

**Особенности коммуникативных действий московской студенческой молодежи
в социальных сетях Интернета**

Научный руководитель – Жучков Василий Васильевич

Красильникова Валерия Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: valerie11@inbox.ru

Новое постиндустриальное пространство представляет собой информационное общество, базирующееся на совершенно новых производственных и коммуникационных принципах. По мнению одного из основоположников теории глобальных трансформаций в терминах сетевых структур М. Кастельса [п4], особенностью современного общества является не столько доминирование информации, сколько преобразование вариантов ее использования, когда ведущую роль в обществе приобретают глобальные сетевые структуры, часто вытесняющие традиционные формы человеческого бытия

В век информационных технологий сложно представить жизнь людей без Интернета (по статистике [п6], 76% москвичей в 2014 году являлись активными пользователями сети Интернет) и, конечно, социальных сетей, которые вошли в жизнь современного общества, превратившись во всемирную коммуникационную среду. Ежедневно миллионы людей общаются, получают информацию, проводят свой досуг именно в социальных сетях, и самыми активными пользователями является молодежь. При этом, в основе коммуникативных действий разных молодых людей, как и в основе любых других их поступков, лежат разные ценностные ориентации, демонстрирующие видимые различия в особенностях человеческого взаимодействия, что дает почву для анализа и сравнения. Так, изучение новых способов коммуникации самой динамично развивающейся и прогрессивной части нашего общества - студенческой молодежи, оказывающей большое влияние на структуру и менталитет современного общества, очень актуально и интересно для социолога.

Итак, что же для студентов социальные сети? Уход от реальности и погружение в мир иллюзий? Поиск своей идентичности? Или просто банальное общение с теми, кто не рядом?

Чтобы ответить на эти и другие вопросы было проведено социологическое исследование, целью которого стало изучение характерных черт коммуникативных действий в социальных сетях Интернета студентов высших учебных заведений г. Москвы с разными ценностными ориентациями. Критериями для выявления послужили частота и длительность коммуникативных действий в социальных сетях Интернета, их многоканальность, мотивы, преимущества и недостатки и т.д. Также, была оценена значимость коммуникативных действий в социальных сетях Интернета в сравнении с общением в реальной жизни для студентов, имеющих разные ценностные ориентации (опрошенные студенты ВУЗов г. Москвы с использованием авторской методики, в основе которой лежит разработанная М. Рокичем [п5] система ценностей, были разделены на 5 групп с разными доминирующими потребностными ориентациями).

Теоретико-методологической основой изучения объекта исследования послужили также теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса [п2], теория базовых ценностей Ш. Шварца [п3] и теория потребностей, интересов и ценностей А.Г. Здравомыслова [п1].

Проведенное исследование продемонстрировало некоторые неожиданные закономерности коммуникативных действий молодежи в социальных сетях Интернета и важность их изучения. Люди, учитывая ценностные ориентации которых, мы ожидаем один вектор развития их действий, ведут себя в социальных сетях совершенно иначе. Сложно было представить, к примеру, то, что студенты, которые в реальной жизни ориентированы на постоянное общение и всевозможное проявление активности, в социальных сетях реже других имеют большие дружеские круги. Интересным показался нам и тот факт, что Twitter совершенно не используют так называемые «карьеристы», следящие за всеми последними новостями, ведущие крайне продуктивную жизнь, но при этом в душе оказавшиеся ранимыми (именно они больше всего ценят социальные сети за возможность забыть о стеснении). Люди «семьянины», на удивление, считают одним из недостатков социальных сетей абстрагирование пользователя от реального мира, что кажется странным, ведь не там ли люди, полностью посвящающие себя семье, отдыхают и вспоминают о своих интересах?

Что ж, мы подтвердили основную гипотезу исследования о том, что характерные черты коммуникативных действий в социальных сетях Интернета студентов ВУЗов г. Москвы различаются в зависимости от их ценностных ориентаций. Однако, полученные результаты оказались куда более интересными и «говорящими». Нет сомнений в том, что современные трансформационные процессы, происходящие в том числе и в результате изменения способов коммуникации, влекут за собой серьезные перемены в понимании и предсказывании человеческих действий.

В дальнейшем полученные результаты исследования позволят сильнее углубиться в изучение такой актуальной и важной составляющей нашей жизни, как социальные сети Интернета. Результаты исследования могут быть использованы в ходе изучения курса современных информационных технологий в социальных науках, в маркетинговых и рекламных целях, а также вносят вклад в рассмотрение значимости для студенческой молодежи Москвы коммуникаций в социальных сетях Интернета.

Источники и литература

- 1) Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. – М.: Политиздат, 1986.
- 2) Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. СПб.: Наука, 2000.

- 3) Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2012. Т. 9, № 1.
- 4) Castells M. Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I-III. Oxford: Blackwell Publishers, 1996-1998.
- 5) Rokeach M. The Nature of Human Values. N.Y., Free Press, 1973.
- 6) Федеральная служба государственной статистики России: <http://www.gks.ru>