

*Макаров А.А., к.э.н., доцент,
Среднерусский гуманитарно-технологический институт, г. Обнинск;
Алешкина А.А., обучающаяся магистратуры,
Московский гуманитарный университет, Москва*

АСПЕКТЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В материале обобщены вопросы проявления личности молодых людей в информационно-коммуникативном пространстве (и в частности, социальных сетях), рассмотренные в многочисленных трудах отечественных и иностранных исследователей.

Ключевые слова: молодежь; социальные интернет-сети; пользователи социальных сетей; личность молодого пользователя соцсетей; влияние соцсетей на молодежь.

*Makarov A.A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Central Russian Humanitarian and Technological Institute, Obninsk;
Aleshkina A.A., a graduate student,
Moscow University for the Humanities, Moscow*

ASPECTS OF THE MANIFESTATION OF THE PERSONALITY OF YOUNG PEOPLE IN SOCIAL NETWORKS

The article summarizes the issues of the manifestation of the personality of young people in the information and communication space (and in particular, social networks), considered in numerous works of domestic and foreign researchers.

Keywords: youth; social Internet networks; users of social networks; personality of a young user of social networks; influence of social networks on youth.

Современные молодые люди, которыми признаются лица в возрасте 14-35 лет, являются социально-возрастной группой, наиболее органично «вписанной» в ткань глобальной информационной реальности, характеризующейся виртуализацией многих сфер жизни [1]. Активная информатизация общества и динамичное развитие Интернета стало следствием возросшей потребности человека в коммуникации, саморазвитии, аффилиации и рекреации.

Молодежь в нашей стране как социально-демографическая группа тем и отличается от других возрастных групп, что осваивает все новое, охотно и часто хаотично впитывая в себя различные, в том числе негативные особенности [2]. Мы согласны с мнением о том, что «молодежь – коммуникабельная, динамичная и целеустремленная часть народонаселения, отличающаяся интеллектуальной активностью и здоровьем. Молодое поколение, в отличие от старших возрастных групп, не консервативно, свободно от стереотипов, установок и предрассудков прошлых поколений. Молодежь обладает следующими социально-психологическими комплексными свойствами: психическая неустойчивость; инфантильность; внутренняя противоречивость; стремление «выделиться из толпы»; креативность мышления» [6].

Для характеристики вовлеченности молодежи в информационно-коммуникационные технологии предложен термин «поколение Google», который появился для распознавания людей, у которых нет опыта до того, как появилась Всемирная сеть – Интернет. Ведь именно информационные технологии способствовали появлению новых форм становления личности молодого человека.

Существует особая классификация молодежной группы по уровню владения информационными технологиями и, в зависимости от этого, по соответствующему образу жизни. Согласно ей, все молодые люди делятся на «продвинутых», «умников», «реальных пацанов», «новых бедных» и «массу». Две первые группы нового поколения в сумме составляют чуть больше четверти молодежи (29%), их можно отнести к самой передовой ее части. «Умники» – группа, обладающая большим объемом реальных и потенциальных ресурсов. Они явно руководствуются современными модернистскими ценностями. Группа состоит, в основном, из взрослеющей молодежи, которая осваивает новые технологии, отличается обильным потреблением, носящим рациональный характер. «Продвинутые» объединяют в себе более юную молодежь, определенно относящуюся к «поколению Интернета», различных социальных сетей. Члены этой группы пока еще не обладают большим объемом ресурсов, но с большой вероятностью будут вносить в информационное пространство новые элементы, ценности, тренды. Причем они отличаются очень активным культурным потреблением, спонтанными покупками. Тем не менее, они еще контролируются родителями. Примерно один из десяти представителей нового поколения относится к группе «реальных пацанов», в которой объединены молодые мужчины с явно выраженными традиционными мужскими ценностями: спорт, машины, хобби и др. В вышеупомянутые традиционные ценности вливаются современные тренды и новые веяния. Самая большая группа – «масса» – около 40% состоит из самой обычной молодежи. Это инертное большинство, характеризующееся отсутствием четких ценностных позиций. Это группа тех, кто не имеет устоявшегося мнения, но активно стремится быть «как кто-то». Они – последователи модных веяний и трендов, уже освоенных более передовыми группами. В зависимости от обстоятельств, представители этой группы вполне могут переходить в остальные типы. Последняя

группа – представители социальных низов – названы «новыми бедными». К этой группе относится каждый пятый представитель молодого поколения. Члены этой группы направлены на традиционные ценности, обладают небольшим объемом ресурсов и социального потенциала. Никто из представителей данной группы не пользуется Интернетом [8].

Социальные сети – сетевые услуги, которые позволяют частным лицам: 1) строить общественные или полуобщественные профили в пределах ограничений, наложенных системой; 2) определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией; 3) просматривать и связывать их список контактов с другими, созданными пользователями внутри системы» [5]. Подобные определения отражены в работах и других исследователей [3, 4, 7]. Социальные сети стали важнейшим инструментом информационно-коммуникативных технологий, неотъемлемой частью современной жизни. Большая часть молодых людей проводит в них все свободное время. Как отмечает источник, «для многих людей социальные сети – один из самых распространенных способов ведения «второй», виртуально создаваемой жизни, которая подчас дублирует события настоящей жизни» [9].

Молодые люди используют социальные сети в различных целях. Нам импонирует авторское мнение о том, что «среди российской молодежной аудитории социальных сетей можно выделить самопиарщиков, публицистов, социальных капиталистов и «болтушек» (табл.1).

Виртуальное общение несет в себе как положительные, так и отрицательные качества. Из плюсов социальной сети можно выделить то, что она помогает переступить географический барьер., т. е. позволяет человеку сохранить отношения с дорогими ему людьми на расстоянии, «стирая» границы. Также социальные сети позволяют заводить новые знакомства, которые в дальнейшем могут перейти и в реальную жизнь. Сайты такого рода способствуют культурному обмену между людьми из

разных стран: помогают изучить язык, познать культуру и обычаи страны, перенять для себя что-то новое и интересное. Также они позволяют оставаться всегда в курсе всех событий, происходящих в мире. Еще одним плюсом социальной сети можно назвать то, что она способствует дополнительному заработку человека, ведь в ней можно оказывать большое количество разного рода услуг.

Таблица 1 – Возможное проявление личности молодых людей в социальных сетях [9]

«Социальный капиталист»	Социальные сети – часть работы, способ завести полезные знакомства, поэтому все то, что может «подмочить» его репутацию удаляется со страницы
«Публицист»	Сеть для публициста – газета, содержание которой он составляет сам. С самого утра у публициста уже готов обзор прессы и распорядок, в котором он представит информацию вниманию своих читателей, подобраны ссылки на статьи ведущих международных изданий, блоги, твиты известных личностей, с которыми публицист знаком лично, собственные комментарии публициста, которые постоянно обновляются.
«Самопиарщики»	Для самопиарщиков (а ими чаще всего являются творческие молодые люди) социальные сети – собрание материала для последующей биографии, а также сцена. На странице они выкладывают информацию о новых проектах.
«Болтушка»	Социальная сеть рассматривается как дневник и группа взаимопомощи. Друзья, по мнению «болтушки», нужны для того, чтобы делиться с ними всем сокровенным: поэтому она педантично ведет хронику своего дня на странице. К данному типу относятся чаще всего девушки, хотя иногда встречаются и парни, которые не прочь поделиться событиями своей жизни в социальной сети

Из отрицательных качеств социальной сети можно отнести то, что она набирает обороты и понемногу выходит на первый план в межличностном общении. Людям, особенно молодежи, становится проще общаться на подобных сайтах, чем в реальной жизни, а это может привести к тому, что речевая функция человека начнет деградировать. Такие сайты оказывают влияние и на психическое здоровье молодых людей, они становятся зависимыми и в связи с этим появилось совершенно новое понятие, которое стоит уже почти наравне с алкоголизмом, наркоманией, игроманией – «Интернет-зависимость» [7, 10].

Исследователями были определены сферы самореализации молодежи, которые, в первую очередь, являются привлекательными для молодых людей; во вторую, они доступны в Интернете; и в третью, являются наиболее актуальными в современном мире:

- *Профессиональная.* С появлением глобальной сети появились новые профессии, в которых может проявить себя человек, ярким примером такого рода профессии является верстальщик веб-страниц. Данная деятельность невозможна без использования глобальной сети. Эта профессия может встречаться как в компаниях, так и на специализированных сайтах. Есть и другие виды дистанционной работы: веб-дизайнер, наборщик текста, специалист по вирусной рекламе и т.д. Сейчас большое распространение получила тенденция поиска клиентов для разного рода услуг через Интернет. Молодой еще неопытный специалист может найти себе клиентов, повысить свои навыки, приобрести клиентскую базу и начать зарабатывать также при помощи глобальной сети, тем самым самореализоваться в выбранной профессии.

Еще одним направлением является блоггерство. Зачастую желание поделиться с миром своей жизнью, мыслями, знаниями не только доставляет чувство самодовлетворения блогерам, но и позволяет стать материально независимыми. Благодаря системе «монетизации» в современных сервисах рождается некий симбиоз, позволяющий зрителю насладиться зрелищем, а автору получить материальную отдачу, при этом ничего не отбирая у тех, кто пользуется предоставленным контентом.

- *Творческая.* Помимо профессиональной самореализации, в сети имеются огромные возможности для творчества. В Интернета можно получить признание своего таланта и реализовать его плоды.

- *Еще одним способом самореализации является спортивная деятельность (в т.ч. и киберспорт).* Информация о различных видах спорта и физической деятельности позволяет молодому человеку найти

приемлемый для него вид физической активности. Сайты детских спортивных школ, общественных спортивных организаций, спортивных клубов помогают найти информацию о возможностях занятий любым видом спорта в данном населенном пункте. В последние годы широкое распространение получила работа с тренером онлайн. Общение с квалифицированным специалистом происходит в форме написания плана тренировок, питания, режима труда и отдыха, фармакологической поддержки и обратной связи в виде дневника спортсмена с выполненными заданиями, описанием самочувствия и физиологическими показателями. Помимо этого, Интернет позволяет найти единомышленников для совместных тренировок, даже если спортсмены не объединены организацией. В сети имеется большое количество видеороликов с рекомендациями для самостоятельных занятий различными видами физической активности в домашних условиях. Глобальная паутина предоставляет информацию по спортивным соревнованиям различного уровня. Федерации различных видов спорта Российской Федерации публикуют календарь соревнований как для профессионалов, так и для любителей (от мировых чемпионатов и первенств до любительских стартов в отдельных оздоровительных клубах). Интернет позволяет дистанционно зарегистрироваться на любой из стартов и внести взнос.

Киберспорт – новое направление – находится на ранних этапах своего развития, однако, существуют яркие примеры того, как можно достичь успеха посредством данной деятельности.

- *Самореализация в научных сферах.* Первоначальной целью создания сети была потребность ученых в быстрой и безопасной передаче информации между научными центрами. В настоящее время роль Интернета в данной сфере вышла за пределы передачи информации. Регулярно проводятся заочные электронные конференции, происходит обмен знаниями между учеными на форумах. Появилась возможность

получение финансирования на дальнейшие исследования посредством подачи заявлений в различные фонды. Возможности, предоставляемые Интернетом в области образования, также дают поле для самореализации: олимпиады, вебинары, дистанционные образовательные программы и т.д. [2].

Обобщая представленную информацию, отметим, что социальные сети – как технологии, позволяющие находиться в «контакте» 24 часа в сутки, превращаются для молодых пользователей в особый инструмент управления коммуникацией и собственной социальностью, что предопределяет необходимость постоянного изучения сетевого общения как явления, так и особенностей проявления их личности при сетевом взаимодействии.

Используемые источники

1. Федеральный Закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации».

2. Давыдов, А. В. Молодежь в социальных сетях: анализ современной ситуации / А. В. Давыдов // Педагогика и психология современного образования: теория и практика: Материалы научно-практической конференции «Чтения Ушинского», Ярославль, 01–02 марта 2018 года. – Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2018. – С. 280-286.

3. Императивы бизнеса [Текст] / под ред. Ю.Н. Клещевского, И.А. Кудряшовой; Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Кемерово: КИ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. – 280 с.

4. Маркетинговые коммуникации / С. А. Калугина, Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк [и др.]. – М.: Издательский Дом "Инфра-М", 2018. – 272 с.

5. Небыков, И. А. Блоги как вид социальных интернет-сетей (социальные аспекты) /И. А. Небыков, Е. Г. Ефимов //Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2012. – № 2(17). – С. 119-124.

6. Попова, Э. А. Социальные сети как средство коммуникации молодежи / Э. А. Попова // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг.: материалы XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета: в 2 томах, Екатеринбург, 11–12 апреля 2017 года. – Екатеринбург: Автономная некоммерческая организация высшего образования "Гуманитарный университет", 2017. – С. 337-340.

7. Симакина, М. А. Современные маркетинговые коммуникации / М. А. Симакина, О. М. Кожина. – М.: МосГУ, 2019. – 160 с.

8. Турк, С. Н. Молодежь и ее ценности в условиях информационного общества / С. Н. Турк, Ю. А. Урсаева //Социально-гуманитарный вестник: Всероссийский сборник научных трудов. – Краснодар: Краснодарский центр научно-технической информации, 2018. – С. 127-130.

9. Флегонтова, А. В. О некоторых признаках концепта "Российская молодежь" (на основе анализа статусов, постов и репостов в социальных сетях) / А. В. Флегонтова // Лучшая студенческая статья 2018: сборник статей XV Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 25 мая 2018 г. / Отв. ред. Гуляев Г.Ю. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. – С. 230-234.

10. Явон, С. В. Социальные сети и молодежь / С. В. Явон // Sociologie Člověka. – 2016. – № 1. – С. 28-32.