

Особенности влияния социальных сетей на современную молодежь

Иващенко Александр Павлович

Выпускник (магистр)

Донецкий национальный технический университет, Горно-геологический факультет,
Кафедра маркшейдерского дела, Донецк, Украина

E-mail: abcty@inbox.ru

Современное общество - общество высоких технологий и постоянно ускоряющегося обмена информационных связей. Постепенно интернет охватывает все сферы жизнедеятельности человека. Досуг, обучение, знакомства и общения переходят из реального в виртуальный мир.

В конце 2016 года Сбербанк совместно с Validata представили результаты исследований [2], которые во многом объясняют предпочтение молодежи социальных сетей телевидению, радио и бумажным носителям. «Рожденные с кнопкой на пальце» - воспринимают короткую и наглядную информацию (концентрация на каком-либо информационном объекте часто не превышает 8 секунд); тренды и мода не характеризуются каким-то постоянством - участники информационного потока сами их и формируют.

По результатам опроса ВЦИОМ [3], проведенного 12 февраля 2018 года 45% опрошенных россиян старше 18 лет пользуются хотя бы одной из социальных сетей почти каждый день, 62% - хотя бы раз в неделю. Ожидаемо в группе 18-24 лет почти ежедневно пользуются социальными сетями 91% респондентов. Предпочтения при выборе социальной сети имеют возрастные особенности. ВКонтакте и Instagram можно отнести к сообществам с перевесом молодежи.

Исследование же Google и Ipsos [4] говорят о том, что количество ежедневно пользующихся интернетом молодежи доходит до 98%. Основную часть времени в интернете пользователи в возрасте 13-25 лет тратят на социальные сети, просмотр видео, онлайн-игры. Интересной представляется статистика активности молодежи в сети: участники в возрасте 13-17 лет проявляют большую активность при комментировании или оценке сообщений друзей и знаменитостей, загрузке видеороликов, репостах сообщений от брендов, знаменитостей или лидеров общественного мнения; категория 18-21 лет более активны в подписках на бренды, остальные же категории молодежи (до 35 лет) уступают не за явным отставанием. Когда речь заходит о помощи, совете категория 13-24 лет примерно в равной степени обращается как к родителям, так и к интернету (66% против 64%), в то время как категория 25-34 лет чаще предпочитает интернет (71% против 56%). Молодежь до 24 лет чаще подписывается на публикации киберспортсменов, геймеров, блогеров, музыкальных звезд, в то время как категория 25-34 лет подписываются чаще на каналы о еде и рецептах, на лидеров общественных мнений и политиков. Основная часть просматриваемого видеоконтента в сети - короткие смешные ролики у всех рассматриваемых групп. Обучающие видео пользуются спросом примерно у половины опрошенных (преимущество у группы 25-29 лет). Интересным наблюдением стало доверие рекомендациям в отношении продуктов. Так, оказалось, что чем моложе респонденты, тем больше они полагаются на советы видеоблогеров и звезд YouTube.

Такой всесторонний обзор позволил более детально изучить взаимодействие молодежи и социальных сетей. Предсказуемо, самая юная категория 13-17 лет отдает предпочтение развлечениям - видеоиграм и просмотру коротких смешных роликов. Но одновременно с развитием игрового сообщества выросло количество игровых «гуру» - киберспортсменов и геймеров, пользующихся спросом среди категории 13-24 лет. По результатам исследований

таковые оказывают влияние не только в смысле своих компетентных навыков, но и в жизненных вопросах. Кроме того важно отметить то, что эта категория респондентов в своих действиях проявляет наибольшую активность в сети не только в виде потребления, но и обсуждения, распространения материалов друзей и знаменитостей. Категории 25-34 лет более консервативны в своих действиях в интернете и используют его, преимущественно, как средство общения, получения информации и обретения новых навыков.

Данное наблюдение в отношении группы юных участников (13-17 лет) говорит о том, что эта категория населения находится в потенциальной опасности по несколько ряду причин. С одной стороны родители и воспитатели не имеют полного понимания происходящего с их детьми, с другой стороны - дети могут быть жертвами манипуляций различных форм. Так, через социальные сети нашла распространение игра «Синий кит» [5], которая унесла жизни более 100 человек по всему миру через самоубийство. С помощью сетей запрещенные организации привлекают людей в свои ряды. Негативное проявление воздействия социальных сетей в современном мире вынуждает принимать крайние меры. Опрос ВЦИОМ, проведенный 10 апреля 2017 года [6] предложил участникам ответить на предложение запретить пользоваться социальными сетями детям до 14 лет. 62% опрошенных поддержали идею, однако только 38% респондентов поддержали идею регистрации в социальных сетях по паспорту. Результаты опроса свидетельствуют о том, что общество осознает опасность информационного воздействия, но одновременно с этим еще не готово переходить на тотальный контроль.

Вопросы, связанные с информационной безопасностью среди молодежи являются актуальными в настоящее время. Все больше специалистов и организаций обращают на это внимание и предлагают свои варианты решения проблемы.

«Современная ситуация требует оптимизации обеспечения информационного взаимодействия организаций и молодых граждан и удовлетворения их информационных потребностей. Это заключается в содействии созданию в региональном информационном пространстве условий, при которых молодые люди могли бы получать максимально возможное количество информации, способствующей воспитанию и укреплению общечеловеческих ценностей, выработке активной гражданской позиции, формирующей у молодежи позитивные установки по отношению к другим национальностям и друг другу, высокий уровень политической культуры» [1].

Приведенные результаты исследований показали, что ситуация с взаимодействием молодежи в социальных сетях требует качественного всестороннего подхода для изучения, а так же принятия мер по организации безопасности в информационной среде как со стороны родителей, воспитателей так и со стороны государственных, некоммерческих и иных организаций.

Источники и литература

- 1) Зети П.П. Проблемы информационного воздействия на молодежь на Юге России // Вестник Южного научного центра. 2012. Т. 8. №1. С.76-79.
- 2) 30 фактов о современной молодежи: исследования Сбербанк и Validata: <http://youngspace.ru>
- 3) Пресс-выпуск № 3577: <https://wciom.ru/>
- 4) Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн: <https://www.thinkwithgoogle.com>
- 5) «Синий кит»: игра, забирающая жизни детей | Общество | ИноСМИ – Все, что достойно перевода: <https://inosmi.ru/social/20180102/241094549.html>
- 6) Пресс-выпуск № 3347: <https://wciom.ru/>