

Социальное самоопределение студенческой молодежи в условиях интернет-культуры (на примере Кировской области)

Ведерникова Майя Рудольфовна

Студент

*Вятский государственный гуманитарный университет, Социально-гуманитарный ,
Киров, Россия*

E-mail: www.fufayka@mail.ru

В жизни студенческой молодежи интернет имеет особенно важное значение. Молодежь представляет собой особую категорию населения, спецификой которой в силу возраста и социального положения, является потребность личностного, профессионального и социального самоопределения. Именно в этот период молодые люди делают серьезный выбор своего жизненного пути: активно решают вопросы образования, трудоустройства, брачно-семейных отношений.

Анализ результатов исследований позволил увидеть, что молодежь в интернете распадается на несколько сегментов: «умники», «масса», «новые бедные» [2].

«Умники» – группа, обладающая большим объемом ресурсов, как реальных, так и потенциальных. Они явно руководствуются современными инновационными ценностями. Группа активно осваивает новые технологии, отличается обильным потреблением, которое носит обдуманый характер. Самый большой сегмент – «масса» молодежи состоит из самой обычной молодежи. Это интернетное большинство, характеризующееся отсутствием четких ценностных позиций. Это группа тех, кто не имеет устоявшегося мнения, но активно стремится быть «как кто-то». В зависимости от обстоятельств, представители этой группы вполне могут дрейфовать в остальные «крайние» типы. Последний выделенный сегмент – представители социальных низов – названы «новыми бедными». Они ориентированы на традиционные ценности, обладают небольшим объемом ресурсов и социального потенциала. Эта группа максимально целостна и гомогенна. Почти никто из представителей данной группы не пользуется интернетом.

Представленные группы кардинально отличаются друг от друга по социально-демографическим характеристикам, по стилю жизни, медийным и потребительским предпочтениям, по специфике использования интернета.

Теоретической базой исследования социального самоопределения молодежи является статья исследователей Ж. М. Грищенко и В. А. Поликарпова «Самоопределение молодежи в условиях перестройки», в которой авторы выделяют 4 группы молодежи, выделяемые по отношению личности к сфере социальной жизнедеятельности, процедурно выступившие как основание классификации респондентов свойства, интегрирующие индивидов в реальные социальные общности. Эти смысловые позиции авторы называют «моделями самореализации»[1]. «Нигилистская модель» характеризуется разочарованием в вузе, негативной установкой на приобретение профессионального мастерства, безразличием к будущей работе, негативной установкой на авторитет в студенческой группе. «Нигилистам» важна свобода выбора, которая понимается ими, как свобода творчества, часто поддерживают неформальные группы, нигилисты сознательно идут на потерю социальной защищенности. «Карьеристская модель», ее смысловая определенность – добиться успехов в обществе, имеют установку работать по

специальности, отрицательно относятся к бесконтрольной свободе выбора, могут быть агрессивны по отношению к неформальным объединениям, в числе приоритетных признаков «наладить нужные связи». «**Модель потребительская**», данную модель можно отнести к разряду «обывателей», не вкладывая в термин отрицательное значение. Отличают такие признаки, как стремление создать семью, хорошее времяпровождение, удовлетворенность вузом. Группа чаще всего социально пассивна, хотя и играет известную роль в обеспечении нормального функционирования общества. «**Перспективная модель**», одной из главных установок является создание крепкой благополучной семьи. Они ориентированы на освоение профессионального мастерства. Очень важна для них качественная организация быта. Группа положительно относится к общественной работе, к авторитету в студенческой группе. В целом группу можно характеризовать как «быть полезным людям».

В нашем исследовании мы попробовали соотнести модели самоопределения в обществе, предложенные Грищенко и Поликарповым с современными категориями интернет-пользователей, выявить существующую между ними взаимосвязь. Основа эмпирического исследования – метод анкетного опроса. Опрос проводился в трех наиболее крупных вузах города Кирова – Вятский государственный гуманитарный университет, Вятская государственная сельскохозяйственная академия, Вятский государственный университет. В анкетировании приняли участие 403 студента разного профиля, очной формы обучения.

В ходе исследования были выявлены следующие условия интернет-культуры:

1. Доступ к интернету – большая часть студентов имеет возможность пользоваться интернетом (97,5

2. Коммуникационная активность – большая часть студентов активно общается в интернете, самыми распространенными средствами общения являются социальные сети и ICQ.

3. Экономическая активность – большая часть вятского студенчества экономически пассивна в интернете, так как около 80% в интернете.

4. Информационная активность – для студентов в первую очередь интернет – источник материалов для учебы и работы (более 50

5. Мультимедийно-развлекательная активность – наиболее часто в интернете студенты просматривают/прослушивают фото/аудио/видео ресурсы.

6. Приверженность ценностям – Кировских студентов можно считать приверженцами традиционных ценностей, таких как «уверенность» и «стабильность».

Также были выявлены особенности социального самоопределения студенческой молодежи в Кировской области:

· Большинство вятских студентов удовлетворены качеством образования, предоставляемого им в их вузах (почти 90

· Так же большинство студентов – практически 80% – работают по получаемой сейчас специальности.

· 72,8% академических группах позицию «друг/помощник».

· Большая часть вятских студентов равнодушна к неформальным группам (субкультурным объединениям) (практически 70

· Среди жизненных приоритетов студенты выделяют – семью (77,5%) организацию быта (53,5%) (65

· Характеризуя сущность своей жизни, лидирующим, оказывается – «Хочу быть полезен обществу» – 39,6

Если говорить о влиянии интернет-культуры на социальное самоопределение молодежи, то явных взаимосвязей в результате исследования не выявлено, поэтому гипотеза о том, что, чем выше уровень интернет-культуры личности, тем больше вероятность проявления нигилистского и потребительского типа социального самоопределения не подтвердилась. Возможно, это связано с тем, что в исследовании приняли участие не равное количество респондентов с разными типами интернет-пользователей. Сравнивая общероссийские данные по молодежной ситуации в интернете с полученными данными в нашей области, хочется отметить, что в Кировской области ситуация имеет положительные тенденции.

Все приведенные выше данные свидетельствуют об одном тренде. Молодежь активно осваивает возможности Всемирной паутины и по-разному самоопределяется в обществе. Необходимо понимать при этом, что разные группы молодежи отличаются друг от друга по своему поведению, интересам, ценностным ориентациям, психографическим и социально-демографическим профилям, к каждой из них нужен свой подход, набор мотиваций и «ключей», что нельзя не учитывать при разработке и реализации государственной молодежной политики в России.

Литература

1. Грищенко, Ж. М., Поликарпов, В. А. Самоопределение молодежи в условиях перестройки [Текст] / Ж. М. Грищенко, В. А. Поликарпов // СОЦИС. – 1990. – № 7. – С. 94-96.
2. Чистов Д. М. Ежегодный отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Интернет в России: тенденции и перспективы развития» [Текст] / Под общей ред. Д. М. Чистова, К. Р. – М: ФГУП Издательство «Известия», 2010. – 78 с. ISBN 978-5-904427-08-5