

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПОДРОСТКОВ

В. В. Солодников¹, А. С. Зайцева¹

¹Российский государственный гуманитарный университет
125993, Россия, Москва, ГСП-3, Миусская площадь, 60

Для цитирования: Солодников В. В., Зайцева А. С. Использование социальных сетей и социализация российских подростков // Социологическая наука и социальная практика. 2021. Т. 9 № 1. С. 23–42. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7870

Аннотация. В статье рассматривается взаимосвязь между показателем уровня социализации российских подростков и использованием ими социальных сетей в своей повседневной жизни. В настоящее время персональный компьютер, смартфон и другие гаджеты, обеспечивающие выход в интернет, стали распространённым атрибутом повседневности. Более того, молодёжь (иногда маркируемая как поколение Z) рассматривает своё онлайн присутствие (в том числе в социальных сетях) как естественный, ежедневно используемый элемент своей жизни. При этом, с одной стороны, использование социальных сетей органично вписывается в освоение ведущей деятельности подросткового возраста – учебно-профессиональной или интимно-личностного общения деятельности – и способно сыграть роль позитивного фактора социализации личности на этом этапе её жизненного пути. С другой стороны, иногда высказываются опасения, связанные с тем, что интенсивность онлайн-коммуникации («чрезмерное использование интернета») может создать дополнительные барьеры для общения в офлайне, отрицательно сказаться на психологическом благополучии подростка и в целом затруднить его социализацию. В статье приводятся аргументы в пользу наличия слабой положительной связи между использованием социальных сетей (временем присутствия в них, количеством онлайн-«друзей» и т. п.) и социализацией российских подростков (оцениваемой с помощью специального индекса, использующего ряд индикаторов – школьная успеваемость, участие в олимпиадах, школьном самоуправлении и т. п.). Сделанные выводы основываются на результатах двух авторских онлайн-исследований (количественного и качественного), проведённых в 2020 г., и вторичном анализе данных.

Ключевые слова: социальная сеть; социализация личности; подростки

Введение

Социализация личности (особенно подростка) является традиционной темой изучения представителей целого ряда наук социального и гуманитарного цикла.

Социологи обычно подчёркивают, что это «процесс становления личности, постепенное усвоение ею требований общества, приобретение социально значимых характеристик сознания и поведения, которые регулируют её взаимоотношения с обществом», отмечая, что [социализация] начинается с первых лет жизни <...> (и) по некоторым аспектам продолжается всю жизнь» [14, с. 237].

Социальные психологи акцентируют роль собственной активности личности, определяя процесс её социализации как «двусторонний, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путём вхождения в социальную среду, систему социальных связей; с другой стороны, процесс активного воспроизводства индивидом системы социальных связей за счёт его активной деятельности, активного включения в социальную среду» [2, с. 273]. Поэтому закономерным выглядит интерес представителей ключевых теоретических подходов к процессу социализации в социальной науке.

Представители *символического интеракционизма* при анализе социализации личности подчёркивали активность взаимодействующих индивидов (в том числе их взаимное восприятие), использующих символы в процессе проигрывания ролей «значимых других».

Структурный функционализм интерпретировал социализацию как процесс освоения социальных статусов и ролей.

Наконец, отечественный *культурно-исторический подход*, отталкиваясь от идей Л. С. Выготского, помимо кризисов, выделил основные параметры стабильных этапов развития личности.

Применительно к подростковому (11–15 лет) и старшему школьному возрасту (15–17 лет), которые нас в дальнейшем будут интересовать, параметры схемы Д. Б. Эльконина [15] меняются следующим образом:

- ведущая деятельность – от интимно-личностного общения к учебно-профессиональной;
- социальная ситуация развития – от приоритета общения со сверстниками к их опосредующей роли при общении с родителями и учителями;
- новообразования возраста – от «чувства взрослости» (сопровождаемого развитием абстрактного мышления и гендерной идентичности) к мировоззрению, включающему в себя профессиональные интересы.

Таким образом, в дальнейшем, используя понятие (уровня/степени) социализации (личности), важно иметь в виду её процессуальный, принципиально незавершённый характер (особенно применительно к подросткам), а «статичные», «точечные» замеры её параметров рассматривать только как «моментальные снимки» этого процесса.

Отличительной чертой современных подростков, иногда обозначаемых понятием «центениалы» (В. В. Радаев) или «поколение Z» (родившиеся в 2001 г. и позже), является использование цифровых технологий и общения в интернете, в том числе в социальных сетях. Так, приобщение к гаджетам и практикам информационно-коммуникативных технологий (мобильного телефона, планшета, приобщение к компьютерным играм, обзаведение аккаунтом в сети и т. п.) у представителей этого поколения происходило раньше даже в сравнении с предыдущим поколением (1982–2000 гг. рождения) [5, с. 6–7]).

Маркировка поколений буквами латинского алфавита (связываемая с именами Н. Хоува и У. Штрауса (Howe N., Strauss W.) представляется, скорее, удобным мемом, нежели научно фундированным научным подходом [7].

В то же время некоторые авторы вслед за З. Бауманом говорят о «текучей», «жидкой» социализации в современных условиях, выделяя как один из её видов информационную социализацию. При этом отмечается, что «подростки доверяют информации... из интернета значительно больше, чем <...> из других источников» [6, с. 92, 102]. Поэтому закономерно изучение социализации российских подростков с акцентом на использование ими различных информационных технологий [1; 8; 9; 13].

Особое внимание исследователей привлекают социальные сети, пользователи которых, по некоторым данным, являются 95% российских подростков (цит. по: [10, с. 120]).

Вместе с тем «погружённость» в интернет несёт в себе определённые риски для подростков, такие как столкновение с сексуальным и негативным контентом, недостоверной информацией, мошенничеством и хищением личных данных [12].

С одной стороны, «чрезмерное использование интернета», т. е. интернет-зависимость, способно вызвать психологическое неблагополучие подростка. Более того, такая зависимость встречается у российских школьников чаще, чем у европейских [11, с. 87]. Однако, с другой стороны, использование подростками социальных сетей может вызывать «ощущение включённости (connectivity) в совместных онлайн-играх, приобщения к повседневной жизни друзей, получения от них поддержки и снижения чувства одиночества... и, как следствие, рост благополучия». Так, например, количество онлайн-друзей в социальной сети Facebook снижает риск смертности от сердечно-сосудистых заболеваний, передозировки наркотиков и суицида. [3, с. 4; 5; 7]. На этом фоне закономерным выглядит призыв «воздерживаться от однозначных выводов и проводить дополнительные детализированные и фокусированные исследования, посвящённые изучению влияния цифровизации на благополучие детей и подростков» [3, с. 7].

Предмет и эмпирическая база исследования

Предмет данного исследования – социальные сети как фактор социализации молодёжи.

Эмпирическая база статьи состоит из двух авторских исследований (АИ):

1. Количественное исследование (АИ-1): онлайн-анкетный опрос подростков в возрасте 14–17 лет, проживающих в различных регионах России и пользующихся социальными сетями. Выборка целевая нерепрезентативная – 489 подростков (из них 205 юноши; 14–15 лет – 213 человек и 16–17 лет – 276 человек). Опрос проводился в январе–феврале 2020 г. Анкета размещалась на платформе Google и рассылалась через социальные сети ВКонтакте, Facebook, Youtube, Telegram и другие сервисы.

2. Качественное исследование (АИ-2): метод: полужформализованное онлайн-интервью (с использованием skype). Выборка целевая нерепрезентативная (подростки в возрасте 14–17 лет), пользующиеся интернетом и проживающие в Москве – 14 человек (из них 6 юношей). Опрос проведён в марте–апреле 2020 г. Средняя продолжительность интервью составила 27 минут (варьируя от 10 до 45 минут).

Основные результаты и их обсуждение

Проанализируем полученные количественные авторские данные, иллюстрируя их результатами интервью и рассмотрев последовательно социальные сети, используемые российскими подростками (с учётом возрастных и гендерных различий), частоту и цели их использования.

Далее обратимся к отличительным чертам респондентов при пользовании интернетом (с акцентом на социальные сети) и, наконец, проследим взаимосвязи созданного индекса социализации подростков с особенностями их активности в интернете и социальных сетях.

Итак, в авторском исследовании (АИ-1) были выявлены самые популярные социальные сети среди российских школьников на данный момент. Популярность таких сетей у подростков двух возрастных подгрупп 14–15 и 16–17 лет практически не различается (см. табл. 1).

Таблица 1

Присутствие подростков в социальных сетях, абс. и %*

| Социальная сеть | Возраст подростка, лет | | | | | |
|-----------------|------------------------|------|------|-------|------|------|
| | 14–15 | | | 16–17 | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| ВКонтакте | 208 | 97,7 | 1 | 272 | 98,6 | 1 |
| Instagram | 180 | 84,5 | 2 | 242 | 87,7 | 2 |
| Facebook | 60 | 28,2 | 3 | 80 | 29,0 | 3 |
| Twitter | 48 | 22,5 | 4 | 96 | 34,8 | 4 |
| Telegram | 29 | 13,6 | 5 | 18 | 6,5 | 6 |
| Одноклассники | 16 | 7,5 | 6 | 36 | 13,0 | 5 |
| TicTok | 9 | 4,2 | 7 | 5 | 1,8 | 8 |
| Reddit | 4 | 1,9 | 8 | 12 | 4,3 | 7 |
| Whatsapp | 3 | 1,4 | 9 | 4 | 1,4 | 9 |
| YouTube | 2 | 0,9 | 10 | 2 | 0,7 | 10 |
| Snapchat | 2 | 0,9 | 11 | 1 | 0,4 | 11 |

*Здесь и далее: абс. – количество респондентов; % – доля респондентов (% по столбцу).

Самыми популярными социальными сетями с большим отрывом от остальных являются ВКонтакте (первое место – 98–99% пользователей) и Instagram (85–88%). Среди старших подростков немного более популярны Reddit и Одноклассники, а среди младших – TikTok и Telegram.

В целом практически нет гендерной специфики наиболее предпочитаемых социальных сетей: лидерство сохраняют ВКонтакте и Instagram. Но девушки чаще зарегистрированы в Instagram, чем юноши (90 и 80% соответственно, что статистически значимо ($p \leq 0.05$) и соответствует глобальным трендам). Так, согласно данным сайта *statista.com*, женщины чаще, чем мужчины пользуются Instagram. Возможно, Instagram в большей степени является площадкой для модных, дизайнерских и косметических брендов, ориентирующих свои маркетинговые стратегии на женщин. Кроме того, основная социальная функция Instagram – делиться фотографиями (включая селфи), которые можно «улучшать» благодаря встроенным фильтрам, что более востребовано женщинами [16].

Сравнение авторских данных с результатами исследования компании «Ипсос Комкон»¹ тоже обнаруживает их сходство. Согласно последним, 97% пользователей в возрасте 16–17 лет чаще всего пользуются сетью ВКонтакте, а 82% – Instagram. С учётом возрастной разницы анализируемых групп это можно рассматривать в качестве подтверждения валидации авторских данных результатами репрезентативного исследования. При этом, по данным Ипсос-Комкон за 2018 г., все российские подростки, проживающие в городах с населением 1млн+ выходят в сеть через смартфон, что статистически значимо ($p < 0.05$) больше по сравнению с 18–19-летними (98.3%) [18].

Использование смартфона в повседневной жизни подростков не только как средства связи, но и как полноценного инструмента для взаимодействия с миром, зафиксировано в авторском исследовании (АИ-2): «*Смартфон... я без него не могу. Очень важная часть моей жизни*» (девушка, 17 лет). Практически все респонденты пользуются смартфоном каждый день для общения, развлечений и обучения. Последнее стало особенно актуально в период карантина и самоизоляции: прослушивание лекций, отправка домашних заданий через социальные сети и пр.

Большинство подростков пользуются социальными сетями каждый день. По данным авторского исследования (АИ-1), ежедневно заходят в сети ВКонтакте и Instagram соответственно более 90 и 70% респондентов. Для девушек более, нежели для юношей, характерно использование Instagram (72 и 51% соответственно), различие статистически значимо ($p \leq 0.05$). Реже всего подростки используют сеть «Одноклассники», более 40% из них заходят туда реже одного раза в месяц.

¹ Количественное исследование «Трекинг потребительского поведения подростков», 2019 г., проводимое ООО «Ипсос Комкон» – это исследование потребительского поведения, стиля жизни и медиа предпочтений детей и подростков, также покупательского поведения их мам. Трекинг проводится регулярно с 1999 г. по настоящее время дважды в год (весной и осенью) во всех российских городах-«миллионниках». Выборка: 3200 детей в каждой волне. Генеральная совокупность: 3,3 млн детей. Методика сбора данных: онлайн анкетный опрос, который проводится по трём типам анкет: две анкеты для мам детей 4–6 и 7–15 лет и анкета для детей в возрасте 7–15 лет. Ребёнок 4–6 лет отвечает только на вопросы о любимых героях.

В таблице 2 показаны гендерные различия, касающиеся целей использования социальных сетей (АИ-1). В целом профили юношей и девушек очень схожи между собой: социальные сети чаще используются для общения с друзьями и просмотра видео. При этом для юношей статистически значимо ($p \leq 0.05$) характерен поиск работы/подработки через социальные сети.

Таблица 2

Занятия подростков в социальных сетях, абс. и %*

| Занятия | Пол подростка | | | | | |
|--|---------------|------|------|---------|------|------|
| | Мужской | | | Женский | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| Общаюсь с друзьями | 142 | 69,3 | 1 | 206 | 72,5 | 1 |
| Слушаю музыку, смотрю видео | 112 | 54,6 | 2 | 155 | 54,6 | 2 |
| Ищу необходимую информацию (например, концерт, акции и т. д.) | 67 | 32,7 | 3 | 65 | 22,9 | 5 |
| Занимаюсь саморазвитием (изучаю языки и т. д.) | 65 | 31,7 | 4 | 95 | 33,5 | 3 |
| Читаю интересные истории (например, youtube-канала «Палата №6» или сайта «Пикабу») | 59 | 28,8 | 5 | 65 | 22,9 | 6 |
| Знакомлюсь с новыми людьми | 59 | 28,8 | 6 | 49 | 17,3 | 7 |
| Узнаю тренды (в моде, музыке, блогах и т. д.) | 52 | 25,4 | 7 | 91 | 32,0 | 4 |
| Делаю покупки | 26 | 12,7 | 8 | 33 | 11,6 | 8 |
| Ищу работу | 18 | 8,8 | 9 | 3 | 1,1 | 10 |
| Другое | 8 | 3,9 | 10 | 5 | 1,8 | 9 |

*Здесь и далее: светло-серая раскраска означает статически значимый ($p \leq 0.05$) рост, тёмно-серая – статистически значимое снижение.

Полученные данные согласуются с результатами В. С. Собкина и А. В. Федотовой¹, согласно которым ТОП-3 цели использования социальных сетей подростками – это «общение с друзьями и родственниками», «поиск новых знакомств, расширение круга друзей» и «возможность развлечься». Кроме того, мальчики чаще используют социальные сети для романтических знакомств и профессиональных контактов, а девочки – для поиска информации и обучения [10, с. 121–122].

Итак, общение является одной из ключевых целей использования подростками социальных сетей. В ходе интервью (АИ-2) практически все респонденты отмечали возможность общения на расстоянии как главную положительную особенность социальных сетей. Поддержание постоянного контакта с близкими и друзьями является неотъемлемой частью жизни и помогает экономить время. Таким образом, использование социальных сетей оказывается «встроенным» в ведущую деятельность подросткового возраста – интимно-личностное общение (с элементами учебно-профессиональной деятельности), выступая в качестве заметного средства социализации личности.

¹ Электронное анкетирование школьников 5, 7, 9 и 11 классов Московской области (№=2074 респондента, из них 1008 мальчиков)

Социальные медиа революционизировали общение подростков. Теперь достаточно создать группу в социальных сетях, где участники могут удалённо общаться в режиме реального времени. Благодаря тому, что большинство подростков заходят на веб-сайты и приложения в социальных сетях более одного раза в день, интернет способен расширять социальные связи и развивать творческий потенциал. В ряде случаев, используя фейковые данные о себе, такое общение позволяет экспериментировать со своими статусами и ролями и/или присоединяться к референтным группам¹. Последнее особенно характерно для подростков с низкой самооценкой своего статуса в классе [10, с. 128]. Но в то же время, будучи только информационной средой, интернет в целом и социальные сети в частности не застрахованы от злоупотреблений и девиаций — онлайн-агрессии, виртуального буллинга, троллинга и т. п. [4]. Поэтому взаимосвязь активности в социальных сетях и успешности социализации молодёжи остаётся в значительной мере неопределённой.

В качестве преимуществ социальных сетей участники опроса называли прослушивание музыки, развлекательный контент и возможность пройти обучающие курсы. Многофункциональность социальных сетей (в том числе их использование в качестве образовательного ресурса) отсылает нас к идеям представителей структурного функционализма, выделявшим образование как ключевой элемент, формирующий солидарность в обществе, способствуя успешной социализации личности: «*Без социальных сетей мы бы не смогли поддерживать нормальное общение с близкими людьми на расстоянии*» (АИ-2, девушка, 15 лет); «*... это общение с друзьями, фотки, музыка. Позитивные эмоции только*» (АИ-2, девушка, 17 лет).

Результаты локальных авторских исследований, во-первых, подтверждаются данными американского исследовательского центра Pew Research Center, согласно которым социальные сети — это основной способ взаимодействия подростков с друзьями. Более девяти из десяти подростков (94%) подтвердили, что проводят время с друзьями в социальных сетях. При этом 30% из них делают это каждый день, а ещё треть (37%) — каждые несколько дней [17]². Во-вторых, они согласуются с результатами исследования компании «Ипсос Комкон» (см. выше), в соответствии с которыми для подростков больше всего характерны прослушивание музыки и просмотр видео. Популярность видеоконтента объясняется направленностью большинства сетей на создание именно

¹ Социальные сети стали важным ресурсом символического взаимодействия и формирования «зеркального Я». В частности, через создание аватара — символа, который репрезентирует себя другим. Так, в виртуальном мире компьютерной игры Second Life (Вторая жизнь) пользователь может создать аватар, описывающий ключевые социально-демографические параметры человека (раса, возраст...), отражающие, скорее, стремление актора определённым образом быть воспринятым в виртуальном мире. Это, в свою очередь, может определять действия других по отношению к нему.

² Количественное исследование американских подростков. Опрошено 10 682 респондента в возрасте от 18+, а также 920 подростков в возрасте 13–17 лет. Выборка репрезентативная. Метод сбора данных: онлайн и телефонное интервью. Период опроса: 17–25 ноября 2018 г.

его. Так, YouTube состоит только из видеоконтента. Instagram добавил функцию Stories, где пользователи могут не только делиться своими видео, но и создать онлайн-трансляции видеоматериала в режиме IGTV¹.

Приложение TikTok, где пользователи делятся развлекательным видеоконтентом, скачали уже более 500 000 человек в мире [19]. Следовательно, видеоконтент более привлекателен (особенно для подростков), чем текст или аудио, т. к. визуальная информация обрабатывается легче и быстрее, чем текстовая.

Рассмотрим более подробно отмечаемые некоторыми авторами поколенческие особенности установок в отношении интернета в целом и социальных сетей в частности. Отмечены единичные случаи, когда подростки признают, что прислушиваются к мнению авторитетного лица (блогера, певца, политика и так далее) при определённых условиях: *«Да [прислушиваюсь], так как есть новости, которые задевают струны моей души и могут сподвигнуть на действия»*. (АИ-2, юноша, 16 лет). Наиболее типичным ответом, отражающим стремление к независимости от «давления» авторитетов, является: *«Нет, не прислушиваюсь, потому что мне всё равно, что думают другие»*. (АИ-2, девушка, 15 лет).

Для понимания того, как респонденты воспринимают социальные сети, от подростков были получены соответствующие ассоциации (вербальные или визуальные – посредством выбора подходящей фотографии). Наиболее популярны вербальные ассоциации, связанные с социальными сетями: общение с друзьями, родственниками и близкими людьми. Все они обладали позитивными коннотатами. Визуальные ассоциации обычно отражают большое скопление людей: *«Можно изобразить, как большое количество людей стоят на фотографии, что означает единство людей в социальных сетях»* (АИ-2, юноша, 14 лет).

Некоторые авторы отмечают в качестве отличительных черт современных подростков использование стриминговых² сервисов и интернет-сленга. По нашим данным (АИ-2), для большинства респондентов действительно характерны как получение новой информации (в том числе знакомство с неологизмами) через интернет, так и просмотр потоковых медиа: *«Да, конечно, часто смотрю [стримы], как игровые, так и образовательные»* (АИ-2, юноша, 16 лет).

Поскольку опрос проводился во время пандемии коронавируса, специальное внимание было уделено тому, как в этих условиях изменилась жизнь респондентов, в том числе пользование интернетом и социальными сетями. Очевидно, что чаще всего отмечался недостаток непосредственного общения и прогулок: *«Да [жизнь изменилась], не могу выйти на улицу из-за вируса. Не осознавала, что выход на улицу – это так многозначно для меня. Сейчас непонятно, когда это всё закончится, и я устала»* (АИ-2, девушка, 17 лет).

¹ IGTV или Instagram TV – это собственный видеосервис Инстаграма, позволяющий загружать видео длиной до 1 часа.

² Мультимедиа, которое пользователь непрерывно получает от провайдера потокового вещания в реальном режиме времени. Потоковое вещание может создаваться как юридическими, так и физическими лицами.

Обучение в удалённом формате, с одной стороны, вызывало дополнительные затруднения (обычно связанные со сбоями в работе и «зависанием» Zoom), а с другой стороны, облегчило выполнение домашних заданий и контрольных работ из-за увеличившихся возможностей списать ответы.

Наконец, закономерно, что практически все проинтервьюированные подростки отметили рост использования социальных сетей: школьники стали больше переписываться с друзьями, смотреть различный развлекательный контент и т. п. В условиях сокращения личного общения социальные сети стали компенсаторным инструментом для поддержания коммуникации, получения поддержки от своих друзей и сверстников. Это согласуется с количественными данными Pew Research Center [17], согласно которым в трудные времена 68% подростков получили поддержку в социальных сетях.

Для анализа взаимосвязи процесса социализации подростков и использования ими социальных сетей в рамках одного из авторских исследований (АИ-1) был разработан специальный индекс (см. табл. 3).

Таблица 3

Компоненты индекса социализации подростка

| Вопрос | Варианты ответа | Приписываемый балл | Доля ответов, % |
|---|---|--------------------|-----------------|
| «Как Вы окончили школу/колледж в 2018 году?» | На все пятёрки | 2 | 17,4 |
| | На четвёрки и пятёрки | 1 | 58,3 |
| | С тройками | 0 | 24,3 |
| Участвуете ли Вы в школьном самоуправлении (участие в концертах, мероприятиях и т. д.)? | Да, я избран(а) в один из его органов | 1,5 | 19,8 |
| | Да, если ко мне обращаются | 1 | 24,5 |
| | Нет, но хотел(а) бы | 0,5 | 16,0 |
| | Нет и не хочу | 0 | 39,8 |
| Участвуете ли Вы в Олимпиадах от школы/колледжа/университета? | Регулярно во всех | 1,5 | 10,6 |
| | Участвую в нескольких | 0,75 | 58,7 |
| | Выбираю только в самых популярных по разным предметам | 0,5 | 8,0 |
| | Не участвую, но хочу | 0,25 | 7,8 |
| | Нет, не участвую | 0 | 14,9 |
| Принимаете ли Вы решения о жизни города (голосование «Активный гражданин» и т. д.)? | Регулярно следил(а) за каждым опросом | 1,5 | 2,5 |
| | Участвовал(а) почти в каждом опросе | 0,75 | 4,5 |
| | Иногда принимал(а) участие | 0,5 | 17,8 |
| | Очень редко | 0,25 | 19,2 |
| | Никогда | 0 | 56,0 |

Продолжение таблицы 3

| Вопрос | Варианты ответа | Приписываемый балл | Доля ответов, % |
|--|----------------------------------|--------------------|-----------------|
| Участвуете ли Вы в городских праздниках (День города, Круг света и т. д.)? | Посещаю все такие мероприятия | 1,5 | 3,5 |
| | Посещаю почти все мероприятия | 0,75 | 12,5 |
| | Хожу иногда на такие мероприятия | 0,5 | 31,3 |
| | Хожу редко | 0,25 | 24,1 |
| | Никогда | 0 | 28,6 |
| Участвуете ли Вы в волонтерских движениях? | Регулярно участвую | 1,5 | 5,7 |
| | Участвую почти каждый раз | 0,75 | 6,1 |
| | Участвую иногда | 0,5 | 21,1 |
| | Участвую редко | 0,25 | 22,3 |
| | Никогда | 0 | 44,8 |
| Ходите ли Вы на какие-нибудь кружки/секции (например, спортивные, художественные и т. д.)? | Посещаю регулярно | 1,5 | 44,8 |
| | Посещаю часто | 0,75 | 12,7 |
| | Посещаю иногда | 0,5 | 18,8 |
| | Посещаю редко | 0,25 | 9,2 |
| | Никогда | 0 | 14,5 |
| Посещаете ли Вы музеи/концерты/кино? | Хожу постоянно | 1,5 | 13,9 |
| | Хожу часто | 0,75 | 28,2 |
| | Хожу иногда | 0,5 | 40,7 |
| | Хожу редко | 0,25 | 15,1 |
| | Никогда | 0 | 2,0 |
| Оцените отношения с родителями | Отлично | 1,5 | 36,9 |
| | Хорошо | 0,75 | 20,1 |
| | Удовлетворительно | 0,5 | 18,4 |
| | Скорее плохо | 0,25 | 9,5 |
| | Плохо | 0 | 15,2 |

Варианты ответов были оцифрованы по шкале от 0 до 1,5–2¹, где максимальный балл присваивался крайнему позитивному варианту (например, «регулярно», «постоянно» и т. п.), а «0» – крайнему негативному варианту («никогда», «не участвую» и т. п.). Таким образом, «вес» каждого вопроса варьировал от 0 до 1,5–2 баллов. После этого для каждого респондента подсчитывалась сумма набранных баллов, выступающая показателем уровня социализации подростка: чем больше сумма, тем более он социализирован.

Границы высоких/средних/низких значений индекса социализации личности подростка определялись эмпирическим путём с целью «нормализации» полученных данных для удобства последующего анализа. В итоге было сконструировано три значения индекса социализации подростка со следующими его количественными границами (см. табл. 4).

¹ Только успехи в учёбе оцениваются двумя баллами; у каждого из остальных вопросов максимальный «вес» составляет 1,5 балла.

Таблица 4

Значения индекса социализации подростка

| Степень социализации | Суммарное количество баллов | Доля респондентов, % | Количество респондентов, абс. |
|----------------------|-----------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Высокая | 6,5 и более | 20,6 | 101 |
| Средняя | 3,5–6,4 | 57,7 | 282 |
| Низкая | 3,5 и менее | 21,7 | 106 |

Обратим внимание на статистически значимые ($p \leq 0,05$) гендерные различия при сравнении высоких и низких значений построенного индекса (см. рис. 1): социализация девушек оказалась выше, что можно рассматривать в качестве свидетельства валидности построенного индекса.

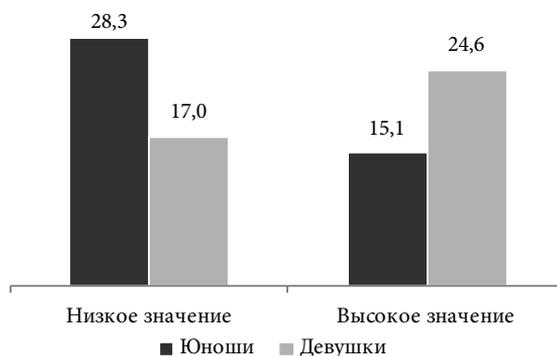


Рис. 1. Гендерная специфика индекса социализации (высокие / низкие значения), % от гендерной группы

Теперь обратимся к анализу взаимосвязи индекса социализации подростков с различными параметрами их активности в социальных сетях.

Для респондентов с низкими показателями индекса статистически значимо ($p \leq 0,05$) реже встречается максимальное количество виртуальных друзей — только 1,9% из них отметили вариант «больше 230 друзей» (см. табл. 5). При попарном сравнении высокого и низкого показателей индекса фиксируется разница в распределении рангов: для высоких значений индекса характерно большее количество друзей, чем для низких.

Можно предположить, что более «закрытые» подростки предпочитают «держаться в друзьях» только близких себе людей. А коммуникабельные, экстраверты, напротив, стремятся завести как можно больше связей в социальных сетях. Особенно сильно это проявляется среди юношей. Следует отметить, что виртуальные друзья в социальных сетях могут быть просто знакомыми. Тем не менее даже они, в особенности ровесники, могут выступать для подростка в качестве референтной группы, являясь одним из факторов успешной социализации личности (см. более подробно Введение).

Таблица 5

Количество друзей в социальных сетях

| Количество друзей | Значение индекса социализации | | | | | | | | |
|-------------------|-------------------------------|------|------|---------|------|------|--------|------|------|
| | Высокое | | | Среднее | | | Низкое | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| 0–30 | 32 | 31,7 | 1 | 102 | 36,2 | 1 | 47 | 44,3 | 1 |
| 31–70 | 15 | 14,8 | 3 | 63 | 22,3 | 2 | 21 | 19,8 | 2 |
| 71–100 | 9 | 8,9 | 6 | 36 | 12,8 | 3 | 15 | 14,2 | 3 |
| 101–150 | 19 | 18,8 | 2 | 33 | 11,7 | 4 | 9 | 8,5 | 5 |
| 151–230 | 13 | 12,9 | 4 | 24 | 8,5 | 5 | 12 | 11,3 | 4 |
| Больше 230 | 13 | 12,9 | 5 | 24 | 8,5 | 6 | 2 | 1,9 | 6 |

Вышеприведённые данные можно дополнить наличием таких интернет-друзей у подростков, с которыми они встречаются лично (см. табл. 6). По нашим данным (АИ-2), для респондентов с высоким и средним значением индекса такая ситуация более распространена – свыше 2/3 из них указали на это. Для подростков с низким значением индекса наличие таких друзей встречается реже: об этом сказали только чуть больше половины из них (различия статистически значимы, $p \leq 0.05$).

Таблица 6

Наличие он- / офлайн друзей

| Друзья | Значение индекса социализации | | | | | | | | |
|--------|-------------------------------|------|------|---------|------|------|--------|------|------|
| | Высокое | | | Среднее | | | Низкое | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| Есть | 69 | 68,3 | 1 | 186 | 66,0 | 1 | 56 | 52,8 | 1 |
| Нет | 32 | 31,7 | 2 | 96 | 34,0 | 2 | 50 | 47,2 | 2 |

При этом общение с друзьями «лицом-к-лицу» может «перетекать» в интернет и продолжаться в социальных сетях. А может быть обратное движение. Последнее в рамках нашей темы представляется особенно важным. Обнаружилось, что на вопрос: «Есть ли у вас друзья, появившиеся после знакомства в социальных сетях?» (см. табл. 7) больше 50% респондентов дали положительный ответ. Но статистически значимо ($p \leq 0.05$) чаще такая ситуация встречается у респондентов с высоким значением индекса: 71,3% из них.

Эти данные согласуются с результатами Pew Research Center об американских подростках¹, 57% которых обрели новых друзей посредством онлайн-площадок. А 29% из них указали, что нашли более пяти новых друзей в социальных сетях. Вместе с тем, в отличие от российских подростков, для американцев большин-

¹ Исследование подростков в возрасте 13–17 лет. Опрос проводился в режиме онлайн с 25 сентября по 9 октября 2014 г. и с 10 февраля по 16 марта 2015 г., а в апреле и ноябре 2014 г. было проведено 16 интерактивных и личных фокус-групп с подростками.

ство этих дружеских отношений остаются в цифровом пространстве — только 20% из них встречались с онлайн-друзьями лично. При этом юноши чаще девушек заводят друзей в интернете (61 и 52% соответственно).

Таблица 7

Появились ли друзья после знакомства в социальных сетях

| Друзья после знакомства в социальных сетях | Значение индекса социализации | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|------|------|---------|------|------|--------|------|------|
| | Высокое | | | Среднее | | | Низкое | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| Есть | 72 | 71,3 | 1 | 162 | 57,4 | 1 | 54 | 51,0 | 1 |
| Нет | 29 | 28,7 | 2 | 120 | 42,6 | 2 | 52 | 49,0 | 2 |

Наконец, подростки старшего возраста чаще заводят онлайн-друзей: около 60% подростков в возрасте 15–17 лет общались с друзьями в интернете, а среди 13–14-летних — только 51% [17].

В ходе интервью (АИ-2) респонденты нередко отмечали, что для них легче и комфортнее знакомиться с новыми людьми через социальные сети, поскольку есть время подумать над формулировками и ответами и, при желании, его проще прекратить. Кроме того, интернет-знакомство облегчается за счёт специальных сервисов, позволяющих быстро найти человека по определённым параметрам, например, со схожим интересами и увлечениями: «*В социальных сетях [проще знакомиться]. Ты можешь скрыть все свои неприятные стороны, не заикаешься. А вот когда уже хорошо познакомились, узнали друг друга, то можно встречаться и вживую. С лучшей подругой так и познакомилась*» (АИ-2, девушка, 15 лет).

Возможно, дополнительной чертой, облегчающей виртуальное знакомство подростков, является упрощение выражения собственных эмоций и их «считывания» у собеседника. Символический характер человеческого общения, подчёркиваемый представителями символического интеракционизма, в социальных сетях обогащается новыми средствами — сленг / аббревиатуры, видео и виртуальные жесты — эмодзи¹.

Вместе с тем для части респондентов знакомство «лицом-к-лицу» является предпочтительным и комфортным. Главными его драйверами являются возможность отслеживать эмоции человека, видеть его непосредственные реакции. В пользу офлайн знакомства также выступает тот факт, что в интернете (по фотографии) сложно представить, как выглядит собеседник «в реале», поскольку любую фотографию можно отретушировать. Личное знакомство даёт возможность увидеть невербальные проявления человека, «прочувствовать» партнёра по общению.

В ходе интервью почти все респонденты выбрали личный контакт как наиболее предпочтительный вариант общения (а не только знакомства): «*Мне вживую комфортнее, так как я могу видеть эмоции человека. К тому же, в социальных сетях*

¹ Это графический язык, где вместо слов используются символические визуальные изображения, пиктограммы, идеограммы, «смайлики» и т. п.

не всегда можно правильно передать смысл [сообщения]» (АИ-2, юноша, 17 лет). Поэтому, несмотря на удобство общения в интернете и социальных сетях, подростки больше предпочитают общаться «лицом-к-лицу» (см. табл. 8).

Таблица 8

Вы больше общаетесь в социальных сетях или лично с человеком?*

| Где общаетесь больше | Значение индекса социализации | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|-------------|------|---------|-------------|------|--------|-------------|------|
| | Высокое | | | Среднее | | | Низкое | | |
| | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг | Абс. | % | Ранг |
| Больше в интернете, чем в реальной жизни | 16 | 15,8 | 3 | 58 | 20,9 | 3 | 23 | 21,7 | 3 |
| Больше в реальной жизни, чем в интернете | 45 | 44,6 | 1 | 110 | 39,4 | 2 | 38 | 35,8 | 2 |
| Одинаково | 40 | 39,6 | 2 | 112 | 39,7 | 1 | 45 | 42,5 | 1 |

*Модальное значение варианта ответа для каждой группы респондентов выделено п/ж.

Однако примечательно (несмотря на отсутствие значимых различий), что предпочтение общения в офлайне является *модальным* только для подростков с высоким значением индекса социализации. Остальные две группы респондентов не отдают предпочтения ни одной из форм общения. Для дальнейшего прояснения взаимосвязи использования социальных сетей и социализации подростков был предпринят кластерный анализ (иерархический метод Уорда). Кластеры были выделены на основе ответов на вопрос о частоте использования социальных сетей («Как часто вы пользуетесь ВКонтакте / Instagram / Одноклассники / Facebook / Twitter?»). Оптимальным было признано выделение трёх кластеров (см. табл. 9).

Таблица 9

Кластеры пользователей социальных сетей, средняя частота использования*

| Использование социальных сетей | Названия кластеров | | | Средняя частота по выборке |
|--------------------------------|--------------------|------------------------|----------------|----------------------------|
| | Активисты | Умеренные пользователи | Присутствующие | |
| VK | 1,12** | 1,15 | 1,10 | 1,14 |
| Facebook | 4,40 | 6,36 | 6,69 | 6,43 |
| Twitter | 2,42 | 6,79 | 6,25 | 6,67 |
| Instagram | 1,43 | 1,33 | 6,55 | 2,43 |
| Odnoklassniki | 5,22 | 6,47 | 6,94 | 6,57 |

*Используется обратная шкала в вопросе: чем меньше среднее, тем чаще пользуются; чем больше среднее, тем реже пользуются. Шкала состоит из вариантов «Каждый день», «2-3 раза в неделю», «1 раз в неделю», «1 раз в 2 недели», «1 раз в месяц», «Реже 1 раза в месяц».

**Выделены наиболее высокие средние значения частоты использования социальных сетей.

Итак, три основных кластера пользователей социальных сетей среди опрошенных подростков:

1. «Активисты социальных сетей». Эта группа состоит из 111 респондентов и отличается активностью использования практически всех социальных сетей (средняя частота использования всех социальных сетей у них выше средневыборочной). Но чаще всего они используют ВКонтакте и Инстаграм. При этом ими активно используются все остальные социальные платформы (Twitter, Facebook, Одноклассники).

2. «Умеренные пользователи социальных сетей». В этом сегменте 298 пользователей, чаще всего они используют Facebook, Одноклассники и Instagram. Последнее, возможно, связано с преобладанием девушек в этом кластере (по данным АИ-1, девушки значимо чаще юношей используют Instagram). Однако относительно других кластеров реже используется ВКонтакте и Twitter (средняя частота ниже средневыборочной).

3. «Присутствующие в социальных сетях». Кластер включает в себя 80 респондентов. Безусловным лидером здесь является ВКонтакте. Немного выше средневыборочной является частота использования Twitter, отличительной чертой которого выступает ограничение количества используемых символов. Таким образом, представители этого кластера присутствуют в социальных сетях, отдавая предпочтение одной из них и/или стремясь к лаконичности своих реплик.

Рассматривая гендерные характеристики полученных кластеров, можно отметить, что для «активистов» и «умеренных пользователей» характерна большая доля девушек (см. табл. 10). Это согласуется с приведёнными ранее данными о том, что девушки статистически значимо более социализированы, чем юноши (см. рис. 1).

Таблица 10

Гендерная специфика кластеров пользователей социальных сетей, %

| Пол респондента | Активисты | Умеренные пользователи | Присутствующие |
|-----------------|-----------|------------------------|----------------|
| Юноши | 36,0 | 39,6 | 58,8* |
| Девушки | 64,0 | 60,4 | 41,3 |

*Выделена модельная гендерная группа кластера.

Наконец, важно отметить, что в кластере «Активисты социальных сетей» наибольшая доля высоко социализированных респондентов – 24%. А наиболее низкие значения индекса социализации, наоборот, фиксируются в кластере «Присутствующие в социальных сетях» – 28% (табл. 11).

Статистически значимых различий выявлено не было, однако есть слабая тенденция к существованию позитивной связи между активностью подростка в социальных сетях (прежде всего, – ВКонтакте и Twitter) и уровнем его социализации.

Таблица 11

Социализация и использование социальных сетей, %

| Значение индекса социализации | Активисты | Умеренные пользователи | Присутствующие |
|-------------------------------|-----------|------------------------|----------------|
| Высокое | 24 | 22 | 10 |
| Среднее | 56 | 57 | 62 |
| Низкое | 20 | 21 | 28 |

Выводы

Использование цифровых гаджетов и общение в социальных сетях стали атрибутами повседневности для современных подростков.

Вместе с тем взаимосвязь использования интернета и социальных сетей (вплоть до интернет-зависимости) и социализации подростка (для понимания которой востребован потенциал классических социальных теорий, прежде всего – культурно-исторического подхода, а также символического интеракционизма, структурного функционализма) остаётся неоднозначной и нуждается в эмпирической верификации. В этом отношении полезным может оказаться сконструированный индекс социализации подростков.

Лидерами среди социальных сетей у российских подростков являются ВКонтакте и Instagram, используемые главным образом для общения с друзьями и прослушивания музыки/просмотра видео (у юношей дополнительно – для поиска подработки).

Среди подростков, пользователей социальных сетей, выделено три основных группы: «активисты», «умеренные пользователи» и «присутствующие в социальных сетях». В последней группе преобладают юноши в отличие от первых двух. Высокий показатель построенного индекса социализации подростка (более характерный для девушек) прямо связан с:

- максимальным количеством виртуальных «друзей»;
- совмещением дружеских кругов в он- и офлайне;
- большей вероятностью перехода дружбы из социальных сетей в офлайн;
- слабым предпочтением общения лицом-к-лицу;
- более активным (но статистически незначимым) использованием социальных сетей.

В заключение отметим несколько обстоятельств, ограничивающих генерализацию полученных выводов о взаимосвязи использования социальных сетей и социализации подростка:

- нерепрезентативный характер выборки (несмотря на согласованность по некоторым параметрам полученных результатов с репрезентативными количественными данными других исследователей) — подростки-москвичи, добровольно прошедшие опрос;
- её относительно благополучный характер (75,7% опрошенных закончили предыдущий учебный год без троек).

Список литературы

1. *Авдулова Т. П.* Тенденции социализации подростков в контексте информационных предпочтений // Психологические исследования : электрон. науч. журн. 2011. № 6 (20). С. 8. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011n6-20/573-avdulova20.html> (дата обращения: 20.10.2020).
2. *Андреева Г. М.* Социальная психология: учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева ; 5-е изд., испр. и доп. М. : Аспект Пресс, 2009. 363 с.
3. *Бочавер А. А.* Использование социальных сетей в интернете и депрессивная симптоматика у подростков / А. А. Бочавер, С. В. Докука, Е. В. Сивак, И. Б. Смирнов // Клиническая и специальная психология. 2019. Т. 8, № 3. С. 1–18. DOI: 10.17759/psycljn.2019080301.
4. Девиантное поведение и интернет (опыт социологического анализа) : сб. науч. ст. / под ред. М. Е. Поздняковой, Л. В. Карнаушенко. М. : Институт социологии РАН, 2008. 184 с.
5. *Майорова-Щеглова С. Н., Колосова Е. А., Губанова А. Ю.* Событийность детства: к вопросу об эмпирических доказательствах теории поколений // Социологические исследования. 2020. Т. 46. № 3. С. 3–15. DOI: 10.31857/S013216250008796-8.
6. *Марцинковская Т. Д.* Информационное пространство как фактор социализации современных подростков // Мир психологии. 2010. № 3 (63). С. 90–102.
7. *Петрушихина Е. Б.* Поколенческий подход в гуманитарных науках / Е. Б. Петрушихина, В. В. Солодников, И. В. Солодникова [и др.] // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2016. № 4 (6). С. 139–150.
8. *Процаковская О. А.* Социализация школьников современной России: теоретико-методологический анализ : автореферат дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.01 / Процаковская Оксана Анатольевна ; Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. Саратов, 2003. 19 с.
9. *Рослякова С. В., Пташко Т. Г., Черникова Е. Г.* Особенности социализации современных подростков // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7, № 4 (25). С. 292–296.
10. *Собкин В. С., Федотова А. В.* Сеть как пространство социализации современного подростка // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27, № 3. С. 119–137. DOI: 10.17759/cpr.2019270308.
11. *Солдатова Г. У.* Чрезмерное использование интернета: факторы и признаки // Психологический журнал. 2013. Т. 34, № 4. С. 79–88.
12. *Солдатова Г. У., Рассказова Е. И.* Безопасность подростков в Интернете: риски, совладание и родительская медиация // Национальный психологический журнал. 2014. № 3 (15). С. 39–51. URL: <http://npsyj.ru/articles/detail.php?article=5051>. (дата обращения: 13.08.2020). DOI: 10.11621/npj.2014.0305.

13. Человек. Общество. Культура. Кн. 2 / А. Н. Верякина, Е. А. Давыденко, В. А. Зимин [и др.]. Ставрополь : Изд-во СГУ, 2014. 245 с.
14. *Тощенко Ж. Т.* Социология. Общий курс. 2-е изд., доп. и перераб. М. : Прометей ; Юрайт-М, 2001. 511 с.
15. *Эльконин Д. Б.* Избранные психологические труды / Д. Б. Эльконин ; под ред. В. В. Давыдова, В. П. Зинченко ; АПН СССР. М. : Педагогика, 1989. 560 с.
16. *Clement J.* Instagram-Statistics & Facts // Statista : [сайт]. May 14, 2020. URL: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> (дата обращения: 26.03.2020).
17. *Lenhart A.* Teens, technology and friendships // Pew Research Center : [сайт]. 2015. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/chapter-4-social-media-and-friendships/> (дата обращения: 06.04.2020).
18. *Mansoor I.* TikTok Revenue and Usage Statistics (2021) // Business of Apps : [сайт]. URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (дата обращения: 05.03.2021).
19. New Generation: исследование детей и подростков // Ipsos : [сайт]. URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/new-generation-issledovanie-detey-i-podrostkov-0> (дата обращения: 26.03.2020).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Солодников Владимир Владимирович – доктор социологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ).

Москва, Российская Федерация.

E-mail: Solodnikovv@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 440561

Зайцева Анастасия Сергеевна – магистр социологического факультета,

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ).

Москва, Российская Федерация.

E-mail: nastushka_194@bk.ru

Дата поступления в редакцию: 25.10.2020. Принята к печати: 16.12.2020.

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7870

Usage of Social Networks and Socialization of Russian Teenagers

Vladimir V. Solodnikov¹, Anastasia S. Zaitseva¹

¹Russian State University for the Humanities.

6, Miusskaya sq., GSP-3, Moscow, Russia, 125993

For citation: Solodnikov V. V., Zaitseva A. S. (2021). Usage of Social Networks and Socialization of Russian Teenagers. *Sociologicheskaja nauka I social'naja praktika*. Vol. 9. № 1. P. 23–42. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7870

Abstract. The article concentrates on the correlation between a measure of Russian teenagers' socialization and the use of social media in their everyday life. Now a personal computer, a smartphone or other gadgets, providing an Internet connection, are a widespread attribute of the everyday life.

Moreover, young people (sometimes defined as generation Z) regard their online presence (including social media) as a natural element of their lives. This said, the use of social media, on one hand, blends seamlessly with their attempts at (intimate) personal communication or academic/professional activity and can be a positive socialization factor at this stage of their life. On the other hand, there are voices saying that the intensity of online communication ('excessive Internet use') could create additional barriers for offline communication, have negative effects of their psychological well-being and hinder socialization of teenagers. The article contains arguments describing a low positive link between social media use (time spent, number of online friends, etc.) and socialization of Russian teenagers (measured with an index, based on several parameters: school performance, participation in academic competitions, in school governance, etc.). The conclusions are based on two online surveys (qualitative and quantitative one), conducted in 2020, and secondary analysis.

Keywords: social network; socialization of personality; teenagers

REFERENCES

1. Avdulova T. P. (2011). Trends in socialization of teenagers in the context of information preferences. [Tendentsii sotsializatsii podrostkov v kontekste informatsionnykh predpochtenij]. *Psikhologicheskie issledovaniya: elektron. nauch. zhurn.* № 6(20). URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011n6-20/573-avdulova20.html> (data obrashcheniya: 20.10.2020). (In Russ.)
2. Andreeva G. M. (2009). *Sotsial'naya psikhologiya: Uchebnik dlya vysshikh uchebnykh zavedenij.* [Social Psychology: a textbook for higher educational institutions]. M.: Aspekt Press publ. 363 p. (In Russ.)
3. Bocharov A. A., Dokuka S. V., Sivak E. V., Smirnov I. B. (2019). Internet use and depressive symptoms in adolescents: a review]. *Ispol'zovanie sotsial'nykh setej v internete i depressivnaya simptomatika u podrostkov. Klinicheskaya i spetsial'naya psihologiya.* T. 8. № 3. P. 1–18. DOI: 10.17759/psycljn.2019080301 (In Russ.)
4. *Deviantnoe povedenie i internet (opyt sociologicheskogo analiza).* (2008). [Deviant behavior and the Internet (experience of sociological analysis)]. Ed. by M. E. Pozdnyakova i L. V. Karnaushenko. M.: Institut sotsiologii RAN publ. 184 p. (In Russ.)
5. Majorova-Shcheglova S. N., Kolosova E. A., Gubanov A. Yu. (2020). The eventfulness of childhood: the question of empirical evidence of the generations theory. [Sobytiynost' detstva: k voprosu ob empiricheskikh dokazatel'stvakh teorii generatsij]. *Sotsiologicheskije issledovaniya.* № 3. P. 3–15. DOI: 10.31857/S013216250008796-8 (In Russ.)
6. Marcinkovskaya T. D. (2010). Informatsionnoe prostranstvo kak faktor sotsializatsii sovremennykh podrostkov. [Information space as a factor of socialization of modern teenagers]. *Mir Psihologii.* № 3. P. 90–102. (In Russ.)
7. Petrushihina E. B., Solodnikov V. V., Solodnikova I. V., Sedova O. L., Zagorul'ko A. V., Dorozhevec A. N., Smirnova T. Yu. (2016). Pokolencheskij podhod v gumanitarnykh naukakh. [Generational approach in the humanities]. *Vestnik RGGU. Seriya «Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie».* № 4 (6). P. 139–150. (In Russ.)
8. Prochakovskaya O. A. (2003). Sotsializatsiya shkol'nikov sovremennoj Rossii: teoretiko-metodologicheskij analiz. [Socialization of schoolchildren in modern Russia: theoretical and methodological analysis]. Saratov. 19 p. (In Russ.)
9. Roslyakova S. V., Ptashko T. G., Chernikova E. G. (2018). Peculiarities of socialization of modern teenagers. [Osobennosti sotsializatsii sovremennykh podrostkov]. *Baltiyskij gumanitarnyj zhurnal.* T. 7. № 4 (25). P. 292–296. (In Russ.)
10. Sobkin V. S., Fedotova A. V. (2019). Social media as a field of a modern teenager's socialization. [Set' kak prostranstvo sotsializatsii sovremennogo podrostka]. *Konsul'tativnaya psihologiya i psihoterapiya.* T. 27. № 3. P. 119–137. DOI: 10.17759/cpp.2019270308 (In Russ.)

11. Soldatova G. U. (2013). Chrezmernoe ispol'zovanie interneta: faktory i priznaki. *Psihologicheskij zhurnal*. T. 34. № 4. P. 105–114. (In Russ.)
12. Soldatova G. U., Rasskazova E. I. (2014). Bezopasnost' podrostkov v Internete: riski, sovladanie i roditel'skaya mediatsiya. [Teen Internet safety: risks, coping, and parental mediation]. *Natsional'nyj psihologicheskij zhurnal*. № 3(15). P. 39–51. URL: <http://npsyj.ru/articles/detail.php?article=5051> (data obrashcheniya: 13.08.2020). DOI: 10.11621/npj.2014.0305 (In Russ.)
13. *Chelovek. Obshchestvo. Kul'tura. Kn. 2.* (2014). [The Person. Society. Culture. Book 2]. Stavropol' : Izd-vo SGU publ. 245 p. (In Russ.)
14. Toshchenko Zh. T. (2001). Sotsiologiya. Obshchij kurs. 2-e izd. [Sociology. General course. 2-nd ed.]. M. : Prometej: Yurajt-M publ. 511 p. (In Russ.)
15. El'konin D. B. (1989). Izbrannye psihologicheskie trudy. [Selected psychological works]. M. : Pedagogika publ. 560 p. (In Russ.)
16. Clemen J. *Instagram-Statistics & Facts. Statista* : [site]. May 14, 2020. URL: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> (date of access: 26.03.2020).
17. Lenhart A. *Social Media and Friendships. Chapter 4.* In: Teens, technology and friendships. Pew Research Center, 2015. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/chapter-4-social-media-and-friendships/> (date of access: 06.04.2020).
18. Mansoor I. *TikTok Revenue and Usage Statistics.* (2021). URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (date of access: 05.03.2021).
19. *New Generation: research of children and adolescents.* URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/new-generation-issledovanie-detey-i-podrostkov-0> (date of access: 26.03.2020).

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Solodnikov Vladimir Vladimirovich – Doctor of Sociology, Professor,
Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russia.
E-mail: Solodnikovv@mail.ru
Zaitseva Anastasia Sergeevna – Magister of Sociology,
Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russia.
E-mail: nastushka_194@bk.ru

The article was submitted on October 25, 2020. Accepted on December 16, 2020.