

Сучасні соціальні практики студентів НТУ «ХПІ» в соціальних мережах, або Чи існує життя в соціальних мережах?

#10 от 17.06.2021

Соціальні мережі з'явилися відносно недавно, але вже встигли зайняти значну частину в житті людей, передусім молодих. Число постійних користувачів з кожним роком зростає, і більшу частину власників акаунтів в соціальних мережах, за даними досліджень українських соціологічних компаній і статистик інтернет компаній, становить молодь.

Дуже цікавою була доповідь Надії Вецу, студентки 4 курсу факультету соціально-гуманітарних технологій, яка обговорювалася на щорічній науково-теоретичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Молодіжний соціологічний форум НТУ «ХПІ». Вона відбувається вже вшосте на кафедрі соціології й публічного управління, яка цього року проходила в онлайн форматі. Темою соціологічного дослідження Надії, яке вона виконала під керівництвом професора М.В. Бірюкової, були згадані в назві статті соціальні практики студентів НТУ «ХПІ» в соціальних мережах.

Перш за все – спілкування!



Соціальні медіа побудовані не тільки на принципі взаємодії користувачів між собою, але і на основі створення і перетворення інформаційного контенту, розвитку діалогу і формування громадських норм і думки. Можливість користувачів приєднуватися до комунікативного процесу на будь-якому його етапі створює неконтрольоване поширення і обмін інформацією. Таким чином користувачі задовольняють свою потребу в подіях, в отриманні нових вражень. На сьогоднішній день тільки невелика частина студентської молоді не є користувачами соціальних мереж. Спілкування в Інтернеті стає повсякденним, все більше набуває рис ритуальності, користувачі постійно шукають в житті те, що можна викласти в соціальних мережах, як підписати фотографію. Постійне вишукування вільної хвилини або відволікання від роботи і навчання, щоб перевірити оновлення стрічки. Щодня молодь все більше часу витрачає в мережі, але мало хто з них розуміє, що могли б використати цей час більш продуктивно.

Заробляти? А чому б ні?

Крім спілкування і обміну новинами соціальні мережі дають можливість заробляти. Ведення комерційної діяльності на своєму акаунті можливе на різних майданчиках, таких як Instagram, TikTok, YouTube, FaceBook. Це штовхає сучасну студентську молодь на постійні пошуки в житті того, що допоможе залучити підписників і збільшити їх активність, зробити блог цікавим. А все це, в свою чергу, може зробити блог справжнім джерелом доходу. У деяких випадках для активності і популяризації свого акаунта в соціальних мережах молодь все частіше застосовує хайп. Простими словами це галас або раптова популярність, яку повсюдно обговорюють як в Інтернеті, так і в житті. Останнім часом дуже популярною розвагою стало навмисне створення скандалу і фіксація його наслідків на фото і відео. Адже потім можна зробити скандал публічним. Але іноді невміле використання хайпа може перекреслити всю працю людини, вкладену в блог.

Реалізувати себе і щохвилини дізнаватися про щось нове!

Студентська молодь використовує соціальні мережі для організації масових заходів, створення співтовариств за інтересами, для самовираження та відволікання від сірих буднів. Спілкування в Інтернеті також дає можливість відпрацьовувати навички спілкування іноземними мовами і вільного вираження своїх думок.

Таким чином можна сказати, що соціальні мережі на сьогоднішній день мають великий потенціал для самореалізації, застосування творчих здібностей, є відмінною платформою для реклами і різних способів заробітку. Так само соціальні мережі є прекрасним майданчиком не тільки для спілкування, а й вивчення чогось нового.

Дослідження показало що:

Всі студенти НТУ «ХПІ», хто більше, хто менше, проводять свій час в соціальних мережах, спілкуються, розважаються, інформують співтовариство та «світ» про цікаві події власного життя, іноді навчаються та хайпують.

Найчастіше респонденти використовують такі онлайн-платформи як Telegram, Instagram та YouTube. Найменш популярними виявились Snapchat, WhatsApp, Twitter, LinkedIn та відносно недавно запущена соціальна мережа Clubhouse.

Серед факторів, що впливають на повсякденну комунікацію студентів у соціальній мережі, слід виділити спілкування з друзями – це є причиною користування соціальними мережами майже для всіх опитаних студентів. Розмови з родичами та перегляд відео теж дуже поширені практики серед респондентів. Менш популярними спрямуваннями виявились такі, як ведення та просування власного блогу, а також існування в мережі як можливість «піти» від реального світу.

Більше половини опитаних студентів щодня перевіряють оновлення стрічки в соціальних мережах, переглядають Stories, відправляють друзям цікаві публікації, які побачили в стрічці або в пабліках, перевіряють новини в співтовариствах та лайкають й дізлайкають пости.

Дівчата люблять лайки й ігнорують дізлайки

Результати показали, що хлопці менше ніж дівчата турбуються про кількість лайків, коментарів та підписників в соціальних мережах. Хоча різниця між інтересами дівчат і хлопців не дуже велика, але вона все ж є.

Повсякденним життям у соціальних мережах студенти найчастіше діляться тому, що просто

без причини хочуть щось викласти на власному акаунті. Менше за все вони це роблять з метою привернути до себе увагу або збільшити активність у профілі.

Під час карантину через COVID–19 звички студентів не набули особливих змін. Лише чверть студентів стали більше часу проводити в соціальних мережах. Сучасна студентська молодь також практично не стежить за трендами в соціальних мережах, вони не публікують в трендах фото й відео та не беруть участі у челенджах.

Результати дослідження показали, що негативні наслідки використання онлайн-платформ, такі як вплив соціальних мереж на реальне життя, кібербулінг та негативні наслідки хайпа, турбують дівчат більше ніж хлопців.

Шопінг, навчання й робота, хобі...

Студенти із забезпечених родин найчастіше викладають у мережі такі факти повсякденного життя, як робота, шопінг та процедури догляду за собою. Студенти з родин з доходом, нижчим за середній, частіше діляться в соціальних мережах інформацією про навчання та роботу. Студенти з середнім рівнем забезпеченості повідомляють у мережі про відвідування розважальних закладів, про різні випадки з життя та хобі. Студенти з рівнем забезпеченості, вищим за середній, теж викладають в соціальних мережах різні випадки з життя, хобі та ще ігри з домашніми вихованцями.

З усіх опитаних студентів НТУ «ХПІ» лише 16% вказали, що використовували свої акаунти в соціальних мережах з метою заробітку. Більше всього це прагнуть зробити респонденти, які до вступу до університету жили в селищі міського типу та респонденти з обласних центрів, інших студентів це не дуже цікавить.

Найпопулярніший спосіб монетизації акаунтів серед студентської молоді – це дистанційне надання послуг, наприклад, консультації або репетиторство. Особливу актуальність це набуло під час карантину через пандемію COVID–19, коли особисті зустрічі були замінені Інтернетом і соціальними мережами для більшої безпеки. Просування чужих акаунтів та маркетинг в соціальних мережах (SMM) менш популярний серед опитаних студентів. А ось копірайтингом майже ніхто не займається.

Змінюється світ, у ньому переплітаються реальні й віртуальні практики. Соціальні мережі все частіше й активніше супроводять та ілюструють життя студентів, але ніщо не замінить реального спілкування навіть в умовах карантину.

На знімку (зліва направо): завідувач кафедри професор Володимир Мороз, студенти 4 курсу, учасники конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Молодіжний соціологічний форум НТУ «ХПІ» Надія Вецу та Андрій Прокопенко.