

**Мороз Наталья Александровна**  
Московский педагогический государственный университет,  
Москва, Российская Федерация  
[tulpinsinblossom@yandex.ru](mailto:tulpinsinblossom@yandex.ru)

### **Социокультурные практики в социальных сетях как элемент жизненного мира молодежи**

**Аннотация.** В статье рассматривают социокультурные практики российской молодежи в социальных сетях, которые влияют на их жизненный мир. В работе представлены результаты эмпирического исследования, на основе которых делается вывод о том, что соцсети глубоко интегрированы в повседневность молодых россиян. Они становятся неотъемлемым элементом формирования социальной реальности и делают жизненный мир молодежи опосредованным медиа.

**Ключевые слова:** социальные сети; Интернет; жизненный мир; молодежь; медиатизация

**Moroz Natalia Aleksandrovna**  
Moscow State Pedagogical University,  
Moscow, Russian Federation  
[tulpinsinblossom@yandex.ru](mailto:tulpinsinblossom@yandex.ru)

### **The socio-cultural practices in social media as an element of youth's lifeworld**

**Abstract.** The article discusses the socio-cultural practices of Russian youth in social network sites, which influence their lifeworld. The paper presents the results of an empirical study, on the basis of which the author come to the conclusion that social media is deeply integrated into the everyday life of young Russians. Social media become an integral element forming the social reality of youth and which makes their lifeworld mediatized.

**Keywords:** social media; Internet; lifeworld; youth; mediatization

В последнее десятилетие Интернет стал неотъемлемым элементом повседневной жизни многих россиян. По данным Mediascope, за последние три года аудитория Рунета выросла на 7 % и достигла в 2019 году 93 млн человек. В структуре медиапотребления одними из наиболее востребованных ресурсов остаются социальные сети. Ежедневно 58 % интернет-пользователей посещают социальные площадки. Наиболее активной группой является молодежь. У молодежной аудитории «ВКонтакте» и «Instagram» являются самыми часто посещаемыми среди социальных сетей: так 92 % интернет-пользователей в возрасте 12–24 лет взаимодействуют во «ВКонтакте», 72 % – в «Instagram» [Социальные сети в цифрах, 2019].

Процессы глубокой медиатизации [Couldry, Nepp, 2017] оказывают трансформирующее воздействие на все аспекты социальной жизни, в том числе способствуют изменениям жизненного мира современной молодежи. Соцсети становятся одним из важных, формирующих элементов социокультурной реальности

молодого поколения. Изучение следствий интенсивного проникновения социальных медиа в повседневные практики молодежи в контексте концепции жизненного мира приобретает особую актуальность.

Эмпирической базой исследования, результаты которого изложены в данной статье, выступили два источника информации: данные вторичного анализа исследования «Портрет молодежи», составленного командой соцсети «ВКонтакте» на основе открытых опросов, и результаты данные нашего собственного фокус–группового исследования, проведенного в 2019 году среди студентов МПГУ (12 человек (7 девушек и 5 юношей) в возрасте 19–20 лет). Сочетание использованных методов дало возможность проанализировать характер проникновения социальных сетей в структуру жизненного мира и их роль в формировании социокультурной реальности российской молодежи. Полученные данные позволяют сделать следующие основные выводы.

Во-первых, социальные сети устойчиво вошли в повседневные социокультурные практики молодых россиян и занимают важное место в жизненном мире. Молодежь хорошо в них ориентируется, адаптируя данные социальные под свои потребности и различные цели. В частности, 64 % молодых людей узнают новости из «ВКонтакте» [Исследование ВКонтакте: портрет молодежи, 2017]. Все участники фокус–группового обсуждения заявили, что соцсети являются для них ключевым источником получения сведений о мире и окружающей действительности. При этом респонденты отметили, что стараются проверять достоверность читаемых новостей: *«Есть частные источники и есть государственные, посмотрел оба и сравниваешь» (м, 19 л.); «Я фильтрую информацию. Если меня что-то интересует, я стараюсь это перепроверить в других источниках» (ж, 20 л.)*.

Для молодежи социальные площадки остаются важным средством коммуникации. В то же время широкий функционал соцсетей позволяет их использовать для организации досуга. По данным исследования «Портрет молодежи», ежедневно 62 % молодых россиян смотрят видео и 75 % слушают музыку во «ВКонтакте». Согласно результатам фокус-группы, помимо потребления развлекательного контента (фильмы, сериалы, музыка, клипы) респонденты предпочитают «подписываться» в соцсетях на сообщества и аккаунты образовательной и просветительской направленности. Об этом свидетельствуют типичные ответы: *«Для меня соцсети – сейчас это больше источник полезной информации» (ж, 20 л.); «Для меня соцсети – канал трансляции полезной информации, которая имеет практическую пользу» (ж, 20 л.)*.

Кроме того, 64 % молодежи, опрошенной командой «ВКонтакте», заявили, что не следуют актуальным трендам. Данное утверждение частично подтверждают результаты нашего фокус–группового исследования. Респонденты не разделяют попытки некоторых интернет–пользователей выглядеть в соцсетях успешнее и привлекательнее, чем в реальной жизни, например, путем публикации отретушированных фотографий, демонстрации вещей люксовых брендов или снимков с арендованным автомобилем премиум–класса. Однако молодежь не считает

предосудительной чрезмерную самопрезентацию в соцсетях, если это связано с поиском самореализации или зарабатыванием денег: *«Допустим, человеку просто нравится делать красивые фотографии» (м, 20 л.); «Для кого-то "Инстаграм" – бизнес. И для этого необходимо не просто выложить фотку, а преподнести так, чтоб её хотелось лайкнуть» (ж, 20 л.)*.

Полученные данные свидетельствуют о том, что социокультурные практики в соцсетях глубоко интегрированы в жизненный мир молодежи. Пространство социальных медиа стало неотъемлемым элементом организации повседневной деятельности молодого поколения: потребление новостного контента, досуговые, коммуникативные и образовательные практики. Данная среда создает благоприятные условия для освоения новых знаний и даже зарабатывания денег.

Во-вторых, интенсивное внедрение социальных сетей в повседневные практики не оказывает прямое влияние на базовые ценности жизненного мира молодежи. Несмотря на наличие в интернет-пространстве примеров различных поведенческих паттернов и образцов мышления, молодые россияне склонны следовать идеалам и жизненным устремлениям, сформированным на этапе первичной социализации в семье. Однако, находясь на переходном этапе становления между детством и взрослостью, молодежь ищет способы конструирования идентичности и поэтому стремится к независимости и самостоятельности. Согласно исследованию «Портрет молодежи», 90 % опрошенных дорожат мнением родителей, 78 % – друзей и только 22 % – звезд и блогеров. На вопрос «Кто твой пример для подражания?» пользователи «ВКонтакте» ответили: родители, никто, Путин, Маск, Искус. Мы задали участникам фокус-групповой дискуссии аналогичный вопрос. Далее приведены типичные высказывания: *«Примеров для подражания у меня нет. Для меня важно мнение семьи, но если для меня что-то важно, то я сделаю по-своему» (ж, 20 л.); «Каждый живет своей индивидуальной жизнью, можно к кому-то прислушаться, но делаешь выбор все равно ты» (м, 20 л.); «Это мои родители, которые чего-то добились и которые меня обеспечивают» (ж, 19 л.)*. Родители остаются центральным образцом поведения для молодого поколения, однако переход во взрослую жизнь формирует потребность не зависеть от контроля старших, принимать самостоятельные решения. Мы также выяснили, являются ли для молодых людей примерами для подражания медийные личности, на которых они подписаны в соцсетях. Были получены следующие типичные ответы респондентов: *«Я подписываюсь на тех, кто может дать какую-то полезную информацию как по профессиональной, так и непрофессиональной деятельности» (ж, 20 л.); «Я слежу за тем, что у них происходит только потому, что это связано со сферой профессиональной деятельности, которая мне интересна. Я узнаю что-то новое, запоминаю» (ж, 19 л.)*. Блогеры, инфлюенсеры и другие популярные личности могут стать примером для молодежи, если они предлагают подписчикам содержательный, полезный, интересный контент, который может быть использован для развития профессиональных умений, расширения кругозора и получения новых знаний.

В-третьих, нарастающая цифровизация общества сформировала у молодого поколения твердую привычку постоянно обращаться к социальным сетям. Жизненный мир молодежи становится опосредованным медиа, взаимодействие на социальных площадках – одним из элементов социокультурной реальности. Молодые россияне не смыслят себя вне медиапространства и не готовы отказаться от пользования соцсетями. Среди пользователей «ВКонтакте» 81 % юношей и 89 % девушек боятся надолго остаться без доступа к социальным сетям [Исследование ВКонтакте: портрет молодежи, 2017]. Результаты фокус-группового исследования показали, что социальные медиа занимают органичное место в структуре жизненного мира молодежи и являются необходимым инструментом для выполнения разного рода задач. Все респонденты выразили нежелание отказываться от соцсетей: *«Если удобно – зачем отказываться?»* (м, 19 л.); *«Это часть повседневной коммуникации, когда ты теряешь её, ты выпадаешь»* (м, 20 л.); *«Отказаться? Ты сразу выпадешь из коммуникации»* (ж, 20 л.). Прекращение взаимодействия в социальных медиа воспринимается молодежью как риск исключения из определенных социальных групп и препятствие для полноценного и эффективного существования в современном обществе.

Коммуникация посредством интернет-технологий сегодня стала привычным инструментом повседневной жизни. Полностью или частично взросление российской молодежи проходит под влиянием процессов цифровизации и интернетизации. Социальные сети глубоко интегрированы в жизненный мир молодежи, настолько, что сам он медиатизированным. Для молодых россиян социальные площадки – основной источник получения новостей, неотъемлемое средство коммуникации, развлечения, обучения и даже заработка. Они оказывают опосредованное влияние на жизненные ценности и ориентации современного поколения. Однако пользование соцсетями имеет тенденцию к преобразованию в жизненную необходимость, когда отказ от социальных медиа рассматривается как опасность социальной изоляции. Таким образом, социальные сети становятся полноценным социальным пространством для молодежи.

### Библиографический список

Исследование ВКонтакте: портрет молодежи [Электронный ресурс] // ВКонтакте: [веб-сайт]. URL: [https://vk.com/wall-19542789\\_54106](https://vk.com/wall-19542789_54106) (дата обращения: 31.05.2020).

Социальные сети в цифрах [Электронный ресурс] // Медиаскоп: [веб-сайт]. 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%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf](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%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf) (дата обращения: 31.05.2020).

Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality: Society, culture, mediatization. Cambridge: Polity Press, 2017. 256 p.