Мороз Н.А.,
аспирант кафедры теоретической
и специальной социологии им. М.А. Будановой,
Институт социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия,
tulpinsinblossom@yandex.ru

Жизненный мир молодежи в условиях медиатизированной реальности

Аннотация: исследование жизненного мира молодежи представляется актуальной темой для выявления основных его содержательных элементов в контексте медиатизации социальной реальности. В статье акцентируется внимание на репрезентации смыслов жизненного мира молодых россиян посредством их взаимодействия в социальных сетях, поскольку именно медиатизационные процессы современного общества выступают детерминантом развития молодежи.

Ключевые слова: жизненный мир; молодежь; социальные сети; медиатизация; повседневные практики; жизненные ценности; COVID-19.

Natalia Moroz,
Ph.D. Student of the Department
of Theoretical and Special Sociology,
Institute of Social and Humanitarian education,
Moscow State Pedagogical University;
Moscow, Russia
tulpinsinblossom@yandex.ru

The life world of youth in the context of mediatized social reality

Abstract: the study of the life world of young people is a relevant topic for the identification of its main elements in the scope of mediatization of social reality. This article focuses on the representation of the meanings of the life world of young Russians during their interaction via social network sites, because processes of mediatization in modern society become the determinant of youth development.

Keywords: lifeworld; youth; social media; mediatization; everyday practices; sense of life; COVID-19.

В условиях информатизации и цифровизации практически всех сфер общественной жизни, а также стремительного развития медиатрендов представляется актуальным исследование жизненного мира современного человека под влиянием указанных процессов. Медиа, как традиционные, так и новые, в широком их понимании выступают мощной побудительной силой, источником социальных изменений, которые слабо поддаются контролю и могут иметь различные последствия.

На сегодняшний день интернет и сопутствующие ему технологии (портативные электронные устройства, «умные» гаджеты и т. п.) доступны практически каждому. С их помощью человек имеет возможность выходить в сеть в любом месте в любое время – дома, на учебе, на работе, на отдыхе. Одними из наиболее востребованных интернет-ресурсов оказываются социальные сети.

Согласно анализу интернета и соцсетей «Digital 2021» компаний «WeAreSocial» и «Hootsuite» [15], за последний год количество пользователей социальных сетей в мире увеличилось на 13%, в России – на 5% (что составляет 99 млн человек). При этом в РФ насчитывается 228,6 млн мобильных устройств с доступом в интернет.

Молодежь как наиболее гибкая и адаптивная к общественным трансформациям социальная группа внедряет нововведения в свои повседневные практики с большей готовностью, чем старшие поколения. В этом контексте интернет и соцсети, ставшие неотъемлемой частью жизни современного молодого поколения, – не исключение. Виртуализация деятельности «произвела переворот во всей аудиовизуальной культуре, образе жизни и гражданской активности молодежи» [9, с. 104–105], а также создала условия для расширения участия в новых формах общественной активности.

В связи с тем, что социализация подростков и молодежи проходит в условиях тотальной медиатизации и глубокого воздействия цифровых технологий, виртуальное пространство во многом детерминирует формирование жизненного мира молодых людей.

Изначально понятие «жизненный мир» в изложении его автора Э. Гуссерля трактовалось как мир «донаучных» данностей или предше-

ствовавший естественно-научному познанию действительности «допонятийный» опыт [2, с. 74]. В дальнейшем развитие этого концепта позволило выявить важный содержательный элемент жизненного мира – его интерсубъективность [12, с. 30], а также определить его конструирующую роль в формировании социальной идентичности и социальной реальности [1; 11].

Отечественные исследователи, занимающиеся разработкой понятия «жизненный мир», указывают на то, что эволюция жизненного мира осуществляется на основе социальных взаимодействий индивидов и с учетом общественных изменений [8; 10]. Исходя из этого, можно утверждать, что жизненный мир представляет собой инструмент анализа как субъективного мира человека, так и интерсубъективной социальной реальности в их взаимообусловленности [3, с. 7]. В то же время мотивы и смыслы жизни обеспечивают реализацию ценностных ориентаций человека, раскрывая таким образом природу и содержательную сторону жизненного мира.

Для выявления смыслов жизненного мира молодежи в условиях медиатизированной реальности автором проведено социологическое исследование с применением метода качественного контент-анализа содержания отдельных сообществ социальной сети «ВКонтакте» [7]. Для изучения была отобрана 101 топовая публикация и комментарии к ним в трех популярных среди подростков и молодежи в возрасте от 14 до 24 лет сообществ «МДК», «ЯЖЕМАТЬ!» и «че» соцсети «ВКонтакте». Качественный контент-анализ был дополнен фокус-групповым интервью, в котором приняли участие 12 студентов МПГУ в возрасте 19–20 лет (из них 5 юношей и 7 девушек) [5].

По итогам исследования сделаны следующие выводы. Так, молодежь предпочитает взаимодействовать одновременно в нескольких социальных сетях. Использование этих виртуальных площадок необходимо им для решения различных задач по учебе и работе, для организации досуга и поддержания социальной связи с родными и друзьями. Зачастую группа общения в каждой соцсети отличается, что свидетельствует о практике «разумного доверия» [13, с. 102]. Молодые интернет-пользователи определяют рамки, в которых они могут демонстрировать определенный аккаунт в соцсети и контент в нем определенному кругу лиц. Например, студенты предпочитают иметь так называемые закрытые страницы, доступные только близким друзьям, и публичные профили для деловых контактов.

Кроме того, смартфоны являются приоритетным устройством для выхода молодежи в интернет, поэтому молодые люди готовы выходить на связь в соцсетях в любое время суток. По оценке студентов, среднее время их пребывания на этих онлайн-платформах составляет 3–4 часа в день. Приведем типичное высказывание: *«Я уже не представляю жизнь без телефона» (м., 16 лет).*

Исследование показывает, что если на подростковом этапе взросления юношам и девушкам интереснее всего **развлекательный контент** в формате участия в онлайн-играх, развлекательных сообществах, обмена «мемами» и т. д., то постепенно доля указанного контента в системе медиапотребления молодых пользователей снижается.

На первый план выходит **ценность образования**, получение которого в определенный период становится центральным жизненным приоритетом. Высокая конкурентная среда требует перераспределения времени и усилий для подготовки к поступлению в вуз или получения среднего профессионального образования, а затем – совершенствования своих навыков для дальнейшего успешного трудоустройства.

Соответственно, активность в социальных сетях смещается в сторону потребления информативного, полезного контента (образовательные паблики, группы по изучению иностранного языка и т. д.) и делового общения. Приведем характерное высказывание: *«В соцсетях подписываюсь на тех, кто может дать полезную информацию. Если ее нет, то я, скорее всего, отпишусь от человека» (ж., 20 лет).*

Любопытно, что в период самоизоляции некоторые юноши и девушки успешно адаптировались к дистанционному формату обучения и после снятия карантинных ограничений чаще делают выбор в пользу него. Приведем типичное высказывание: *«Я с репетитором часто переносу занятия в «Скайп». Так удобнее, к этому быстро привыкаешь, и время на дорогу не надо тратить» (ж., 18 лет).*

В то же время **соцсети и мессенджеры стали основным источником получения новостей** о знакомых и мире для молодежи. Юноши и девушки практически не смотрят телевизор и больше доверяют интернету. Этот тезис подтверждается результатами недавнего исследования медиапотребления россиян, проведенного ВЦИОМ [4]. Так, 69% россиян в возрасте 18–24 лет являются активными пользователями интернета, но телевизор не смотрят, 29% юношей и девушек этой возрастной категории – активные пользователи телевидения и интернета.

Наряду с этим значимость взаимодействия в социальных сетях для

подростков и молодежи заключается в возможности поддержания существующих и установления новых **социальных связей**. Общение на виртуальных социальных площадках позволяет юношам и девушкам удовлетворять потребность в дружеских и любовных привязанностях, а также демонстрации своего социального капитала сверстникам.

Кроме того, в условиях пандемии соцсети стали неотъемлемой необходимостью для опосредованного осуществления многих практик. Исходя из этого, можно утверждать, что данные онлайн-площадки способствуют **расширению социального опыта молодого поколения** и развития их **коммуникативных навыков**. В частности, функции создания групповых чатов помогают быстро и эффективно организовывать мероприятия и решать неотложные вопросы. В то же время молодежь стала чаще использовать соцсети в практических целях (покупка товаров, бронирование мест в ресторане, доставка продуктов, заказ такси и т. п.), во многом причиной этому послужила пандемия COVID-19.

Наряду с этим взаимодействие в соцсетях служит важным средством **социальной поддержки** [13] в отношении как близких, так и незнакомых людей. В период пандемии это ярко проявлялось через волонтерские инициативы и акции. *«Когда нам нужна поддержка, мы напишем онлайн-друзьям» (ж., 17 лет).*

Социальные сети предоставляют молодому поколению широкие возможности для **самореализации и социальной успешности**. Это публичное пространство, в котором можно заявить о себе, получить обратную связь и оценку других пользователей. Однако по мере взросления молодежь меньше нуждается в одобрении в соцсетях и ощущает меньшую зависимость от «лайков». По собственному утверждению молодых людей, на своих аккаунтах они публикуют фотографии или селфи скорее *«для себя, чтобы сохранить на память момент»*.

Кроме того, модели поведения, которые транслируют блогеры и другие медийные личности в интернете, оказывает влияние на **формирование идентичности** юношей и девушек. При этом, как отмечают сами молодые люди, главными авторитетами в их жизни остаются родители и преподаватели. Между тем популярные личности в социальных сетях могут выступать мотивационным ресурсом – например, побудить к освоению новой профессии, овладению новыми навыками, развитию творческих способностей и т. д. Приведем типичное высказывание: *«Невозможно быть просто подписанным на кого-то в соцсетях, так или иначе, это влияет на тебя» (м., 16 лет).*

Регулярное взаимодействие в социальных сетях стало своеобразным **форматом досуга** и свободного времяпрепровождения молодежи, причем не всегда продуктивного. Молодые люди довольно часто *«ловят себя на мысли, что проводят время в интернете, хотя на самом деле им это неинтересно»*.

Подобное поведение имеет тенденцию превращаться в зависимость подростков и молодежи от потребности постоянно обращаться к социальным сетям, в чем они зачастую не отдают себе отчет. Эти выводы совпадают с результатами исследований, проведенных под руководством Е.Н. Юдиной, согласно которым студенческая молодежь не относит себя к числу интернет-зависимых, считает, что это явление характерно для подростков до 18 лет, и «мысленно выводит себя за рамки реальной опасности» [6, с. 81].

Более того, социальные сети как самостоятельное публичное виртуальное пространство становятся жизненной ценностью подростков и молодежи. Они не представляют свою повседневную жизнь вне этих онлайн-площадок и не готовы отказаться от их использования. Отсутствие возможности доступа в сеть и виртуального взаимодействия вызывает у молодых интернет-пользователей тревогу, растерянность от незнания, чем себя занять, а главное – ощущение социальной изоляции. Приведем характерное высказывание: *«Быть в соцсетях – значит быть частью социума» (ж., 17 лет)*.

Таким образом, в условиях медиатизированной реальности интернет и социальные сети трансформируют жизненный мир молодежи. Виртуальные социальные площадки выступают неотъемлемой частью повседневных практик молодых интернет-пользователей. Соцсети становятся своеобразным ориентиром для подростков и молодежи на пути их социализации и конструирования основ жизненного мира. В результате проведенного исследования можно сказать, что жизненный мир молодежи представляет собой многомерный феномен. Его репрезентация в соцсетях выявляет следующие ценностные ориентиры молодого поколения:

- получение образования и профессиональных компетенций для достижения социальной успешности;
- самореализация и позиционирование себя в референтной группе;
- формирование собственной идентичности через усвоение образцов социального поведения;
- нематериальные явления (дружба, любовь, семья);

- расширение социального капитала;
- удовлетворение потребности в социальной поддержке посредством сетевого взаимодействия;
- осуществление досуговых практик;
- получение информации и расширение кругозора.

В современном обществе формирование жизненного мира подростков и молодежи происходит под воздействием медиатизационных процессов, что актуализирует необходимость подробного изучения этого фактора, влияющего на становление молодого поколения.

Литература:

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 336 с.
2. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология / Пер. с нем. Д.В. Складнева. СПб.: Владимир Даль, 2004. 310 с.
3. Дивисенко К.С. Социальные исследования жизненного мира // Социологический журнал. 2014. № 1. С. 6–20.
4. Медиапотребление россиян: мониторинг // ВЦИОМ. 03.03.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-rossijan-monitoring> (дата обращения: 29.05.2021).
5. Мороз Н.А. Социальные сети как часть жизненного мира современного студенчества (на примере фокус-группового исследования) // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 2. С. 64–70.
6. МПГУ в фокусе социологических исследований. Монография / Под общ. ред. М.А. Будановой, Е.Н. Юдиной. М.: Спутник +, 2017. 170 с.
7. Панич Н.А., Мороз Н.А. Репрезентация жизненного мира молодежи в социальных сетях // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 4. С. 54–58.
8. Пржиленская И.Б. Эволюция жизненного мира россиян в условиях трансформирующегося социума: дис. ... д-ра соц. наук. Ставрополь, 2008. 344 с.
9. Социологические исследования в МПГУ: Монография / Под общ. ред. М.А. Будановой, Е.Н. Юдиной. М.: Спутник +, 2018. 165 с.
10. Тощенко Ж.Т. Жизненный мир – методологическая характеристика социологии жизни // Вестник РГГУ. 2015. № 7. С. 9–18.

11. *Штомпка П.* В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии // Социологические исследования. 2009. № 8. С. 3–13.
12. *Шюц А.* О множественности реальностей // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3. № 2. С. 3–34.
13. *Юдина Е.Н.* Формирование солидарных групп в сети Интернет // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2016. № 2. С. 101–108.
14. *Юдина Е.Н., Алексеенко И.В.* Солидарность в социальных сетях // Коммуникология. 2020. Т. 8. № 1. С. 114–127. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-1-114-127.
15. Digital 2021: the Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation> (accessed: 29.05.2021).

* * *