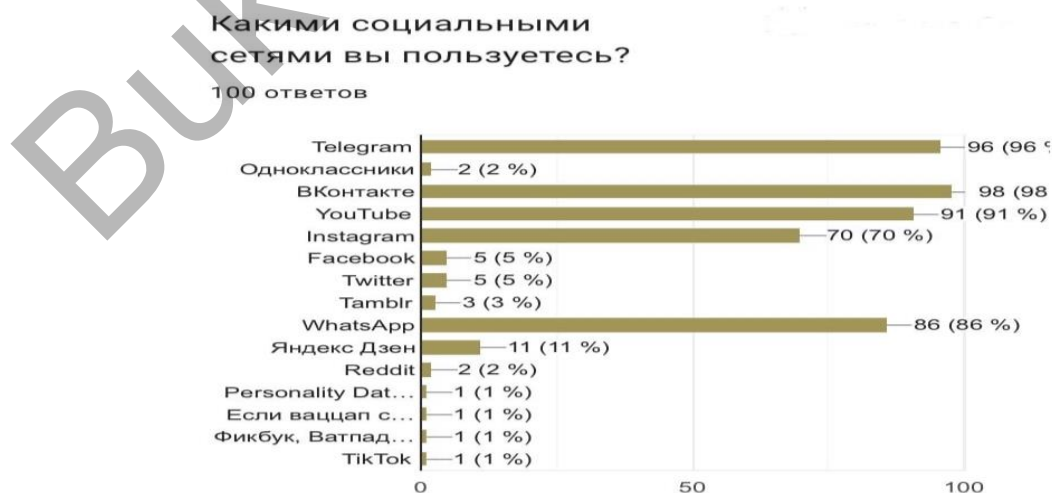


Рисунок 1. Актуальные социальные сети в молодежной среде

На современном этапе происходит научное осмысление данного явления и его влияния на социум. Так многочисленные исследования ряда ученых О. М. Шахмартова и И. В. Недошивина, С. В. Антоненко, Л. А. Биткова, В. В. Фёдорова и И. Д. Милеева, показывают, что социальные сети в значительной степени влияют на различные сферы развития молодёжи, и особенно сильно на самоопределение и коммуникации [6].

В рамках проведенного нами исследования было опрошено 100 респондентов в возрасте от 15 до 25 лет, и был выявлен ряд моментов. Большая часть респондентов пользуется социальными сетями каждый день помногу (5-10 часов) или несколько часов (2-4 часа), в то время как всего несколько человек почти не пользуется и только один респондент совершенно их не использует (рисунок 2).

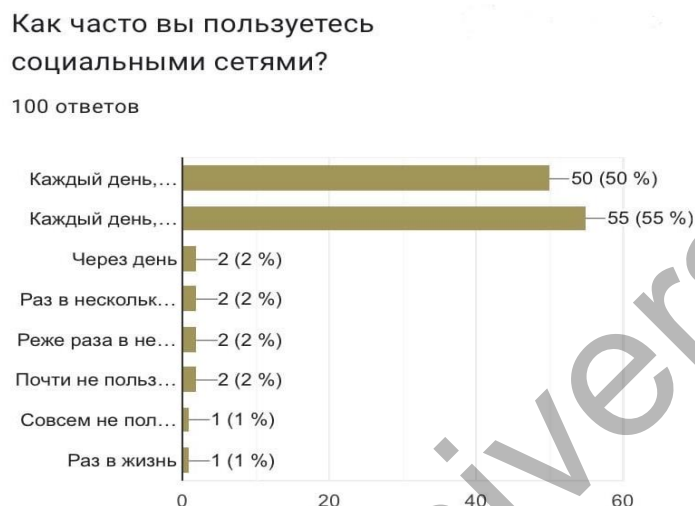


Рисунок 2. Периодичность использования социальных сетей современной молодёжью

На современном этапе социальная сеть (от англ. social networks) — это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи. И контент на этой площадке создается непосредственно самими пользователями, что несомненно является одной из причин их такой популярности. Согласно нашему исследованию удалось выяснить, что 32% опрошиваемых вносят свой личный контент посредством ведения: личного блога (8%), одного или нескольких творческих сообществ (8%), а также различных сообществ развлекательного (13%) и общеобразовательного характера (12%).

Таким образом исследование показало, что 1/3 молодых пользователей вносит свой контент, а он так или иначе связан с их ценностными ориентациями и транслирует их. При этом как данный тип пользователей, так и все остальные в основном склонны к тому, чтобы подчёрпывать мысли, идеи и мнения других пользователей. Так 19% опрошиваемых отметили, что делают это постоянно, 64% часто, 16% редко и только 1% никогда (рисунок 3).

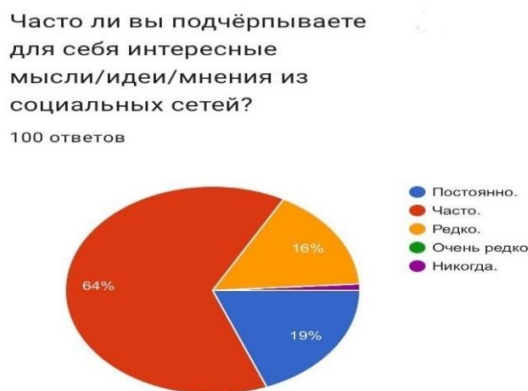


Рисунок 3. Востребованное содержание контента социальных сетей

Также стоит отметить, что респонденты достаточно избирательны в том, какую именно информацию они хотят получать из новостных лент. То есть они пользуются определёнными фильтрами, как посредством функционала соц. сетей, так и посредством личного регулирования. Таким образом большая часть отвечающих (82%) выбирают интересные им темы, а уже потом что-то другое и насколько часто это уже зависит от конкретной социальной сети (рисунок 4).

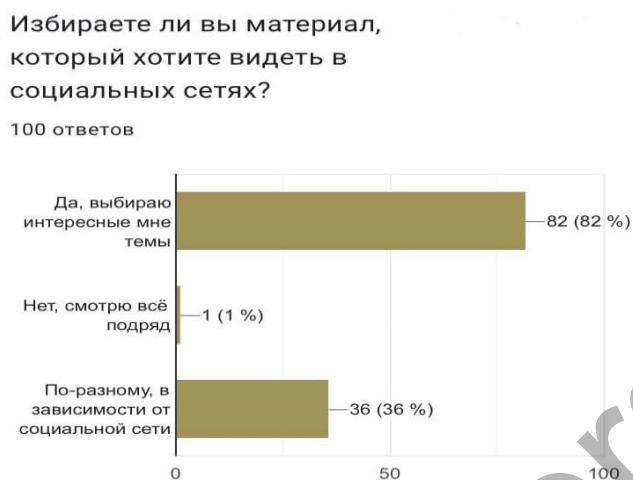


Рисунок 4. Приоритетные характеристики контента социальных сетей

Если же всё-таки попадает такая информация, с которой респонденты не согласны, то в основном она будет проигнорирована (79%). На втором месте по вероятной реакции будет выход из группы/сообщества, чья запись так или иначе вызывает не согласие (37%). Ещё меньший процент отвечающих решат подать жалобу на запись (16%) и всего несколько человек напишут комментарий со своей точкой зрения, вынося свои мысли на публичную оценку, или сделают что-то иное. Данная статистика вполне объяснима, так как интернет пространство крайне обширно и просто невозможно представить пользователя, который будет откликаться на всю информацию расхожую с его мнением (рисунок 5).

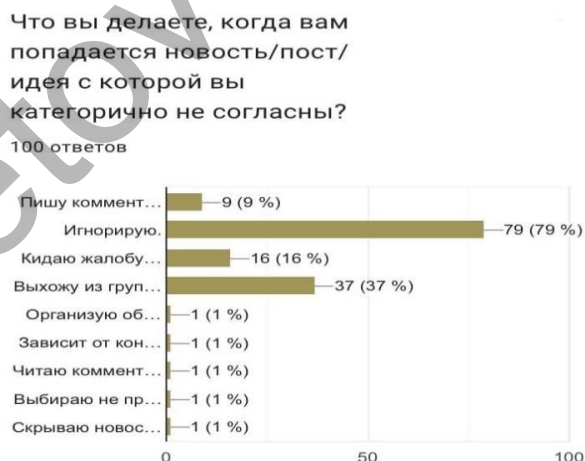


Рисунок 5. Анализ реакций современной молодежи на контент социальных сетей

Но какого же рода информацию в основном желают видеть молодые люди? Так согласно нашим исследованиям были определены приоритетные области.

«Интересные факты» и «Саморазвитие, самореализация» оказались на первом месте. Мы полагаем что это так или иначе связано с тем, что современный человек достаточно обеспечен и, в соответствии с пирамидой Маслоу, в основном находится на трёх верхних ступенях потребностей (потребность в принадлежности, в признании и в самовыражении) [1; 2].

На этих ступенях люди часто пересматривают свои ценностные ориентации, выбирают для себя новые ориентиры.

Также в настоящее время стало известно, что тяга к «самообучению и саморазвитию» связана ещё и с повышением у населения прокрастинации (привычке откладывать сложные дела на потом). Люди сейчас стали более склонны к созданию иллюзии «важных» дел (например, массовому выполнению духовно-изотерические практик или изучению необычных фактов о планете), чтобы избежать тех, которые им действительно нужно выполнять [3]. Таким образом часть людей ещё и перекладывают с себя ответственность за происходящее в их жизни на вселенную, Бога и т.д., продолжая жить в иллюзии саморазвития. При этом данная тема явно в моде, так что затрагивает и тех, кто просто следует трендам и не готов к реальной работе над собой [1; 2]. Так или иначе, тема самообучения, саморазвития и самореализации затрагивает разные возраста, в том числе и молодёжь, и в той или иной степени сподвигает к духовному развитию.

Раздел «Интересные мысли, идеи» оказался на втором месте по популярности и в небольшом отрыве от него расположились «Новости» и «Учебные материалы», а далее «Мемы».

Полагаем что данные темы, как «пища для ума и сердца» крайне актуальны. Они позволяют людям оставаться в контакте с миром и достаточно занимательны. При этом все эти сферы также влияют на ценностные ориентации, в том числе и мемы. Ведь мем - это идея, поведение или стиль, который распространяется посредством подражания от человека к человеку в рамках культуры и часто несет символическое значение, представляющее определенное явление или тему. Мем не просто смешная картинка или видео, он также выступает как единица для передачи культурных идей, символов или практик, которые могут передаваться от одного сознания к другому посредством письма, речи или жестов.

Далее по убыванию в опросе расположились «Блоги», «Практические навыки (рукоделие, конструирование)» и «Материалы по интересующим фандомам». Это уже немного более специфичные типы информации, использующиеся в основном в развлекательных целях, но даже так они являются не менее значимой частицей социальных сетей, влияющей на ценности молодёжи.

Социальные сети обладают разнообразной информацией, которая затрагивает разные группы населения. И так как 56% опрошенных пользуется соц. сетями более 10 лет и 43% более 5, начиная в основном с 10-12 летнего возраста, становится ясно на сколько сильно они проникли в нашу жизнь и влияют на нас.

Но почему же одни социальные сети популярнее других? Ведь все соц. сети обладают похожим контентом. Причина кроется в формате той или иной информационной платформы, внутри которой находится контент [4]. Для Инстаграма (5 место по популярности среди опрошенных) характерен по большей части фотоконтент различной тематики. А в последнее время популярность набрали и короткие видеоролики, которые позволяют эффектно донести самую суть всего за 10 секунд. Также внимание пользователей привлекает функционал и эстетичность, поэтому Инстаграм особенно популярен у пользователей, ведущих свой блог или канал.

Ютуб – это видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео (3 место по популярности среди опрошенных). Он также является одним из самых популярных сайтов в мире. Здесь можно достаточно быстро продвигать свой контент, если, конечно, будут учитываться правила продвижения видео внутри данного видеохостинга.

В отличие от вышеуказанных сетей ВКонтакте – это прежде всего мессенджер, при чём с очень богатым функционалом и интеграцией сервисов со сторонними сайтами. При этом он ещё обладает и мультязычностью (его интерфейс доступен на 50 языках мира). Но он является в первую очередь русскоязычной социальной сетью, поэтому занимает 1 место по популярности именно в России [1], [3], [11].

При этом стоит понимать, что популярность тех или иных сетей связана не только с внутренним продвижением контента и его оформлением, но также и с общественным резонансом, вызванным этим же контентом [4]. Иными словами, содержание социальных сетей может расходиться с информацией, полученной из СМИ или телевиденья, а также может находиться под влиянием событий, происходящих в мире. Как уже упоминалось ранее – контент социальных сетей в первую очередь зависит от самих пользователей. И это является одной из причин, по которой наблюдается тенденция снижения доверия к новостям, публикуемым в соц. сетях [8]. Пользователем может стать кто угодно. Стало всё чаще происходить распространение непроверенной, ложной информации для привлечения внимания или манипуляций общественным мнением. К тому же участились случаи создания провокационных групп и статей, накруток подписчиков, просмотров, лайков и комментариев, стали часто применяться боты. Также растёт конкуренция и в сетях появляется всё больше навязчивой рекламы, проводятся агрессивные маркетинговые кампании [8]. Всё это и много другое постепенно влияет на то, какими

именно соц. сетями мы пользуемся и какие меры принимают руководители соц. сетей, чтобы сохранить число своих пользователей.

С другой стороны, социальные сети могут быть использованы и в положительную сторону. Так, например, помимо всего прочего в новостных лентах стало появляться всё больше обучающего и полезного материала и это связано не только с лидирующей позицией самопознания и желания узнать больше интересных фактов, но и с популяризацией соц. сетей как площадок для продвижения онлайн школ или курсов. В настоящее время уже существуют к примеру многочисленные сообщества для подготовки к экзаменам: Умскул, Маркс Лаборатория, PARTA и др. И эта тенденция набирает обороты [1], [3], [11].

В заключение хотелось бы отметить, что влияние социальных сетей на ценностные ориентации молодёжи достаточно велико. Это сложная и многослойная система, действующая на протяжении достаточно длительного времени. А вот в пользу или во вред зависит уже от того насколько хорошо мы умеем ими пользоваться.

Список литературы:

1. Абылкасымова, А. Е. Воспитание цифрового поколения: опора на традиции и учет современных тенденций (на примере России и Казахстана) / А. Е. Абылкасымова, С. Е. Шишов, В. А. Кальней // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. – 2021. – Т. 10. – № 1. – С. 3-8. – DOI 10.12737/2306-1731-2021-10-1-3-8. – EDN XPKKF.
2. Давыдова Екатерина. Рай для взрослых инфантилов: почему нас захватила эпидемия саморазвития. 2022. Электронный ресурс: [<https://www.forbes.ru/forbeslife/453839-raj-dla-vzroslyh-infantilov-pocemu-nas-zahvatila-epidemia-samorazvitiya>] (дата обращения 05.03.23г.).
3. Манузина, Е. Б. Уровень цифровой компетентности студентов как условие готовности будущих педагогов к использованию цифровых технологий в учебном процессе / Е. Б. Манузина, М. В. Хорошилова, С. И. Артемьева // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. – 2022. – Т. 11. – № 1. – С. 33-43. – DOI 10.12737/2306-1731-2022-11-1-33-43. – EDN ACSKHX.
4. Маралов В.Г. Ценность и опасности саморазвития личности. 2015. Электронный ресурс: [<https://research-journal.org/archive/6-37-2015-july/cennost-i-opasnosti-samorazvitiya-lichnosti>] (дата обращения 05.03.23г.).
5. Мычко, В. Н. Прокрастинация как феномен и образ жизни современного человека / В. Н. Мычко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 25 (129). — С. 651-654. — Электронный ресурс: [<https://moluch.ru/archive/129/35866/>] (дата обращения: 05.03.2023).
6. Панков И. А. Мейнстрим как феномен социальных сетей. 2021. Электронный ресурс: [<https://multiurok.ru/blog/meinstrim-kak-fenomen-sotsialnykh-setei.html>] (дата обращения 05.03.23г.).
7. Соин Сергей. История социальных сетей: появление и развитие. 2018. Электронный ресурс: [<https://sciencepop.ru/istoriya-sotsialnyh-setey-poyavlenie-i-razvitiye/>] (дата обращения 05.03.23г.).
8. Левин Л.М. Социальные сети: основные понятия, характеристики и современные исследования. 2020. Электронный ресурс: [<https://cyberpsy.ru/articles/levin-socialnye-seti/>] (дата обращения 05.03.23г.).
9. Орлова И.К. Сорокина А.А. Основные направления смешанного типа обучения в условиях цифровизации на уровне высшего образования// Педагогическая поддержка «Цифрового поколения» Технологии эффективности и безопасности образовательного пространства. Материалы международной научно-практической конференции. М. «Ваш формат», 2022 г.
10. Прайм. Блог. Социальные сети: история появления, виды, самые крупные платформы, тенденции развития. Электронный ресурс: [<https://prime-ltd.su/blog/sotsialnyie-seti-istoriya-poyavleniya-vidyi-samyie-krupnyie-platfomyi-tendentsii-razvitiya/#6>] (дата обращения 05.03.23г.).
11. Yu S., Frolova S.L., Afanasyev O., Iljinskaya Ya.A., Rabadanova R.S. OPPORTUNITIES TO IMPROVE THE PROFESSIONAL QUALITIES OF TEACHERS TO WORK IN THE DISTANCE MODE OF TEACHING // Revista Conrado. 2022. Т. 18. № 86. С. 14-20.

Сведения об авторе (авторах):

Михалкина Елизавета Сергеевна - студентка, 3 курса, направление 44.03.02 (психолого-педагогическое образование), очная форма обучения, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», Москва, Россия
e-mail: elizavetamikhalkina@mail.ru