

УДК 316.77

Е.С. СЛАВИНА, А.И. НАГОРНЫЙ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК СПОСОБ ОТЧУЖДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ОТ РЕАЛЬНОГО МИРА: ОСНОВНЫЕ МОТИВЫ

В данной статье приведены данные пилотажного социологического исследования на предмет выяснения основных мотивов, побуждающих молодежь отчуждаться от реальной действительности в пользу социальных интернет-сетей.

Ключевые слова: отчуждение, молодежь, социальные интернет-сети, мотивы.

Актуальность темы и постановка проблемы. Инновационные изменения в обществе внедряются и распространяются, благодаря различным новейшим компьютерным технологиям, в частности всемирной компьютерной сети “Интернет”. С самого начала своего формирования Интернет занимал одно из важных мест в интеграции человечества, поскольку ускорял и расширял границы для его информатизации, общения, обмена коммуникациями, получения новых знаний. Более того его влияние на развитие социальной, культурной, экономической, политической и других сфер общества, а значит, формирование определенного характера общественных отношений между людьми в настоящее время ещё более усиливается.

Одним из наиболее популярных явлений современного Интернета являются социальные сети. Всего за несколько лет они получили огромную посещаемость и активность. В нынешних условиях, почти у каждого интернет-пользователя, особенно у молодежи, имеется личная страничка в какой-либо социальной сети. Социальные сети становятся активным способом межличностного человеческого общения, отчуждая социальных субъектов от социальных коммуникаций в реальной жизненной среде. Этим аспектом и обусловлена актуальность данной работы.

Проблема социологического исследования состоит в том, что современная молодежь уделяет много времени проведению в социальных виртуальных сетях, тем самым сокращая время для социально-визуальных контактов в реальном мире.

Анализ исследований и публикаций. Отметим, что в современной социологической науке весьма активно развивается направление, которое уделяет внимание особенностям и проблемам информационного общества, в том числе всемирной сети Интернет и социальным сетям, в частности.

Проблемы Интернет-сети исследуются в работах таких социологов, как: К. Боулдинг, Д. Рисман, А. Этциони, Д. Белл, Г. Кан, Т. Стоуньер, Ф. Махлуп, М. Советов, А. Турен, И. Масуда, Е. Тоффлер, М. Кастельс, В. Глушкова, А. Ракитов, М. Моисеев, В. Данильян и многие другие.

Проблематику соціальних взаємодій в киберпространстві досліджують: Barry Wellman, Nicholas Negroponte, Sara Kiesler, Howard Rheingold, Susan Herring, Lee Sproull, М. Кастельс, П. Бурдьє, В. Бюль, Ж. Делез, А. Фомин, Д. Иванов, И. Семенова, В. Силаева, Г. Градосельская, С. Коноплицкий, В. Щербина, Е. Прохоренко, С. Романенко, Н. Корытникова и многие другие.

С распространением доступа к Интернет-ресурсам, процесс вхождения в глобальное информационное пространство стал предметом научных работ Е. Гидденса, Д. Барнеса, К. Митчела, А. Голобудського, А. Шевчука, В. Щербины, С. Романенко, Л. Скокова, Н. Бойко и другие.

Феномен социального отчуждения был в поле пристального изучения не только классиков социологии: К. Маркса, Г. Зиммеля, Е. Фромма, Т. Адорно, но и продолжает глубоко и всесторонне исследоваться современными учёными: С. Петошиной, А. Харламовым Р. Барышевым, С. Шинковой, А. Силяевой, В. Комбаровым, Е. Шетуловой, С. Суворовым, О. Ключенковым и многими другими. Однако проблема отчуждения молодёжи от реального мира человеческих отношений и подмена их виртуализацией в социальных сетях в современных социологических работах требует более глубокого изучения, обобщения и конкретизации.

Цель данной статьи: выявить основные мотивы, побуждающие молодежь отчуждаться от реальной жизни и замещать ее виртуальным общением в социальных сетях.

Результаты исследований. Как известно, всемирная сеть Интернет существует с 1969г. До середины 1990 гг. ею пользовалось в основном научно-образовательное сообщество и правительственные структуры США. Резкий рост интернета по всему миру имел тенденцию после создания World Wide Web (WWW) на основе гипертекста (1990 г.) и появления первых графических браузеров – Mosaic (1993 г.) и Netscape (1994 г.). Соединение двух названных технологий сделало Интернет привлекательным для бизнеса и рекламы, что послужило точкой отсчета для его дальнейшего распространения [1] Это утверждение подкреплено данными, которые свидетельствуют, что количество компьютеров, подключенных к сети (хостов – hosts) в 1990 г. составляло около 300 тыс. (90% из которых находились в США), в 1995 г. превысило 6 млн., в 1998 г. – 30 млн., почти 440 млн. в 2006 г., выше 1 млрд. – 2013 г. [2]

Свободный компьютерный словарь “Википедия” трактует, что социальная сеть (от англ. social networking service) – это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для создания, отражения и организации социальных взаимоотношений между людьми. [3]

История свидетельствует, что начало существования виртуальных социальных сетей в интернете приходится на 1995 г. В этот период (в Америке) создается первый социальный портал “Classmates. com” (русский аналог сеть “Одноклассники”). Портал становится популярным среди раз-

ных возрастов и социальных слоев и пользуется активным посещением. В результате за несколько последующих лет уже по всему миру появляется множество подобных сервисов. Бум развития социальных сетей (по мнению специалистов) приходится на 2003 год, т. е. на тот период, когда в интернете запускаются всемирно известные, на сегодняшний день, сети: “LinkedIn”, “MySpace”, “Facebook” и другие.

Проанализировав социальные функции социальных сетей в интернете, можно сделать вывод, что социальные сети в интернете – это так называемое хранилище результатов определенной деятельности пользователей: фото, аудио, видео, высказываний, стихов, эссе, научных статей и разного иного контента. Но их главной задачей, по прежнему, остается предоставление человеку возможности составить портрет своей личности и наладить контакты с единомышленниками, друзьями, коллегами, одноклассниками, любимыми, родственниками, оппонентами и многими другими людьми с целью общения на интересующие темы. В виртуальном мире, точно также как и в реальном, существуют и действуют социальные акторы, социальные роли и статусы. То есть, социальная реальность с возникновением социальных сетей не исчезает, а лишь трансформируется в иной – виртуальный способ жизни, отчуждая индивида от реальной жизненной среды.

Социологи классифицируют созданные социальные интернет-сети по следующим направлениям: профессиональные – с целью развития деловых связей; возрастные и гендерные – для общения пользователей определенного пола/возраста; общетематические позволяют участникам объединяться в онлайн-режиме вокруг интересующей их информации; коммерческие – ориентированы на поддержку бизнеса и формирование у людей спроса на конкретные блага. Кроме названных сетей, существуют: политические, религиозные, семейно-бытовые и многие другие.

Согласно мировым данным, средний процент интернет-аудитории, использующей социальные сети составляет около 80% – цифры подтверждают глобальный характер данного социального феномена. [4]

Чтобы выяснить основные причины, побуждающие молодежь отчуждаться от реальности в пользу социальных сетей, нами было проведено *пилотажное* исследование методом анкетного опроса в сети Интернет (выборка 350 человек, вероятностная, стихийная). Объектом исследования стала молодежь в возрасте 16–29 лет из стран СНГ, Америки и Европы.

Молодежь – это социально-демографическая группа в возрасте от 16 до 29 лет, для которой характерны: активность, мобильность, динамичность и другие особенные черты. У молодых людей разные взгляды и убеждения, зачастую, определяющие их отношение к субкультурам и/или различным неформальным сообществам: агрессивному, эпатажному, альтернативному, социальному, политическому.

В результате опроса нам удалось выяснить, что социальные сети стали чрезвычайно важным коммуникатором (или посредником коммуника-

ций) в молодёжной среде. Согласно опросу, статистический молодой человек в день в среднем около трёх часов проводит в социальных сетях. Несложные математические подсчёты показывают, что в месяц это составляет примерно 90 часов, а в год 1080 часов, или 90 дней. А это означает, что практически три месяца в году молодые люди (подростки, юноши и девушки) просиживают у компьютера, вовлекаясь в виртуальный мир, отчужаясь от реального социума, непосредственного коммуникативного общения тет-а-тет с друзьями.

В результате опроса выяснилось, что практически все респонденты являются пользователями какой-либо социальной сети и почти половина из них (48%) зарегистрированы в нескольких сетях одновременно.

Для выяснения основных мотивов пользования социальными сетями респондентам был задан вопрос: “Какие основные мотивы Вашего времяпровождения в социальных сетях”, при этом можно было выбрать несколько вариантов ответов (см. рис. 1).



Рис. 1. Основные мотивы молодежи-пользователей социальных сетей

Основными мотивами пользования социальными сетями опрошенные называют следующие: общение с интересующими их людьми (92%); общение в связи с общими интересами (69%); самопрезентацию (67%) и работу с контентом (62%). Эти результаты показывают, что у молодёжи в реальном мире действительно существует проблема формирования “круга общения”, который мог бы удовлетворять её запросы и интересы. В социальных сетях это сделать проще и удобнее, поскольку можно легко войти в любую соцсеть, посмотреть презентации других людей, а также презентовать себя и прочитать оценки пользователей в простых фразах или просто компьютерных кодах. Кроме этого из “сетевого круга общения” легко и

просто выйти, не нарушая его целостности и не тех отношений, которые в нём образовались. В реальном же мире это сделать гораздо сложнее.

Важно подчеркнуть, что социальные сети почти для половины опрошенных являются средством для деловых контактов, которые реализуются как в профессиональной сфере, так и в культурной, спортивной и др. Для 40% респондентов главным мотивом вхождения в социальную сеть является стремление найти и получить необходимую информацию, для каждого четвёртого – возможность познакомиться с новыми людьми или новыми партнёрами. Вместе с тем практически каждый третий мотивирует своё пользование соцсетями тем, что ему скучно жить и нечем заниматься. Это цифра настораживает, поскольку свидетельствует о том, что значительное число молодых людей не может сделать свою жизнь интересной и насыщенной без компьютера и виртуального общения.

Заметим, что только 4% опрошенных признались, что находясь в виртуальных социальных сетях, они реализуют свои сексуальные интересы. Полагаем, что при ответах на этот вопрос респонденты слухавили, поскольку согласно мировым исследованиям виртуальный секс – одна из новаций XXI века и после создания Интернета сексуально-эротические сюжеты и тексты очень быстро заняли в нём видное место. По Интернету можно флиртовать, находить сексуальных партнеров, обсуждать интимные проблемы с множеством незнакомых людей. Число пользователей Интернета уже больше 2 миллиардов человек, причём от 20 до 33% из них используют глобальную компьютерную сеть в сексуальных целях. Онлайн-сексуальная активность – часть мировой паутины.[4, 5]

Данные полученные в процессе исследования, свидетельствуют также о том, что в восторге от пользования интернет-сетями всего 23% респондентов; чуть больше чем половине (около 54%) они нравятся, но особого восторга от них они не испытывают; от скуки там находят спасение до 13%, а в силу определенных обстоятельств – немного меньше около 10%. Показательным является факт, что ни один респондент не отметил тот вариант, что ему по разным причинам интереснее виртуальное общение, нежели реальное.

Для понимания тенденций пользования социальными сетями в дальнейшем, у респондентов было уточнено, в каком режиме они планируют пользоваться ними в будущем.

Треть оппонентов планирует пользоваться сетями в прежнем режиме; чуть больше – около 40% планируют пользоваться по мере необходимости. А вот показательным есть утверждение, что больше одной трети респондентов планируют сократить время нахождения в сетях. Причина в том, что ничего принципиально нового они для себя в социальных сетях уже не находят (10%); устали от соцсетей 15,4%; почти каждый четвёртый пользователь планирует сократить время пребывания там в связи с тем, что

у него появились/появятся интересные реальные увлечения; около 15% не смогли ответить на поставленный вопрос.

Проведенное исследование, как и многие другие исследования в этой области, подтвердило, что лидером среди всех социальных сетей (по состоянию на 2013–2014 гг.) является “Facebook”. Независимо от места проживания ним пользуется до 77% опрошенных пользователей. Отметим, что в СНГ среди лидеров сеть “В контакте” – в нем развлекается около 92% молодежи. Почти одинаковое количество (примерно по ¼ респондентов) увлекают сети: “Google+”, “LinkedIn”, “Windows Live, Spaces”, “Twitter”.

Выводы. Среди основных мотивов, побуждающих молодежь отчуждаться от реального общения и замещать его виртуальным общением в соцсетях, можно выделить следующие:

1) достижение личных целей (в доленом распределении почти 77%), среди которых наиболее важными являются: общение с интересующими и близкими по духу людьми; самопрезентация личных жизненных позиций; ради медиа контента; для налаживания деловых контактов; с целью получения знаний/информации;

2) стремление расширить информационную базу о конкретных людях (политиках, спортсменах, артистах, учёных и т.д.) (доля 25%) – у опрошенной молодежи доминирует желание узнать “чем дышат” и что делают, важные для них люди, какие у них новости, интересы, жизненные позиции;

3) стремление чем-то заполнить свою жизнь, спасаясь от безделья и скуки – до 15% опрошенных.

Опрошенная молодежь четко понимает, что участие в виртуальных социальных сетях имеет массу отрицательных факторов: трату огромного количества времени; получение массы ненужной информации, забивающей мозг; отсутствие культуры, тепла и искренности человеческого общения; наличие людей с разного рода психическими отклонениями; социальную мимикрию не только чужих, но и знакомых людей и множество других. Но это понимание не останавливает треть респондентов в будущем пользоваться социальными сетями в прежнем режиме. А вот треть респондентов, в противоположность им, планируют уменьшать свое время нахождения в них, поскольку для них социальные сети себя уже исчерпали.

Выводы пилотажного исследования позволяют говорить о том, что два первых мотива посещения социальных сетей (с целью реализации конкретных целей и мониторинг активной деятельности интересующих людей) на практике отрегулировать невозможно, поскольку они не имеют более эффективных аналогов решений в реальном мире. Именно сети в интернете – место, в котором это делается быстрее, легче и проще, а значит – эффективнее. А третий мотив “спасение от скуки” можно попытаться ликвидировать/минимизировать с помощью мер, направленных на формирование у молодых людей убеждения в том, что забирать из своей активной

реальной жизни 3 месяца в год и отдавать “пустому”, по своей сути виртуальному бездействию, попросту – нецелесообразно.

Список использованной литературы

1. Емелин В. Глобальная сеть и киберкультура. Информационные технологии [Электронный ресурс] / В. Емелин. – Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/hipertext.htm>.
2. Чугунов А. Социология Интернета: методика и практика исследования интернет-аудитории : учеб. пособ. / А. Чугунов. – СПб., 2007. – Режим доступа: <http://www.ifap.ru/library/book013.pdf>.
3. Социальная сеть [online] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть.
4. Социальные сети в 2011 году : исследование comScore [Электронный ресурс]. – Режим доступа: cossa.ru/articles/149/11382/.
5. Виртуальный секс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://polonsil.ru/blog/43551947517/Virtualnyiy-seks>.

Статья поступила в редакцию 19.02.2014.

Славина О.С., Нагорний А.І. Соціальні мережі Інтернет як засіб відчуження молоді від реального світу: основні мотиви

В даній статті запропоновані дані авторського пілотажного соціологічного дослідження щодо з'ясування головних мотивів молоді, яка безліч часу віддає соціальним інтернет-мережам і тим самим відчужуються від реальних поведінських практик.

***Ключові слова:** відчуження, молодь, соціальні інтернет-мережі, мотиви.*

Slavina O., Nagornyj A. Social networks the Internet as method of alienation of young people from the real world: basic reasons

This article presents facts of experimental sociology research, which indicates the main reasons that make young people alienated from reality and substitute its social networks on the Internet.

***Key words:** alienation, youth, social online network motifs.*