

**Данькин Михаил Анатольевич****Dankin Mikhail Anatolyevich**аспирант Московского государственного  
университета им. М.В. ЛомоносоваPhD student,  
Lomonosov Moscow State University**ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ  
НА НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ  
МОЛОДЕЖИ****THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS  
ON THE MORAL VALUES OF  
YOUNG PEOPLE****Аннотация:**

*Статья посвящена изучению влияния социальных сетей, прочно вошедших в повседневную жизнь, на нравственные ценности молодежи. Данный процесс рассматривается на примере социальной группы молодых людей в возрасте от 15 до 29 лет, проживающих на территории Смоленской области. Исследованы теоретические подходы к определению таких понятий, как «молодежь», «социальная сеть» и «нравственные ценности». В качестве теоретических основ анализа использованы типология ценностных ориентаций, предложенная российским социологом Н.И. Лапиным, а также теория сетевого общества испанского ученого М. Кастельса. Итогом работы стала типологизация молодых пользователей социальных сетей. Кроме того, рассматриваемым типам пользователей присвоены отличительные характеристики, соответствующий набор нравственных ценностей, охарактеризованы их образ жизни и тип мышления.*

**Ключевые слова:**

*молодежь, молодежные группы, молодежная среда, сеть Интернет, интернет-сообщества, социальные сети, нравственность, нравственные ценности.*

**Summary:**

*The study examined the impact of deeply ingrained social networks on the moral values of young people. This process was exemplified by a social group of young people aged 15-29 living in Smolensk region. The research investigated the theoretical approaches to defining the terms 'young people', 'social network', and 'moral values'. The theoretical basis of the analysis included the typology of values by the Russian sociologist N.I. Lapin and the social network theory by the Spanish researcher M. Castells. The study resulted in the novel types of young users of social networks. Besides, the author determined the distinctive features of the types of users under consideration and a set of their moral values. Their lifestyle and type of thinking were described as well.*

**Keywords:**

*young people, youth groups, youth environment, Internet, online communities, social networks, morality, moral values.*

Информационное пространство за последнее десятилетие изменилось до неузнаваемости, привычные способы производства, свойственные индустриальной эпохе, уступили место новым технологиям. Механизмы социальной коммуникации общества не стали исключением. Стало возможным изменять структуру информации и направлять ее в требуемое русло.

Появляется все больше средств массовой информации, что дает возможность создавать информационный фон на основе предпочтений потребителей. Сеть Интернет – одно из наиболее значимых изобретений информационного социума. Именно она позволила приобрести информации столь высокую значимость. Всего несколько лет понадобилось Всемирной паутине, чтобы стать проектом глобального уровня. Отправлять и получать данные теперь можно за считанные мгновения. Этот факт кардинальным образом трансформировал подход к коммуникации.

Следствием развития технологий коммуникации стало возникновение социальных сетей, которые смогли стать одним из важнейших инструментов социализации индивида. В данных условиях молодежь как наиболее восприимчивая социальная категория выступает лакмусовой бумажкой общественных изменений. Логичным следствием является изменение структуры ценностей не только конкретных индивидов, но и целого поколения молодежи, активно вовлеченного в использование новых технологий.

Ценностная структура общества на протяжении всей истории вызывала повышенный интерес у разных исследователей, что делало ее одной из самых востребованных тем. В ситуации активного влияния инноваций на социализацию личности эта тема выглядит наиболее актуально, так как структура ценностей личности находится в тесном взаимодействии с внешними факторами.

Благодаря отдельным работам удается выявить самые общие тенденции в изучении этого вопроса. Однако проблемы молодежи в дискуссиях о будущем российского общества в последние годы занимают довольно скромное место. Социологические исследования молодежи, проводимые университетами и академическими институтами (Н. Беляева, В. Магун, Ф. Шереги и др.), подчинены прежде всего задаче продемонстрировать переломные тренды в ценностных установках молодого поколения и доказать их соответствие курсу на модернизацию страны или показать сближение представлений российской молодежи с западноевропейской [1, с. 3].

В зависимости от того, с каким периодом жизни сопоставляется молодость, делается акцент или «на незавершенности процесса социализации и незрелости молодежи, или на ее силе и творческой активности» [2]. Одним из первых ученых, кто дал определение понятию «молодежь», был В.Т. Лисовский. По его мнению, «*молодежь* – поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [3, с. 32].

Прежде чем пытаться понять, в чем заключаются механизмы влияния социальных сетей, необходимо определиться с самим понятием «*социальная сеть*». М. Кастельс в работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» [4] рассматривает динамику информационного обмена на протяжении всего исторического развития человечества и при этом упоминает, что непосредственно информационное общество отводит информации особую роль.

Говоря о сетевых сообществах, М. Кастельс считает их во многом спорными. По его мнению, «понятие "виртуальных сообществ", которое предложили пионеры общественного взаимодействия в интернете, обладало одним немаловажным качеством: оно привлекало внимание к появлению нового технологического базиса социального взаимодействия, отличного от предшествовавших форм социального взаимодействия. Однако оно также стало и причиной возникновения серьезного недоразумения: термин "сообщество" со всеми его мощными коннотациями смешивал различные виды общественных отношений и вызывал идеологические споры между теми, кто испытывал ностальгию по старому, привязанному к пространству сообществу, и горячими приверженцами альтернативных сообществ, появление которых сделал возможным интернет» [5, с. 151–152]. В данном контексте исследователь не дает нового определения категории «сообщество», но соглашается с Б. Уэллманом в том, что «сообщества – сети межличностных связей, которые обеспечивают социальное взаимодействие, поддержку, чувство принадлежности к группе и социальную идентичность» [6, с. 153].

Развитие сети Интернет послужило предпосылкой к созданию новой модели общественного взаимодействия, именуемой «сетевым обществом». Указанное понятие характеризуется тесной взаимосвязью общественных структур и взаимодействием членов общества с электронно-коммуникационными сетями. В данном случае М. Кастельс говорит о социальных сетях, которые позволяют производить накопление, обработку и обмен информацией. Например, в настоящий момент такие социальные сети, как «Фейсбук», «Одноклассники», «ВКонтакте» или «Инстаграм», пользуются особой популярностью.

Дж. Барнс, который впервые ввел этот термин в оборот, подразумевал под ним подход к выявлению связей между индивидами с помощью определенного инструмента – социогаммы, представляющей собой схематическую карту лиц, изображенных в виде точек, а связей между ними – в виде линий [7]. Нас в данном контексте интересует дефиниция *социальных сетей* – автоматизированного веб-интерфейса, позволяющего индивидам и их группам создавать информацию, обмениваться ей, а также объединяться в тематические группы по интересам.

На основании теоретических трудов П. Уоллеса [8] можно выделить свойства, которые делают коммуникацию в социальных сетях уникальной:

- 1) высокая степень анонимности,
- 2) высокий уровень манипулятивности,
- 3) неоднородность социальной среды интернета,
- 4) виртуальность коммуникационной среды,
- 5) стремление участников к самовыражению,
- 6) отсутствие эмоций.

Все эти характеристики в разной степени отражают те или иные потребности, которые представители молодого поколения пытаются удовлетворить в глобальной сети. Такими потребностями могут быть неудовлетворенность общением в жизни; неудовлетворенность реальной социальной идентичностью и желание избавиться от нее; возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам недостижимым в жизни.

Понятие ценностных ориентаций в той или иной степени интересовало разных ученых. Оно находит отражение в трудах М. Вебера, М. Рокича, В.А. Ядова, Н.И. Лапина и др. В данном исследовании под *ценностными ориентациями* мы понимаем разделяемые личностью относительно устойчивые категории обобщенных представлений об идеалах общественного и индивидуального сознания, выступающие в качестве целей жизни, средств и методов их достижения.

Более детально рассмотрев понятийный аппарат, можно перейти непосредственно к главному вопросу: каков характер влияния социальных сетей на нравственные ценности молодежи? В 2018 г. на территории Смоленской области проведено исследование на тему «*Влияние социальных сетей на нравственные ценности молодежи*». Была поставлена цель раскрыть направленность и силу их воздействия на формирование нравственных ценностей молодых людей.

В исследовании использовались квотная выборка (по полу и возрасту), метод стихийного отбора респондентов в сети Интернет, а также метод «снежного кома». Эмпирическим объектом выступали представители молодежи в возрасте от 15 до 29 лет, пользующиеся социальными сетями: школьники старших классов, студенты профессиональных образовательных учреждений, вузов, аспиранты, выпускники и рабочая молодежь; мужчины и женщины, проживающие в Смоленске и Смоленской области. Теоретическим объектом анализа стали нравственные ценности молодежи, а предметом – социальные сети и их влияние на указанные ценности. Генеральная совокупность состояла из обозначенного эмпирического объекта. Квоты исследования распределялись следующим образом: 270 мужчин и 274 женщины.

Для оценки характера влияния социальных противоречий на нравственные ценности молодежи разработана анкета, состоящая из 46 вопросов. Каждый из них соответствовал определенному набору показателей и индикаторов исследования.

В результате выделены три категории молодых людей, активно использующих социальные сети. Данные страты в значительной степени отличаются друг от друга и имеют ряд особых характеристик, соответствующий набор нравственных ценностей, образ жизни и тип мышления. Такими условно названными группами молодых людей стали следующие.

– *«Традиционалисты»* – в наибольшей степени вовлечены в процесс использования социальных сетей. Жизнь таких людей подчинена стабильному образу действий и традиционному отношению к нравственным ценностям. Их отличает положительное отношение к семейным традициям, устоям своей страны. Они большое количество времени проводят в интернете, предпочитают в виртуальной реальности выстраивать коммуникацию, получать новую информацию и знания.

– *«Карьеристы»* – в значительно меньшей степени используют социальные сети. Их характеризуют предприимчивость и соответствующий образ жизни, уверенность в способности влиять на людей, стремление к власти и достаточно редкие случаи обращения к социальным сетям. На общение и социальную активность в них они тратят существенно меньше времени, предпочитая компенсировать ее другими видами деятельности. В целом представители этой группы сохраняют традиционное отношение к нравственности, придавая ей несколько меньшее значение. В максимальной степени данную группу характеризуют стремление к самореализации и получение высокого статуса в обществе.

– *«Индивидуалисты»* – ориентированы прежде всего на «жизнь для себя». Подобные представители молодежной культуры в достаточной мере проявляют интерес к социальным сетям, которые они используют преимущественно для того, чтобы читать новости и получать различную информацию, а не общаться со знакомыми. При этом их характеризует высокий уровень уверенности в способности обстоятельно вести диалог и влиять на других людей. Участников данной группы отличает обширная сфера интересов.

Сравнения обозначенные три группы молодежи, можно сделать вывод, что в максимальной степени социальные сети воздействуют на группу «индивидуалистов», меньшему влиянию подвергаются «карьеристы» и совсем низкому – «традиционалисты».

Как мы можем наблюдать, сеть Интернет прочно вошла в повседневную жизнь молодежи не только младших возрастных категорий, но и довольно взрослых людей. Активное использование социальных сетей служит формированию собственного круга виртуальной реальности. Тематические сообщества в социальных сетях стали занимать существенную часть коммуникации. Респонденты показали себя частыми пользователями Всемирной паутины, что лишний раз подчеркивает постоянно возрастающий уровень компьютерной грамотности в обществе.

Практически все без исключения пользователи, принимавшие участие в опросе, подвергаются влиянию виртуальной сети, которая воздействует на жизненные принципы. Особенно это актуально в случае, когда внутренние установки направлены в большей степени на развитие личности и карьеры. Нравственные устои и жизненные ориентиры приверженцев традиционных ценностей (семьи, здоровья) несколько менее подвержены влиянию социальных сетей, что довольно легко объяснимо.

#### **Ссылки:**

1. Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Молодежь России. М., 2011. 96 с.
2. Сергеев Р.В. Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2010. № 1. С. 127–133.
3. Лисовский В.Т. Когда наступает зрелость // Молодежь и современность / под ред. В.А. Ядова. Л., 1975. С. 30–56.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 607 с.
5. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004. 327 с.
6. Там же. С. 153.

7. Цит. по: Мальцева Д.В., Романовский Н.В. О современных сетевых теориях в социологии // Социологические исследования. 2011. № 8. С. 28–37.
8. Wallace P. *The Psychology of the Internet*. Cambridge, 2003. 263 p.

### References:

- Castells, M 2000, *Information Age: Economy, Society and Culture*, Moscow, 607 p., (in Russian).
- Castells, M 2004, *Galaxy Internet*, Ekaterinburg, 327 p., (in Russian).
- Gudkov, LD, Dubin, BV & Zorkaya, NA 2011, *Youth of Russia*, Moscow, 96 p., (in Russian).
- Lisovsky, VT 1975, 'When Adulthood Comes', in VA Yadov (ed.), *Youth and Modernity*, Leningrad, pp. 30-56, (in Russian).
- Maltseva, DV & Romanovsky, NV 2011, 'On Modern Network Theories in Sociology', *Sotziologicheskiye issledovaniya*, no. 8, pp. 28-37, (in Russian).
- Sergeev, RV 2010, 'Youth and Students as Social Groups and an Object of Sociological Analysis', *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 1: Regionovedeniye: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya*, no. 1, pp. 127-133, (in Russian).
- Wallace, P 2003, *The Psychology of the Internet*, Cambridge, 263 p.