

Секция «Актуальные проблемы современной социологии (для бакалавров)»

Проблема трансформации ценностей пользователей социальных сетей

Научный руководитель – Кадничанская Марина Ивановна

Рудакова Анастасия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия

E-mail: nastya.ru222@yandex.ru

На сегодняшний день нельзя рассматривать ценности молодёжи вне зависимости от массовой коммуникации.

В соответствии с результатами ежегодного отчёта о состоянии цифровой сферы Digital 2020, который каждый год презентует We Are Social и Hootsuite, можно без колебаний отметить, что цифровые технологии и социальные сети прочно закрепились и стали неотъемлемой частью повседневной жизни практически каждого россиянина [2].

Согласно результатам исследования, количество пользователей и популярность интернета в России за последние 10 лет выросло примерно в 2 раза, а по сравнению с данными 2000 года - почти в 40 раз.

Аналогичные результаты приводит ВЦИОМ: если в 2011 году количество Интернет-пользователей за один квартал составлял - 51%, а в 2017 г. - 75%, то к 2020 году доля пользователей в России выросла до показателя - 84% [3].

По данным исследовательской компании Mediascope, аудитория интернет-пользователей в мае-июле 2020 года достигла 95 млн. человек в месяц, что составило 78 % от всего населения страны старше 12 лет. При этом 67% россиян, пользуются Интернетом через мобильные устройства, 51% - выходят в интернет с помощью компьютеров и ноутбуков, 17% - с планшетов, а 15% - со Смарт ТВ [4].

Особенно стоит отметить, что время нахождения в интернете заметно изменилось в период самоизоляции. Так, в соответствии с данными WEB- Index, в апреле 2020 года пользователи старше 12 лет каждый день проводили в интернете на 12% больше времени, чем в марте 2020 года. Время пользования интернетом выросло среди всех возрастных категорий. Однако, в большей степени это заметно в аудитории 12-24 лет (+16%).

Таким образом, в соответствии с имеющимися данными можно отметить, что именно среди представителей молодёжи наблюдается больший уровень вовлеченности в общение в социальных сетях.

Самыми популярными площадками для общения, по данным Mediascope в 2019 году стали социальные сети: «ВКонтакте» - среди всех опрошенных о ее ежедневном посещении сказали 72% (38,1 млн. чел), второе место занимает Instagram - 56% (29,6 млн. чел), третья - Одноклассники - 45% (23,8 млн. чел), доля ежедневной аудитории Facebook составляет 42% (22,3 млн. чел), 10% - Мой мир (5,2 млн. чел), МирТесен - 6% (3,1 млн. чел), Google+ 5% (2,7 млн. чел), по 4% Snapchat и TikTok (по 1,8 млн. чел. соответственно) [5]. В 2020 году лидером среди социальных сетей по охвату стал YouTube. Он захватил внимание 71% пользователей в возрасте от 12 до 64 лет [4].

На основе имеющихся выше представленных данных, мы можем сделать выводы об основных характерных особенностях сетевых источников информации:

- молодёжь России практически полностью поглотил Интернет;
- 78 % по всей территории страны - активные пользователи сети;
- 90 % от пользователей социальных сетей - молодёжь;
- наиболее востребованной социальной сетью является «ВКонтакте».

Таким образом, можно отметить, что распространение информации в социальных сетях с каждым годом только набирает обороты. В связи с этим, очевидной является связь между процессами трансформации социально-ценностных ориентаций современной молодежи и существенным влиянием на них со стороны социальных сетей.

В социологическом словаре Г.В. Осипова понятие «трансформация» определяется как преобразование социальных институтов социальных структур, сопровождающееся их коренной ломкой [6. с.374]. Исходя из этого определения под социальной трансформацией следует понимать— процесс структурных изменений общественного состояния.

Как отмечает В. В. Заморский: «информационная цивилизация дала обществу огромные объемы информации в достаточно понятной и легко воспринимаемой оболочке социальных сетей. Став легкодоступной, она перестала представлять ценность знания, поскольку усвоение, запоминание и применение отошло на второй план» [1]. На сегодняшний день Интернет стал основным источником хранения и обмена информацией, а не человек и книга, как это было раньше. Набор инструментов и широкое распространение технологий, направленных на облегчение жизни потребителя, открыли недорогой, быстрый и наглядный способ обращения к знанию, но обращение к его источнику без ранее усвоенных знаний посредством одних и тех же удобных инструментов больше не позволяет дифференцировать информацию от дезинформации и, соответственно, проверить истинность интересующего объекта или события. Подобный эффект усиливается постмодернистской идеологией, которая на деле провозглашает отсутствие истины как таковой.

Данный подход приводит к обесцениванию ранее накопленных знаний и заставляет молодых людей потреблять ложную информацию. Так любая коллективно поддерживаемая и распространяемая информация воспринимается индивидом, как абсолютная истина. Большинству современных молодых людей для объяснения окружающей действительности требуются простые, не апеллирующие к фундаментальным системным знаниям, трактовки событий и их причины.

Следовательно, можно сравнить молодое поколение с язычниками, поклонявшимися идолам, наделяемыми ими определенными магическими свойствами, позволявшими объяснять явления природы и прочие жизненные события: «Современная молодежь выбрала СМК в виде социальных сетей и цифровые СМИ на роль «жрецов», объясняющих окружающий мир и указывающих на виновников событий на понятном и доступном языке» [1].

Источники и литература

- 1) Заморский В. В. Роль социальных сетей в ценностных трансформациях молодежи. / В. В. Заморский // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 5–2 (31). / URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2013_5-2_15.pdf
- 2) Вся статистика интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России / URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>
- 3) ВЦИОМ: Каждому возрасту свои соц. сети / URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=11669>
- 4) Исследовательская компания Mediascope. Mediascope представила данные об аудитории интернета в России / URL: <https://mediascope.net/news/1209287/>
- 5) Курносова Е., Социальные сети в цифрах / Е. Курносова / URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D

[0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4%2B%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf](#)

- б) Осипов, Г. В. Социологический энциклопедический словарь. / В.Г. Осипов – М. НОР-МА-ИНФА, 2000. – 480 с.