

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

Научная статья

УДК 316

doi:10.21685/2307-9525-2022-10-4-10

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ОСНОВНОЙ ВИД КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Наталья Владимировна Розенберг

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

elya@sura.ru

Аннотация. *Актуальность и цели.* Социальные сети имеют огромное значение в жизни современного молодого человека. Они стали основным элементом цифровой реальности. Через социальные сети люди не только общаются, но и получают профессиональные навыки, продвигают свои услуги, продают товары, ведут научную деятельность. В данном исследовании проводится анализ социальных сетей как основного вида коммуникативных практик современной молодежи. Выявляется значение сетевых платформ в процессе социализации и решения экзистенциальных проблем современного мира. Целью исследования является раскрытие значимости социальных сетей для коммуникативных практик современной молодежи. *Материалы и методы.* Для достижения поставленной цели был проведен вторичный анализ исследований предпочтений пользователей социальных сетей. Проанализированы данные ВЦИОМ, РОМИР, глобального обзора Digital 2022. Среди теоретических методов были применены системный и институциональный подходы, метод анализа. *Результаты.* Показано, что для современной молодежи социальные сети стали новыми возможностями для общения, социализации, накопления социального капитала, самообразования, сотрудничества и взаимодействия. *Выводы.* Изменение коммуникативных практик молодежи стало неотъемлемым признаком времени. В них изменилось все: начиная от среды и условий для коммуникации и заканчивая способом получения информации. Социальные сети стали главным пространством для коммуникативных практик, а молодое поколение демонстрирует высокую степень коммуникативной вовлеченности.

Ключевые слова: социальные сети, интернет, молодежь, виртуальное пространство, коммуникативные практики

Для цитирования: Розенберг Н. В. Социальные сети как основной вид коммуникативных практик современной молодежи: социологический анализ // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2022. Т. 10, № 4. С. 90–98. doi:10.21685/2307-9525-2022-10-4-10

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

Original article

SOCIAL MEDIA AS THE MAIN TYPE OF COMMUNICATION PRACTICES FOR MODERN YOUTH: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Natal'ya V. Rozenberg

Penza State University, Penza, Russia

elya@sura.ru

Abstract. *Background.* Social media are of great importance in the life of a modern young person. They have become a staple of digital reality. Through social media, people not only communicate, but also acquire professional skills, promote their services, sell goods, and conduct scientific activities. This article analyzes social media as the main type of communicative practices for today's youth. The significance of media platforms in the process of socializing and solving the existential problems of the modern world is identified. The aim of the study is to reveal the importance of social media for the communicative practices of today's youth. *Materials and methods.* To achieve this aim, a secondary analysis of research on the preferences of social media users is carried out. Data from Russian Public Opinion Research Centre (VCIOM), Russian public opinion and market research (ROMIR) and Digital 2022 global survey are analyzed. The systemic and institutional approaches and the method of analysis are applied as the theoretical methods. *Results.* The article shows that for today's youth, social media have created new capacities for communication, socialization, social capital accumulation, self-education, cooperation and interaction. *Conclusions.* The change in the communication practices of the youth has become an integral sign of the times. Everything has changed in the communication practices, from the environment and conditions for communication to the way of obtaining information. Social media have become the main space for the communication practices, and the younger generation demonstrates a high degree of communicative involvement.

Keywords: social media, the Internet, youth, virtual space, communication practices

For citation: Rozenberg N.V. Social media as the main type of communication practices for modern youth: a sociological analysis. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal "Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo" = Electronic scientific journal "Science. Society. State"*. 2022;10(4):90–98. (In Russ.). doi:10.21685/2307-9525-2022-10-4-10

Повседневная жизнь современного человека, особенно молодого, немыслима без социальных сетей. Социальные сети незаметно внедрились в нашу жизнь и стали ее неотъемлемой частью. В докладе Международного союза электросвязи (МСЭ) (2021 г.) отмечалось, что к концу 2022 г. две трети населения планеты будут пользоваться интернетом. В нем также было указано, что в 2022 г. количество пользователей интернета достигнет 5,3 млрд человек, т.е. 66 % жителей Земли. Новый глобальный обзор Digital 2022¹ показал, что в январе 2022 г. в мире насчитывалось 4,62 млрд пользователей социальных сетей, это 58,4 % от общей численности населения мира. Сегодня подключение к сети интернет для многих людей стало жизненной необходимостью – это и работа, и учеба, и доступ к медицинскому обслуживанию и другим услугам, государственным услугам по оформлению документов и пр. Исследование GWI показывает, что «типичный» глобальный интернет-пользователь сегодня проводит почти семь часов в день (россияне 7 часов 50 минут), используя интернет на всех устройствах².

© Rozenberg N.V., 2022. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

¹ DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH // Social Ltd : website. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (дата обращения: 10.11.2022).

² See our platform in action // GWI : website. URL: https://www.gwi.com/book-demo?utm_source=kepios&utm_medium=referral&utm_campaign=2021+Kepios+Global+Audiences (дата обращения: 10.11.2022).

Понятие «социальная сеть», уже прочно вошедшее в нашу жизнь, впервые было использовано в начале 30-х гг. XX в. для объяснения способов общения и взаимодействия внутри групп. Понятие, история появления и развития социальных сетей достаточно подробно описаны в научных статьях последних лет [1–4]. Интерес к этой проблеме, исследованию разных ракурсов влияния социальных сетей на все стороны жизни общества среди социологов, психологов и представителей других социальных и гуманитарных наук не угасает.

Принцип «социальная сеть» ввел социолог Джеймс Барнс задолго до появления интернета, еще в 1954 г. Тогда это понятие интерпретировалось как социальная структура, состоящая из групп, являющихся социальными объектами, и связи между ними. Понятие «сеть» быстро вошло в научный оборот и стало использоваться для обозначения любых отношений между людьми и их объединениями. С появлением интернета концепция Дж. Барнса стала набирать популярность. Впервые прообраз современных социальных сетей – сеть Geocities – была запущена в 1994 г., а более-менее похожий на современные соцсети ресурс Classmates.com появился в 1995 г. в США. А начиная с 2003 г. в мире и с 2005–2006 гг. в России увлечение социальными сетями стало носить массовый характер¹. Конечно, в последнее десятилетие социальные сети претерпели существенные изменения в части целей и характера использования, но основной принцип их существования остался неизменным. И в этой связи мы можем говорить о формировании интернет-культуры как отдельного типа культуры современного общества со своими ценностями, нормами, языком и пр. Социальные сети – это не только площадка для общения, но и глобальное пространство для построения коммуникаций.

Интернет сегодня – это уже не просто средство коммуникации, это глобальное социальное явление, результат экономической глобализации. Сегодня глобальная сеть все глубже проникает в нашу жизнь, в момент, когда вы читаете данный текст, около 9 млрд устройств подключены к интернету одновременно.

Нетрудно заметить, что в мире, особенно в странах с высоким научно-техническим развитием, интересы людей переместились из реального бытия в киберпространство. Хотя киберпространство считается виртуальным, на самом деле оно носит более личностный, «реальный» характер [3, с. 43].

Киберпространство проникло во все стороны общественной жизни, а также во внутренний мир человека. Виртуальный мир доказал, что человеческое общение возможно вне пространства и времени. В этом смысле виртуальной реальности дает осмысление современная философия, формируя новые подходы к пониманию пространства и времени. Социальная психология отмечает изменения, произошедшие в социальном поведении современного человека. Интернет-пользователь охотно делится личной информацией, его личный профиль открыт для всех, следы, оставленные в интернет-пространстве, не исчезают со временем, приватность отошла на задний план, все это ставит под угрозу частную жизнь человека. Однако «именно возможность транслировать в прямом эфире события собственной жизни привлекает внимание современной молодежной аудитории к социальной сети» [5, с. 54].

Есть еще один аспект интернета, отсутствующий в реальной жизни, – это возможность размножения своей личности, представление себя от имени многих личностей (аватары, клоны и подобные вещи). Кроме того, иметь аккаунты в разных социальных сетях – обычное дело. Это еще одна опасность виртуального мира, которая влияет на мировоззрение и ведет к ухудшению человеческого общения. Все эти замечания относятся как к пространству интернета в целом, так и к социальным сетям в частности. А таких ресурсов в сети интернет большое количество. «Социальная сеть в общем случае рассматривается как система, которая направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами или деятельностью» [2, с. 476].

¹ Появление социальных сетей // Anastasiya Yatskovskaya : website. URL: <https://www.sutori.com/en/story/poiavlenie-sotsial-nykh-sietiei--e49R2CgdBTAM8t5gRu92G13Q> (дата обращения: 10.11.2022).

Социальная сеть, по мнению А. С. Дужниковой, должна предоставлять следующие возможности: создание индивидуальных профилей, взаимодействие пользователей, достижение совместной цели путем кооперации, обмен ресурсами и т.п. [6, с. 239].

В современных исследованиях развития и функционирования интернета ученые сходятся во мнении о беспрецедентном влиянии социальных сетей на жизнедеятельность человека, однако следует отметить, что на сегодняшний день так и не сложилась единая общепринятая типология Social networks. Разные исследователи предлагают более или менее развернутые классификации социальных сетей, беря за основу определенные факторы. Так, Л. А. Браславец применяет типологию периодических изданий [7], В. В. Красильников и В. С. Тоискин кладут в основу своей классификации активность индивида и характер коммуникации между пользователями¹, В. В. Смеюха применяет аудиторный критерий к своей классификации и делит социальные сети на массовые и специализированные (для определенного сегмента) [8]. Для нашего исследования воспользуемся более упрощенной классификацией Е. Д. Патаракина, который выделил два основных типа сетей. К первому типу он отнес социальные сети, в которых основу составляют страницы участников (например, «ВКонтакте», Facebook, LinkedIn и подобные); ко второму типу, по его мнению, относятся сети, в основе которых лежат цифровые объекты – статьи, программы, видеозаписи, закладки («Википедия», YouTube, Flickr, Delicious и т.д.) [9]. Эти типы сетей активнее всего и использует молодое поколение в своей коммуникационной активности.

По данным опроса ВЦИОМ о пользовании интернетом и телевидением среди россиян, более половины респондентов являются активными пользователями телевидения и интернета – они смотрят телевизор и сидят в Сети не реже нескольких раз в неделю (53 %). Наиболее активные пользователи и телевидения, и интернета – опрошенные в возрастной группе 35–59 лет (61–64 %). С 2018 г. данная доля сократилась на 9 п.п. Вторая по объему группа медиаактивности – россияне, которые пользуются интернетом, но не смотрят телевизор, – 28 %. С 2018 г. эта доля увеличилась на 15 п.п. Отказ от телесмотрения в пользу интернета наиболее характерен для молодежи: 69 % среди 18–24-летних, среди 25–34-летних – 48 %. Смотрят телевизор и почти не пользуются интернетом 17 % наших соотечественников. С 2018 г. данная доля сократилась на 5 п.п. Среди представителей россиян от 60 лет эта доля достигает 45 %² (рис. 1).



Рис. 1

¹ Тоискин В. С., Красильников В. В. Классификация социальных сетей Интернет как элементов социальных структур // Научный электронный архив Академии естествознания. Социология информации и коммуникации. URL: <https://s.econf.rae.ru/pdf/2012/10/1688.pdf> (дата обращения: 12.11.2022).

² Медиапотребление россиян // ВЦИОМ : сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-rossijan-monitoring> (дата обращения: 12.11.2022).

Эти данные показывают: интернет-активность – это один из основных видов активностей современного человека и самая активная группа в интернет-пространстве – это молодежь. Является бесспорным тот факт, что у молодых людей большую часть проведенного времени в интернете занимает просмотр социальных сетей [10]. Молодые люди не представляют своей жизни без социальных сетей, они заменили для них традиционные социальные институты – семью, школу, религию и стали, по сути, основным институтом социализации. В чем же состоит основная причина популярности социальных сетей у молодого поколения, доходящей порой до зависимости? По мнению психологов, основной причиной является отсутствие барьера личного общения, трудностей установления личного контакта у молодых людей, обладающих низкой самооценкой. Виртуальное общение в отличие от реального может быть анонимным и снимать данную проблему. По результатам различных исследований, более половины опрошенных удовлетворяют свою потребность в общении посредством социальных сетей [11]. Социальная сеть наделяет пользователей возможностью неограниченной коммуникации. Еще одной причиной популярности социальных сетей является возможность получить признание, на языке интернет-сообществ лайки, ретвиты, репосты дают ощущение значимости, привлекательности, интереса для значимых других. И третьей причиной популярности является выполнение социальными сетями чисто прагматических функций – совершение покупок, обмен учебными материалами, поиск работы и т.п.

По данным исследования, проведенного ВЦИОМ в апреле 2020 г., 82 % россиян используют интернет, при этом 71 % – ежедневно. Топ роста использования: получение новостей, банковские переводы и самообразование; пользователи Рунета посредством интернета чаще общаются с близкими (89 %), получают новости (89 %) и совершают банковские операции (78 %)¹.

Таким образом, развитие социальных сетей привело к появлению абсолютно новой модели социальной коммуникации, которая имеет четкую тенденцию к замене реальных социальных связей виртуальными [12].

Современная молодежь – это те люди, которые используют виртуальное пространство практически с рождения. Исходя из этой мысли, Л. Д. Козырева предлагает классификацию данной социальной группы по ее отношению к виртуальной коммуникации. Она выделяет три типа представителей молодого поколения: сетевая молодежь (примерно 58 %) – это те, кто повсеместно использует информационные технологии и виртуальное общение; полусетевая молодежь (39 %) – применяет информационные технологии прагматично; несетевая молодежь (3 %) – не применяет информационные технологии в своей повседневной деятельности [13, с. 97].

Молодежь в любую эпоху является самой мобильной и динамично реагирующей на изменения социальных условий группой, которая легче всего адаптируется к новым ценностям и технологиям в силу своего возраста. Поэтому она любит быть в центре событий, легко ориентируется во всех современных тенденциях, моде и других социальных и коммуникативных практиках. Технологизация общества, которая происходит на наших глазах, была очень активно воспринята молодежью, поскольку совпадает с ее интересами, а именно стремлением расширить круг своего общения для того, чтобы избежать социального одиночества и социальной неприспособленности. Социальные сети изменили коммуникативные практики современной молодежи, заменив реальное общение на виртуальное, тем самым решив часть проблем социальной адаптации данной возрастной группы.

Прежде чем рассматривать изменение коммуникативных практик современной молодежи, необходимо остановиться на предпочтениях пользователей социальных сетей. Данные социологического опроса молодых людей, проведенного С. А. Гришаевой и К. В. Клюевым ($n = 111$), показали, что большинство опрошенных считают обязательным условием общения в социальных сетях использование грамотной речи, однако около 20 % респондентов с такой

¹ Сеть как спасение // ВЦИОМ : сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/set-kak-spasenie> (дата обращения: 12.11.2022).

точкой зрения не согласны. Это коррелирует с мнением о том, что тексты в социальных сетях ближе к разговорной речи. Более того, подавляющее большинство (85 %) отправляет голосовые сообщения. Таким образом, в социальных сетях используются все возможности вербального общения. Еще одна выявленная особенность общения в социальных сетях – использование нецензурной лексики (83 %). Этот факт также сближает общение молодежи в социальных сетях с общением в реальной жизни. Ни для кого не секрет, что молодые люди активно используют нецензурную речь. Как отмечают авторы, этот факт является «косвенным подтверждением размывания границ реальности и виртуальности» [14, с. 7]. Большие возможности для коммуникации предоставляют комментарии, их пишет большинство опрошенных (80,2 %). Оставленные комментарии и репосты увеличивают количество коммуникаций многократно, чего практически невозможно добиться при реальной коммуникации. Еще одной особенностью виртуальных коммуникативных практик является то, что почти 70 % пользователей имеют один или несколько фейковых аккаунтов. В социальных сетях в зависимости от контекста и обстоятельств пользователи могут выбирать, откуда отправлять сообщения и комментарии – с основной страницы или с фейкового аккаунта [14].

Исследовательский холдинг Ромир проанализировал медиапотребление россиян и определил самую популярную социальную сеть по итогам января 2022 г. Исследование проводилось среди россиян старше 14 лет, репрезентирующих городское население России. По данным Romir Single Source Panel, «ВКонтакте» стала лидером среди социальных сетей по охвату аудитории в январе, набрав 41,7 %. На втором месте – Instagram¹ с охватом 40,6 %, на третьем – TikTok с охватом 20 %. Четвертое место занимает приложение «Одноклассники» с охватом 16,2 %. Замыкает пятерку лидеров Facebook (11,6 %). Лидером по динамике охвата по сравнению с январем 2021 г. стал TikTok. Его аудитория увеличилась на 54 %. Facebook в годовой динамике увеличил аудиторию на 19 %² (рис. 2).

Romir

Топ-5 социальных сетей. Январь 2022

Россияне, 14+	Охват, %	Динамика охвата, %
ВКонтакте	41,7	6%
Instagram	40,6	10%
TikTok	20,0	54%
Одноклассники	16,2	-3%
Facebook	11,6	19%

Источник данных: Ромир, февраль 2022

Рис. 2

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 18 апреля 2022 г. также представил данные исследования, посвященного социальным сетям и мессенджерам, наиболее популярным среди россиян.

¹ Деятельность Instagram и Facebook на территории Российской Федерации признана экстремистской и запрещена.

² Ромир определил самую популярную соцсеть по итогам января // Ромир : сайт. URL: <https://romir.ru/studies/romir-opredelil-samuyu-populyarnuyu-socset-po-itogam-yanvara> (дата обращения: 12.11.2022).

В топ-5 наиболее популярных социальных сетей и мессенджеров среди россиян на сегодняшний день входят WhatsApp (87 %), YouTube (75 %), «ВКонтакте» (62 %), Telegram (55 %) и «Одноклассники» (42 %).

Список самых распространенных соцсетей с сентября 2021 г. изменился незначительно. В тройке лидеров по-прежнему WhatsApp, YouTube и «ВКонтакте», причем ежедневная аудитория «ВКонтакте» за полгода выросла на 5 п.п.

Telegram демонстрирует наибольший прирост аудитории среди всех социальных сетей и мессенджеров (+13 п.п. к сентябрю 2021 г.). Доля ежедневных пользователей у Telegram выросла с 22 до 35 %. Наконец, «Одноклассники» за полгода поднялись с седьмой строчки и замыкают пятерку лидеров. Viber и TikTok с той или иной периодичностью пользуются 37 % (–5 п.п. к сентябрю 2021 г.) и 35 % соответственно¹.

Как видно из приведенных данных, самой популярной в России по-прежнему остается социальная сеть «ВКонтакте». Ее особенностью является многочисленная и очень активная аудитория. Здесь очень популярен формат группового общения. В сети несколько типов сообществ: сообщества по интересам, сообщества с развлекательным контентом, новостные сообщества, официальные страницы компаний, в том числе новостных ресурсов, интернет-магазины, сообщества жителей определенного города / работников учреждения / обучающихся учебного заведения, сообщества помощи, сообщества-блоги. Как видим, социальные сети представляют собой виртуальные симулякры реальных социальных акторов.

Коммуникативные практики являются видом социальных практик по воспроизводству информации. О. Г. Щенина определяет «коммуникативные практики как регулярно повторяющиеся коммуникативные взаимодействия субъектов, социальных и политических институтов...» [15, с. 206]. Таковую возможность как нельзя лучше предоставляют социальные сети.

В. А. Волкоморов предлагает разделить коммуникативные практики современной молодежи на четыре группы. В первую группу ученый включил «практики выбора среды и условий для коммуникации». Он отмечает, что основным каналом коммуникации для молодого поколения является интернет, главное устройство, по которому молодые люди выходят в Сеть – смартфон, а пространство для коммуникации в интернете – социальные сети. Ко второй группе относятся социально-психологические характеристики (78 % молодых людей выбирают социальные сети местом общения с друзьями, знакомыми в реальной жизни). Это означает, что социальные сети, как минимум, дополняют, а иногда и заменяют живое общение. Кроме того, как уже отмечалось, для молодежи необходимо одобрение в виде комментариев и лайков, они не хотят быть в одиночестве. Таким образом, социальная сеть выполняет в определенной мере функцию социализации. Здесь можно добавить, что современные социальные сети не только удовлетворяют потребность молодежи в контактах, но и эмоционально эти контакты насыщают. Третья группа коммуникативных практик современной молодежи – это способ кодирования информации. По данным исследований, это текст, несмотря на всеобщее убеждение, что сегодняшняя молодежь – визуалы. И четвертой группой коммуникативных практик является процесс и особенности получения информационно-новостных материалов. По мнению классиков социологии и основателей теории информационного общества Д. Белла, Э. Тоффлера, Э. Кастельса, информация и знания в современном обществе становятся стратегическим ресурсом, сопоставимым по значению с природными, финансовыми и людскими ресурсами. Естественно, проводя большую часть времени в социальных сетях, именно в них видит молодое поколение источник новостей. Потребность молодых людей быть умными проявляется в постоянном поиске информации и обучающих семинаров, количество мастер-классов, обучающих курсов, семинаров и другого подобного контента, потребляемого молодым поколением в социальных сетях, очень велико [16, с. 46–47].

¹ Российская аудитория социальных сетей и мессенджеров: изменения на фоне спецоперации // ВЦИОМ : сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiiskaja-auditorija-socialnykh-setei-i-messendzherov-izmeneniya-na-fone-sпецoperacii> (дата обращения: 12.11.2022).

Таким образом, для современной молодежи социальные сети стали новыми возможностями для общения, социализации, накопления социального капитала, самообразования, сотрудничества и взаимодействия. Именно благодаря сетевой коммуникации мы наблюдаем, как расширяется межличностная, а также социально значимая коммуникация. Социальные сети – это главное пространство для коммуникативных практик. Молодое поколение демонстрирует высокую степень вовлеченности в коммуникативные практики цифровой реальности.

Из сказанного можно сделать вывод, что социальные сети сегодня являются важным элементом структуры повседневной жизни и коммуникативных практик современных молодых людей, а виртуальное пространство, как социальный симулякр, порождает специфические коммуникативные эффекты. Диджитализация стала неотъемлемой частью нашей жизни, а основным элементом диджитал-пространства являются социальные сети. Социальные сети – важная составляющая современной жизни молодых людей, они снимают социальные барьеры, являются непосредственным институтом социализации и участвуют в процессе формирования и накопления человеческого и социального капитала.

Список литературы

1. Патюков С. В., Коврига Е. В. Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел // Юный ученый. 2017. № 2 (11). С. 75–77.
2. Развитие социальных сетей и их интеграция в систему образования России / М. С. Чванова, М. В. Храмова, В. Ю. Лыскова [и др.] // Образовательные технологии и общество. 2014. Т. 17, № 3. С. 472–493.
3. Nuriymon A. Social danger of social networks // Bulletin Social-Economic and Humanitarian Research. 2020. № 7 (9). С. 43–52.
4. Мельникова М. С., Яковлев И. П. Понятие «социальная сеть» в социологических теориях и интернет-практиках // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 254–257.
5. Голубева Н. А. Феноменология межличностного и межгруппового общения современной молодежи в реальном и виртуальном пространстве // Вестник РГГУ. Сер.: Психология. Педагогика. Образование. 2018. № 2 (12). С. 45–59.
6. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. № 5 (99). С. 238–251.
7. Браславец Л. А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Воронеж, 2010. 169 с.
8. Смеюха В. В. Социальные сети: функционально-типологический аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 100–105.
9. Патаракин Е. Д. Педагогический дизайн социальной сети Scratch // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, № 2. С. 505–528.
10. Николаева А. А., Павлова Т. С. Зависимость молодежи от социальных сетей // Образовательные ресурсы и технологии. 2019. № 4 (29). С. 7–12.
11. Жучкова С. Е., Воробьева М. Н. Эмпирическое исследование зависимости подростков от социальных сетей // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2016. № 9 (66). С. 80–85.
12. Чебунина О. А. Виртуальный социальный капитал в процессе интернет-социализации молодежи // Гуманитарий юга России. 2019. Т. 8, № 1. С. 229–241.
13. Козырева Л. Д., Зверькова С. А. Трансформация социальных связей молодежи в информационном обществе // Социодинамика. 2017. № 4. С. 94–104.
14. Гришаева С. А., Клюваев К. В. Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях // Цифровая социология. 2019. Т. 2, № 3. С. 4–9.
15. Щенина О. Г. Коммуникативные практики политических отношений в социальном государстве // Согласие в обществе как условие развития России : сб. ст. / под ред. О. М. Михайленка, В. В. Люблинского, Э. С. Шиманской. М. : Федеральный социологический центр РАН, 2017. С. 197–212.
16. Волкоморов В. А. Актуальные медиатизированные коммуникативные практики российского цифрового поколения // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2020. Т. 26, № 1 (195). С. 44–47.

References

1. Patyukov S.V., Kovriga E.V. Social Media: Concept, History of Occurrence, Current State. *Yunyy uchenyy = Young Scientist*. 2017;(2):75–77. (In Russ.)
2. Chvanova M.S., Khramova M.V., Lyskova V.Yu. et al. Development of Social Media and Their Integration into the Russian Education System. *Obrazovatelnye tekhnologii i obshchestvo = Educational Technologies and Society*. 2014;17(3):472–493. (In Russ.)
3. Nuriymon A. Social danger of social networks. *Bulletin Social-Economic and Humanitarian Research*. 2020;(7):43–52.
4. Melnikova M.S., Yakovlev I.P. Concept of “Social Media” in Sociological Theories and Internet Practices. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika = Bulletin of St. Petersburg University. Ser. 9. Linguistics. Oriental Studies. Journalism*. 2014;(1):254–257. (In Russ.)
5. Golubeva N.A. Phenomenology of Interpersonal and Intergroup Communication of Modern Youth in Real and Virtual Space. *Vestnik RGGU. Ser.: Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie = Bulletin of Russian State University for the Humanities. Ser.: Psychology. Pedagogy. Education*. 2018;(2):45–59. (In Russ.)
6. Duzhnikova A.S. Social Media: Current Trends and Types of Use. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny = Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*. 2010;(5):238–251. (In Russ.)
7. Braslavets L.A. *Internet Services of Social Media in the Modern System of Mass Media*. PhD dissertation. Voronezh, 2010:169. (In Russ.)
8. Smeyukha V.V. Social Media: Functional and Typological Aspect. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Questions of Theory and Practice of Journalism*. 2013;(2):100–105. (In Russ.)
9. Patarakin E.D. Pedagogical Design of Scratch Social Media. *Obrazovatelnye tekhnologii i obshchestvo = Educational Technologies and Society*. 2013;16(2):505–528. (In Russ.)
10. Nikolaeva A.A., Pavlova T.S. Youth Dependence on Social Media. *Obrazovatelnye resursy i tekhnologii = Educational Resources and Technologies*. 2019;(4):7–12. (In Russ.)
11. Zhuchkova S.E., Vorobeva M.N. Empirical Study of the Dependence of Adolescents on Social Media. *Lichnost, semya i obshchestvo: voprosy pedagogiki i psikhologii = Personality, Family and Society: Questions of Pedagogy and Psychology*. 2016;(9):80–85. (In Russ.)
12. Chebunina O.A. Virtual Social Capital in the Process of Internet Socialization of Youth. *Gumaniyariy yuga Rossii = Humanities in the South of Russia*. 2019;8(1):229–241. (In Russ.)
13. Kozyreva L.D., Zverkova S.A. Transformation of Social Relations of Youth in the Information Society. *Sotsiodinamika = Sociodynamics*. 2017;(4):94–104. (In Russ.)
14. Grishaeva S.A., Klyuvaev K.V. Communicative Practices of Youth in Social Media. *Tsifrovaya sotsiologiya = Digital Sociology*. 2019;2(3):4–9. (In Russ.)
15. Shchenina O.G. Communicative Practices of Political Relations in a Social State. *Soglasie v obshchestve kak uslovie razvitiya Rossii: sb. st. = Consent in Society as a Condition for the Development of Russia: Collection of Papers*. Moscow: Federalnyy sotsiologicheskii tsentr RAN, 2017:197–212. (In Russ.)
16. Volkomorov V.A. Actual Mediatized Communicative Practices of the Russian Digital Generation. *Izvestiya Uralskogo federalnogo universiteta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kultury = Bulletin of Ural Federal University. Ser. 1: Problems in Education, Science and Culture*. 2020;26(1):44–47. (In Russ.)

Информация об авторе / Information about the author

Н. В. Розенберг – доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой философии и социальных коммуникаций, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40.

N.V. Rozenberg – Doctor Philosophical Sciences, Associate Professor, Head of the Sub-department of Philosophy and Social Communications, Penza State University, 40 Krasnaya street, Penza, 440026.

**Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов /
The author declares no conflict of interests**

Поступила в редакцию / Received 15.11.2022

Поступила после рецензирования и доработки / Revised 30.11.2022

Принята к публикации / Accepted 05.12.2022