

**ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ У МОЛОДЕЖИ:
ПОИСКОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
(НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)**

DOI: 10.25629/НС.2020.01.09

Левин Л.М.

Московский государственный областной университет

Москва, Россия

Аннотация. В работе поднимается актуальная в настоящее время проблема интернет-зависимости и чрезмерной погруженности молодежи в виртуальное пространство. Приводятся результаты поискового исследования, посвященного изучению поведения молодых людей в киберсреде. Было обследовано 30 человек в возрасте от 18 до 25 лет, имеющих аккаунты в социальных сетях и регулярно пользующихся ими. Каждому респонденту предлагалось заполнить Тест К. Янг на интернет-зависимость (Internet Addiction Test, IAT), адаптированный В.А. Лоскутовой (Буровой), и авторскую анкету, включающую в себя 103 пункта и посвященную изучению различных социально-демографических характеристик и особенностей поведения в электронном пространстве (количество аккаунтов, заполненность профиля, объем проведенного времени в интернете, общение с другими пользователями, личные предпочтения в общении опрошенных, удобные форматы общения и пр.). При этом сделана попытка обнаружения влияния чрезмерной включенности в социальные сети на реальные контакты респондентов и межличностные взаимоотношения. На основе обработки данных делается ряд выводов и обобщений, касающихся характеристик киберповедения. Также говорится о перспективах как настоящего поискового исследования, так и изучения данного научного направления исследования.

Ключевые слова: социальные сети, интернет-зависимость, виртуальное пространство, аккаунты, профили.

Введение

Социализация и адаптация любого современного человека происходит на фоне стремительного развития техники и социальных сетей, виртуальное пространство стала частью социокультурного пространства и новой территорией коммуникации, которая предоставляет как дополнительные ресурсы для самореализации человека, но и содержит серьезные социальные риски, которые могут приводить к серьезным психологическим проблемам и последствиям. Это и чрезмерное неконтролируемое погружение в виртуальное пространство; высокий риск включения в мошеннические и опасные сообщества; стремительный рост объема экстремистских, террористических материалов и объединений с криминальным содержанием; возможность использования манипуляционных и иных способов воздействия, в т.ч. с помощью «скрыться» в сети под чужим именем. Описанные риски и стремительные изменения требуют дополнительного изучения.

Современное общество и коммуникации в нем уже сложно представить без виртуального пространства в целом и Интернета и социальных сетей в частности. При этом данный вид взаимодействия постоянно развивается. Так, в России наиболее популярным ресурсом является «ВКонтакте», созданный Павлом Дуровым в 2006 г. А уже в 2012 г. ресурс входит в число лидеров в странах СНГ и в первую двадцатку рейтинга мировых сайтов такого профиля по статистике использования [1]. Аудиторию в 50 млн человек радиостанции достигли за 38 лет, телевидение – за 13 лет, Интернет – спустя 4 года, а Facebook создал вокруг себя 100-миллионную сеть участников меньше чем за 9 месяцев [1]. По результатам исследований TNS в 2013 г., самыми востребованными социальными сетями в России являются ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, LiveJournal, Twitter.

Материал и методы исследования

Нами было проведено поисковое исследование, посвященное изучению поведения молодежи в социальных сетях и виртуальном пространстве. Для реализации настоящей работы, было обследовано 30 человек, в возрасте от 18 до 25 лет с применением следующего диагностического инструментария.

Для определения *уровня интернет-зависимости* применялась методика “Тест Кимберли-Янг на интернет-зависимость”. Настоящий тест был разработан и апробирован в 1994 году доктором Кимберли Янг - профессором психологии Питсбургского университета в Брэтфорде [20]. В настоящее время полная версия опросника состоит из 40 пунктов. На каждый вопрос испытуемый должен дать ответ в соответствии с 5-балльной Шкалой Ликкерта. Баллы по всем вопросам суммируются, определяя итоговое значение. Адаптация опросника для русского языка была произведена В. Лоскутовой [20].

Для исследования *особенностей поведения респондентов в социальных сетях и виртуальном пространстве* была разработана авторская анкета, включающая в себя 103 пункта. Характеристика вопросов, включенных в использованную анкету, описана в таблице 1.

Таблица 1 – Описание вопросов, включенных в анкету для исследования особенностей поведения респондентов в социальных сетях и виртуальном пространстве

№	Блок вопросов	Описание вопросов
1	Социально-демографические характеристики	Возраст, уровень образования, особенности семейной структуры и отношений с членами семьи, жилищные условия, уровень доходов, трудовая деятельность, отношение к религии, круг общения, цели и планы на будущее
2	Общая характеристика социальных сетей, в которых зарегистрированы респонденты	Количество социальных сетей и аккаунтов респондентов, количество друзей и подписчиков, количество людей для регулярного общения, связаны ли работа респондентов и социальные сети
3	Характеристика аккаунта в социальной сети	Под каким именем зарегистрированы (свое или никнейм), открытый или закрытый профиль для других пользователей, аватарка, наполненность профиля различными материалами (фотографии, аудиозаписи, видеозаписи, отметки на фото и видео и др.)
4	Особенности взаимодействия в социальных сетях и пользование аккаунтом	Объем проведенного времени в социальных сетях, частота посещения своих профилей в различных социальных сетях, предпочтительный формат общения и использование дополнительных возможностей (голосовые сообщения, стикеры, смайлики, аудио- и видеозвонки и пр.), размещение личной информации (дата рождения, телефоны, адреса, место работы, город рождения и город проживания и пр.) и соблюдение конфиденциальности, связь аккаунтов из различных социальных сетей между собой
5	Иные характеристики	Удовлетворенность от общения в социальных сетях и в реальных межличностных контактах, желание что-либо изменить в данной сфере (например, уменьшить объем проведенного времени в сети и увеличить время реального общения и пр.).

Результаты и их обсуждение

Социально-демографические характеристики. Для реализации настоящего поискового исследования было обследовано 30 человек (юноши и девушки) в возрасте от 18 до 25 лет (средний возраст – 22,1; стандартное отклонение – 2,54). Если говорить о гендерном составе, то выборку в большей степени составляют девушки (24 респондента, 80%), в то время как юношей в исследовании приняло участие только 6 человек (20%). Высшее образование на момент исследования имело 10 респондентов (33,3%), в то время как остальные участники исследования (66,6%) только получали высшее образование.

В полной семье воспитывалось 20 человек (66,6%), остальные 10 (33,3%) воспитывались одним из родителей или другими членами семьи. При этом 7 респондентов (23,3%) отмечали неблагоприятную обстановку в семье (частые скандалы в семье, алкоголизация одного из родителей). В воспитании принимало участие оба родителя в 11 случаях (36,6%), мать – в 9 (30%), другие члены семьи – 5 (16,6%), никто – 5 (16,6%). В многодетной семье воспитывался 21 опрошенный (70%), остальные 9 (30%) были единственным ребенком в семье. Эмоционально теплые отношения с матерью имело 22 человека (73,3%), эмоционально холодные – 7 (23,3%), гиперопека присутствовала лишь у одного (3,3%). Если говорить об отношениях с отцом, то как эмоционально теплые их охарактеризовало 12 респондентов (40%), эмоционально холодные – 14 (46,6%), конфликтные – 3 (10%), отец отсутствовал у одного респондента (3,3%). В школе хорошо учились 24 человека (80%), остальные 6 (20%) учились средне. Большинство (97%) демонстрировали успехи и при обучении в высшем учебном заведении. В настоящее время 25 обследованных не состоят в браке (83,3%). Как верующего, соблюдающего ритуалы, себя охарактеризовали 3 обследованных (10%), как верующего без соблюдения ритуалов – 20 (66,6%), как неверующего – 6 (20%), как агностика – 1 (3,3%). Обширный круг общения имеет 6 (20%) респондентов, ограниченный – 8 (26,6%), семейный круг и близкие друзья – 15 (50%), общается чаще всего с коллегами по работе (учебе) лишь 1 (3,3%).

При этом в качестве приоритетных ценностей и жизненных целей все респонденты указывали создание семьи, достижение материального благополучия, профессиональный и личностный рост.

Особенности поведения в социальных сетях и погруженности в виртуальное пространство.

Таблица 2 – Результаты по результатам прохождения Теста К.Янг на интернет-зависимость

Интерпретация	интернет-зависимость	есть некоторые проблемы, связанные с чрезмерным увлечением Интернетом.	обычный пользователь Интернета
Доля в выборке	9 человек (30%)	19 человек (63,3%)	2 человека (6,6%)

Как следует из таблицы 2, большая часть выборки (63,3%) имеет некоторые проблемы, связанные с чрезмерным увлечением Интернетом. Это означает, что зависимости у человека нет, но в то же время виртуальное пространство имеет важное значения для респондента, который проводит в социальных сетях существенное количество времени.

Опрос показал, что в среднем количество социальных сетей, в которых зарегистрированы обследованные, – 4. При этом средний возраст, в котором был появился первый аккаунт, – 12,6 (стандартное отклонение – 1,3). В подавляющем количестве случаев это была социальная сеть «ВКонтакте» (лишь в одном случае это была сеть «Мой мир»). Причинами для появления профиля в интернет-пространстве, в основном, служили такие явления, как личный интерес; влияние друзей; воздействие того факта, что большинство сверстников уже зарегистрировались. Помимо «ВКонтакте» чаще всего у респондентов имеются профили в таких социальных сетях, как «Инстаграм», «Фейсбук», «Одноклассники», реже – в «Твиттере». Активно опрошенные пользуются и мессенджерами (WhatsApp и Viber). При этом наиболее часто респонденты пользуются своими аккаунтами в «ВКонтакте» и «Инстаграме». Было установлено, что в среднем респонденты проводили в виртуальном пространстве 3,2 часа (стандартное отклонение – 1,4). Большинство опрошенных (28; 93,3%) зарегистрированы под своим именем, остальные – частично под своим именем, частично под никнеймом. В течение дня посещает все социальные сети, в которых зарегистрирован, 21 человек (70%). Считают, что проводят много времени в виртуальном пространстве 17 обследованных (56,6%). Половина опрошенных хотят оставить время, проводимое в социальных сетях, без изменений, оставшая половина – хотят сократить объем этого времени. Все опрошенные заходят в свой аккаунт через смартфон, телефон или планшет. Социальные сети большинство респондентов посещают из дома или в дороге/общественном транспорте, реже – на работе или учебе.

Среднее число друзей, которое имеется у опрошенного в аккаунте, – 231 человек. При этом среднее количество человек, с которым респонденты переписываются регулярно, – лишь 7 человек. Такой большой разрыв (в 33 раза) может объясняться тем, что в свой аккаунт обследованные добавляют даже тех людей, с которыми имеют даже лишь эпизодические знакомства. При этом при опросе было установлено, что в друзьях чаще всего добавляют знакомых из учебного заведения, коллег по работе, знакомых по увлечениям, близких друзей.

Заходя в свой аккаунт, чаще всего респонденты переписываются с друзьями, слушают музыку, смотрят новости, посещают тематические группы, знакомятся и ищут друзей. У подавляющего большинства опрошенных их профессиональная деятельность не связана с их профессиональной деятельностью.

Свои фотографии в профиль выставляют 26 опрошенных (86,6%). При этом 6 человек (20%) каждый раз обрабатывают фото перед публикацией в специальных программах (фотошоп и т.д.), 9 (30%) – не обрабатывают, при этом обрабатывают в зависимости от ситуации – 15 (50%).

Посты с различной периодичностью публикует 24 опрошенных (80%). При этом периодичность публикаций не превышает 2-3 раза в месяц. Тематика постов посвящена, в основном, отчетам о собственных путешествиях или событиям из собственной жизни, реже – рассказу об интересных фактах из различных сфер жизни. В 16 случаях (53,3%) было выявлено, что респондентам важно получать «лайки» под своими публикациями. Это может свидетельствовать о том, что обследованным важно получить признание и поддержку относительно того, что они делают в сети. При этом лишь в 12 анкетах (40%) было обнаружено, что для опрошенных было важно получать комментарии к своим публикациям. Тот факт, что «лайки» имеют немного больший вес, чем комментарии, можно объяснить тем, что «лайки» – это однозначно положительная оценка публикации, в то время как в комментариях может содержаться и негативная реакция.

Несмотря на важное значение виртуального пространства, в большинстве случаев предпочитают личное общение, а при его невозможности – держать связь с помощью аудиозвонков, что также предполагает относительно живую коммуникацию.

Чувство стресса или тревоги при длительной невозможности получить доступ к своему аккаунту испытывает почти половина – 14 респондентов (46,6%).

Функцию голосовых сообщений с различной степенью периодичности используют все опрошенные. Стикеры и смайлики также используются всеми обследованными, при этом смайлики используются более часто. При этом лишь пятеро (16,6%) считают, что смайлики и стикеры в полной мере выражают те чувства и эмоции, которые пользователи хотели передать; выражают частично – 23 (76,6%); не выражают вообще – 2 (6,6%).

Социальные сети служат в подавляющем большинстве случаев служат для опрошенных средством личного общения, в единичных случаях – средством отдыха.

Лишь трое (10%) отмечают, что проводят время в виртуальном пространстве в ущерб реальным контактам. В 11 случаях (36,6%) с различной периодичностью респонденты чувствовали себя одиночками. При этом в 30% случаях ощущение одиночества возникает в случаях отсутствия реальных межличностных. В это же время 21 человек (70%) отмечали, что большее удовлетворение получают от реального общения с людьми.

Подавляющее большинство опрошенных указывают в своем профиле лишь основную информацию о себе (родной город и город проживания, дата рождения, учебное заведение). Лишь несколько человек вместе с вышеперечисленной информацией указывали личные телефоны, адрес, место работы, семейное положение и прочее.

Открытый профиль имеет 18 человек (60%), закрытый профиль – 12 опрошенных (40%). Причинами закрытия аккаунта служило желание защитить свою личную информацию от незнакомых и нежелательных людей.

Администраторами в какой-либо группе в социальной сети являются 10 человек (33,3%). Тематикой таких групп является юмор (6 человек), художественная (3 группы), учебная (1 человек).

Страницу от имени другого человека регистрировало 8 человек (26,6%). Причинами данного поступка становилось либо желание комментировать в сети не от своего имени (т.е. снятие с себя ответственности), либо узнать лучше других людей.

Было установлено, что в 26 случаях (86,6%) обследованные регулярно «бесцельно» проводили время в интернете или социальных сетях.

Таблица 3 – Наполненность профиля различными материалами

Параметр	Среднее значение
Группы	80
Подписки	90
Фото	105
Аудиозаписи	605
Видеозаписи	95
Отметка на фото	23
Отметка на видео	2

В таблице 3 показаны средние значения по наполненности профиля респондентов различными материалами (вступление в группы, подписки, фотографии, аудиозаписи, видеозаписи, отметки на фотографиях и видеозаписях). Как видно из цифр, представленных в таблицах, наибольший интерес для опрошенных представляют аудиозаписи (прослушивание любимой музыки), а также выкладывание в свой профиль личных фотографий.

Выводы

Таким образом, автором было проведено поисковое исследование, посвященное изучению поведения молодых людей в киберпространстве, с использованием авторской анкеты и Теста на интернет-зависимость К. Янг.

Полученные результаты говорят о том, что виртуальное пространство и социальные сети имеют важное значение для опрошенных, но в то же время реальные межличностные контакты также представляют большую ценность для респондентов.

В дальнейшем автору предстоит существенно увеличить выборку испытуемых (до 200-300 человек), а также провести более глубокое исследование, посвященное влиянию чрезмерной погруженности в киберпространство и социальные сети на межличностные контакты и субъективное ощущение одиночества.

Литература

1. Агадулина Е.Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования // Современная зарубежная психология. 2015. Т. 4. № 3. С. 36-46.
2. Антоненко С.В. Социальные сети как инструмент профориентации // Известия ТулГУ. Технические науки. 2013. № 11. С. 41-44
3. Базенков Н. И., Губанов Д. А. Обзор информационных систем анализа социальных сетей // Технические и программные средства управления. 2009. №41. С. 357-394
4. Битков Л.А. Социальные сети: между массовой коммуникацией и межличностным общением // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 28 (282). С. 36–38
5. Гладышев-Лядов В. Социальные сети как инструмент для пропаганды экстремизма // Обзор НИЦПТИ. 2013. №3. С. 28-31
6. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Управление в социально-экономических системах // Управление большими системами. 2009. №27. С. 205-281
7. Демичева К. А. Понятие и классификация социальных сетей в контексте взаимодействия в сети Интернет // International scientific review. 2015. 56 с.

8. Дужникова А.С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг общественного мнения. 2010. №5 (99). С.238-251
9. Сашенков С.А. Криминогенное влияние социальных сетей на несовершеннолетних // Вестник Воронежского института МВД России. 2015. №3. С. 215-219
10. Сергодеев В. А. Сетевые интернет-сообщества: сущность и социокультурные характеристики // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2013. № 1. С. 122-127.
11. Фёдоров В.В., Милеев И.Д. О мотивации подростков — пользователей социальных сетей // Социальная психология и общество. 2015. Том 6. № 3. С. 98–108.
12. Шаповаленко А.А. Активность пользователя социальной сети (на примере vk.com) и особенности личностного самоопределения в юности // Психолого-педагогические технологии создания виртуальной образовательной среды для межкультурного взаимодействия. – 2013. №. 4 С.133-138
13. Шахмартова О. М., Болтага Е. Ю. – Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2011. № 24. С. 1002-1008.
14. Шахмартова О.М., Недошивина И.В. Исследование мотивов использования социальных сетей младшими школьниками // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. № 28. С. 1348-1353.
15. Щебетенко С.А. Большая пятерка черт личности и активность пользователей в социальной сети «Вконтакте» // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». 2013. Т. 6. № 4. С. 73-83.
16. Bargh, J.A., McKenna, K.Y.A., & Fitzsimons, G.M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33–48.
17. Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. – 1997. URL: <http://duplox.w2berlin.de/docs/panel/becker.html>.
18. Gosling, S.D., Gaddis, S., and Vazire, S. (2007). Personality impressions based on Facebook profiles. In *Proceedings of the International Conference on Weblogs and Social Media* (Boulder, Colorado, USA, March 26–28, 2007).
19. Muscanell N. L., Guadagno R. E. Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use // *Computers in Human Behavior*. 2012. No. 28. pp. 107–112.
20. Young K. S. Caught in the net: how to recognize the signs of Internet-addiction – and a winning strategy for recovery / by Kimberly S. Young, Canada, 1998. 248 p.

Левин Леонид Маркович. AuthorID: 819107. E-mail: levin_leonid@mail.ru

Дата поступления: 05.11.2019

Дата принятия к публикации 15.01.2020

**FEATURES OF BEHAVIOR IN SOCIAL NETWORKS IN YOUTH:
A SEARCH RESEARCH
(ON THE EXAMPLE OF SOCIAL NETWORK "VKONTAKT")**

DOI: 10.25629/HC.2020.01.09

Levin L.M.

Moscow State Regional University
Moscow, Russia

Abstract. The work raises the currently relevant problem of Internet addiction and excessive immersion of young people in virtual space. The results of a research study on the behavior of young people in a cyber environment are presented. We examined 30 people aged 18 to 25 years who have accounts on social networks and regularly use them. Each respondent was asked to complete the K. Addiction Test (Internet Addiction Test, IAT), adapted by V.A. Loskutovoy (Drilling), and the author's questionnaire, which includes 103 points and devoted to the study of various socio-demographic characteristics and behavior in the electronic space (number of accounts, profile fullness, amount of time spent on the Internet, chatting with other users, personal communication preferences respondents, convenient communication formats, etc.). At the same time, an attempt was made to detect the effect of excessive involvement in social networks on real contacts of respondents and interpersonal relationships. Based on data processing, a number of conclusions and generalizations are made regarding the characteristics of cyber behavior. It also talks about the prospects of both a real exploratory study, and the study of this scientific area of research.

Keywords: social networks, Internet addiction, virtual space, accounts, profiles.

Levin Leonid Markovich. AuthorID: 819107. E-mail: levin_leonid@mail.ru

Date of receipt 05.11.2019

Date of acceptance 15.01.2020