

УДК: 101.1: 316.

**ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЖИЗНЬ МОЛОДЕЖИ И
ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ
УНИВЕРСИТЕТА**

Роман Александрович Чмир

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

romanchmir3@mail.ru

Алексей Андреевич Привалов

педагог дополнительного образования

asher_satton@mail.ru

Иван Александрович Доценко

студент

Мичуринский государственный аграрный университет

kaguze@mail.ru

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассматривается влияние социальных сетей на молодое поколение. Выявлены наиболее популярные интернет - сообщества, проанализированы факторы, влияющие на привлекательность того или иного ресурса. В результате проведенного исследования разработаны рекомендации по использованию социальных сетей в воспитательной и образовательной деятельности университета и в профориентационной работе.

Ключевые слова: социальные сети, цифровизация, жизненные ценности, высшая школа

Сегодня с уверенностью можно говорить, что интернет и социальные сети полностью вошли в жизнь школьника, без которых он уже не мыслит своего полноценного существования. Цифровизация общества, появление доступных гаджетов, компьютеров, планшетов существенно изменили нашу жизнь и наполнили ее большим количеством информации разного качества, способной не только нас интеллектуально обогатить интересными событиями, открытиями, полезными данными, но и стать источником проблем и заблуждений, связанных с противоречивыми трактовками, мнениями, искажением известных фактов [8].

Анализируя многочисленные публикации на тему «Влияние средств массовой информации на ребенка», можно прийти к выводу, что сегодняшние СМИ находятся в глубочайшем кризисе [3, с. 53]. Резко снижается количество печатной прессы, стремительно падает аудитория радиоэфиров и телевидения, которое перестало быть актуальным для молодежи. По данным многочисленных исследований, на страницах массовых периодических изданий молодые люди не находят, по их мнению, ни достоверной информации, ни актуальных для них тем. Газеты не становятся помощниками в решении проблем молодого поколения [5, с. 280]. В результате вышесказанного на первое место среди средств массовой информации выходят интернет и социальные сети.

Если проанализировать научные статьи про влияние СМИ на молодое поколение, то можно увидеть, с начала 2000 года по настоящее время резкий скачок пользователей интернета с 10 до 99 %. Вначале интернет для молодежи стал предметом исследовательского интереса, затем - развлечением, потом - сферой общения, источником информации, и, наконец, площадкой для создания собственного контента. Проблема зависимости от интернета сегодня актуальна как никогда. Так, в своей диссертации А.В. Чистяков - доктор социологических наук писал, что если в 2002 году пользователей интернета насчитывалось около полумиллиарда, то в 2005 году оно уже составляло более миллиарда [6, с. 278]. В 2021 году количество пользователей составило 4,2 миллиарда.

Большинство современных молодых людей уже не воспринимают свою жизнь без социальных сетей и интернета. Массовое внедрение информационных технологий и создание глобального информационного пространства стало важным фактором в формировании личностных характеристик молодежи. Привычка доверять СМИ делает молодежь уязвимой перед навязыванием у них определенных установок «правильной» жизненной позиции. Возникают новые ценности [9, с. 459].

Доверие к СМИ - социокультурный феномен, который формировался в нашей стране десятилетиями. В годы советской власти жесткий контроль над газетами, радио и телевидением способствовал формированию единого информационного пространства, несущего не только мощный образовательный, но и воспитательный характер. Можно много говорить о цензуре и умалчивании неудобных событий в советский период истории, но то, что образ СМИ являлся гарантом достоверности информации и неоспоримости для большинства жителей страны - это факт. Если в годы советской власти негативная информация была практически закрыта для большинства граждан, то сегодня ее изобилие заставляет задуматься, каким образом защитить подрастающее поколение от пагубного воздействия [4, с. 336]. Отсутствие жизненного опыта, неустойчивая психика, большая внушаемость по сравнению с взрослыми, делают молодых людей идеальным объектом воздействия СМИ.

Важно отметить, что первая четверть XXI века характеризуется быстрым ростом не только интернета, но и социальных сетей. Это привело к тому, что молодое поколение, устав от навязанной информации, льющейся с телеэкранов и радио стало само создавать и формировать уникальное информационное пространство, наполненное многоликим, противоречивым контентом, который уже невозможно контролировать, но который уже по популярности превосходит телевидение, радио и печатные издания вместе взятые [2, с. 37].

Учитывая наблюдаемые тенденции, система образования не должна не замечать тот факт, что социальные сети сегодня являются активными участниками в формировании картины мира подрастающего поколения, а также

мощным информационным и воспитательным ресурсом. В связи с этим наблюдается три вектора работы системы образования: 1. Расширять работу по направлению медиа-образования; 2. Проведение образовательной деятельности и воспитательной работы с использованием социальных сетей, учитывая возраст и запросы аудитории. 3. Создание собственного медиа-контента в наиболее популярных социальных сетях. Данная практика уже несколько лет используется в системе дополнительного образования. Большая работа по использованию цифровых ресурсов социальных сетей проводится в Центре развития современных компетенций детей ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ [7].

В 2021 году для совершенствования форм и методов работы медиа-пространства в Центре развития современных компетенций детей Мичуринского ГАУ были проведены исследования, в которых задействовано более 250 обучающихся, на тему «Влияние социальных сетей на жизнь молодого поколения». Респондентам была предложена анкета, содержащая 10 вопросов, связанных с жизнью молодежи в интерне-пространстве и социальных сетях.

Проведенные среди обучающихся школ г. Мичуринска и Мичуринского района исследования, в которых приняло участие 250 человек, показали, что 98 % респондентов являются активными пользователями сети интернет и социальных сетей, в которых проводят по несколько часов в день.

В результате проведенных исследований нами составлен рейтинг наиболее популярных социальных сетей, которые сегодня пользуется молодежь.

Таблица 1.

Рейтинг наиболее популярных социальных сетей среди школьников от 12 до 18 лет

Название	Процент респондентов
VK	70,8 %
TikTok	66,6 %
Instagram	36,6 %
Facebook	2,6 %

Верхнюю строчку возглавляет социальная сеть Вконтакте (70,8 %). Это связано с тем, что она позволяет не только размещать и хранить фото-, видео- и аудиоматериалы, но и удобно обмениваться информацией с другими пользователями, создавать тематические диалоги.

Второе по популярности место занял TikTok (66,6 %). Это сравнительно молодая социальная сеть главной, особенностью которой является большое количество небольших видеороликов. По данным аналитиков, TikTok является динамично развивающейся платформой, которая в ближайшие годы может соперничать с признанным лидером - сетью VK.

Существенно отстают в рейтинге наиболее популярных сетей Instagram (36,6 %) и Facebook (2,6 %). Instagram интересен молодежи только как ресурс для хранения и выкладывания фотографий, а также освещения в медийном пространстве ярких событий своей жизни. Facebook, по мнению школьников, больше предназначен для старшего поколения, и поэтому не вызывает у них какого либо интереса.

Вторым вопросом анкеты было оценить значимость каждой социальной сети в жизни, под которой понималось количество времени отводимого на работу в ней, удобство интерфейса и заинтересованность в размещенных материалах, возможности коммуникации со сверстниками, а также уровню защиты персональных данных при ее использовании.

Таблица 2.

Значимость социальных сетей в жизни школьника от 12 до 18 лет

Социальная сеть	Количество баллов
VK	216
TikTok	179
Instagram	156
Facebook	80

В результате проведенного анкетирования выявлено, что для молодого человека самой значимой социальной сетью является VK (216 баллов). Данный ресурс удобен и полезен не только с позиции медиа-развлечения, но обмена полезной информацией с друзьями, изучению интересных тематических рубрик. Второй по значимости сетью является TikTok (179 баллов). Его главная функция данного ресурса - развлечение. Незначительно от TikTok отстает Instagram (156 баллов). Последнее место в значимости социальных сетей занял Facebook (80 баллов), которая ориентирована на взрослую аудиторию и не интересен молодому поколению.

Понимая изменившуюся экосистему информационного пространства, и проанализировав имеющиеся социальные сети, мы респондентам задали вопрос: «Какие формы подачи информации вам наиболее интересны?»

Таблица 3

**Рейтинг форм подачи информации интересный для детей
в социальных сетях**

Видео	60,0 %
Фото	26,6 %
Текст	22,2 %
Любая интересная и актуальная информация	20,0 %

Проведенные исследования показали, что наиболее удобной формой подачи информации для молодежи является просмотр видеороликов (60 %), затем следует фотография (26,6 %). Меньше всего их привлекают текстовые новости (22,2 %), которые к тому же большинства опрошенных не должны быть больше 19-15 предложений. По мнению многих исследователей, современный школьник не стал меньше читать, но качество прочитанного сильно падает. Оно и не удивительно, ведь большинство авторов являются такими же пользователями социальных сетей, что и анкетлируемые. Как бы информация не была важна и актуальна, без подкрепления видеосюжетом или серией фотографий она остается незамеченной. Все это согласуется со

стратегией ведущих социальных сетей, которые для привлечения внимания делают упор именно на видеоролики или фотоматериалы.

Четвертым вопросом нашего исследования было изучение интересов молодежи в социальных сетях и что их там привлекает. На вопрос: «Какие тематики новостной ленты привлекают ваше внимание?», мы получили следующие ответы.

Таблица 4.

Разделы, интересующие молодежь в социальных сетях.

Юмор	60,0 %
Развлечения	50,6 %
История, путешествия	29,9 %
Наука/образование	29,3 %

Результаты исследования показали, что наиболее просматриваемые разделы связаны с юмором (60,0 %) и развлечениями (50,6 %). Только треть респондентов рассматривают социальные сети в качестве источника информации касательно истории, утешений, науки и образования. На вопрос, какие бы мероприятия они хотели бы видеть на страницах социальных сетей, или принять участие 77,3 % ответили, что с радостью бы поучаствовали в квестах. В фотоконкурсах и в видеоконкурсах хотят принять участие 29,3 % и 20,0 % соответственно. Такой низкий процент связан с тем, что к вышеперечисленным конкурсам будет требоваться подготовка, в то время как квест обеспечит им интересное времяпровождение без затрагивания лишних усилий.

Особо стоит отметить вопросы, связанные с Мичуринским аграрным университетом и его роли в медийном пространстве. На вопрос «Что было бы Вам интересно узнать об университете?» 67,5 % ответили, что их интересуют вопросы, связанные с поступлением. Более половине опрошенных (50,6 %) было бы интересно узнать про студенческую жизнь, ее научную, творческую и спортивную составляющую. 33,3 % интересуют направления подготовки. О жизни университета хотели бы знать 29,3 %

Таблица 5.

Ответы на вопрос «Что Вам интересно узнать об университете?»

Поступление	67,3 %
Студенческая жизнь	50,6 %
Направления подготовки	33,3 %
Яркие события	29,3 %
Информация о преподавателях	7,5 %

Большинство респондентов нашего опроса отметили, что имеющиеся цифровые ресурсы организации не направлены на молодежную аудиторию. Информация представлена материалами далекими от жизни молодежи. Сайт университета направлен на взрослых людей и не содержит интересных, доступных видеоматериалов, рассказывающих о жизни организации или интересные рубрики. На вопрос «Что нужно на ваш взгляд для улучшения медийной программы социальных сетей университета?» половина респондентов отметили, что необходимы новые форматы освещения новостей вуза, организация креативных проектов со школьниками (40,0 %), в которых можно было бы участвовать как командно, так и индивидуально. Треть школьников с удовольствием бы смотрели новостной канал университета, в котором бы отражались лучшие подходы сети VK и TikTok. 30,0 % опрошенных считают, что регулярные конкурсы и викторины с небольшими призами могли бы увеличить количество пользователей в социальные сети университета. Более пятидесяти процентов отметили, что идея создания собственного медиацентра при университете существенно бы увеличила привлекательность цифровых ресурсов организации не только как научного, но и молодежного центра притяжения молодежи города.

Таблица 5.

Ответы на вопрос «Что нужно на ваш взгляд для улучшения медийной программы социальных сетей университета?»

Много ярких событий	49,3 %
Новые классные проекты с привлечением школьников	40 %

Свой новостной канал	33,3 %
Конкурсы и программы, ориентированные на молодежь	29,6 %

Последним вопросом анкеты стало изучение интересов молодежи. Он показал те сферы, которые привлекали их внимание подростком и вокруг которых вращается их жизнь. На первом месте среди интересов молодого поколения оказалось искусство и творчество (56,0 %), на втором месте спорт (40,0 %). Существенно ниже школьники интересуются туризмом (28,0 %), наукой и образованием (26,6 %). Жизнь общества и политики привлекает только 16,0 % респондентов.

Таблица 6

Интересы молодого поколения

Искусство, творчество	56,0 %
Спорт	40,0 %
Туризм/активный образ жизни	28,0 %
Наука/ образование	26,6 %
Политика /жизнь общества	16,0 %

В результате проведенного анкетирования можно сделать следующие выводы:

1. Интернет и социальные сети играют большую роль в жизни современной молодежи;
2. 98 % детей являются активными пользователями социальных сетей, проводящими в них по несколько часов в день;
3. VK и TikTok являются лидерами среди социальных сетей по количеству подписчиков, и они же наиболее значимые ресурсы для молодежи в их повседневной жизни;
4. Под влиянием молодежных течений активной цифровизация общества, наиболее востребованным контентом являются видеоролики и фотографии. Большие тексты и сложные аналитические статьи остаются без должного внимания;

5. Больше 50 % пользователей в социальных сетях привлекает развлекательный контент, и только 30 % респондентов интересуются историческими материалами, а также новостями науки и образования;

6. Социальные сети и интернет являются наиболее действенным способом донесения информации до абитуриентов и как важный фактор медийной деятельности любой организации направленный на ее популяризацию;

7. Наибольший интерес у школьников о деятельности университета, являются вопросы поступления (67,3 %), а также освещению студенческой жизни, ее образовательной, научной, творческой и спортивных сторон;

8. Проведение конкурсов, викторин, олимпиад, квестов для детей на базе университета будет способствовать привлечение в его цифровые информационные ресурсы большого количества детей и позитивно отразится на имидже высшей школы;

9. Университет, через социальные сети и цифровые ресурсы может качественно влиять на образовательное пространство региона, инициировав ряд инновационных, креативных проектов с привлечением детей, в том числе и с использованием медиа-центра [1].

Быстро развивающиеся цифровые технологии активно влияют на информационное пространство, создавая условия не только для развития личности, но формируют новую реальность с негативными тенденциями в области воспитания ребенка. Традиционные СМИ, такие как телевидение, радио, газеты постепенно уходят в прошлое, и их место активно занимают информационные интернет ресурсы и социальные сети, в которых зарегистрировано 98 % молодежи. Грамотное использование цифровой среды в системе высшей школы может стать мощным источником воспитательной и образовательной деятельности, а также новым этапом в профориентационной работе с детьми.

Список литературы:

1. Алемасова М. Л. Событийная коммуникация вуза в контексте подготовки к юбилею Победы // Российская школа связей с общественностью. 2020. № 17. С. 181-188.
2. Демдоуми Н.Ю., Денисов Ю.П. Социальная сеть как аспект суицидальной активности среди детей и молодёжи (на основе анализа социальной сети "Вконтакте") // Тюменский медицинский журнал. 2013. Т. 15. № 3. С. 37-38.
3. Кузина, С.В. (РАГС). Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи / С.В. Кузина // Власть. - 2007. - № 8. - 53 с.
4. Цымбаленко С.Б., Шариков А.В., Щеглова С.Н. Информационное пространство российского подростка в постсоветский период. М.: НИИ школьных технологий, 2006 г. 336 с
5. Цымбаленко С.Б. Российский подросток в информационно-психологическом пространстве. Социологическое исследование. (ЮНПРЕСС, 2006) // Медиаобразование: от теории к практике: сб. материалов 1 Всероссийской науч. - практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 20-21 ноября 2007 / сост. И.В. Жилавская. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2007. - С. 280.
6. Чистяков А.В. Социализация личности в обществе интернет-коммуникаций: социокультурный анализ: Диссертация... доктора социологических наук: 22.00.06; Рост. гос. пед. ун-т. - Ростов н/Д, 2006. - 278 с.
7. Чмир Р.А., Привалов А.А., Лазин П.В. Значение цифровизации наследия И.В. Мичурина и его последователей в системе регионального образования // Наука и образование. Электронный журнал Мичуринского ГАУ Том.3. № 3, 2020
8. Чмир Р.А., Привалов А.А., Хатунцев И.В. Использование цифровых технологий в рамках патриотического воспитания // Наука и образование. Электронный журнал Мичуринский ГАУ. Том 4. № 3. 2021

9. Шарикова А.В Исследования телевизионной аудитории: теория и практика. // Материалы семинара для социологов телекомпаний под ред.: Национальная ассоциация телевещателей, 1997. 459 с.

UDC: 101.1: 316.

**THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE LIFE OF
YOUNG PEOPLE AND THE POSSIBILITY OF THEIR USE IN THE MEDIA
SPACE OF THE UNIVERSITY**

Roman A. Chmir

Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor

romanchmir3@mail.ru

Aleksey A. Privalov

teacher of additional education

asher_satton@mail.ru

Ivan A. Dotsenko

student

kaguze@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. The article deals with the influence of social networks on the young generation. The most popular Internet - communities are identified, the factors influencing the attractiveness of a particular resource are analyzed. As a result of the study recommendations for the use of social networks in the educational and training activities of the university and in career guidance work were developed.

Key words: social networks, digitalization, life values, higher education

Статья поступила в редакцию 10.11.2021; одобрена после рецензирования 01.12.2021; принята к публикации 15.12.2021.

The article was submitted 10.11.2021; approved after reviewing 01.12.2021; accepted for publication 15.12.2021.