

**Мороз Наталья Александровна**

аспирант кафедры теоретической  
и специальной социологии Московского  
педагогического государственного университета

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЧАСТЬ  
ЖИЗНЕННОГО МИРА  
СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА  
(НА ПРИМЕРЕ ФОКУС-ГРУППОВОГО  
ИССЛЕДОВАНИЯ)**

**Аннотация:**

*В статье исследуются повседневные практики российской студенческой молодежи в социальных сетях, непосредственно влияющие на их жизненный мир. В качестве эмпирической базы выступают данные фокус-группового интервью. Автор делает вывод, что социальные сети глубоко и прочно интегрированы в жизненный мир молодого поколения россиян. Они становятся привычным и необходимым инструментом ежедневных практик для решения различного рода задач, что делает жизненный мир студенческой молодежи опосредованным медиа. Отмечается, что пользование рассматриваемыми сайтами не оказывает прямого воздействия на базовые ценности студенческой молодежи, однако неизбежно приводит к их глубоким трансформациям. Сами по себе социальные сети становятся одной из ключевых ценностей современного молодого поколения, от которой оно не готово отказаться.*

**Ключевые слова:**

*жизненный мир, студенческая молодежь, социальные сети, интернет, цифровизация, повседневные практики, сетевое взаимодействие, социальные трансформации, жизненные ценности.*

**Moroz Natalia Aleksandrovna**

Ph.D. student, Department  
of Theoretical and Special Sociology,  
Moscow State Pedagogical University

**SOCIAL MEDIA AS A PART  
OF THE LIFEWORLD  
OF TODAY'S  
STUDENTS (BASED ON THE  
FOCUS GROUP INTERVIEW)**

**Summary:**

*The study discusses some results of the conducted research on everyday practices of Russian students in social network sites, which influence their lifeworld directly. Empirical base of the research is a focus group interview. The author comes to the conclusion that social media is deeply and firmly integrated into the lifeworld of the younger generation of Russians. It has become an ordinary and necessary instrument of daily practice for solving different kinds of problems, what makes the lifeworld of students mediatized by the social media. It is also noted that the usage of the studied social networks does not directly impact on the core values of the lifeworld of students, but inevitably leads to the profound transformation. Social media itself is becoming one of the key life values of the younger generation of Russians, who are unwilling to abandon the use of social network sites.*

**Keywords:**

*lifeworld, students, social media, Internet, digitalization, everyday practices, networking, social transformations, life values.*

Актуальность предлагаемой статьи обусловлена активной цифровизацией российского общества, высокой степенью интеграции социальных сетей в повседневные практики молодых граждан, которая ведет к глубокой трансформации жизненного мира молодежи, а также необходимостью анализа и описания изменений в его структуре в процессе взаимодействия в социальных сетях.

Одним из структурообразующих элементов современного медиaprостранства являются соцсети. Взаимодействие медиа, информации и интернет-пользователей формирует новую реальность. Сетевой принцип организации медиасреды, при котором ведущую роль играют слабые горизонтальные связи, способствует формированию особой социальной общности, действие которой может выходить за рамки электронного пространства и распространяться на повседневные практики. В частности, краудсорсинг, благодаря низкой солидарности, размытости границ сообщества, непостоянству и высокому разнообразию социально-демографического состава членов [1, с. 53–54], помогает посредством виртуального взаимодействия привлекать большое количество участников к реализации конкретных целей, а также интегрировать личности и группы в социальное пространство.

В качестве общей концептуальной рамки анализа использована теория жизненного мира, разработанная Э. Гуссерлем, А. Шюцем, П. Бергером, Т. Лукманом, П. Штомпкой, Ж.Т. Тоценко, К.С. Дивисенко, И.Б. Пржиленской и другими авторами. В начале XX в. предложенное Э. Гуссерлем понятие жизненного мира толковалось как мир «донаучных» данностей, «допонятийный» опыт, предшествующий естественно-научному познанию окружающей действительности [2, с. 74]. Развивая идеи учителя, А. Шюц указывает на интерсубъективный характер жизненного мира и его верховенство над другими видами реальности [3, с. 30]. П. Бергер и Т. Лукман отмечают, что повседневность формирует мир индивида и является основой конструирования соци-

альной реальности [4]. Достигается это посредством взаимодействия людей, когда они находятся в ситуации лицом к лицу, между акторами происходит особая коммуникация, подразумевающая интерпретацию действий другого и раскрытие субъективности. П. Штомпка подчеркивает невозможность нахождения человека вне социального контекста [5]. Индивид пребывает в состоянии постоянной коммуникации с другими индивидами: в реальном и виртуальном пространстве, памяти, мыслях. Многообразие и многомерность реальности раскрываются через его повседневный опыт, где общество – источник изучения, описания и объяснения повседневности.

Однако отечественные исследователи И.Т. Касавин и С.П. Щавелев полагают, что «жизненный мир» и «повседневность» не являются тождественными понятиями, а повседневность – это лишь часть жизненного мира человека [6, с. 414]. Согласно Г.П. Любимову, жизненный мир включает в себя зоны повседневности и неповседневности [7]. Он выходит за рамки обыденности и характеризуется инновационностью, в то время как повседневность консервативна и неспособна на радикальные изменения. В трактовке К.С. Дивисенко категория «жизненный мир» – это инструмент анализа как субъективного мира человека, так и интересубъективной социальной реальности в их взаимообусловленности [8, с. 7]. И.Б. Пржиленская обращает внимание на взаимосвязь жизненного мира и социальной реальности [9]. Трансформационные процессы в обществе являются факторами эволюции жизненного мира человека. Данные изменения могут происходить параллельно, при этом жизненный мир может быстро адаптироваться к преобразованиям в социальной системе.

Многомерность понятия «жизненный мир» наиболее удачно, на наш взгляд, представлена в интерпретации Ж.Т. Тощенко: это «мир людей, мир в человеческом измерении, мир существования и функционирования человеческого потенциала, мир возможностей человека, его восприятия и реакции на происходящие в обществе перемены, его готовности понять, принять / не принять, содействовать / быть пассивным / противостоять осуществляемым государством и обществом преобразованиям» [10, с. 13–14]. Как мы отмечали ранее, жизненный мир базируется на взаимодействиях людей и учитывает накопленные ими и предшествующими поколениями опыт и знания [11, с. 111–112].

С каждым годом в России увеличивается количество людей, пользующихся интернетом. Жизненный мир отечественной молодежи претерпел значительные изменения под воздействием внедрения информационно-коммуникационных технологий. Этому во многом способствуют развитие беспроводных и мобильных сетей, а также совершенствование технических устройств (ноутбуков, планшетов, смартфонов и других гаджетов). Активнее всего интернет-среду осваивает молодое поколение, основная часть сознательной жизни которого проходит в условиях активной цифровизации и интернетизации общества. Одной из наиболее предпочтительных форм взаимодействия с Всемирной сетью для молодежи является пользование так называемыми социальными сетями. По данным Федеральной службы государственной статистики [12], 62 % россиян используют интернет для общения в соцсетях. Результаты опроса ВЦИОМ [13] показывают, что ежедневно и практически ежедневно обращаются к ним 89 % подростков (14–17 лет) и 53 % россиян в возрасте старше 18 лет.

В 2019 г. нами было проведено фокус-групповое исследование «Повседневные практики студенческой молодежи в социальных сетях». В нем приняли участие студенты МПГУ гуманитарных направлений подготовки (всего 12 человек в возрасте 19–20 лет, из них 7 девушек (58,3 %) и 5 юношей (41,7 %)). Цель исследования заключалась в том, чтобы выяснить, отражением каких жизнепрактических смыслов российской студенческой молодежи являются социальные сети. Одной из приоритетных задач стало определение роли соцсетей в жизненном мире современных обучающихся. Кроме того, важно было выяснить, как активное внедрение механизмов пользования соцсетями в повседневной жизнедеятельности молодых людей отражается на их поведении и настроениях.

Прежде всего в исследовании выяснялось, **есть ли среди респондентов те, кто не зарегистрирован ни в одной соцсети**. Все без исключения участники фокус-группы отметили, что они являются их пользователями. Приведем наиболее типичный ответ: «*Мне кажется, это не реально*» (м., 20 лет). Большинство из них предпочитает не ограничиваться одной платформой, а иметь аккаунты сразу на нескольких сайтах. Наиболее востребованными соцсетями выступают «ВКонтакте», «Инстаграм», «Телеграм» и «Фейсбук». Это свидетельствует о том, что соцсети прочно и органично вошли в повседневный обиход российской студенческой молодежи, ее представители хорошо в них ориентируются и выбирают максимально удобные интернет-платформы в зависимости от своих целей и задач.

Мы предложили студентам рассмотреть несколько примеров поведения пользователей в соцсетях и обсудить, характерны ли для них подобные поступки.

**Первый пример.** «Представьте ситуацию: глубокая ночь, Вы общаетесь с друзьями в соцсети, Вы знаете, что завтра рано вставать и Вы не выспитесь, но все равно продолжаете

беседу. Оказывались ли Вы или Ваши знакомые в подобных ситуациях?» Все участники дискуссии отметили, что для них нехарактерно пренебрегать сном ради общения в интернете. Они готовы тратить время на длительную коммуникацию в ночное время, только если она приобретает для них значительную важность. Приведем ряд наиболее типичных высказываний.

*«Все зависит от ситуации, смотря какую проблему ты решаешь в этот момент. Если это просто переписка ни о чем, то, конечно, ее можно прервать. А если там действительно что-то важное...»* (ж., 20 лет).

*«Раньше бывало, что с подружкой переписываешься или истории листаешь постоянно, сейчас уже как-то систематизируешь свою деятельность. Я взрослая»* (ж., 19 лет).

Данный пример демонстрирует, что студенты склонны относить себя к категории «взрослых», которые способны рационально планировать время, а не к подросткам, которым, по мнению респондентов, больше присуще бесконтрольное «зависание» в соцсетях.

**Второй пример.** «Некоторые люди пытаются выглядеть в соцсетях привлекательнее, богаче, успешнее, чем на самом деле (например, арендуют дорогие машины, букеты цветов, фотографируются с ними, а потом публикуют эти снимки на странице в соцсети). Как Вы к этому относитесь?» Ответы респондентов о мотивах подобного поведения можно разделить на три следующие группы.

**1. Неосознаваемое поведение.** Опрошенные считают, что в основе описанных действий пользователей соцсетей лежат психологические проблемы.

*«Они не знают, почему они это делают, просто хотят. Может, какие-то комплексы»* (ж., 19 лет).

*«Это уже какой-то психологический аспект»* (м., 20 лет).

Таким образом, популярные тенденции и веяния моды формируют у участников соцсетей неосознаваемые поведенческие модели.

**2. Желание принадлежать к референтной социальной группе, более высокой по социальному статусу.** Стремление казаться в соцсетях успешнее и привлекательнее является попыткой самореализации интернет-пользователей.

*«Человек таким образом находит себя»* (м., 19 лет).

*«Это один из способов современной социализации. Люди смотрят, как живут другие, и хотят, возможно, так же. Они пытаются сначала скопировать, потом вливаются в какой-то круг по хештегам, по геолокациям, по стилю ведения того же “Инстаграма”, и на них подписываются люди. И уже происходит коммуникация в определенном кругу, куда они хотели войти, своя общность»* (ж., 20 лет).

Так, соцсети выступают инструментом для достижения определенного социального статуса в обществе.

**3. Коммерческая деятельность.** Социальные площадки становятся источником для зарабатывания денег, рекламы своей профессиональной деятельности и привлечения потенциальных клиентов.

*«Для кого-то “Инстаграм” – это поделиться [фотографиями] с друзьями, для кого-то – бизнес. Для этого необходимо не просто выложить фотку, а преподнести ее так, чтоб она смотрелась вкусно, чтобы ее хотелось лайкнуть, чтобы она способствовала развитию аккаунта»* (ж., 20 лет).

Однако если человек не ставит перед собой цель зарабатывания денег на продвижении аккаунта, но пытается создать в соцсети определенное впечатление о себе с помощью ретуширования фотографий или демонстрации вещей престижных брендов, то респонденты не видят в этом ничего предосудительного.

*«Я считаю, что каждый человек сам решает. Если ему так комфортнее и так он себя увереннее чувствует, то пусть делает. Не нравится – не подписывайся, не смотри»* (ж., 20 лет).

Таким образом, с одной стороны, студенты осуждают чрезмерную самопрезентацию в соцсетях, когда формирование так называемой сетевой индивидуальной идентичности выражается в немотивированных и неосознаваемых действиях. С другой стороны, респонденты положительно оценивают желание интернет-пользователей быть открытым в соцсетях, если оно продиктовано стремлением самореализоваться или монетизировать деятельность на виртуальной площадке.

**Третий пример.** В ходе фокусированного группового интервью был задан вопрос: «Приходилось ли Вам или Вашим знакомым рисковать здоровьем или жизнью ради эффектного фото для соцсетей? Одобряете ли Вы такое поведение?» В качестве примера респондентам был продемонстрирован видеоролик, в котором молодые люди стоят без страховки на краю крыши небоскреба, башенного крана или других высотных объектов и делают селфи. Все участники исследования неодобрительно высказались о подобном поведении, оценив его как самонадеянное и необдуманное.

*«У меня брат этим увлекался. Он это делал ради понтов перед друзьями: мол, вы видели на "Ютьюбе" такие ролики, видели куда он залез, а я сейчас повторю»* (ж., 19 лет).

*«Не очень хорошо, когда люди ради "лайков" готовы рисковать жизнью, не понимая ее цену»* (ж., 20 лет).

*«Кто ради хайпа полезет на высотку? Если люди делают это без профессиональной подготовки, то они дебилы»* (м., 20 лет).

Студенческая молодежь не готова рисковать жизнью ради ошеломляющих селфи для соцсетей. По мере взросления и отрыва от родительской семьи молодые люди ощущают большее чувство ответственности за себя, свою жизнь и последствия собственных поступков.

Приведенные примеры поведения пользователей в соцсетях в целом не нашли отклик у респондентов. В связи с этим выяснялось, **кого студенческая молодежь считает примером для подражания**. Протицируем наиболее характерные 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 лет).

*«Каждый живет своей индивидуальной жизнью, можно к кому-то прислушаться, но делаешь выбор все равно ты»* (м., 20 лет).

*«Для меня это мои родители, которые чего-то добились и которые меня обеспечивают»* (ж., 19 лет).

Анализ ответов участников дискуссии показывает, что родители как образцы поведения на предыдущих этапах социализации по-прежнему остаются для студентов примерами для подражания. В то же время фиксируется тенденция нацеленности молодежи на самостоятельность в принятии решений и независимость от контроля старших поколений. Отсюда возникает обостренное желание «делать все по-своему», а не следовать чьим-либо указаниям.

Также респондентам задавался вопрос о том, **являются ли для них примерами для подражания медийные личности, на которых они подписываются в соцсетях**. Приведем несколько типичных высказываний.

*«Я подписываюсь на тех, кто может дать какую-то полезную информацию как по профессиональной, так и непрофессиональной деятельности. Если полезной информации нет, то я скорее всего отпишусь»* (ж., 20 лет).

*«Я подписываюсь на людей, потому что меня привлекает то, что они горят своим делом. Возможно, мне не будет интересна эта сфера, но мне просто интересно отношение человека, который занимается любимым делом, как он распределяет свое время. Они меня мотивируют»* (ж., 20 лет).

*«Я слежу за тем, что у них происходит, только потому что это связано со сферой профессиональной деятельности, которая мне очень интересна. Я узнаю что-то новое»* (ж., 19 лет).

Данные ответы позволяют сделать вывод, что медийные персоны в соцсетях могут стать для студенческой молодежи образцом для подражания, если они транслируют интересную и полезную информацию, которая может пригодиться для улучшения профессиональных навыков, саморазвития или расширения общего кругозора. Снижение количества подписок на малосодержательные страницы популярных пользователей, ориентированные в основном на публикацию привлекательных фотографий, обусловлено, на наш взгляд, периодом жизни молодых людей, когда они в значительной степени нацелены на профессиональное становление и приобретение новых компетенций в рамках выбранного направления подготовки в вузе.

Исследование также показало, что соцсети являются для студенческой молодежи не только средством работы с информацией, но и основным источником получения сведений и новостей о мире и окружающей действительности (об этом заявили 100 % респондентов). Участникам дискуссии был задан вопрос, **считают ли они достоверной информацию, получаемую из соцсетей, и перепроверяют ли ее**. Приведем ряд типичных высказываний.

*«После того что в последние пару лет творилось в российских СМИ, приходится даже в проверенных пабликах подождать 2–3 часа, будет ли опровержение»* (м., 20 лет).

*«Я фильтрую информацию. Если меня что-то интересует, я стараюсь это перепроверить в других источниках»* (ж., 20 лет).

*«Есть частные источники, и есть государственные. Посмотрел оба и сравниваешь»* (м., 19 лет).

Таким образом, современные студенты узнают новости преимущественно из соцсетей. При этом они склонны критически воспринимать получаемый контент и стараются убедиться в его достоверности путем поиска подтверждения или опровержения в других источниках.

Кроме того, в исследовании выяснялось, **интересуется ли политикой российская молодежь**. Наиболее характерными ответами оказались следующие.

*«Как политика может интересовать? Политику и новости надо разделять»* (м., 20 лет).

*«Политика как наука меня интересует, но наблюдать за ней из того, что показывают новости, наше государство, я не хочу» (ж., 20 лет).*

*«Очень странно пытаться разобраться в политике. Мне кажется, на это нужны годы, должно быть невероятно много опыта, чтобы в ней что-то понимать, поэтому я даже туда не лезу» (ж., 19 лет).*

По мнению студентов, для того чтобы разбираться и участвовать в политической жизни страны, чтения новостей недостаточно. Молодежь интересуется политикой на уровне потребления информации, но пока не готова проявлять активную политическую позицию.

Несмотря на стремление быть в курсе актуальных новостей, молодое поколение сохраняет весьма пассивное отношение к политике и не стремится быть ее актором. Вероятно, на данном этапе жизненного становления в общей массе студенты не видят в себе достаточно навыков и знаний, чтобы играть заметную роль в этой сфере. Однако тенденция последних лет, заключающаяся в вовлечении молодых людей в политические и общественные акции, митинги, протесты, движения именно посредством мобилизации через соцсети, может привести к трансформациям политических ориентаций в структуре жизненного мира российских студентов.

Из предлагаемого соцсетями функционала для обучающейся молодежи остается приоритетным использование данных интернет-платформ в качестве средства коммуникации с друзьями, знакомыми, однокурсниками, коллегами и партнерами по работе. Исследование показало, что другими практиками студентов в соцсетях являются прослушивание музыки, просмотр фильмов, сериалов и видеороликов.

Наряду с развлекательным контентом молодежь предпочитает формировать свою ленту в соцсетях на основе источников полезной информации. На вопрос **«Как Вы проводите время в соцсетях?»** получены следующие типичные ответы.

*«Если раньше для меня соцсети были чем-то вроде пообщаться, музыку послушать, кино посмотреть, то сейчас это больше источник какой-то полезной информации. Отписываюсь от всяких непонятных групп, больше образовательных, но минимальное количество самых полезных групп» (ж., 20 лет).*

*«Для меня соцсети – это канал трансляции полезной информации, которая имеет практическую пользу» (ж., 20 лет).*

Данные высказывания отражают направленность молодежи на получение содержательной информации и уменьшение доли «мусора в ленте» – пустого контента. При этом студенты предпочитают ограничиваться минимальным количеством источников, на которые они «подписаны». Главным критерием отбора выступают информативность, полезность получаемых сведений и их новизна.

В ходе исследования два респондента предложили продемонстрировать экранное время своих смартфонов за последние 7 дней (полагаем целесообразным привести эти данные). За неделю студентка 20 лет чаще пользовалась «Инстаграмом» (10,5 ч), а также посещала «Телеграм» (9) и «ВКонтакте» (3,5 ч). В среднем она тратит на пребывание в соцсетях 3 ч 17 мин в день.

За аналогичный период студент провел на сайтах «ВКонтакте» и «Инстаграм» 9 и 5 ч соответственно. Длительность его ежедневного взаимодействия в соцсетях составляет 2 ч. Причем значительную часть экранного времени этого обучающегося занимает просмотр видео на сайте «Ютьюб». Он объясняет это тем, что транслирует контент с телефона на телевизор и смотрит его вместо телевидения.

Указанные студенты были удивлены данными экранного времени своих смартфонов. По их самооощениям, они проводят ежедневно в соцсетях гораздо меньше времени. Такие показатели позволяют говорить о глубокой интегрированности соцсетей в жизненный мир молодежи, а также о высокой интенсивности и разностороннем характере их использования молодым поколением.

В ходе исследования выявлена тенденция, что молодые люди предпочитают под разные задачи создавать отдельные аккаунты в соцсетях. Это могут быть страницы либо на одной интернет-платформе, либо одновременно в разных соцсетях. Один – для общения с друзьями и близкими, второй – для переписки с одноклассниками по учебным вопросам, третий – для ведения профессиональной деятельности, взаимодействия с коллегами и клиентами, четвертый – для реализации творческого потенциала (публикации авторских работ: фотографий, рисунков, стихов и т. д.).

*«Во “ВКонтакте” я редко захожу – только для переписки с одноклассниками. В “Телеграме” у меня большинство контактов, там я подписана на множество каналов. В “Инстаграме” по большей части смотрю сториз» (ж., 20 лет).*

*«Я разделяю круг общения: на одной странице, например, творческая деятельность, на другой – работа, на третьей – друзья» (ж., 19 лет).*

*«Я люблю что-то фотографировать, обрабатывать и выкладывать в “Инстаграм”. Но у меня есть второй аккаунт. Он создан исключительно для моих близких друзей» (ж., 20 лет).*

Таким образом, в молодежной среде имеет место практика разделения личных и рабочих отношений. Дифференциация аккаунтов по задачам, целевой аудитории и т. д. позволяет студентам эффективно сочетать разные виды активности в соцсетях и поддерживать тренд на многозадачность, который в последнее время внедряется в российском обществе.

Студентам был задан вопрос, **публикуют ли они личную информацию о себе в соцсетях или опасаются это делать**. Приведем ряд типичных ответов. Часть респондентов не считает, что элементы их жизненного мира могут представлять интерес для остальных пользователей соцсети, поэтому не публикует сведения о себе, другая – легко выкладывает в открытый доступ личные данные.

*«Я не выкладываю личную информацию в соцсети, у меня нет желания и потребности поделиться с кем-то своими новостями. Поэтому мне не страшно, что кто-то обо мне что-то узнает»* (м., 19 лет).

*«Любой желающий может [в соцсетях] найти мой номер и мне позвонить. Это личная информация. Мне нечего скрывать»* (м., 20 лет).

*«У меня несколько аккаунтов, рабочий и личный. По работе [в соцсетях] мне приходится рассказывать о себе»* (ж., 19 лет).

Некоторые респонденты имели отрицательный опыт, поэтому подходят к вопросу публикации личной информации с осторожностью.

*«У меня был негативный опыт в подростковом возрасте. Я выложила информацию, которая была использована против меня, поэтому у меня теперь несколько аккаунтов во “ВКонтакте”. Мои однокурсники знают только об одном. Теперь я осторожная и разделяю общение»* (ж., 20 лет).

Таким образом, студенческая молодежь не видит потребности регулярно публиковать в соцсетях информацию о себе и своей жизни. Для одних это не представляет интереса, для других – продиктовано стремлением защитить персональные данные от злоумышленников. Исключение составляет профессиональная деятельность, для которой студентам требуется публичность в соцсетях. Однако и в этом случае, как указано ранее, респонденты предпочитают иметь отдельную «рабочую» страницу в соцсетях, которая «не пересекается» с личным кругом общения.

На вопрос **«Можно ли сказать, что пользование соцсетями вошло у Вас в привычку?»** все опрошенные ответили утвердительно. Следовательно, сети заняли настолько естественное место в жизненном мире студенческой молодежи, что для большинства они стали неотъемлемым инструментом коммуникации и развлечения. Любопытно, что некоторые участники дискуссии расценивают обращение к соцсетям как способ занять себя во время поездки в метро или *«скрасить время, например когда кого-то ждешь, – фотки посмотреть в “Инстаграме”»* (ж., 19 лет).

На вопрос **«Готовы ли Вы отказаться от пользования соцсетями?»** все респонденты ответили отрицательно, потому что не видят для себя в этом практической надобности. Приведем наиболее характерные высказывания студентов.

*«Отказаться? Ты сразу выпадешь из коммуникации. Если в этот момент все будут общаться, например, во “ВКонтакте”, то я точно выпаду. Я и так уже выпадаю, когда захожу [в соцсеть] реже»* (ж., 20 лет).

*«Я не привязана к “ВКонтакте”, но у меня есть несколько бесед – если я из них выйду, то как я обратно туда попаду?»* (ж., 19 лет).

Так, степень проникновения соцсетей в жизненный мир студенческой молодежи характеризуется высокой интенсивностью. В связи с этим возможный отказ от пользования интернет-платформами сопряжен для молодых людей с риском исключения из круга общения, выпадения из ряда социальных групп. При необходимости представители молодого поколения могли бы сократить количество используемых соцсетей, но не готовы полностью исключить их из повседневного обихода. Соцсети становятся важной частью жизнедеятельности обучающихся, которая выступает своеобразной средой обитания. Вне ее им сложно эффективно взаимодействовать в современном обществе, решать практические, образовательные, досуговые, профессиональные и другие задачи.

Подводя итог фокус-группового исследования, можно сделать ряд выводов. Интенсивные цифровизация и интернетизация российского социума не оказывает прямое влияние на базовые ценности жизненного мира студенческой молодежи. При этом современное молодое поколение в отличие от предыдущих проводит всю сознательную жизнь или значительную ее часть в условиях нарастающего взаимодействия с интернет-средой и технологиями. Такие изменения в обществе неизбежно вызывают трансформации в жизненном мире молодежи.

Социальные сети сами по себе постепенно становятся одной из ключевых жизненных ценностей современного поколения. Они глубоко интегрированы в повседневные практики студенческой молодежи и выступают настолько естественным элементом жизнедеятельности, что

представляют незаменимый инструмент общения, развлечения, саморазвития и профессиональной деятельности. Более того, соцсети являются для молодых людей главным источником получения информации о мире. Сегодняшнее поколение слабо представляет свою жизнь без взаимодействия в соцсетях и не готово полностью отказаться от их использования, поскольку тогда возрастает риск социальной изоляции.

Таким образом, соцсети формируют у молодежи устойчивую привычку постоянно обращаться к ним, что делает их жизненный мир и социальный опыт опосредованными медиа, а взаимодействие в них воспринимается как нормальное и необходимое условие успешной социализации и адаптации в современном российском обществе. Можно согласиться с Е.Н. Юдиной и С.А. Захаровой, что сегодня в России «социальные сети являются одним из основных видов социальной помощи и защиты» [14, с. 24].

#### **Ссылки:**

1. Юдина Е.Н., Захарова С.А. Краудсорсинг как новая технология научной деятельности // Вестник университета. 2015. № 7. С. 51–55.
2. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология / пер. с нем. Д.В. Складнева. СПб., 2004. 310 с.
3. Шюц А. О множественности реальностей // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3, № 2. С. 3–34.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М., 1995. 336 с.
5. Штомпка П. В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии // Социологические исследования. 2009. № 8 (304). С. 3–13.
6. Касавин И.Т., Щавелев С.П. Анализ повседневности. М., 2004. 431 с.
7. Любимов Г.П. Понятия «жизненный мир» и «повседневность» // Научная рациональность и структуры повседневности : тезисы научной конференции. СПб., 1999. С. 127–128.
8. Дивисенко К.С. Социальные исследования жизненного мира // Социологический журнал. 2014. № 1. С. 6–20.
9. Пржиленская И.Б. Эволюция жизненного мира россиян в условиях трансформирующегося социума : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Ставрополь, 2008. 40 с.
10. Тощенко Ж.Т. Жизненный мир – методологическая характеристика социологии жизни // Вестник РГГУ. Сер.: Философия. Социология. Искусствоведение. 2015. № 7. С. 9–14.
11. Юдина Е.Н., Мороз Н.А. Категория «жизненный мир» в социологии и литературе // Системная психология и социология. 2018. № 1 (25). С. 110–118.
12. Рыкова А. Росстат рассказал, для чего россияне используют интернет [Электронный ресурс] // RT : телевизионная сеть. 2019. 5 мая. URL: <https://russian.rt.com/russia/news/627887-rosstat-dlya-chego-rossiyane-ispolzuyut-internet> (дата обращения: 20.02.2020).
13. Подросток в социальной сети: норма жизни – или сигнал опасности? [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. 2019. 6 марта. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9587> (дата обращения: 20.02.2020).
14. Юдина Е.Н., Захарова С.А. Социальные сети в свете научных парадигм // Труд и социальные отношения. 2015. № 3. С. 23–34.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна  
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна