



УДК 316.77

DOI 10.52575/2712-746X-2023-48-1-31-40

Общие траектории использования ресурсов коммуникативных практик студенческой молодежи в сети Интернет

Гладкова И.А., Демененко И.А.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,
Россия, 308012, г. Белгород, ул. Костюкова, д. 46
E-mail: inna.gladk@yandex.ru

Аннотация. В современных условиях студенческая молодежь все чаще дополняет реальное общение виртуальным посредством социальных сетей. Трансформация условий социализации молодого поколения определяет потребность в диагностике приоритетности выбора социальных сетей, анализа тематической направленности формулирования запросов студентов в интернет-пространстве. Целью исследования является выявление общих траекторий использования сетевых ресурсов коммуникативных практик студенческой молодежи в сети Интернет. В основе анализа лежат данные анкетного опроса «Исследование социальных сетей связей студенческих групп (в сети Интернет)», предпринятого авторами в сентябре – ноябре 2022 года (N = 2000). Результаты исследования показали, что социальные сети представляют собой максимально востребованный у студенческой молодежи вид интернет-ресурсов. Несмотря на предположение о возможном преобладании виртуального общения молодых людей в силу повышения активности в использовании ресурсов Интернета, отмечается сохранение интереса к коммуникативным практикам в формате офлайн.

Ключевые слова: коммуникации, молодежь, общение, социальные сети, виртуальное пространство, офлайн, онлайн

Для цитирования: Гладкова И.А., Демененко И.А. 2023. Общие траектории использования ресурсов коммуникативных практик студенческой молодежи в сети Интернет. НОМОТНЕТІКА: Філософія. Соціологія. Право, 48(1): 31–40. DOI: 10.52575/2712-746X-2023-48-1-31-40

General Trajectories of Using Resources of Student Youth Communicative Practices on the Internet

Inna A. Gladkova, Inna A. Demenenko

V. G. Shukhov Belgorod State Technological University,
46 Kostyukova St, Belgorod 308012, Russian Federation
E-mail: inna.gladk@yandex.ru

Abstract. Currently, there is an increasing interest in the study of various aspects of the development of social networks, their dominance or addition to real communication. Student youth are increasingly supplementing real communication with virtual ones through social networks, which are the dominant feature of young people's everyday communication. The transformation of the conditions of socialization of the younger generation determines the need for diagnosing the priority of choosing social networks, analyzing the thematic orientation of formulating students' requests in the Internet space. The aim of the study is to analyze the general trajectories of using network resources of students' communicative practices on the Internet. The analysis is based on the data of the questionnaire survey “Study of social networks of student groups (on the Internet)”, undertaken by the authors in September-November 2022. It was attended by young people studying at BSTU. V.G. Shukhov city of Belgorod. The results of the study showed that social networks are the most popular type of Internet resources among students. The



most popular social networks among students are VKontakte and Telegram. The duration of students' stay in social networks is mostly from 3 to 4 hours. Despite the assumption about the possible predominance of virtual communication of young people due to increased activity in the use of Internet resources, there is a continued interest in offline communication practices.

Keywords: communications, youth, communication, social networks, virtual space, offline, online

For citation: Gladkova I.A., Demenenko I.A. 2023. General Trajectories of Using Resources of Student Youth Communicative Practices on the Internet. NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law, 48(1): 31–40 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-746X-2023-48-1-31-40

Введение

Компьютеризация и переход к цифровому обществу не просто повысили значимость информации, но определили ее новое качество как особого социально-политического института, располагающего обширным набором средств и технологий управления. В современных условиях на первый план выходит объективная потребность в нахождении новых более совершенных подходов к использованию такого глобального потенциала, каким располагает современная информационная система.

В этом пространстве молодые люди, взросление которых происходило вместе с Интернетом, имеют преимущества перед старшим поколением. Они прекрасно в нем ориентируются: знают его возможности и опасности [Левин, 2020]. Новые каналы коммуникации в сети Интернет не только создают благоприятную информационную среду, но, постоянно развиваясь, выводят межличностное общение на новый уровень, способствуя формированию солидарных групп и повышению общественной активности студенческой молодежи. Информационно-цифровое пространство сегодня – это не только привычная «среда» и образ жизни современной молодёжи, но и необъятная по масштабам и возможностям медиа-платформа, которая определяет формирование картины мира и конструирование образа будущего, создаёт условия для формирования новых социальных практик и форм активности в интернет-среде.

Между тем потенциал, которым располагают интернет-ресурсы социальных сетей, в рамках управления процессом социализации студенческой молодежи используется весьма ограниченно [Григорьева, 2022]. Разнообразие источников и средств информации, также как и существенное разветвление каналов коммуникации усложнило контроль над информационными потоками и их содержанием, а в некоторых случаях сделало его невозможным [Парц, 2020]. Этим объясняется массовое появление и распространение в режиме онлайн недостоверной, деструктивной информации, оказывающей негативное воздействие на студенческую молодежь.

Исследование генезиса и эволюции социальных сетей на современном этапе развития рассматривается в научных трудах отечественных ученых [Андрамонова, 2015; Игнатов, 2018; Шарков, 2019; Малых, 2020; Григорьева, 2022].

Проблематика изучения принципов самопрезентации личности в сетевом общении, выработки идентичности в функционировании складывающихся виртуальных общностей является предметом исследовательского интереса ряда ученых [Завьялова, 2016; Петрунева, 2019; Жантеев, Саттыклышева, 2020; Воробьев В.П., Ретинская В.Н. 2022; Щанина, Данилова, 2022].

Актуальность исследования обусловлена динамическими процессами переориентации моделей коммуникативных практик студенческой молодёжи под влиянием всеобщей информатизации общества. Стремительная трансформация условий социализации молодого поколения определяет потребность диагностики тематической направленности формулирования запросов студентов в интернет пространстве.

Цель исследования заключается в выявление общих траекторий использования сетевых ресурсов коммуникативных практик студенческой молодежи в сети Интернет. Достижение цели исследования потребовало решения следующих задач: проанализировать, какие социальные сети в настоящее время наиболее активно используются студентами вуза с тем, чтобы в последующем более полно использовать данные ресурсы в процессе социализации студенческой молодежи; выявить, какие социальные сети чаще используются студентами для получения информации об университете; провести анализ такого параметра, как время нахождения студентов в социальной сети; выявить факторы, которые оказывают влияние на длительность нахождения в социальной сети; провести анализ тематической направленности запросов студенческой молодежи в социальных сетях, провести анализ отношения студентов к активно продвигаемой информации и рекламе в сети Интернет.

Объекты и методы исследования

Объектом исследования выступает студенческая молодежь, предметом исследования – коммуникативные практики студенческой молодежи в сети Интернет.

Эмпирической основой статьи выступают результаты социологического исследования, проведенного методом анкетирования. Сбор информации осуществлялся с помощью Google-форм на основе квотной выборки (квоты по профилю специальности и курсу обучения студентов, полу), $N = 2000$. Данная выборка является репрезентативной по отношению к генеральной совокупности, соответствующей основным пропорциям студенческой молодежи БГТУ им. В.Г. Шухова (общая численность студентов очной формы обучения БГТУ им. В.Г. Шухова в 2022 г. составила 6293 человека).

Обработка результатов исследования производилась с помощью программного продукта Vortex 10, а также программы Excel для работы с электронными таблицами.

Информационной базой исследования также стали статистические и социологические данные в сфере массовых коммуникаций, отечественная и зарубежная научная литература в сфере распространения интернет-коммуникаций, трансформация социальных связей молодежи в информационном обществе, отечественные и зарубежные информационные ресурсы Интернет и др.

Результаты и их обсуждение

Для современной студенческой молодежи социальные сети стали не только источником информации, но и особым пространством коммуникации, специфической средой обитания. Не случайно большинство студентов, находясь в Интернете, в первую очередь посещают социальные сети [Левин, 2020].

Проведем анализ того, какие социальные сети чаще всего использует студенческая молодежь. Результаты исследования показали, что в настоящее время наиболее популярными являются ВКонтакте (87,05 %) и Telegram (75,80 %). Вместе с тем у студенческой молодежи пользуются популярностью и такие социальные сети, как YouTube (54,43 %), WhatsApp (38,30 %), TikTok (33,52 %). Viber менее популярен у студентов, его используют 13,75 % респондентов. В группе аутсайдеров, не пользующихся популярностью у студенческой молодежи, оказались Одноклассники (3,04 %), Twitter (2,69 %). Кроме данных социальных сетей, студенческая молодежь применяет такие ресурсы, как Reddit, Discord, Twitch, Onlyfans, Goodreads, Pinterest, Hydra, Друг вокруг.

Наиболее популярная у студенческой молодежи социальная сеть ВКонтакте используется для получения информации по теме образования и саморазвития, на что указали 56,97 % пользователей данной сети. Также популярным для студенческой молодежи направлением, по которому формулируется большое количество запросов, является «от-



дых и развлечения (43,13 %). Для подписчиков сети ВКонтакте представляет интерес информация о спорте и здоровом образе жизни (29,63 %). Значительная часть респондентов формулирует запросы о работе и возможностях трудоустройства (21,56 %).

Среди студенческой молодёжи, предпочитающей Telegram, в тематике запросов также лидирующее положение занимает образование и саморазвитие (50,20 %). Высокая поисковая активность подписчиков Telegram проявляется в отношении таких тем, как отдых и развлечения (39,59 %), спорт и здоровый образ жизни (26,0 %); работа и трудоустройство (20,27 %). Для 18,48 % респондентов, предпочитающих использовать Telegram, представляет интерес сфера политики.

Согласно полученным данным, среди пользователей социальной сети YouTube, также наибольшей популярностью пользуется тема образования и саморазвития (36,06 %). Вместе с тем для данной сети отрыв «образования и саморазвития» от «отдыха и развлечений» в структуре запросов студенческой молодёжи не столь явно выражен, как для предыдущих социальных сетей. Так, 31,57 % пользователей YouTube в рамках поисковых запросов в социальных сетях выбирают отдых и развлечения. Достаточно высокий интерес отмечается в отношении вопросов, связанных со спортом и здоровым образом жизни (19,92 %)

Студенческая молодёжь активно использует различные ресурсы для получения информации об университете. Высокая активность проявляется в том, что 82,42 % респондентов подписаны на аккаунты БГТУ им. В.Г. Шухова в социальных сетях. При этом студенты университета не только подписаны на аккаунты вуза, но и проявляют высокую активность в пользовании данными ресурсами. Соответственно можно предположить, что информация, которая транслируется по данным каналам, оказывает влияние на студентов вуза. При этом наиболее популярными платформами для получения информации об университете, являются ВКонтакте и Telegram, которые лидируют со значительным отрывом. Как показали результаты исследования, 77,44 % опрошенных студентов подписаны на аккаунты университета ВКонтакте; 49,20 % – в Telegram; 8,37 % – в YouTube. Таким образом, те социальные сети, которые пользуются у студенческой молодежи большей популярностью, оказываются и более часто используемыми для получения информации о вузе.

Проведем анализ значимости для студенческой молодежи количества подписчиков в социальных сетях. Как показали результаты исследования, для большей части респондентов (65,84 %) не имеет значения количество подписчиков в социальных сетях. Еще для 20,07 % количество подписчиков скорее не имеет значения. Утвердительно на данный вопрос ответили всего лишь 3,54 % опрошенных студентов. Указали, что количество подписчиков скорее имеет значение 8,22 % респондентов.

Анализ в гендерном разрезе показал, что для студентов мужского пола данный фактор имеет меньшее значение, чем для студентов женского пола. Так, 44,37 % респондентов мужского пола указали на то, что для них не имеет значения количество подписчиков в социальных сетях. В группе девушек данный показатель в 2 раза меньше и составляет 21,46 %. Анализ данного фактора в возрастном разрезе свидетельствует о том, что для студентов в возрасте от 23 до 24 лет количество подписчиков в социальных сетях имеет наиболее важное значение. Достаточно отчетливо проявилась тенденция снижения значимости данного фактора для студентов младших возрастных групп. Анализ распределения данного фактора в зависимости от направления подготовки (бакалавриат, специалитет, магистратура, аспирантура) показал, что наибольшее значение количество подписчиков в социальных сетях имеет для магистрантов (35,9 %). Самые низкие показатели значимости количества подписчиков в социальных сетях отмечаются для аспирантов (3,9 %).

Как показали результаты исследования, большая часть опрошенных студентов (29,83 %) проводят в социальных сетях от 3 до 4 часов. На втором месте находится группа респондентов, которые проводят в социальных сетях 1–2 часа (21,56 %). Среди опрошенных студентов 19,37 % проводят в социальных сетях 5–6 часов.

Остальные группы респондентов оказались представленными в гораздо меньшей степени: 6,62 % проводят в социальных сетях 7–8 часов, 4,53 % проводят в социальных сетях до 1 часа; 3,39 % опрошенных студентов затруднились с ответом.

Среди студентов, которые затруднились с оценкой длительности нахождения в социальных сетях, встречались такие варианты ответов, как «Не могу сказать точно»; «Сложно сказать: по возможности, необходимости»; «Не знаю, не засекал»; «В социальных сетях понятие времени отсутствует»; «Difficult to say. I work on my phone, I do research a lot, I communicate with my parents and bf, listen to music, watch videos and series».

Студенческая молодежь отмечает, что время нахождения в социальных сетях зависит от многих факторов. Так, влияет такой фактор, как степень загруженности дня. Как отметил один из участвующих в опросе студентов, «Если целый день дома, то захожу часто, если целый день на учебе/работе, то почти не захожу». Другие варианты ответов: «Всегда по-разному, зависит от того есть ли у меня другие дела, могу не разу за день не зайти, а могу весь день просидеть»; «Зависит от занятости»; «Около часа в сутки в среднем. В редких случаях доходит до двух часов. В основном во время совместного выполнения и обсуждения лабораторных работ или совместного отдыха»; «Использую только для коммуникации. Зависит от ситуации»; «В зависимости от дня недели: чем меньше, тем лучше!».

По оценкам респондентов, время, проводимое в социальных сетях, отличается в рабочие и выходные дни. Как указала участвующая в исследовании студентка: «В рабочее время 1–1,5 часа в сумме, в выходной день не засекала».

Также выделяется категория студентов, работа которых связана с социальными сетями. Соответственно такие студенты проводят большое количество времени в социальных сетях. Как указал один из респондентов: «Сложно посчитать, наверное, 70 % от часов бодрствования, потому что работа связана с социальными сетями».

Согласно полученным результатам, доля респондентов, которые проводят в социальных сетях большую часть времени, составила 2,64 %; еще 2,94 % опрошенных студентов отметили, что проводят в социальных сетях много времени. В данной категории встречались следующие варианты ответов: «Оффлайн только во время сна»; «Большую часть свободного времени»; «К сожалению, очень много».

Представляет интерес анализ того, стремится ли студенческая молодежь к тому, чтобы сократить время нахождения в социальных сетях.

Как показали результаты исследования, большая часть опрошенных студентов (33,81 %) не видит проблемы в большом количестве времени, проводимом в социальных сетях, и не пытались его сократить. Еще 18,97 % респондентов указали, что скорее не пытались сократить время нахождения в социальных сетях.

Вместе с тем 23,26 % респондентов полагают, что проводят большое количество времени в социальных сетях и пытались его сократить; примерно такое же количество опрошенных студентов (20,92 %) указали, что «скорее пытались сократить время нахождения в социальной сети».

Таким образом, 44,18 % респондентов пытались сократить время нахождения в социальных сетях, 52,78 % опрошенных студентов не пытались сократить время пользования социальными сетями, 3,04 % – затруднились с ответом.

Анализ в гендерном разрезе показывает, что студенты мужского пола в меньшей степени обеспокоены большим количеством времени, проводимом в социальных сетях. Так, 24,15 % респондентов мужского пола однозначно ответили, что не пытались сократить время пребывания в социальной сети. Среди девушек доля таких составила 9,66 %.

Как показали результаты исследования, больше всего продолжительным нахождением в социальных сетях обеспокоены студенты самой младшей возрастной группы (17–18 лет), а также студенты в возрасте 23–24 лет.



Значительная часть молодых людей все-таки пытались сократить время нахождения с социальной сети, отмечая, что это время они считают избыточным и планируют со временем посвятить его общению офлайн. Среди форм проведения досуга офлайн лидирующее положение занимают прогулки, физическая активность и занятия спортом; общение и встречи с друзьями. При этом молодёжь привлекает именно непосредственный, «живой» формат общения в противовес опосредованному общению в социальных сетях.

Стоит отметить, что исследователи фиксируют разочарование современной молодежи в высшем образовании, так как существуют значительные проблемы с трудоустройством молодых специалистов после завершения обучения в вузе [Григорьева, 2022]. В противовес этому социальные сети предоставляют ресурс, позволяющий, не обладая особыми профессиональными навыками, быстро повысить свой статус. В качестве примера можно привести блогеров, популярных у молодежи.

С одной стороны, интернет-пространство действительно предоставляет дополнительные возможности для образования и саморазвития, решения проблемы трудоустройства. Так, проведенное нами исследование тематической направленности формулирования запросов студенческой молодёжи в социальных сетях показало выраженную активность респондентов в поиске информации касательно образования и саморазвития. Доля респондентов, формулирующих запросы по данной тематике, составила 64,09 %.

В разрезе гендерной структуры оценки обращаются к запросам по теме образования и саморазвития преимущественно респонденты мужского пола (60,37 %). Доля студентов женского пола, проявляющих интерес к вопросам образования и саморазвития в формате социальных сетей, составила 39,63 %. Отмечается большая увлечённость студентов мужского пола различными аспектами обучения в вузе, получения дополнительного образования, а также возможностей личностного развития посредством участия в вебинарах, тренингах и т.д.

Оценочный срез исследования запросов респондентов по возрастному признаку показал, что наиболее востребованная информация по тематике образования и саморазвития у студентов возрастной группы 19–20 лет (39,01 %). В меньшем процентном соотношении данная тематика интересует студентов возрастных групп 17–18 лет (24,4 %) и 21–22 года (23,93 %). Менее всего тема образования и саморазвития актуальна для студенческой молодежи в возрасте 23–24 года (7,15 %) и 25 лет и старше (5,52 %).

С другой стороны, появление дополнительных источников информации в формате онлайн порождает ряд проблемных моментов.

Как свидетельствуют результаты исследований, современная студенческая молодёжь ориентирована на получение небольших доз информации с выраженным визуальным сопровождением [Радаев, 2022]. При этом современные студенты не готовы работать с большими объемами текстового материала, в результате не вырабатывается навык вдумчивого чтения, критического анализа получаемой информации. Между тем в интернет-пространстве представлено достаточно большое количество недостоверной информации, которую необходимо подвергать критическому анализу. Кроме того, в процессе виртуального общения возникают коммуникационные помехи, которые представляют собой область информационного пространства, определяемую интерактивностью его субъектов. Искажая коммуникационные процессы, контакты в сетях не способны заменить общение в реальности.

Усугубляется проблема, связанная с клиповым мышлением активных пользователей сетей. Так, отмечая преимущества формата общения в социальных сетях, студенты БГТУ им. В.Г. Шухова выделили такие, как доступность (67,68 %), простота и легкость (52,89 %), возможность самопрезентации и самовыражения (27,39 %), подача данных в визуальной форме (24,65 %), возможность наблюдения за жизнью других людей (20,37 %), возможность осуществлять просмотр большого количества материалов других

пользователей (19,82 %), анонимность (17,18 %), лаконичность (12,85 %), возможность контакта с образцами для подражания (7,67 %).

В социальных сетях источники информации всегда доступны, имеются в большом количестве. В результате не возникает необходимости глубоко прорабатывать и запоминать материал, так как его всегда можно найти с помощью интернет-ресурсов. Как итог, не формируется фундаментальная база знаний. Блогеры и медийные личности зачастую пользуются большим авторитетом, чем профессиональные эксперты в той или иной сфере. Расширение возможностей самообразования в онлайн формате, активное общение студенческой молодежи в социальных сетях, с одной стороны, предоставляет дополнительные ресурсы для развития, с другой стороны, проблемным моментом является также потребление готовых смыслов, без активной интеллектуальной переработки получаемой информации. Такой формат работы с информацией не способствует развитию критического мышления.

Социологическая репрезентация данных об отношении студентов к активно продвигаемой информации в сети Интернет показала, что почти половина респондентов (49,3 %) имеют нейтральное отношение к информационному полю, активно транслируемому в сети Интернет. Отдельная группа респондентов (31,47 %) отмечают положительное отношение к активным информационным потокам сети Интернет. Из совокупности процентного соотношения респондентов, лишь 10,06 % имеют негативное отношение к активному поступлению информации из интернет-пространства.

Интересным показателем оценки смысловых полей коммуникативных практик студенческой молодежи в сети Интернет является отношение студентов к навязываемой рекламе в сети Интернет. Так, большинство респондентов, а именно 64,44 %, занимают отрицательную позицию по отношению к практике навязывания рекламы через социальные сети. Данная позиция студентов обусловлена, прежде всего, чрезмерным внешним навязыванием рекламной продукции, а также услуг основным потребителям, каковыми являются молодые люди (студенческая молодежь). При этом нейтрально по отношению к навязываемой рекламе в интернет-пространстве высказываются 29,23 % респондентов. Положительную позицию в рамках отношения к навязываемой рекламе в интернет-среде занимают лишь 3,58 % студентов.

Заклучение

Студенты как наиболее прогрессивный слой молодежи с легкостью принимают все новое, используя новые возможности и способы для поиска информации, отдыха и общения. В настоящее время наиболее популярными у студенческой молодежи являются социальные сети ВКонтакте и Telegram, которые лидируют со значительным отрывом. Подавляющее большинство студентов (82,42 %) подписаны на аккаунты БГТУ им. В.Г. Шухова в социальных сетях. При этом социальные сети, которые пользуются у студенческой молодежи большей популярностью (ВКонтакте и Telegram), оказываются и более часто используемыми для получения информации о вузе.

Согласно результатам исследования, такой фактор, как количество подписчиков в социальных сетях, не имеет высокой значимости для современной студенческой молодежи. При этом для студентов мужского пола данный фактор имеет меньшее значение, чем для студентов женского пола. Кроме того, анализ данного фактора в возрастном разрезе свидетельствует о том, что для студентов в возрасте от 23 до 24 лет количество подписчиков в социальных сетях имеет самое большое значение. Достаточно отчетливо проявилась тенденция снижения значимости данного фактора для студентов младших возрастных групп и студентов самой старшей возрастной группы, обучающихся в аспирантуре.

Большая часть опрошенных студентов не видит проблемы в большом количестве времени, проводимом в социальных сетях, и не пыталась его сократить. При этом студенты мужского пола в меньшей степени обеспокоены большим количеством времени, про-



водимом в социальных сетях, и не стремятся его сократить. В возрастном аспекте больше всего продолжительным нахождением в социальных сетях обеспокоены студенты в возрасте 17–18 лет, а также студенты в возрасте 23–24 лет. Длительное нахождение в формате онлайн связано с тем, что в представлении современной молодежи необходимо постоянно оставаться на связи. В результате отмечается перенасыщенность различными формами коммуникации, снижается концентрация и сосредоточенность на учебе или работе, что, в свою очередь, отрицательно сказывается на их качестве.

Использование ресурсов социальных сетей для получения информации по вопросам образования и саморазвития, с одной стороны, способствует приобретению новых знаний, с другой, создает ситуацию множественного выбора и информационной перегрузки. В том случае если доступно большое количество образовательных программ, факультативных курсов, сделать выбор, определиться со своей будущей образовательной и профессиональной траекторией становится все сложнее. Кроме того, возникает немало вопросов к качеству образовательных ресурсов в социальных сетях. Если в прошлом роль высшего образования, а также особой социокультурной среды вуза в процессе социализации студенческой молодежи была определяющей, то в настоящее время ее значимость снижается. Дополнительные источники информации, представленные в интернет-пространстве, оказывают существенное влияние на процесс социализации современной молодежи.

Новизна исследования заключается в том, что на репрезентативной выборке проведен анализ того, какие социальные сети в настоящее время наиболее активно используются студентами вуза с тем, чтобы в последующем более полно использовать данные ресурсы в процессе социализации студенческой молодежи; выявлено, какие социальные сети чаще используются студентами для получения информации об университете; проведен анализ такого параметра, как время нахождения студенческой молодежи в социальной сети, а также факторов, которые оказывают влияние на длительность нахождения в социальной сети; проведен анализ тематической направленности запросов студенческой молодежи в социальных сетях, проведен анализ отношения студентов к активно продвигаемой информации и рекламе в сети Интернет. Данные параметры проанализированы в гендерном и возрастном разрезе.

Список литературы

- Андрамонова В.В. 2015. Социальные сети: теоретико-методологический аспект исследования. *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты*, 21: 148–152.
- Воробьев В.П., Ретинская В.Н. 2022. Образно-символические аспекты формирования государственной идентичности молодежи в эпоху Интернета. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*, 1: 59–71.
- Григорьева Е.А. 2022. Цифровые неравенства: причины, формы, последствия. *Социологические исследования*, 2: 161–163.
- Жанतिकеев С.А., Саттыклышева А.С. 2020. Интернет-зависимость или социальные сети как часть жизненного пространства молодежи. *Chronos*, 2(41): 22–25.
- Завьялова Н.Б. 2016. Социальные сети в формировании имиджа образовательной организации. *Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития*, 26: 54–60.
- Зубок Ю.А., Чанкова Е.В. 2019. Коммуникативная компетентность личности в пространстве виртуальной реальности. *Научный результат. Социология и управление*, 5(4): 139–150.
- Игнатов М.А. 2018. Понятие «сеть» в современной науке и философии. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*, 43(3): 408–413.
- Касьянов В.В., Нечипуренко В.Н. 2022. *Социология Интернета*. М., Изд-во Юрайт, 424 с.
- Левин Л.М. 2020. Особенности поведения в социальных сетях у молодежи: поисковое исследование (на примере социальной сети «ВКонтакте»). *Человеческий капитал*, 1(133): 85–91.

- Малых С.В. 2020. Формирование виртуальной идентичности университетской молодежи. *Социология*, 1: 312–316.
- Парц О.С. 2020. Развитие подрастающего поколения в контексте цифровизации. *Russian Journal of Education and Psychology*, 5: 67–79.
- Петрунева Р.М. 2019. Студенческая молодежь в эпоху цифрового общества. *Преподаватель XXI век*, 1: 77–85.
- Радаев В.В. 2022. Кризис в современном преподавании: что именно пошло не так? *Социологические исследования*, 6: 114–124.
- Шарков Ф.И. 2019. Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций. *Коммуникология*, 4: 32–40.
- Шевченко А.И. 2021. Цифровизация как этап развития общества: философский взгляд. В кн.: *Общество: философия, история, культура*, 5(85): 40–44.
- Щанина Е.В., Данилова Е.А. 2022. Воздействие виртуального пространства на социализацию молодежи. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 6: 22–25.
- Demenenko I.A., Divichenko O.I., Kosharnaya G.B. 2018. Formation of Entrepreneurial Climate as a Factor of Social and Economic Development of the Region. *The International Scientific and Practical Conference "Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences" (CILDIAH-2018)*, Vol. 15. P. 01012.
- Doroshenko Y.A. 2020. The Public-Private Partnership as a Part of High Technologies of Modern Russia. *Springer Nature Switzerland AG N. K. Gabdrakhmanov and L. N. Safiullin (eds.), Regional Economic Development in Russia, Springer Proceedings*, 159–170.
- Ignatov M.A. 2022. Network Destructive Content and Spiritual Security of Youth in the Modern Multicultural World. *Webology*. Vol. 19, No. 1.
- Marres N. 2017. *Digital sociology: The Reinvention of Social Research*, Polity Press. Cambridge, UK, 59 p.

References

- Andramonova V.V. 2015. Sotsial'nyye seti: teoretiko-metodologicheskii aspekt issledovaniya. [Social networks: theoretical and methodological aspect of the study]. *Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya: problemy i rezul'taty*, 21: 148–152.
- Vorob'yev V.P., Retinskaya V.N. 2022. Obrazno-simvolicheskiye aspekty formirovaniya gosudarstvennoy identichnosti molodezhi v epokhu Interneta. [Figurative and symbolic aspects of the formation of the state identity of youth in the Internet era]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennyye nauki*, 1: 59–71.
- Grigor'yeva Ye.A. 2022. Tsifrovyye neravenstva: prichiny, formy, posledstviya. [Digital inequalities: causes, forms, consequences]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 2: 161–163.
- Zhantikeev S.A., Sattyklysheva A.S. 2020. Internet-zavisimost' ili sotsial'nyye seti kak chast' zhiznennogo prostranstva molodezhi. [Internet addiction or social networks as part of the living space of young people]. *Chronos*, 2 (41): 22–25.
- Zav'yalova N.B. 2016. Sotsial'nyye seti v formirovanii imidzha obrazovatel'noy organizatsii. [Social networks in the formation of the image of an educational organization]. *Ekonomika i upravleniye v XXI veke: tendentsii razvitiya*, 26: 54–60.
- Zubok YU.A., Chankova Ye.V. 2019. Kommunikativnaya kompetentnost' lichnosti v prostranstve virtual'noy real'nosti. [The communicative competence of the individual in the virtual reality space]. *Nauchnyy rezul'tat. Sotsiologiya i upravleniye*, 5(4): 139–150.
- Ignatov M.A. 2018. Ponyatiye «set'» v sovremennoy nauke i filosofii. *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*. [The concept of "network" in modern science and philosophy]. *Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo*, 43(3): 408–413.
- Kas'yanov V.V., Nechipurenko V.N. 2022. *Sotsiologiya Interneta*. [Sociology of the Internet]. M., Izd-vo Yurayt, 424 p.
- Levin L.M. 2020. Osobennosti povedeniya v sotsial'nykh setyakh u molodezhi: poiskovoye issledovaniye (na primere sotsial'noy seti «VKontakte»). [Features of behavior in social networks among young people: search research (on the example of the social network VKontakte)]. *Chelovecheskiy kapital*, 1(133): 85–91.
- Malykh S.V. 2020. Formirovaniye virtual'noy identichnosti universitetskoy molodezhi. [Formation of virtual identity of university youth]. *Sotsiologiya*, 1: 312–316.



- Parts O.S. 2020. Razvitiye podrastayushchego pokoleniya v kontekste tsifrovizatsii. [The development of the younger generation in the context of digitalization]. *Russian Journal of Education and Psychology*, 5: 67–79.
- Petruneva R.M. 2019. Studencheskaya molodezh' v epokhu tsifrovogo obshchestva. [Student youth in the era of digital society]. *Prepodavatel' XXI vek*, 1: 77–85.
- Radayev V.V. 2022. Krizis v sovremennom prepodavanii: chto imenno poshlo ne tak? [Crisis in modern teaching: what exactly went wrong?]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 6: 114–124.
- Sharkov F.I. 2019. Sotsial'nyye seti kak osnova formirovaniya prostranstva publichnykh kommunikatsiy. [Social networks as the basis for the formation of the space of public communications]. *Kommunikologiya*, 4: 32–40.
- Shevchenko A.I. 2021. Tsifrovizatsiya kak etap razvitiya obshchestva: filosofskiy vzglyad. [Digitalization as a stage of development of society: a philosophical view]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 5 (85): 40–44.
- Shchanina Ye.V., Danilova Ye.A. 2022. Vozdeystviye virtual'nogo prostranstva na sotsializatsiyu molodezhi. [The impact of virtual space on the socialization of young people]. *Gumanitarnyye, sotsial'no-ekonomicheskiye i obshchestvennyye nauki*, 6: 22–25.
- Demenenko I.A., Divichenko O.I., Kosharnaya G.B. 2018. Formation of Entrepreneurial Climate as a Factor of Social and Economic Development of the Region. The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences” (CILDIAH-2018), Vol. 15. P. 01012.
- Doroshenko Y.A. 2020. The Public-Private Partnership as a Part of High Technologies of Modern Russia. Springer Nature Switzerland AG N.K. Gabdrakhmanov and L.N. Safiullin (eds.), *Regional Economic Development in Russia, Springer Proceedings*, 159–170.
- Ignatov M.A. 2022. Network Destructive Content and Spiritual Security of Youth in the Modern Multicultural World. *Webology*. Vol. 19, No. 1.
- Marres N. 2017. *Digital sociology: The Reinvention of Social Research*, Polity Press. Cambridge, UK, 59 p.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.
Conflict of interest: no potential conflict of interest has been reported.

Поступила в редакцию 17.02.2023
Поступила после рецензирования 05.03.2023
Принята к публикации 07.03.2023

Received February 17, 2023
Revised March 5, 2023
Accepted March 7, 2023

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Гладкова Инна Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

Inna A. Gladkova, Candidate of Sociological, Associate professor of the Department of sociology and management, Shukhov Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia

Демененко Инна Арамовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

Inna A. Demenenko, Candidate of Sociological, associate professor of the Department of sociology and management, Shukhov, Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia