ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ПРИ УЧАСТИИ
ВСЕМИРНОГО БАНКА
И МЕЖДУНАРОДНОГО
ВАЛЮТНОГО ФОНДА

XV АПРЕЛЬСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

по проблемам развития экономики и общества

3

О.А. Гуркина

Московский городской психолого-педагогический университет,

Е.М. Новикова

Московский городской психолого-педагогический университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ЕСТЬ ЛИ ВЫБОР У СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ?

Социальные сети на протяжении нескольких лет являются лидерами популярности среди ряда социальных медиа. По частоте использования социальные сети догоняют такие популярные интернет-ресурсы, как поисковый сервис Яндекс и почтовый сервис mail.ru [Исследование аудитории...]. Осенью 2012 г. из 61 млн российских интернет-пользователей 82% были зарегистрированы в социальных сетях [Россияне в сети..., 2012].

Особое значение социальные сети имеют для подростков, так как там сконцентрированы практически все возможные инструменты самовыражения, общения, поиска друзей. Как утверждают некоторые исследователи, «для подростка гораздо опаснее не общаться в социальных сетях, чем находиться в них» [Regan, Steeves, 2010]. Согласно данным исследования «Дети России онлайн», в 2010 г. более 75% российских детей имели профиль в социальных сетях, треть опрошенных – больше одного профиля на различных социальных сервисах [Зотова, Солдатова, 2011, с. 50]. Примечательно, что по данному показателю российские дети опережают Европу, где число пользователей социальных сетей среди детской интернет-аудитории составляет 60% [Там же, с. 51].

При такой популярности социальных сетей есть ли выбор у современных подростков: быть в социальных сетях или нет? Если быть, то какие социальные сети использовать и почему? Что даст использование данных сервисов? Исследование Лаборатории мониторинговых исследований Московского городского психолого-педагогического университета «Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника» позволило отчасти ответить на данные вопросы.

Основной целью исследования было изучение функциональной роли онлайн-взаимодействий в жизни школьников и мотивации участия в виртуальных социальных сетях. Эмпирической базой послужил массовый ан-

кетный опрос учащихся 10-х классов в девяти московских школах. Итоговая реализованная выборочная совокупность исследования составила 356 человек.

Выбор «быть или не быть»

Среди задействованных в исследовании старшеклассников обнаружилось буквально 2–3 человека, которые отказались принять участие в исследовании в силу того, что они не зарегистрированы в социальных сетях. Это наилучшим образом продемонстрировало то, что вопрос выбора «быть или не быть» в социальных сетях не встает: подавляющее большинство подростков уже давно и активно включены в пространство социальных сетей.

Какие ресурсы использовать?

По приблизительным подсчетам [Список социальных сетей...], в мире существует порядка 23 наиболее крупных по численности социальных сетей. Данные опроса показали, что большинство школьников (72%) регулярно использует лишь одну или две сети (42% и 30% респондентов соответственно). Тремя и четырьмя социальными сетями регулярно пользуется гораздо меньшая доля старшеклассников – 15% и 8% соответственно. Таким образом, многообразие социальных сетей на деле привлекает лишь крайне небольшую группу подростков. При этом практически все отечественные подростки сосредоточены в одной социальной сети – Вконтакте. Данный ресурс является абсолютным лидером по частоте использования (регулярно там проверяют свою страницу 95% респондентов), а для 85% респондентов данная сеть была выбрана и в качестве основной, т.е. самой главной, самой важной из всех остальных, где зарегистрирован респондент.

Абсолютное большинство опрошенных школьников заявили, что посещают свою страничку в основной социальной сети как минимум один раз в день и чаще (90%). Лишь 10% учащихся посещают свою страничку несколько раз в неделю и реже.

По вопросу, сколько обычно времени в день школьники проводят в социальных сетях, были выявлены различные группы. К первой группе можно отнести респондентов, отметивших, что они обычно проводят в сети меньше 1 часа в день (16%), а ко второй – от 1 до 3 часов в день (44%), что в сумме составляет 60% школьников. Среди оставшихся 40% респондентов половина (21%) посвящает социальным сетям от 3 до 5 часов в день (третья группа),

а оставшиеся 19% (четвертая группа) – от 5 и более часов (их них 11% – от 5 до 8 часов в день, 5% – больше 8, но меньше 12 часов, и 3% – более 12 часов).

С кем общаться?

По данным исследования «Дети России онлайн», каждый пятый российский ребенок имеет больше 100 друзей в социальной сети. «С возрастом это количество друзей в сети увеличивается, что говорит о росте интенсивности их общения» [Зотов, Солдатова, 2011, с. 51]. Однако британский антрополог Р. Данбар выявил, что хотя социальные сети позволяют нам заводить больше отношений, но число существенных дружеских связей неизменно и составляет около 150 человек: «Интересное наблюдение состоит в том, что даже если у пользователя 1500 друзей, изучение трафика на сайтах показывает, что люди поддерживают связь с тем же ближайшим кругом друзей, охватывающим приблизительно 150 человек, которых мы наблюдаем в реальном мире» [Число Данбара..., 2011]. Также ученый утверждает, что «людям, очевидно, нравится престижность обладания сотнями друзей в социальных сетях, но в реальности большинство из них вряд ли станут чем-то большим, чем друзья из Facebook‘а» [Там же].

Для того чтобы выявить, насколько связано количество друзей у школьников в реальной жизни с количеством друзей в виртуальной жизни, в исследовании была предпринята попытка сравнить эти два показателя.

Результаты исследования показали, что 40% опрошенных имеют более 100 друзей в своей основной социальной сети (из них 32% – до 300, а 8% – от 301 до 1000 и даже более). Основные же 60% респондентов разделяются на две группы: 26% школьников имеют менее 50 друзей, а 34% – более 50, но менее 100 друзей в своей социальной сети.

Интересно сравнить эти данные с количеством друзей в «реальности». По данным опроса, 43% школьников отметили, что в «реальной», «невиртуальной» жизни имеют до 10 друзей (из них 22% – от 1 до 5, а 21% – от 6 до 10 друзей). Чуть большая часть, 58% респондентов, отметили, что имеют более 10 друзей (10% – от 11 до 15, 38% – более 15). Об отсутствии друзей (*вариант* «*Друзей нет, только знакомые*») заявили всего 3% школьников. Конечно, нужно учитывать, что разные люди могут закладывать в понятие дружбы разные условия и характеристики, но в целом можно сказать, что социальный круг общения школьников является весьма широким.

При этом из ответа на вопрос о согласии с утверждением «*Я немного завидую людям, у которых больше 1000 друзей и подписчиков*», можно сделать косвенный вывод, что абсолютное большинство школьников (95%) не

стремится к тому, чтобы приобрести как можно больше френдов и подписчиков.

Одной из главных характеристик аудитории общения в социальной сети является наличие реального знакомства с «френдом». Как показали данные, более половины пользователей-десятиклассников (67%) знакомы *со всеми или практически со всеми своими друзьями из сети* (*за исключением одного-двух человек*). Более чем с половиной своих виртуальных друзей знакома пятая часть респондентов (21%), а менее чем с половиной – всего около 10%. Таким образом, абсолютное большинство школьников не склонны иметь в друзьях незнакомых им людей.

Общение в социальных сетях чаще всего происходит *с близкими друзьями и знакомыми из реальной жизни (одноклассниками, друзьями друзей, ребятами со двора)*, об этом заявили 94% школьников. *С родителями, сестрами или другими родственниками* с помощью социальных сетей часто общаются лишь 14% учащихся. Только 15% старшеклассников отметили, что поддерживают общение *с виртуальными друзьями и другими пользователями сети, с которыми не знакомы в реальной жизни*. Такое общение происходит через различные группы, сообщества по интересам.

Почему использовать?

В ходе исследования школьникам задавался вопрос о том, чем их привлекает социальная сеть, отмеченная ими в качестве основной. По полученным данным, 82% отметили, что в этой социальной сети *зарегистрировано большинство их друзей и знакомых*. Этот пункт можно трактовать двояко: с одной стороны, школьник может руководствоваться мотивом «*у всех есть, почему бы и мне не сделать*»; с другой стороны – на первый план здесь может выходить коммуникативный мотив – «*в этой социальной сети удобнее всего общаться с большинством друзей*». В обоих случаях социальные сети можно представить как некую воронку, в которую по спирали друг за другом засасывает все новых и новых пользователей.

Богатый выбор *функциональных возможностей* привлекает 67% опрошенных школьников (здесь также примешан *развлекательный мотив* (прослушивание музыки, просмотр фильмов)). *Технические характеристики* социальной сети, такие как удобство использования, важны для 44% школьников. *Вмешательство со стороны модераторов*, по мнению ряда экспертов лишающее социальные сети некоторой свободы, ничуть не беспокоит школьников: данную позицию выбрали всего 4% опрошенных. Но в то же время вариант

«в этой сети следят за качеством выкладываемой информации и нарушениями правил поведения» также не входит в зону приоритетов школьников (5%), т.е. при выборе сети об этом весьма важном пункте они не задумываются.

Как использовать?

По данным исследования, чаще всего социальные сети используются школьниками для «прослушивания/скачивания музыки и аудиокниг» (91% респондентов) и «общения с друзьями» (81%). Более половины школьников заявили, что часто «просматривают/скачивают кино» (66%) и «посещают/читают паблики» (58%). Также практически каждый второй учащийся отметил, что использует социальные сети как источник информации о друзьях, событиях в мире (43%). «Выкладыванием своих фотографий» занимается треть всех учащихся, примерно такая же часть использует социальную сеть для удовлетворения образовательной потребности, для «поиска информации по учебе». То есть половина из используемых функций, как правило, связана с потреблением контента (развлечением) и с общением.

Социальные сети предоставляют различные возможности: писать заметки, оставлять комментарии, выкладывать фотографии и видео, делать перепост информации, ставить «лайки» («нравится»), менять статусы и т.п. Однако, как показали данные, школьники не так часто используют все эти возможности. Наиболее популярным занятием является «делать репосты и ставить лайки». Школьники, просматривая информацию, отбирают наиболее интересную, с их точки зрения, и делятся ею с друзьями, или же, просматривая фотографии, сообщения, ставят «лайк», т.е. выражают свое отношение к опубликованной информации: так поступают более трети (36%) школьников каждый день, а еще четверть – несколько раз в неделю. Следующим по популярности занятием является добавление музыки/видео: четверть школьников заявили, что занимаются этим каждый день, а более трети (36%) – один раз в неделю, еще одна пятая – реже одного раза в неделю. Возможность комментирования информации, будь то информация в сообществах или обновление на страницах друзей, в основном пользуется меньшей популярностью и используется реже, чем раз в неделю. Следует отметить, что для 40% школьников вообще не свойственно оставлять комментарии в сообществах по интересам, так же как и для 22% учащихся не свойственно комментировать обновления на страницах друзей. Менее популярным занятием является написание заметок про себя и свою жизнь: большинство (69%) школьников сказали, что не делают этого. Те, кто все же пишет о себе, в основном

это делают в исключительных случаях, крайне редко (одна пятая школьников). Придумывать и менять статусы также редкое занятие для школьников: 44% отметили, что не занимаются этим вообще, тогда как другие 40% – крайне редко, в исключительных случаях. Фотографии выкладывают школьники тоже довольно редко: реже одного раза в неделю – треть школьников, крайне редко, в исключительных случаях – 39% школьников. Однако лишь 14% сказали, что не делают этого вообще, т.е. большинство все-таки, так или иначе, выкладывает, пусть и нечасто, свои фотографии.

Таким образом, функция самовыражения (которая может проявляться в заметках о себе и комментариях, статусах, выкладывании фото) практически не используется или используется школьниками довольно редко. Новой формой сообщения своего мнения о чем-либо стало использование «лайка», эта функция частично заменила собой комментарии и выражает общее отношение к чему-либо, что понравилось или заинтересовало пользователя социальных сетей. К тому же часто всю понравившуюся информацию можно опубликовать (перепостить) на своей странице, что очень удобно для того, чтобы делиться ею с друзьями. Данную функцию использует большинство школьников (61%) не реже нескольких раз в неделю. То есть, по сути, большинство подростков предпочитает *количественное* распространение контента *качественному* наполнению сети новой информацией, какими-либо данными.

Итак, при изучении деклараций подростков касательно их поведения в социальных сетях было выявлено, что использование социальных сетей по ряду базовых показателей является довольно однообразным. По всей видимости, не стоит объяснять подобное явление отсутствием фантазии у школьников: социальные сети давно стали одним из основных средств коммуникации наряду с мобильным телефоном, и их использование зачастую обусловлено сугубо утилитарными целями. Так, большинство подростков сосредоточено в одной социальной сети – «ВКонтакте»: по заявлениям самих школьников, на этом ресурсе находятся их сверстники, а значит, там удобнее всего с ними общаться. Что касается временного режима использования социальных сетей и аудитории общения школьников, то здесь, вероятно, можно говорить о формировании нормированного поведения: «нормой» может считаться частая проверка своей страницы в соцсетях или общение исключительно с близким кругом друзей. Преобладание потребления контента в социальных сетях над его производством также может свидетельствовать о выборе в пользу более «простого» и «удобного» поведения.

Литература

Зотова Е., Солдатова Г. Российские и европейские школьники: проблемы онлайн-социализации // Дети в информационном обществе. 2011. № 7. С. 46–55.

Исследование аудитории российских социальных сетей – CMS magazine. Аналитический портал рынка web-разработок <http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/>.

Россияне в сети. Рейтинг популярности социальных медиа – ВЦИОМ. 13.02.2012 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476>.

Список социальных сетей <http://ru.wikipedia.org/wiki/Список_социальных_сетей>.

Число Данбара – максимальное число друзей. Социальные сети от А до Я. 29.06.2011 <http://www.social-networking.ru/article/Dunbars-Number>.

Regan P., Steeves V. Kids R Us: Online Social Networking and the Potential for Empowerment // Surveillance & Society. 2010. Vol. 8 (2). P. 157.