

УДК 316.654:004.738

UDC 316.654:004.738

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:
СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ
И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
НАСЕЛЕНИЕМ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**SOCIAL NETWORKS:
SPECIFICITY OF PERCEPTION
AND USE BY THE
POPULATION
OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

С. В. Хамутовская,

*кандидат социологических наук, доцент,
заведующий отделом социологии
государственного управления Института
социологии НАН Беларуси*

S. Khamutouskaya,

*PhD in Sociology, Associate Professor,
Head of the Department of Sociology,
Institute of Sociology, National
Academy of Sciences of Belarus*

Поступила в редакцию 16.03.2023.

Received on 16.03.2023.

В статье содержится анализ специфики восприятия и использования социальных сетей населением Республики Беларусь как средства, позволяющего значительно расширить возможности и изменить качество коммуникативного взаимодействия социальных субъектов в условиях цифровой трансформации различных сфер жизнедеятельности (социальной, политической, экономической, духовной). В зависимости от социально-демографических характеристик населения нашей страны выявляются наиболее востребованные для общения социальные сети. Подчеркивается, что последние способны эффективно выполнять информационную и социализирующую функции, особенно в отношении молодежи. Охарактеризована роль социальных сетей в организации и осуществлении взаимодействия граждан с общественными и политическими институтами (политическими партиями, общественными организациями, движениями и т. п.), органами государственной власти и управления. Определен уровень информированности жителей Республики Беларусь о таком негативном последствии широкого распространения социальных сетей, как сетевая зависимость.

Ключевые слова: цифровая трансформация общества, социальные сети, взаимодействие социальных субъектов (граждан, социальных групп, общественных и политических институтов, органов государственной власти и управления).

The article analyzes the specifics of perception and use of social networks by the population of the Republic of Belarus as a means to significantly expand the opportunities and change the quality of communicative interaction of social subjects in the conditions of digital transformation of various spheres of life (social, political, economic, spiritual). Depending on the socio-demographic characteristics of the population of our country, the most popular social networks for communication are identified. It is emphasized that the latter are able to effectively perform informational and socializing functions, especially in relation to young people. The role of social networks in the organization and implementation of interaction of citizens with public and political institutions (political parties, public organizations, movements, etc.), public authorities and government bodies is characterized. The level of awareness of the residents of the Republic of Belarus about such a negative consequence of the widespread use of social networks as network addiction has been determined.

Keywords: digital transformation of society, social networks, interaction of social subjects (citizens, social groups, public and political institutes, state power and government bodies).

В условиях активного осуществления цифровой трансформации во всех сферах жизнедеятельности людей в течение нескольких последних десятилетий особое значение приобретает развитие социальных сетей как средства, позволяющего существенно расширить возможности и изменить качество коммуникативного взаимодействия различных социальных субъектов (граждан, социальных групп и общностей, организаций и т. п.). Сквозь призму социологического измерения социальные сети могут рассматриваться как «множество акторов (социальных

объектов) и определенное на нем множество отношений» [1]. Не имея территориальных ограничений, социальные сети являются важным каналом социализации и поддержки разного рода социальных связей между людьми. В рамках новой социальной реальности сети начинают осмысливаться «и как способ бытия и сознания человека (группы людей, общества, мира), и как самопорождение человека, в том числе на ментальном и духовном уровнях» [2, с. 52]. Пользователь социальных сетей самостоятельно принимает решение, «какую информацию публику-

вать и как ее преподнести, а какую скрывать, что позволяет формировать некий идеальный образ себя. Таким образом, строится особый виртуальный мир, со своими правилами и ценностями. Возникает вероятность того, что этот мир станет для человека более важным, а реальная жизнь отойдет на второе место и будет зависеть от первого» [3, с. 93]. В связи с вышеизложенным представляется актуальным выявить специфику восприятия и использования социальных сетей населением Республики Беларусь.

Согласно результатам социологического исследования, проведенного Институтом социологии Национальной академии наук (НАН) Беларуси в августе-сентябре 2022 г. (исследование осуществлялось в пределах республики; объем выборки, необходимый для достижения целей исследования, составил 1848 респондентов), 70,7 % респондентов обозначили, что у них дома есть компьютер/ноутбук/планшет, 91,1 % – мобильный телефон/смартфон, 48,5 % – отдельное устройство, обеспечивающее выход в Интернет (модем, ADSL-модем). Подавляющее большинство опрошенных – 73,4 % – сказали о том, что они пользовались Интернетом практически каждый день, 7,9 % – не реже 1-2 раз в неделю, 1,9 % – не реже 1 раза в месяц, всего 1 % – несколько раз в год; 13,2 % – отметили, что они не применяли Интернет никогда.

В свою очередь, 58,9 % респондентов указали на то, что за последнее время (на момент опроса) они общались в Интернете именно в социальных сетях. «Опередили» социальные сети только мессенджеры (Viber, WhatsApp и др.): их с этой целью применяли 66,8 % респондентов. Кроме того, были названы: электронная почта (25,7 %); форумы, чаты (15,2 %); интернет-телефония (Skype) (13 %); блоги, дневники (3,6 %). Распределение ответов опрошенных на вопрос: «Какими социальными сетями/мессенджерами Вы пользуетесь?» – по отношению к социальным сетям имело следующий вид (по мере убывания): «ВКонтакте» (40,5 %); Instagram (40,3 %); «Одноклассники» (37,8 %); TikTok (30,9 %); Facebook (17,7 %); Twitter (5 %); LinkedIn (2,2 %).

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

В зависимости от социально-демографических характеристик более часто обращались к социальным сетям женщины (61,9 %),

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

Среди женщин в августе-сентябре 2022 г. примерно в одинаковой степени были наиболее востребованы такие социальные сети, как Instagram (45,8 %), «Одноклассники» (42,8 %) и «ВКонтакте» (41 %), среди мужчин лидировала сеть «ВКонтакте» (39,8 %). Учащиеся и студенты чаще всего отдавали предпочтение таким социальным сетям, как «ВКонтакте» (88,7 %), Instagram (79,2 %) и TikTok (77,4 %); работающие респонденты (за исключением работающих пенсионеров) – Instagram (49,5 %) и «ВКонтакте» (48,2 %); неработающие пенсионеры, инвалиды – «Одноклассники» (22,2 %); временно неработающие (безработные, находящиеся в декретном отпуске, домохозяйки) – «ВКонтакте» (54,3 %), Instagram (49,6 %) и «Одноклассники» (45,7 %). Среди работающих пенсионеров примерно в равной степени были востребованы почти все социальные сети («ВКонтакте», Instagram, «Одноклассники», TikTok, Facebook). Также следует отметить, что, вероятно, вследствие отсутствия необходимости работающие и неработающие пенсионеры, а также инвалиды не использовали такие социальные сети, как Twitter (0 %) и LinkedIn (0 %). Известно, что Twitter имеет специфический формат, предполагающий применение ограниченного количества символов для сообщений, а LinkedIn является сетью для установления профессиональных (деловых) контактов, поиска вакансий и т. п. В возрастных группах до 30 лет и от 30 до 49 лет наибольшим спросом для коммуникации в интернет-пространстве пользовались социальные сети Instagram (соответственно,

их предпочитали 76,5 % и 52,3 % представителей названных групп) и «ВКонтакте» (соответственно, их предпочитали 76,2 % и 50,9 % представителей названных групп), в возрастной группе от 50 лет и старше – сеть «Одноклассники» (34 %). Опрошенные с высшим образованием чаще всего выбирали для общения в Интернете сеть Instagram (49,6 %); с профессионально-техническим и средним специальным – «ВКонтакте» (42,7 %), «Одноклассники» (41,3 %) и Instagram (38,5 %); со средним общим (11 классов) – «ВКонтакте» (37,8 %), «Одноклассники» (34,7 %), Instagram (33,2 %) и TikTok (30,6 %); с базовым (до 9 классов) – «ВКонтакте» и «Одноклассники» (по 27,5 %), Instagram (24,6 %) Facebook (13 %) и TikTok (20,3 %).

Кроме того, в ходе проведенного социологического исследования было выявлено, что для части населения Республики Беларусь социальные сети являются одним из источников получения различного рода информации. Особенно важным представляется то, что молодежь до 30 лет может найти в социальных сетях сведения патриотического характера (об истории Беларуси, о работе Белорусского республиканского союза молодежи (БРСМ) и т. п.) (рисунок 1).

Как показали результаты социологического исследования, проведенного Институ-

том социологии НАН Беларуси ранее – в июле 2020 г. (исследование осуществлялось в пределах республики; объем выборки, необходимый для достижения целей исследования, составил 2099 респондентов), – часть белорусов, помимо коммуникации и получения информации, использовала социальные сети для иных целей, в частности для:

- участия в обсуждении социальных, экономических, политических вопросов, проблем (7,8 %);
- выражения своих политических взглядов (7,7 %);
- участия в опросах общественного мнения по политическим темам (3,7 %);
- отслеживания работы политических партий, общественных организаций, движений (3,2 %);
- отслеживания работы органов государственной власти и управления (3,1 %);
- предложения своих инициатив на специальных интернет-площадках (например, поправок в законопроекты, программы социального развития) (1,5 %);
- взаимодействия с общественными организациями, движениями (1,5 %);
- взаимодействия с политическими партиями (1 %).

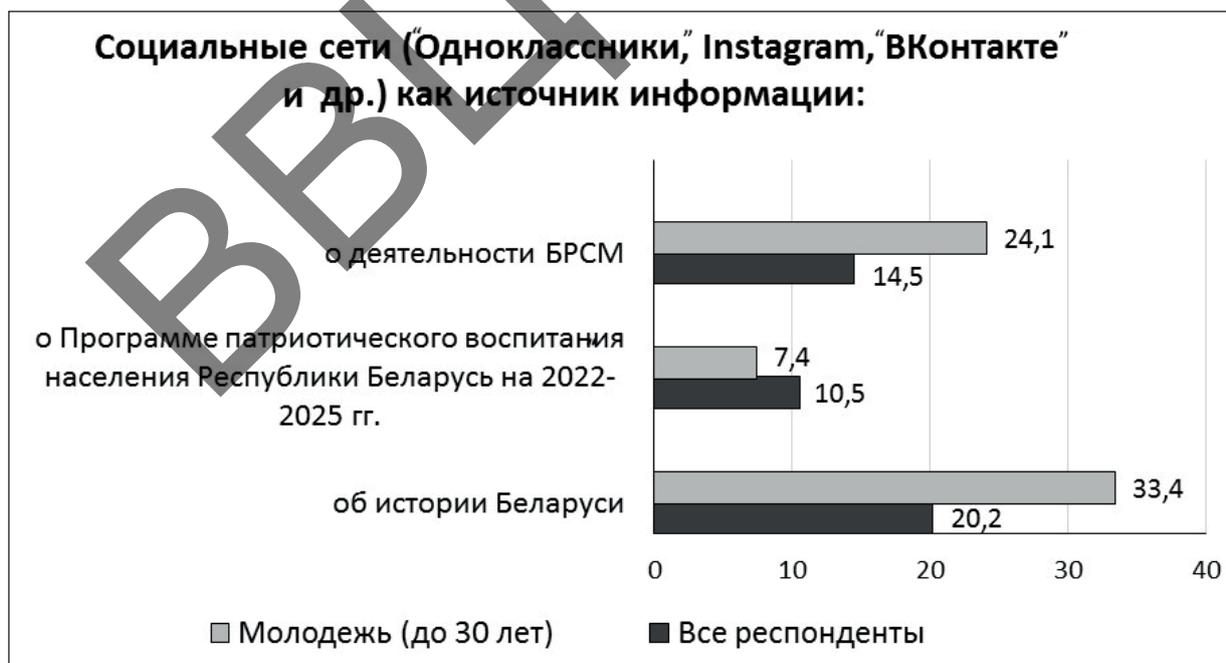


Рисунок 1 – Социальные сети как источник информации для респондентов о деятельности БРСМ, Программе патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 гг., об истории Беларуси; август-сентябрь 2022 г.; в % от опрошенных

При этом следует отметить, что государственные органы для коммуникации с общественностью и реализации на практике механизма «обратной связи» с населением, стремятся иметь представительство в социальных сетях. Согласно Закону Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» [4], «государственные органы, общественные объединения, должностные лица обязаны предоставлять гражданам Республики Беларусь возможность ознакомления с информацией, затрагивающей их права и законные интересы, в порядке, установленном настоящим Законом и иными актами законодательства» [4] (пункт 2 статьи 6). Одним из способов распространения и/или предоставления государственными органами общедоступной информации является размещение последней «на интернет-сайтах или других государственных информационных ресурсах глобальной компьютерной сети Интернет» [5] (пункт 1 статьи 22 закона Республики Беларусь «О средствах массовой информации» [5]). Таким образом, посредством социальных сетей государственные органы могут распространять общедоступную информацию в порядке и на основаниях, предусмотренных для средств массовой информации. По данным, представленным директором Научно-исследовательского института теории и практики государственного управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь (НИИ ТПГУ) А. Гордейчиком на семинаре-учебе «Социальные сети как фактор информационной политики «Белой Руси» [6] (7 июля 2021 г., г. Минск) «О результатах анализа представленности 40 государственных органов в социальных сетях, мессенджерах и на видеохостингах по 17-ти критериям, разработанным в НИИ ТПГУ с учетом нормативных документов» [6], «по состоянию на 1 июня 2021 г. общее количество зарегистрированных аккаунтов 40 государственных органов в социальных сетях и мессенджерах составило 132» [6]. Наибольшей активностью в социальных сетях отличались Министерство информации Республики Беларусь и Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [6]. В наибольшей степени государственные органы были представлены в сети Facebook (34 из 40), мессенджере Telegram (17 из 40), в наименьшей – в мессенджере Viber и в сети TikTok (по одному министерству) [6].

В некоторых странах законодательство обязывает государственные органы создавать официальные страницы в социальных сетях для опубликования там актуальной информации. К примеру, в Российской Федерации в 2022 г. вступил в силу закон, согласно которому государственные органы, органы местного самоуправления, подведомственные организации, а также суды должны иметь свои страницы в таких социальных сетях, как «ВКонтакте» и «Одноклассники», так как последние в наибольшей степени востребованы населением, в том числе как источник информации. Подобные официальные страницы предназначены для повышения транспарентности работы государственных органов, размещения общедоступных полных и достоверных сведений в понятной для граждан форме в оперативном режиме, комментариев по наиболее значимым вопросам, соответствующих контактных данных [7]. Кроме того, в 2022 г. в России социальная сеть «ВКонтакте» была признана социально значимым ресурсом, доступ к которому операторам связи следует обеспечивать своим абонентам даже при нулевом балансе на их счету. При формировании перечня социально значимых ресурсов, помимо соблюдения прочих критериев, социальным сетям необходимо было иметь, во-первых, дневную активную аудиторию свыше пяти миллионов пользователей, а во-вторых, не менее пяти тысяч страниц органов власти и государственных средств массовой информации. По состоянию на 28 января 2022 г. месячная аудитория вышеназванной сети составляла в России около семидесяти миллионов человек, включала в себя свыше тридцати пяти тысяч официально зарегистрированных страниц органов государственной власти [8].

Помимо позитивных последствий широкого распространения социальных сетей, могут возникать и негативные, к наиболее известным из которых относится сетевая зависимость, которая в наиболее обобщенном виде проявляется в желании человека проводить избыточное количество времени в социальных сетях, подменять объективно существующую реальность виртуальной, анонимно «примерять на себя» различные виды идентичностей и т. п. Более половины опрошенных белорусов в августе-сентябре 2022 г. – 64,9 % – сказали о том, что они знают, что такое сетевая зависимость, 18,6 % – что-то слышали об этом. Всего 10 % респон-

дентов признались, что ничего не знают о подобном явлении, 5,7 % – затруднились ответить. При этом вызывает оптимизм тот факт, что люди, принадлежащие к различным возрастным категориям, в целом, имели представление о сетевой зависимости:

- среди молодежи в возрасте до 30 лет знали о сетевой зависимости 86,2 % респондентов, 9,3 % – что-то слышали об этом, всего 2,3 % – не знали;
- в возрастной группе от 30 до 49 лет 74,5 % респондентов были осведомлены о существовании сетевой зависимости, что на 11,7 процентных пунктов меньше, чем в предшествующей группе, 17,1 % – что-то слышали об этом, 5 % – не знали;
- в возрастной группе от 50 лет и старше 48,2 % знали о сетевой зависимости, что на 38 процентных пунктов меньше, чем среди молодежи и на 26,3 – чем среди граждан от 30 до 49 лет. Что-то слышали об этом 23,4 % респондентов из данной возрастной группы, ничего не знали 17 %.

Интересно и то, что 48,2 % опрошенных, по их собственному мнению, не испытывали чувства усталости от большого количества информации, в том числе получаемой из социальных сетей, которое встречается в их жизни, 34,5 % – наоборот, 15,3 % – ответить затруднились.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что в августе-сентябре 2022 г. среди жителей Республики Беларусь социальные сети были востребованы в большей степени как средство для общения в Интернете, в меньшей – как источник информации. При этом использование социальных сетей в таком качестве имело определенную специфику, обусловленную социально-демографическими характеристиками. Кроме того, можно сделать выводы о том, что, во-первых, наибольшей популярностью на момент опроса, как и несколько лет назад (к примеру, по данным социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2018 г. [9]), пользовалась социальная сеть «ВКонтакте», во-вторых, социальные сети в целом выполняли такие важные функции (особенно по отношению к молодежи), как коммуникационная, информационная, социализирующая, а в-третьих, все группы населения Беларуси в большей или меньшей степени обращались к социальным сетям, что свидетельствует о повышении уровня сетевизации социальных и политических процессов, возрастании социальной значимости информационно-коммуникационных технологий в повседневных коммуникативных практиках граждан.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сивуха, С. В. Социальная сеть [Электронный ресурс] / С. В. Сивуха // Социология: Энциклопедия / изд.: Книжный дом ; сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Минск, 2003. – Режим доступа : <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociological/articles/195/socialnaya-set.htm>. – Дата доступа: 09.02.2023.
2. Шенцева, Е. А. Сетевой подход: истоки и перспективы / Е. А. Шенцева // Идеи и идеалы. – 2012. – № 2(12). – С. 48–57.
3. Сушко, В. А. Концепции социальных сетей в современных социологических теориях / В. А. Сушко // Социология. – 2019. – № 1. – С. 92–100.
4. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 нояб. 2008 г. 455-З : с изм. и доп. от 12 окт. 2022 г. № 209-З. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455>. – Дата доступа: 27.02.2023.
5. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 17 июля 2008 г. № 90-З : в ред. от 8 июля 2008 г. № 427-З: с изм. и доп. от 14 окт 2022 г. № 213-З. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.

REFERENCES

1. Sivuha, S. V. Social'naya set' [Elektronnyj resurs] / S. V. Sivuha // Sociologiya: Enciklopediya / izd.: Knizhnyj dom ; sost. A. A. Gricanov, V. L. Abushenko, G. M. Evel'kin, G. N. Sokolova, O. V. Tereshchenko. – Minsk, 2003. – Rezhim dostupa : <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociological/articles/195/socialnaya-set.htm>. – Data dostupa: 09.02.2023.
2. Shenceva, E. A. Setevoy podhod: istoki i perspektivy / E. A. Shenceva // Idei i idealy. – 2012. – № 2(12). – S. 48–57.
3. Sushko, V. A. Konceptcii social'nyh setej v sovremennyh sociologicheskikh teoriyah / V. A. Sushko // Sociologiya. – 2019. – № 1. – S. 92–100.
4. Ob informacii, informatizacii i zashchite informacii [Elektronnyj resurs] : Zakon Resp. Belarus' ot 10 noyab. 2008 g. 455-Z : s izm. i dop. ot 12 okt. 2022 g. № 209-Z. // Nacional'nyj pravovoj Internet-portal Respubliki Belarus'. – Rezhim dostupa: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455>. – Data dostupa: 27.02.2023.
5. O sredstvakh massovoj informacii [Elektronnyj resurs] : Zakon Resp. Belarus' ot 17 iyulya 2008 g. № 90-Z : v red. ot 8 iyulya 2008 g. № 427-Z: s izm. i dop. ot 14 okt 2022 g. № 213-Z. // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.

6. Представитель Академии управления принял участие в семинаре-учебе «Социальные сети как фактор информационной политики «Белой Руси» [Электронный ресурс] // Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.pac.by/press-center/news/predstavitel-akademii-upravleniya-prinyal-uchastie-v-seminare-uchebe-sotsialnye-seti-kak-faktor-info/>. – Дата доступа: 27.02.2023.
7. В России вступил в силу закон об обязанности госорганов вести страницы в соцсетях [Электронный ресурс] // ТАСС. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/16469577>. – Дата доступа: 13.02.2023.
8. Некрасова, Е. Соцсеть «ВКонтакте» включена в список социально значимых ресурсов [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Российской газеты». – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/01/28/socset-vkontakte-vkliuchena-v-spisok-socialno-znachimyh-resurov.html>. – Дата доступа: 13.02.2023.
9. «ВКонтакте» стал самой популярной соцсетью в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socio.bas-net.by/vkontakte-stal-samoj-populyarnoj-sotssetyu-v-belarusi/>. – Дата доступа: 13.02.2023.
6. Predstavitel' Akademii upravleniya prinyal uchastie v seminare-uchebe «Social'nye seti kak faktor informacionnoj politiki «Beloj Rusi» [Elektronnyj resurs] // Akademiya upravleniya pri Prezidente Respubliki Belarus'. – Rezhim dostupa: <https://www.pac.by/press-center/news/predstavitel-akademii-upravleniya-prinyal-uchastie-v-seminare-uchebe-sotsialnye-seti-kak-faktor-info/>. – Data dostupa: 27.02.2023.
7. V Rossii vstupil v silu zakon ob obyazannosti gosorganov vesti stranicy v socsetyah [Elektronnyj resurs] // TASS. – Rezhim dostupa: <https://tass.ru/obschestvo/16469577>. – Data dostupa: 13.02.2023.
8. Nekrasova, E. Socset' «VKontakte» vklyuchena v spisok social'no znachimyh resursov [Elektronnyj resurs] // Internet-portal «Rossijskoj gazety». – Rezhim dostupa: <https://rg.ru/2022/01/28/socset-vkontakte-vkliuchena-v-spisok-socialno-znachimyh-resursov.html>. – Data dostupa: 13.02.2023.
9. «VKontakte» stal samoj populyarnoj socset'yu v Belarusi [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://socio.bas-net.by/vkontakte-stal-samoj-populyarnoj-sotssetyu-v-belarusi/>. – Data dostupa: 13.02.2023.