

О.А. Гуркина, Е.М. Новикова

*Московский городской психолого-педагогический университет,
г. Москва*

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА

Времяпрепровождение в социальных сетях уже довольно прочно закрепилось в повседневных практиках современных детей и в особенности подростков. При некотором колебании числа пользователей конкретных сервисов и сайтов, популярность социальных сетей в целом остается практически неизменно высокой. Так в 2013 г. 82 % [1] российских детей и подростков 12–17 лет были зарегистрированы в социальных сетях, среди московских подростков доля составляет 95 % [2]. Исследователи, наблюдавшие за поведением пользователей социальных сетей, предлагают различные классификации пользователей. Количество выделяемых типов может варьироваться от четырех до двенадцати [3] в зависимости от основания классификации. В основном все типологии осуществляются на теоретическом уровне, поэтому в данном исследовании была предпринята попытка выявить модели использования социальных сетей, основываясь на данных опроса московских старшеклассников 16–17 лет, проведенного в мае 2013 г. коллективом Лаборатории мониторинговых исследований Московского городского психолого-педагогического университета.

В качестве оснований для выделения моделей было заложено несколько переменных, соответствующих определенным смысловым блокам:

- Временной режим (включающий стаж пребывания в социальных сетях и время, проводимое там);
- Аудитория общения.

В зависимости от стажа пребывания (количества лет, прошедшего со времени регистрации в основной социальной сети¹) были выделены следующие группы: «новички», использующие социальные сети менее 2 лет, «стажеры» – от 2 до 3 лет, «специалисты» – от 3 до 4 лет, «профессионалы» – от 4 до 5 лет, и наконец «гуру» со стажем более 5 лет.

Классификация пребывания в зависимости от количества времени, проводимого в социальных сетях в день следующая: «минимальное» – менее часа, «умеренное» – от 1 до 3 часов, «интенсивное» – от 3 до 5 часов, «чрезмерное» – от 5 до 8 часов, «аддиктивное» – более 8 часов.

По количеству друзей в социальных сетях респонденты были разделены на следующие группы: 1) пользователи, придерживающаяся «узкого круга» общения – менее 50 друзей (26 %), 2) «средний круг» общения – от 51 до 100 друзей (34 %) и 3) «широкий круг» общения – 101 и более друзей (41 %)².

По итогам эмпирической группировки было выявлено, что с увеличением стажа растет количество времени, затрачиваемое на социальные сети, и увеличивается аудитория общения: среди «опытной» группы пользователей (зарегистрированных в социальных сетях более 5 лет назад, условно названных «гуру») число тех, кто проводит в социальных сетях от 5 до 8 часов, и более 8 составляет 19 % и 17 % соответственно по сравнению с 5 % среди «новичков» (зарегистрированных менее 2 лет назад). Помимо этого, с увеличением стажа наблюдается рост объема аудитории виртуальных друзей: среди «профессионалов» (зарегистрированных более 4 лет назад) и среди «гуру» (зарегистрированных более 5 лет назад) доля тех, чей круг общения включает больше 100 виртуальных друзей, составляет 43 % и 52 % соответственно (против 12 % среди «новичков»). Чем больше круг общения пользователя, тем больше количество времени, проводимое в социальных сетях.

Литература

1. Две трети российских родителей тайно следят за детьми в соцсетях // Лента.ру. URL: <http://lenta.ru/news/2014/05/30/eset>.
2. Гуркина О.А., Мальцева Д.В. Мотивы использования виртуальных

¹ «Основная социальная сеть» выявлена через ответы старшеклассников «Какую социальную сеть вы считаете основной/самой важной?». По данным в 85 % случаев это социальная сеть «ВКонтакте».

² На основе самодекларации респондентов о числе друзей в основной социальной сети «Сколько у Вас друзей («френдов») в основной социальной сети?».

социальных сетей подростками // Социологические исследования. 2015. № 5. С. 126–133

3. В Twitter сидят «ковши», в Facebook – «отрицатели» // Русская планета. 13.04.2013. URL: <http://rusplt.ru/articles/translate/sotssety.html>.