

## Особенности использования социальных медиа в современном российском обществе

Научный руководитель – Смирнов Владимир Алексеевич

*Козлова Карина Андреевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

*E-mail: karina\_kozlova\_407@mail.ru*

В условиях глобальной дигитализации и трансформации коммуникационных практик социальные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни современного российского общества. Социальные медиа, определяемые как "группа интернет-приложений, построенных на идеологической и технологической основе Веб 2.0, которые позволяют создавать и обмениваться пользовательским контентом" [15], играют ключевую роль в формировании общественного мнения, политической активности, социальной идентичности и культурных норм. Однако в России использование социальных медиа происходит в условиях усиления государственного регулирования, цифрового неравенства и фрагментации информационного пространства. Эти факторы делают изучение особенностей использования социальных медиа в российском контексте особенно актуальным. Актуальность исследования также обусловлена необходимостью понимания, как социальные медиа трансформируют социальные связи, гражданскую активность и идентичность в условиях изменяющейся цифровой среды. Кроме того, изучение этой темы позволяет выявить новые формы социального взаимодействия и адаптации к цифровой среде, что имеет важное значение для прогнозирования будущих изменений в обществе. Социальные медиа играют ключевую роль в формировании коллективного сознания и общественного мнения. Согласно исследованию ВЦИОМ, которое проводили в 2023 году, большая часть опрошенных (86%) россиян пользуются социальными сетями и мессенджерами ежедневно, чаще всего пользователи посещают новостные каналы (77%) и образовательные (41%). "86% россиян, пользующихся хотя бы одной социальной сетью или мессенджером, проводят в них время практически ежедневно. Больше всего времени в сети пользователи проводят во ВКонтакте – 129 минут в сутки". 86% россиян, пользующихся хотя бы одной социальной сетью или мессенджером, проводят в них время практически ежедневно; среди молодежи 18-34 лет доля ежедневных пользователей близка к абсолютной (18-24 лет – 92%, 25-34 лет – 94%). Сервисы общения и просмотра контента по регулярности пользования заметно опережают вовлеченность в такие повседневные практики как просмотр телевизора (50%), пешая прогулка (48%), чтение книг (27%) и занятия спортом (15%). [1]

Это свидетельствует о медиатизации общества, где традиционные СМИ уступают место цифровым платформам. Социолог Елена Омельченко отмечает, что социальные медиа создают "альтернативные пространства для публичной сферы", где пользователи могут выражать свои мнения [8]. Это явление можно охарактеризовать как дигитализацию коммуникации, которая трансформирует способы взаимодействия между индивидами и группами. В контексте теории Маршалла Маклюэна, который утверждал, что "средство коммуникации является сообщением" [18], социальные медиа становятся не просто инструментом передачи информации, но и фактором, формирующим новые социальные практики и культурные нормы.

Социальные медиа также стали важным инструментом политической мобилизации и гражданской самоорганизации. Таким образом, исследование ВЦИОМ Наибольший интерес аудитории соцсетей и мессенджеров вызывают новости о событиях в стране и мире

(49%), политика (42%). При этом главными источниками новостей о событиях в нашей стране служат социальные сети и блоги в интернете (21%, 35-45% среди молодежи), новостные, аналитические и официальные сайты в интернете (20%). Социолог Дмитрий Иванов подчеркивает, что социальные медиа позволяют быстро распространять информацию и координировать действия, что делает их мощным инструментом сетевой политической борьбы [6]. Это явление можно рассматривать через призму теории ресурсной мобилизации, где социальные медиа выступают как ресурс для коллективного действия. В рамках концепции Мануэля Кастельса, автора работы "Информационная эпоха: экономика, общество и культура" [11], социальные медиа являются частью сетевого общества, где власть и влияние распределяются через информационные потоки и сетевые структуры. Кастельс подчеркивает, что в сетевом обществе "власть находится в сетях, а не в институтах" [12], что особенно актуально для понимания роли социальных медиа в современной России.

Однако в России сохраняется цифровое неравенство, которое проявляется в различиях доступа к интернету и цифровой грамотности. Социолог Ольга Кузнецова отмечает, что "цифровое неравенство усиливает социальную стратификацию, ограничивая возможности для участия в цифровой экономике и общественной жизни" [6]. С февраля 2022 года нашу страну покинули свыше 3 000 IT-компаний, программное оборудование которых критично для ведения бизнеса, рядовые пользователи лишились доступа к тысячам приложений. В свою очередь, зарубежные мессенджеры стали блокировать каналы, связанные с российскими государственными СМИ, что также ограничивает информацию.

Это явление также связано с концепцией информационного капитала, который становится важным ресурсом в современном обществе. Маклюэн, говоря о "глобальной деревне" [18] предсказывал, что технологии объединят мир, но при этом создадут новые формы неравенства, что мы наблюдаем в современной России.

Современные россияне активно используют социальные медиа для конструирования идентичности и самопрезентации.

Социолог Анна Стрельникова утверждает, что "социальные медиа становятся площадкой для идентификационных экспериментов, где пользователи могут примерять разные роли и образы" [9]. Это явление можно объяснить через теорию символического интеракционизма, где идентичность формируется через взаимодействие с другими в цифровом пространстве. Кастельс отмечает, что в цифровую эпоху идентичность становится "проектной", то есть активно конструируемой самими индивидами через медиа. Каплан и Хенлейн в своей статье подчеркивают, что социальные медиа предоставляют пользователям уникальные возможности для самовыражения и создания виртуальных идентичностей, что особенно важно для молодежи.

В последние годы российское государство активно регулирует деятельность социальных медиа, вводя законы, направленные на контроль над цифровым пространством. Это приводит к фрагментации цифрового пространства и миграции пользователей на менее регулируемые платформы, такие как Telegram. Однако согласно исследованию ВЦИОМ [1]. Почти половина россиян (49%) уверена, что информацию в Интернете нужно регулировать. Социолог Сергей Давыдов отмечает, что "государственное регулирование социальных медиа создает новые вызовы для свободы слова и доступа к информации" [3]. Это явление также связано с концепцией информационного контроля, который становится инструментом управления цифровой средой. Маклюэн, говоря о "технологических расширениях человека" [17], подчеркивал, что каждая новая технология создает новые формы контроля и сопротивления, что мы наблюдаем в контексте регулирования социальных медиа в России.

В условиях усиления регулирования и цифрового неравенства будущее социальных медиа в России остается неоднозначным. С одной стороны, они продолжают оставаться важ-

ным инструментом для социальной коммуникации и самовыражения. С другой стороны, их роль как платформы для гражданской активности может быть ограничена. Социологи прогнозируют, что "социальные медиа будут эволюционировать в сторону более закрытых и частных форматов, где пользователи смогут избежать контроля, что соответствует концепции альтернативных публичных сфер".

Таким образом, социальные медиа стали ключевым инструментом формирования общественного мнения и политической мобилизации в России, однако их роль сегодня ограничивается. Цифровое неравенство остается серьезной проблемой, которая усиливает социальную стратификацию и ограничивает доступ к цифровым ресурсам для значительной части населения. Социальные медиа играют важную роль в конструировании идентичности, особенно среди молодежи, что свидетельствует о трансформации традиционных форм социализации. Государственное регулирование социальных медиа приводит к фрагментации цифрового пространства и миграции пользователей на менее контролируемые платформы. В будущем социальные медиа, вероятно, будут развиваться в сторону более закрытых и частных форматов, что отражает тенденцию к цифровой резистентности и поиску альтернативных способов коммуникации.

### Источники и литература

- 1) ВЦИОМ. (2023). "Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения". — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija> (дата обращения: 23.02.2025)
- 2) Газета.ru "Эксперты рассказали об опасностях фрагментации интернет-пространства". — URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/12/01/19165933.shtml> (дата обращения 01.03.2025).
- 3) Давыдов, С. (2023). "Регулирование социальных медиа в России". — М.: Издательство "Политика", с. 34.
- 4) Задорин, И. (2023). "Будущее социальных медиа в условиях регулирования". — М.: Издательство "Прогресс", с. 67.
- 5) Иванов, Д. (2022). "Социальные медиа и протестная активность". — СПб.: Издательство "Академия", с. 112.
- 6) Кузнецова, О. (2021). "Цифровое расслоение и его последствия". — М.: Издательство "Наука", с. 78.
- 7) Миронова, А. В., Загорулько, В. И. (2018). "Влияние социальных медиа на общественное мнение: актуальные проблемы и перспективы исследования". — Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социология, 18 (4), 84-93.
- 8) Омельченко, Е. (2021). "Социальные медиа как пространство для дискуссий". — М.: Издательство "Социум", с. 45.
- 9) Стрельникова, А. (2022). "Конструирование идентичности в социальных медиа". — М.: Издательство "Просвещение", с. 56.
- 10) Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship". — Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), p. 210-230.
- 11) Castells, M. (1996). "The Information Age: Economy, Society and Culture". — Oxford: Blackwell, p. 21.
- 12) Castells, M. (2009). "Communication Power". — Oxford: Oxford University Press, p. 45, 89.

- 13) Castells, M. (2012). "Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age". – Cambridge: Polity Press, p. 102.
- 14) Jenkins, H. (2006). "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide". – New York: NYU Press, p. 15-45.
- 15) Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". – Business Horizons, 53(1), p. 61.
- 16) Van Dijck, J. (2013). "The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media". – Oxford: Oxford University Press, p. 12-35.
- 17) McLuhan, M. (1964). "Understanding Media: The Extensions of Man". – New York: McGraw-Hill, p. 7, 52.