

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

*С. В. ХАМУТОВСКАЯ, кандидат социологических наук, доцент
Институт социологии НАН Беларуси, Минск, Республика Беларусь*

В условиях активного осуществления цифровой трансформации во всех сферах жизнедеятельности людей в течение нескольких последних десятилетий особое значение приобретает развитие социальных сетей как средства, позволяющего существенно расширить возможности и изменить качество коммуникативного взаимодействия различных социальных субъектов (граждан, социальных групп и общностей, организаций и т.п.). Сквозь призму социологического измерения социальные сети могут рассматриваться как «множество акторов (социальных объектов) и определенное на нем множество отношений» [1]. В рамках новой социальной реальности сети начинают осмысливаться «и как способ бытия и сознания человека (группы людей, общества, мира), и как самопорождение человека, в том числе на ментальном и духовном уровнях» [2, с. 52]. В связи с этим представляется актуальным выявить, в какой степени социальные сети востребованы и каким образом используются населением Республики Беларусь в коммуникативных практиках.

Согласно результатам социологического исследования, проведенного Институтом социологии Национальной академии наук (НАН) Беларуси в августе-сентябре 2022 года (исследование осуществлялось в пределах республики; объем выборки, необходимый для достижения целей исследования, составил 1848 респондентов), 58,9 % опрошенных указали на то, что за последнее время (на момент опроса) они общались в Интернете именно в социальных сетях. «Опередили» социальные сети только мессенджеры (Viber, WhatsApp и др.): их с этой целью применяли 66,8 % респондентов. Кроме того, были названы: электронная почта (25,7 %); форумы, чаты (15,2 %); Интернет-телефония (Skype) (13 %); блоги, дневники (3,6 %).

Распределение ответов опрошенных на вопрос: «Какими социальными сетями/мессенджерами Вы пользуетесь?» – по отношению к социальным сетям имело следующий вид (по мере убывания): ВКонтакте (40,5 %); Instagram (40,3 %); Одноклассники (37,8 %); TikTok (30,9 %); Facebook (17,7 %); Twitter (5 %); LinkedIn (2,2 %).

Кроме того, 15,7 % респондентов отметили, что они не пользовались социальными сетями и мессенджерами.

В зависимости от социально-демографических характеристик более часто обращались к социальным сетям женщины (61,9 %), чем мужчины (55,2 %), а также учащиеся и студенты (88,7 %), по сравнению с людьми, имеющими иной социальный статус. Статистически значимых различий в использовании социальных сетей жителями города и села обнаружено не было: 59,8 % горожан и 55,7 % сельчан предпочитали применять социальные сети для общения в Интернете. Наиболее часто посредством социальных сетей осуществляли коммуникацию в Интернете молодые люди в возрасте до 30 лет (84,9 %), реже представители иных возрастных категорий (70,5 % – в возрасте от 30 до 49 лет, 38,7 % – в возрасте от 50 лет и старше). Если в качестве критерия рассматривать образование, то наиболее часто социальные сети как инструмент общения в Интернете применяли опрошенные с высшим образованием (67 %), а наиболее редко – с базовым (до 9 классов) (40,6 %).

Среди женщин в августе-сентябре 2022 года примерно в одинаковой степени были наиболее востребованы такие социальные сети, как Instagram (45,8 %), Одноклассники (42,8 %) и ВКонтакте (41 %), среди мужчин лидировала сеть ВКонтакте (39,8 %). Учащиеся и студенты чаще всего отдавали предпочтение таким социальным сетям, как ВКонтакте (88,7 %), Instagram (79,2 %) и TikTok (77,4 %); работающие респонденты (за исключением работающих пенсионеров) – Instagram (49,5 %) и ВКонтакте (48,2 %); неработающие пенсионеры, инвалиды – Одноклассники (22,2 %); временно неработающие (безработные, находящиеся в декретном отпуске, домохозяйки) – ВКонтакте (54,3 %), Instagram (49,6 %) и Одноклассники (45,7 %). Среди работающих пенсионеров примерно в равной степени были востребованы почти все социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Одноклассники, TikTok, Facebook). Также следует отметить, что, вероятно, вследствие отсутствия необходимости работающие и неработающие пенсионеры, а также инвалиды не использовали такие социальные сети, как Twitter (0 %) и LinkedIn (0 %). Известно, что Twitter имеет специфический формат, предполагающий применение ограниченного количества символов для сообщений, а LinkedIn является сетью для установления профессиональных (деловых) контактов, поиска вакансий и т.п. В возрастных группах до 30 лет и от 30 до 49 лет наибольшим спросом для коммуникации в Интернет-пространстве пользовались социальные сети Instagram (соответственно, их предпочитали 76,5 % и 52,3 % представителей названных групп) и ВКонтакте (соответственно, их предпочитали 76,2 % и 50,9 % представителей названных групп), в возрастной группе от 50 лет и старше – сеть Одноклассники (34 %). Опрошенные с высшим образованием чаще всего выбирали для общения в Интернете сеть Instagram (49,6 %); с профессионально-техническим и средним специальным – ВКонтакте (42,7 %), Одноклассники (41,3 %) и Instagram (38,5 %); со средним общим (11 классов) – ВКонтакте (37,8 %), Одноклассники (34,7 %), Instagram (33,2 %) и TikTok (30,6 %); с базовым (до 9 классов) – ВКонтакте и Одноклассники (по 27,5 %), Instagram (24,6 %) Facebook (13 %) и TikTok (20,3 %).

Кроме того, в ходе проведенного социологического исследования было выявлено, что для части населения Республики Беларусь социальные сети являются одним из источников получения различного рода информации. Особенно важным представляется то, что молодежь до 30 лет может найти в социальных сетях сведения патриотического характера (об истории Беларуси, о работе Белорусского республиканского союза молодежи (БРСМ) и т.п.) (таблица):

Таблица. – Социальные сети как источник информации для респондентов, август-сентябрь 2022 г., в % от числа опрошенных

Из каких источников Вы получаете информацию:	Социальные сети (Одноклассники, Instagram, ВКонтакте и др.)	
	Все респонденты	Молодежь (до 30 лет)
об истории Беларуси	20,2	33,4
о Программе патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 гг.	10,5	7,4
о деятельности БРСМ	14,5	24,1

Также более половины опрошенных – 64,9 % – сказали о том, что они знают, что такое сетевая зависимость, 18,6 % – что-то слышали об этом. Всего 10 % респондентов признались,

что ничего не знают о подобном явлении, 5,7 % – затруднились ответить. Интересно и то, что в целом 48,2 % опрошенных, по их собственному мнению, не испытывали чувства усталости от большого количества информации, которое встречается в их жизни, 34,5 % – наоборот, 15,3 % – ответить затруднились.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что в августе-сентябре 2022 года среди жителей Республики Беларусь социальные сети были востребованы в большей степени как средство для общения в Интернете, в меньшей – как источник информации. При этом использование социальных сетей в таком качестве имело определенную специфику, обусловленную социально-демографическими характеристиками. Кроме того, можно сделать выводы о том, что, во-первых, наибольшей популярностью на момент опроса, как и несколько лет назад (к примеру, по данным социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2018 году [3]), пользовалась социальная сеть ВКонтакте, а во-вторых, все группы населения в большей или меньшей степени обращались к социальным сетям, что свидетельствует о повышении уровня сетевизации социальных процессов, возрастании социальной значимости информационно-коммуникационных технологий в повседневных коммуникативных практиках граждан.

Список использованных источников

1. Сивуха, С. В. Социальная сеть [Электронный ресурс] / С. В. Сивуха // Социология: Энциклопедия / изд.: Книжный дом; сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Минск, 2003. – Режим доступа: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociological/articles/195/socialnaya-set.htm>. – Дата доступа: 09.02.2023.
2. Шенцева, Е. А. Сетевой подход: истоки и перспективы / Е. А. Шенцева // Идеи и идеалы. – 2012. – № 2(12). – С. 48–57.
3. «ВКонтакте» стал самой популярной соцсетью в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socio.bas-net.by/vkontakte-stal-samoj-populyarnoj-sotssetyu-v-belarusi/>. – Дата доступа: 13.02.2023.