
СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

М.Д. Завгородний

Кафедра социологии
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

В статье рассматриваются существующие в научной литературе определения социальной активности и предпринимается попытка составить собственное, чтобы впоследствии, описав специфику виртуального пространства на основе актуальных исследований его отечественного сегмента, предложить вариант определения социальной активности, пригодный для анализа феноменов взаимодействия и коммуникации в компьютерной сети Интернет.

Ключевые слова: социальная активность, виртуальное пространство, Интернет, компьютеризация, молодежь.

Понятие социальной активности в Интернете (или виртуальном пространстве), так же как и социальная активность сама по себе, достаточно широкое, поскольку охватывает различные аспекты в жизни людей.

Рассмотрим несколько имеющихся определений социальной активности, а затем проанализируем их с точки зрения эффективности для исследователя. В одном из русскоязычных социологических словарей, доступных в сети Интернет, социальную активность называют мерой социальной преобразующей деятельности работников, основанной на осознании внутренней необходимости действий, цели которых определяются общественными потребностями. Она проявляется в социальной деятельности, и соответственно трем ее формам различаются три основных вида социальной активности: трудовая, общественно-политическая и познавательно-творческая [8].

Философский словарь трактует социальную активность как понятие, отображающее характер функционирования индивидов и социальных групп в обществе. Социальная активность связана с превращением интереса в фактор действия, с познанием, целеполаганием и преобразованием действительности, обусловлена деятельной природой человека, противоречием между условиями существования и объективными потребностями личности и направлена на ликвидацию несоответствия между потребностями и условиями бытия субъекта. Социальная активность не носит произвольного характера, а определяется исторической необходимостью и представляет собой процесс созидания целеполагающим субъектом новых общественных форм, условий собственного существования [9].

В классической марксистской трактовке «мир не удовлетворяет человека, и человек своим действием решает изменить его» [4. С. 194—195]. Марксизм учитывает направленность социальной активности, т.е. систему потребностей, интересов, взглядов, идеалов, выступающих в качестве мотивов индивидуального поведения и определяющих специфическое отношение личности к динамике общественного процесса. Объективная закономерность исторического процесса прокладывает себе путь через активные социально-преобразующие действия людей.

Можно выделить четыре основных аспекта социальной активности: экономический, социальный, политический и духовно-идеологический. Важную роль в развитии социальной активности играет политическая система общества. Социальная активность — важнейшее условие интенсификации производства, развертывания научно-технического прогресса, совершенствования общественных отношений и самого человека. Социальной активности противостоит социальная апатия. Рост социальной активности предполагает развитие, поддержку и поощрение лучших человеческих черт и качеств. Социальная активность личности тесно связана с внутренней мотивацией поведения индивида, его устремлениями, потребностями и интересами [3].

С.А. Потапова определяет социальную активность как социально-психологическую, ценностную, профессиональную установку субъекта, реализуемую в его деятельности [6]. В соответствии с данным подходом социальная активность реализуется в мировоззрении и деятельности субъекта, т.е. эти категории соотносятся как целое и части.

В.Г. Мордкович делает важный методологический вывод, согласно которому активность является существенным признаком субъекта, «без активности нет субъекта». Это связано с тем, что при осуществлении навязанной деятельности человек должен быть охарактеризован как «носитель деятельности», т.е. объект, выполняющий чужую волю и не имеющий при этом в ней собственной потребности. Выполнение такой деятельности можно охарактеризовать категорией «социальная пассивность», которая является обратной категории «социальная активность» [5].

Обобщая два последних определения, можно сделать вывод, что движущим фактором социальной активности являются лишь те потребности, удовлетворение которых имеет социальное значение, затрагивает общественные интересы. Однако определение В.Г. Мордковича не кажется нам достаточно универсальным — в той части, где социальная активность соотносится с сознательной, самостоятельной деятельностью. В нашем понимании данное определение верно с позиции психолога, но не всегда может быть использовано в случаях, когда респондентам требуется оценить социальную активность других. Они видят только деятельность людей или группы, но в отличие от возможности оценки собственной мотивации не всегда могут определить, навязана или нет деятельность, которая для них относится к проявлениям социальной активности. Да и потребность — понятие относительное в контексте оценки необходимости совершения определенных действий. Также без возможности определения границ между терминами ставится под вопрос существование оппозиционного понятия «социальной пассивности».

Определение же социологического словаря в противовес вышеприведенным обходит вопрос о «воле» и предлагает представлять социальную активность как «меру», но сужает круг акторов до «работников». Это определение также ограничивает цели только «общественными потребностями». Что же касается сравнения социальной активности с мерой измерения, то оно тоже не кажется нам достаточно обоснованным. Тем не менее в тексте присутствует ценное для исследователя разделение социальной активности на три основных вида — трудовую, общественно-политическую и познавательно-творческую. Также здесь предложена адекватная характеристика противоположности социальной активности и социальной апатии.

Говоря о противопоставляемом социальной активности определении социальной апатии, Е.М. Бабосов описывает ее как состояние личности или социальной группы, характеризующееся полным безразличием, социальной и психологической пассивностью, полной или частичной утратой интереса к социальной действительности, равнодушием к происходящим в ней процессам и явлениям, ослаблением интересов и побуждений к деятельности [1]. Социальная апатия может быть кратковременной или долговременной. В последнем случае она способна переходить в устойчивое свойство личности или группы — апатичность. Чаще всего социальная апатия приобретает широкие масштабы в обществе, где осуществляется подавление прав и свобод человека, а также в условиях социальных кризисов, носящих затяжной характер, как это происходило в конце XX в. в России и других странах СНГ.

Теперь попробуем составить пригодное для наших исследовательских целей «собирательное» определение социальной активности. Социальная активность — это социально-преобразующая деятельность индивида в рамках одной или нескольких сфер общественной жизни (трудовой, политической и (или) познавательно-творческой), которая противостоит социальной апатии. Социальная же апатия понимается как крайняя форма социальной пассивности, характеризующаяся полной или частичной утратой интереса к социальной действительности и отвержением различных форм участия в ней. Структура и виды социальной активности для каждого вида деятельности субъекта будут различаться — социальную активность целесообразно рассматривать только совместно с определенным видом деятельности. При измерении социальной активности, говоря о ее показателях, приходится иметь дело с субъективными оценками, поэтому отсутствует и четкая общепринятая система ее измерения — система показателей будет различной для разных видов деятельности и социальных групп.

Изучение социальной активности в контексте виртуального пространства мы проводили на отечественном сегменте Интернета. Значимым фактом является здесь то, что Россия сегодня занимает второе место в Европе по количеству пользователей Интернета, уступая лишь Германии [2].

Чтобы получить представление о специфике социальной активности в виртуальном пространстве, обратимся к имеющимся данным социологических исследований в этой области. По данным Левада-Центра, 27% россиян выходят в Сеть в основном для поиска нужной информации, 18% используют Интернет для общения, 39% — чтобы найти и послушать музыку, посмотреть фильмы и для иных развлечений, 11% — узнать последние новости и 6% — чтобы разобраться, что происходит в стране и за ее пределами [3]. По данным исследования компании TNS, среднестатистический пользователь Рунета ежедневно проводит в социальных сетях 51 минуту, на порталах поисковых систем — 26 минут, на сайтах знакомств — 15 минут, за онлайн-играми — 10 минут, смотрит видео 9 минут, работает в Сети 7 минут и 5 минут занимается образованием.

Лидерство социальных сетей и других интернет-площадок для общения-онлайн подтверждают данные и другого опроса: 66% респондентов в России ежедневно проводят в них до 1 часа, 11% — 1—2 часа, а 6% — более 2 часов в день.

Аудитория социальной сети «ВКонтакте» превышает 22 млн человек. Конечно, до Facebook (аналогичная интернациональная социальная сеть), где количество только уникальных посетителей в июле 2011 г. составило 162 млн человек, еще далеко, но, в целом, посещаемость социальных сетей русскоязычными пользователями превышает суммарную посещаемость поисковых систем «Яндекс», Google и «Рамблер».

Как видно, довольно большая доля активности в Интернете наблюдается в социальных сетях. Также там осуществляется творческая и познавательная деятельность социального и нередко политического характера. Социальные сети как единый инструмент и площадка служат для быстрой и практически беспрепятственной реализации многих социальных потребностей. Помимо этого, по данным TNS, каждый четвертый ищущий работу в России трудоустраивается, размещая свое резюме на онлайн-порталах — это можно назвать одним из немногих способов проявления социальной активности в трудовой сфере. Стоит упомянуть и другие ее проявления, например, совместные решения задач, оптимизация и организация рабочей деятельности с помощью корпоративных социальных сетей или виртуальных экспертных сообществ, а также некоторые заметные политические события последних лет, организованные посредством социальных сетей.

Ф. Вирин (аналитик, эксперт по интернет-исследованиям и интернет-маркетингу), рассматривая статистику последних лет, утверждает, что будущее Интернета и социальной активности в нем принадлежит мобильным устройствам [2]. В первом полугодии 2011 г., по данным ФОМ и Министерства связи и массовых коммуникаций РФ, Интернетом пользовались 50—57 млн россиян; из них 36 млн — активные пользователи. Темпы развития выхода в Интернет с мобильных устройств в России уже могут конкурировать с проводными сетями. В 2010 г. рынок мобильного Интернета возрос на 18%, а рынок сетевого — всего на 14%. В апреле 2011 г. мобильная веб-аудитория составила 22 млн россиян (это притом, что далеко не все пользователи Интернета через мобильные устройства выбирают специализированный мобильный веб), среди которых большинство пользователей — молодежь в возрасте от 12 до 24 лет.

По данным ВЦИОМ, 70% интернет-пользователей, которые ежедневно выходят во Всемирную паутину — это молодежь в возрасте 18—24 лет. Исследование Фонда «Дружественный Рунет» показало, что 78,1% пользователей в возрасте от 6 до 17 лет часто выходят в Интернет, а 61,3% подростков в возрасте 15—17 лет практически «живут» в Сети.

Говоря об особенностях социальной активности, необходимо рассмотреть специфику самой активной группы населения как в Интернете, так и за его пределами. Рассмотрим основные характеристики молодежи. С возрастной характеристикой тесно связаны многие качества этой группы, например отсутствие у значительной части молодежи «собственного» социального положения. Молодежь характеризуется при этом либо своим «прошлым» статусом, зависящим от социального положения родителей, либо «будущим», связанным с обучением какой-либо профессии.

Специфические особенности молодежи заключаются также в ее социально-психологических свойствах, культурных особенностях, воспитании и др. Характерной чертой молодежи является то, что она находится на стадии формирования жизненных ориентаций, интересов, поиска, овладения социальными ролями. Молодежь вообще и студенческая молодежь как наиболее образованная ее часть потенциально ответственна за сохранение и развитие страны, преемственность истории и культуры. Она играет особую роль в обществе, не замещаемую и не реализуемую никакой другой социально-демографической группой. Из существенной значимости роли студенческой молодежи следует важность ее социальной активности, так как только осуществляя самостоятельную, сознательную деятельность, обусловленную собственными потребностями, можно достичь высокого профессионального и культурного уровня, решать стоящие перед обществом задачи и обеспечить дальнейшее сохранение и эффективное развитие общества. При этом не стоит забывать, что социальная активность студенческой молодежи может вызывать не только позитивные перемены в обществе, но и являться фактором социальной нестабильности.

Аудитория русскоязычного сегмента Интернета постепенно взрослеет: 20% его пользователей — россияне старше 45 лет. Но выводы, которые делает Ф. Вирин, свидетельствуют о том, что в среде Интернета, когда речь идет о «действиях» (например, при обращении с деньгами или принятии важных решений, в вопросах доверия и взаимоотношениях с организациями), большую активность проявляют люди, имеющие большой стаж в виртуальном пространстве. А это значит, что только присоединившиеся к виртуальной среде представители старшего поколения не будут по крайней мере в ближайшем будущем настолько социально активны в ней, как молодежь, которая «дружит» с Сетью с раннего возраста [2].

По данным аналитического обзора исследований, проведенных группой ЦИРКОН [7], молодежь с точки зрения социальной активности сегодня мало отличается от всего населения страны. Однако в первую очередь в исследовании оценивалась социальная активность вне виртуального пространства. Анализ способов общественного участия российской молодежи показал, что в настоящее время молодые люди на практике мало ориентированы на институциональные формы социальной активности (организации и объединения), основные каналы ее общественного участия — это действия, осуществленные частным, индивидуальным образом или же в рамках неформальных групп. В этом плане виртуальное пространство дает больше возможностей и свободы для действий. Это также может быть полезным общественным организациям, например, привлечение молодежи к общественной деятельности не может быть успешным без активной информационной поддержки различных общественных (гражданских) инициатив. Вместе с тем основным источником информации об общественных инициативах некоммерческих организаций на сегодняшний день являются неформальные связи с другими людьми, идеальным представителем пространства которых в век информационных технологий являются виртуальные социальные сети (в то время как традиционные средства массовой информации используются для этих целей

недостаточно активно). Однако целенаправленно потенциал Интернета используется редко, особенно для обращения к молодежной аудитории, которая является на данный момент самой социально активной группой в Интернете.

По нашему мнению, значительный пласт социальной активности в виртуальном пространстве принадлежит познавательной-творческой сфере деятельности, так как специфика виртуального пространства устраняет практически все возможные преграды для реализации себя в ней. В виртуальном пространстве, обладающем такой специфической чертой, как потенциальная анонимность, людям проще реализовывать свои социальные потребности. Это также обеспечивается возможностью не опасаться за последствия действий своего виртуального образа для своего реального социального статуса в случае, когда они не связаны. При благоприятных же последствиях подобная связь может быть установлена.

С учетом вышеизложенного представляется возможным адаптировать ранее предложенное нами определение социальной активности применительно к виртуальному пространству. Социальная активность в Интернете характеризуется социально-преобразующей деятельностью индивидов в рамках одной или нескольких сфер, в первую очередь познавательной-творческой, общественной и политической, что обуславливается спецификой данной области в контексте проявления социальной активности в Интернете. Поскольку в аудитории Интернета преобладает молодежь и удовлетворение потребности в социальной активности зависит от наличия сетевого пользовательского опыта, две последние упомянутые сферы задействуются чаще разово, тогда как творческая и познавательная сферы — с большим постоянством. Реализация личностных потребностей в них благодаря возможностям Интернета практически не ограничивается; в силу его специфики практически отсутствует подавление прав и свобод человека в привычном виде, что, как следует из определения социальной апатии, должно способствовать социальной активности.

Проанализировав различные определения социальной активности, выделив специфику активности пользователей в виртуальном пространстве, а также принципы динамики активности пользователей сети Интернет, мы имеем более полную картину, которая отражает понятие социальной активности с учетом аудитории Интернета. Ценность сделанных выводов обеспечивается актуальностью темы социальной активности в виртуальном пространстве, что обусловлено бурным развитием информационных технологий, когда в виртуальном пространстве появляется все больше возможностей для удовлетворения различных социальных потребностей, в том числе связанных с социальной активностью. Перспективным направлением для дальнейших исследований, по нашему мнению, является изучение связей между социальной активностью в сети Интернет и в повседневной жизни за его пределами, а также анализ влияния социализации личности в виртуальном пространстве на социальную активность индивидов в нем и вне его.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бабосов Е.М.* Политическая культура советского человека // Вопросы теории и жизнь. — М., 1987.

- [2] Видеозапись выступления Федора Вирина на VII Бизнес-форуме «Мир Мобильного Контента 2011». Тема доклада — «mCommerce: тренды, прогнозы». — URL: <http://www.procontent.ru/news/20704.html>
- [3] Данные опроса, проведенного «Левада-Центром» 18—21 марта 2011. — URL: <http://www.levada.ru/press/2011040602.html>
- [4] *Ленин В.И.* Полн. собр. соч. Изд. 5-е. Т. 29. — М.: Политиздат, 1980.
- [5] *Мордкович В.Г.* Социальная активность: некоторые методические проблемы фиксации и измерения // Факторы социальной активности городского населения. — М.: ИСИ АН СССР, 1986.
- [6] *Потапова С.А.* Социальная активность студенческой молодежи современного молодого города (на материалах г. Нижнекамска). — СПб.: Инфо-да, 2005.
- [7] Проект «Социальная активность российской молодежи». Аналитический обзор социологических исследований; версия 1.3 от 17.11.08. — URL: <http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/081117.pdf>
- [8] Социальная активность // Социологический словарь. — URL: <http://mirslovari.com>
- [9] Социальная активность // Философский словарь. — URL: <http://mirslovari.com>

SOCIAL ACTIVITY IN THE INTERNET

M.D. Zavgorodniy

Sociology Chair

Peoples' Friendship University of Russia

Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198

The article reviews the definitions of social activity, existing in the scientific literature, and the author attempts to formulate his own definition so that subsequently, having described the specific nature of the virtual space on the basis of the latest studies of its Russian segment, it would be possible to propose a variant of the definition of social activity suitable for the analysis of the phenomena of interaction and communication in the Internet computer network.

Key words: social activity, virtual space, the Internet, computerization, young people.