

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЕЖИ И ОБРАЗОВАНИЯ

DOI: 10.24290/1029-3736-2021-27-1-173-187

СЕТЕВОЕ ПОКОЛЕНИЕ РАСТЕТ ИЛИ ВЗРОСЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В.А. Сушко, канд. социол. наук, доц., доц. кафедры методологии социологических исследований социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1 стр. 33, Москва, Российская Федерация, 119234*

Г.Б. Прончев, канд. физ.-мат. наук, доц., доц. кафедры методологии социологических исследований социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1 стр. 33, Москва, Российская Федерация, 119234**

В статье анализируются процессы, происходящие в молодежной среде в контексте цифровизации общества. Обсуждается роль социальных сетей. С момента своего возникновения сетевой анализ формировался как междисциплинарное направление, в котором объединяют свои усилия психологи, социологи, специалисты по коммуникациям, антропологи, математики и статистики. Социальная сеть как способ организации социального знания требует особого методологического подхода, отличного от традиционных методов анализа социологической информации. “Цифровые привычки” существенным образом влияют на поведение молодежи, изменяют “традиционный” уклад жизни. Статья представляет интерес для специалистов, занимающихся проблемами социологии молодежи, социологии глобальных процессов, методологии социологических исследований.

Ключевые слова: социальные сети, молодежь, поколение Миллениум, сетевой анализ, сетевые сообщества.

NETWORKED GENERATION GROWING UP OR MATURING ON SOCIAL MEDIA

Sushko Valentina A., Associate Professor, Candidate of Sociology, Associate Head of the Department at Faculty of Sociology of Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: valentina.sushko@gmail.com

* Сушко Валентина Афанасьевна, e-mail: valentina.sushko@gmail.com

** Прончев Геннадий Борисович, e-mail: pronchev@yandex.ru

Pronchev Gennadi B., Associate Professor, Candidate of Physics and Mathematics, Associate Professor at Faculty of Sociology of Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: pronchev@yandex.ru

The article analyzes the processes taking place in the youth environment in the context of digitalization of society. The role of social networks is discussed. Since its inception, network analysis has been formed as an interdisciplinary direction in which psychologists, sociologists, communication specialists, anthropologists, mathematicians and statisticians combine their efforts. The social network as a way of organizing social knowledge requires a special methodological approach, different from the traditional methods of analyzing sociological information. “Digital habits” significantly affect the behavior of young people, change the “traditional” way of life. The article is of interest to specialists dealing with problems of sociology of youth, sociology of global processes, methodology of sociological research.

Key words: social networks, youth, Millenium generation, network analysis, network communities.

Современные информационно-коммуникационные технологии имеют важное и неоспоримое значение в жизни современного общества, изменяют характер работы человека, его социальные связи, организационные формы осуществления социальных взаимодействий и сами социальные отношения¹. Новые телекоммуникационные технологии позволяют стирать языковые, культурные и экономические барьеры. В XXI в. общество развивается в условиях цифровизации, при этом она становится главным фактором, определяющим социальное положение человека². “Цифровизация в настоящее время превращается в двигатель мирового общественного развития и улучшения качества жизни, один из доминирующих трендов мирового развития”³.

В последние годы с широким использованием социальных сетей огромное количество данных о социальном взаимодействии привело к тому, что анализ социальных сетей выходит за рамки социологии и привлекает исследователей из разных областей⁴.

Социальные сети могут стать величайшим изобретением человека или разрушить наше существование. Сложно не согласиться,

¹ Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Mass information media and propaganda mouthpiece as a tool for manipulating and social inequality factor among the young people // Astra Salvensis. 2018. Vol. 6. P. 541–550.

² Монахов Д.Н., Прончев Г.Б. От цифры к цифровому обществу // Вопросы политологии. 2020. Т. 10. № 6(58). С. 1763–1771. DOI 10.35775/PSI.2020.58.6.008

³ Шинкаревецкая Г.Г. Цифровизация — глобальный тренд мировой экономики // Образование и право. 2019. № 8. С. 119–123.

⁴ Сушко В.А. Концепции социальных сетей в современных социологических теориях // Социология. 2019. № 1. С. 92–101.

что эволюция и рост числа социальных сетей привели к чрезмерной зависимости от современных технологий. Можно даже сказать, что использование социальных сетей вызвало у многих пользователей принуждение, побуждение или зависимость⁵.

Новый поворот в исследованиях связан с распространением интернет-коммуникаций и появлением виртуальных сетевых сообществ. Данный факт актуализирует поиск теоретических оснований анализа сетевых взаимодействий.

Термин “сетевые сообщества” был введен Говардом Рейнгольдом в 1993 г. в книге “Virtual Community”. “Сетевое сообщество — это социальное образование, которое появляется на основе практики компьютерно-опосредованной коммуникации в Интернете, когда достаточное количество людей принимает участие в публичной дискуссии достаточно долгое время и с присущими человеческими чувствами, чтобы сформировать ткань личных отношений в виртуальном пространстве”⁶. Г. Рейнгольд также отмечает, что “люди в сетевых сообществах, используя лишь слова на мониторе, обмениваются любезностями и спорят, участвуют в интеллектуальном дискурсе, осуществляют коммерческие операции, обмениваются знаниями, делятся эмоциональной поддержкой, строят планы, совершают мозговые штурмы, распускают слухи, враждуют, влюбляются, находят друзей и теряют их, играют в игры, флиртуют, создают немного произведений искусства и много пустой болтовни”⁷. Однако Г. Рейнгольд не разработал полноценной концепции сетевых сообществ, акцентируя внимание лишь на виртуальной реальности.

В сетевых сообществах вырабатываются свои правила поведения, формируется сленг, который впоследствии используется и в реальной жизни. В последнее время появляется все больше исследований на тему зависимости от интернета и виртуальных сообществ в частности. Пользователь вправе решать самостоятельно, какую информацию публиковать 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

⁵ *Прончев Г.Б.* Об особенностях виртуальных социальных сред Интернета, способствующих социальным девиациям // Образование и право. 2020. № 3. С. 200–208. DOI 10.24411/2076-1503-2020-10334

⁶ *Rheingold H.* The virtual community: homesteading on the electronic frontier // The Electronic Version of The Virtual Community 1993. URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> (accessed: 27.10.2020).

⁷ *Ibid.*

человека более важным, а реальная жизнь отойдет на второе место и будет зависеть от первого⁸.

Виртуальные сетевые сообщества способствуют развитию нового явления — сетевого индивидуализма, под которым понимают социальную структуру, а не собрание изолированных индивидуумов. Данный феномен включает в себя сети, онлайн-овые и оффлайн-овые, основанные на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах. Результат этого можно обозначить, во-первых, как гибкость выражения социальности, так как субъекты формируют и воспроизводят свои формы социального взаимодействия. Во-вторых, неустойчивость форм социальной поддержки. Именно сети составляют основную структуру всего общества⁹.

Крупное многонациональное качественное исследование, проведенное в 2016 г. Кейт Моран¹⁰ среди молодых веб-пользователей 18–25 лет, составляющих так называемое поколение Миллениум (*millennials*)¹¹, выявило ряд интересных особенностей использования молодежью социальных сетей. За последние десять лет насыщенность социальных медиа среди миллениалов резко возросла.

По данным исследовательского центра *Pew*, в 2006 г., когда многие представители поколения Миллениум учились в средней школе, 55% из них имели хотя бы один аккаунт в социальных сетях. В 2010 г. 73% средних и старших школьников сообщили о наличии учетной записи в социальных сетях, в то время как 78% в возрасте 18–29 лет (учащиеся колледжа) сообщили о том, что они постоянно находятся в социальных сетях. Сегодня около 90% имеют по крайней мере одну учетную запись в социальных сетях. В исследованиях, проведенных в 2015 г. среди молодых людей, среднее число зарегистрированных на одного человека социальных сетей составило четыре¹².

Исследование К. Моран не выявило принципиального отличия “цифровых туземцев” (“digital natives”) от “цифровых иммигрантов” (“digital immigrants”). Основная цель — выяснение того, как молодые люди используют социальные сети. Американские социологи

⁸Прончев Г.Б. Указ. соч.; Сушко В.А. Указ. соч.

⁹Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Под ред. В. Харитонова. Екатеринбург, 2004.

¹⁰Moran K. Social media natives: growing up with social Networking // NN/g. 2016. 28 August. URL: <https://www.nngroup.com/articles/social-media-natives/?lm=participation-inequality&pt=article> (accessed: 29.10.2020).

¹¹Миллениалы или Поколение Y (поколение “игрек”; другие названия: поколение Миллениума, поколение “некст”, “сетевое” поколение, миллениты, эхо-бумеры) — поколение родившихся в 1981–2000 гг., характеризуется глубокой вовлеченностью в цифровые технологии.

¹²Moran K. Social media natives: growing up with social Networking.

NN/g Nielsen Norman Group провели несколько этапов интервью с 91 участником. Из них 79 были проведены лично, а 12 — онлайн. Интервью включали в себя сочетание открытых и специфичных задач с использованием 372 различных сайтов. Интервью проводилось в семи разных странах: Австралии, Канаде, Германии, Нидерландах, Сингапуре, Великобритании, США. Помимо этого были использованы и другие методы исследования: дневниковые-записи, в которых участники записывали свои онлайн-действия в течение двух дней на своем домашнем ноутбуке, а затем отправляли файлы для проверки, и опрос, в котором было опрошено 229 молодых людей и 228 пожилых людей (35 лет и старше), чтобы узнать их мнение о привлекательности дизайна интерфейсов программ и операционных систем¹³.

Оказалось, что использование социальных сетей изменило то, как представители поколения Миллениум думают о дружбе и человеческих отношениях. Социальные медиа внесли новую динамику в социальную жизнь молодежи. Стандартное развитие дружеских отношений и романтических отношений теперь несколько отличается от того, что было 15–20 лет назад.

Показательны изменения молодежного словаря: среди которых часто можно услышать такие как *френдинг* (*friending*) — межличностная коммуникация, основанная на учете потребностей каждого из участников коммуникации — передается глаголом, который не эквивалентен тому, что называется “стать настоящими друзьями”. Для “сетевой” молодежи “другом” могут быть не только знакомые, но и незнакомые люди. Френдинг — добровольная связь, основанная на взаимном интересе, с учетом потребностей каждого из участников данной коммуникации. Это своего рода онлайн-игра в знакомства. Участники данного исследования признались, что лично не знают всех своих “друзей” в *Facebook* или последователей *Instagram*. Социокультурная практика френдинга начала развиваться с 2005 г. как альтернатива рекламным коммуникациям и означала заведение виртуальной дружбы, т.е. интерактивное взаимодействие. Она предполагает наличие обратной связи или наличие двухсторонней коммуникации, определенное количество каналов взаимодействия, информацию о потребностях так называемых друзей, вовлеченность в совместные действия, радиус коммуникации (в личном пространстве или нет). Френдинг в социальных сетях (социальный френдинг, *social friending*) — это коммуникация, основанная на привлечении друзей, с целью продвижения своего интернет ресурса (страницы

¹³ Moran K. Young adults/millennials as Web users (ages 18–25) // NN/g. 2016. 10 Apr. URL: <https://www.nngroup.com/articles/young-adults-ux/> (accessed: 30.10.2020).

в соцсетях, своего сайта, блога)¹⁴. “Официальный представитель Facebook” (сокращенный вариант “Facebook offish”) — относительно новый этап в отношениях, когда дружеские партнеры решают изменить свои статусы в Facebook, чтобы отразить официальность (и/или эксклюзивность) своих отношений. Согласно исследованию *Pew Research*, 18% подростков сообщают о разрыве с кем-то через изменение статуса отношений с Facebook. *Токинг* (от *talking* — разговор, беседа, переговоры, обсуждение) — еще один этап в отношениях, когда пара узнает друг друга и заинтересована в потенциальных отношениях, но еще не достигла официального статуса. “Говорить” — это обращение к “официальному администратору сети” о том, что между двумя виртуальными ролями начался постоянный диалог, взаимодействие. “FOMO” (*Fear Of Missing Out* — “синдром упущенной выгоды”) — навязчивая боязнь пропустить интересное событие или хорошую возможность, провоцируемая просмотром социальных сетей¹⁵; состояние социальной тревоги, возникающее из-за того, что ваши “друзья” могут получать удовольствие, делая что-то без вас. По одним данным, такой синдром испытывают 40%, по другим — до 60% пользователей социальных сетей¹⁶. Одной из первых использовать термин FOMO стала профессор университета MIT Шерри Теркл (*Sherry Turkle*) в своей TED-лекции, которая изучила реакции человеческой психики на постоянное пребывание в социальных сетях и последствия непрерывного онлайн-общения¹⁷.

Социологи выяснили, что социальные сети могут стать формой зависимости, скользким спадом, вызванным синдромом, обычно называемым страхом пропустить нечто важное (FOMO). Если вы несколько дней не смотрели свою папку “Входящие”, электронные письма начнут накапливаться, а ключевые новости будут пропущены. Большинство веб-пользователей 18–25 лет боятся пропустить события, новости и важные обновления статуса, если они находятся вне социальных сетей. По данным опроса, проведенного *MyLife.com*, около 27% респондентов стремятся попасть в социальные сети как только проснутся. Еще 42% участников исследования имеют

¹⁴ Френдинг. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/frending/ (дата обращения: 30.10.2020).

¹⁵ *Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V.* Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out // *Computers in Human Behavior*. 2013.07.01. Vol. 29. Iss. 4. С. 1841–1848. DOI:10.1016/j.chb.2013.02.014.

¹⁶ *Murphy S.* Report: 56% of social media users suffer from FOMO // *Mashable*. 2013. 10 Jul. URL: <https://mashable.com/video/crosshelmet-smart-motorcycle-helmet-future-ar/#J2AqhlJwFkqn> (accessed: 30.10.2020).

¹⁷ *Connected, but alone?* By Sherry Turkle at TED (Transcript). URL: <https://singjupost.com/connected-alone-sherry-turkle-ted-transcript/> (accessed: 30.10.2020).

несколько учетных записей — и процент возрастает до 61% для людей в возрасте от 18 до 34 лет. Средний человек также управляет 3,1 адресами электронной почты¹⁸.

FOMO — боязнь пропустить интересное событие, возможность пообщаться с друзьями или знакомыми — часто запускается в социальной сети в качестве некоего сигнала или раздражителя, который, возможно, и вдохновил американскую актрису, писательницу, продюсера и режиссера Минди Калинг назвать свою книгу “Is Everyone Hanging Out Without Me? And Other Concerns”¹⁹. В рамках теории самодетерминации, данный синдром является защитным механизмом психики, вызванным долгосрочным чувством неудовлетворенности социальной жизнью и стремлением быть вместе с теми людьми, которых ты хорошо знаешь, на кого можешь положиться, с кем можно поделиться чем-то важным²⁰. Сегодня даже представители старшего поколения нередко испытывают чувство сильного дискомфорта, когда смартфона нет под рукой. Страх упустить что-то важное в своем мобильном телефоне, компьютере или смартфоне по силе психологического напряжения нередко сродни страху опоздать на свой авиарейс: тому и другому присуще чувство необратимой утраты. Страх пропустить обычно относится только к тем, у кого гиперактивная социальная позиция, кому в максимальной степени присущ перфекционизм. Людям более спокойным данный синдром свойственен в меньшей степени. На наш взгляд, интернет-зависимость и синдром *FOMO* являют собой признаки социального программирования, превращающего людей в живых зомби. Некоторые создатели социальных приложений прямо заявляют, что они создали свои сервисы, чтобы заставить людей возвращаться к ним снова и снова. Так, Кевин Систром, исполнительный директор *Instagram* считает, что чем креативнее или ярче фотография, тем больше вероятность, что она привлечет к себе внимание. “Отзывы могут вызывать некоторую зависимость. Люди, использующие *Instagram*, получают вознаграждение, когда кому-то это нравится, а вы продолжаете возвращаться”, — сказал он. Шерри Теркл, профессор Массачусетского технологического института и автор книги “*Alone Together*”, говорит, что по мере того, как современные технологии становятся все более распространенными, наши

¹⁸ *Murphy S.* Op. cit.

¹⁹ *Kaling M.* Is everyone hanging out without me? And other concerns. N.Y., 2012.

²⁰ *Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V.* Op. cit.

отношения с ними становятся более тесными, что дает им возможность влиять на наши решения, настроения и эмоции²¹.

Таким образом, поколение Миллениум показало себя разрушителями лингвистических шаблонов, творцами новой языковой моды, которая, в конечном итоге, становится общепринятой, в том числе и представителями старших поколений. Новые поведенческие, когнитивные и лингвистические конструкции социальных сетей влияют на пользователей всех возрастов, а не только на подростков. С приходом нового поколения пришли новые стереотипы мышления и сознания.

Лайки, дизлайки, выборы и предпочтения — основная форма выражения виртуальных отношений внутри поколения Миллениум. Блог или пост в социальных сетях подобно магниту притягивает все большее их количество. Они превращаются в виртуальные пирамиды, в которые каждый год вливаются все новые ряды почитателей. Появились даже фейковые лайки, которые обесценивают процесс сбора голосов, т.е. лайков и фавов (от *likes and favorites*).

Социальные медиа также стали средством выражения оценки отношений и их количественной оценки. Лайки и фавы (повсеместно распространенные на большинстве платформ в социальных сетях) — очень заметное выражение позитивного чувства к человеку, событию или мнению, и они учитываются. Исследователи из Лос-Анджелеса недавно изучали эффекты симпатий на подростков. Они обнаружили, что, когда фотография получает много лайков, подростки добавляют новые, и от этого они получают все большее удовольствие. Они также отметили, что подростки с большей вероятностью добавят свой лайк на фото с лайками независимо от художественных качеств и содержания фотографии. Лайки — это подкрепляющая форма социального доказательства. Для современной молодежи лайки служат визуальным маркером группового давления со стороны сверстников.

Различные аудитории требуют различного социального поведения, а мы стараемся реагировать на них соответствующим образом. Когда мы участвуем в социальных сетях, мы сталкиваемся с тем, что называется *коллапсом контекста*. Коллапс контекста возникает, когда людям приходится одновременно управлять разрозненными социальными контекстами, которые требуют различного социального поведения, и испытывать при этом дискомфорт и даже стресс. Когда пользователь пишет пост в *Facebook*, его аудитория почти невидима, а потому трудно предсказать особенности ее реакции или

²¹ *Wortham J.* Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall // *The New York Times*. 2011. 9 Apr.

поведения. В реальном пространстве, где люди взаимодействуют лицом к лицу, мы видим своего партнера и можем реагировать аутентично. Контакты в социальных сетях происходят анонимно, под вымышленными и ничего не значащими никами, статус и ролевое поведение которых остается неизвестной величиной в уравнениях социальных сетей.

С точки зрения теории саморепрезентации, человеку свойственно везде выставлять себя с наилучшей стороны, демонстрировать на людях свои достижения, успехи, модные вещи, интересные поделки, фотографии, путешествия, необычные, особенно экстремальные, поступки, делаясь всем этим с значимыми другими и выставляя на всеобщее обозрение в социальных сетях. Превзойти других и не затеряться в сетях — это подсознательный всплеск нашего эго.

Если синдрому упущенной выгоды (*FOMO*) присущи навязчивое желание входить в любые формы социальной коммуникации, стремление все время быть доступным для общения и постоянно обновлять ленты социальных сетей, то для мании величия и синдрома саморепрезентации свойственно желание постоянно нравиться людям и получать одобрение в виде лайков и фавов.

Сегодня принято считать, что интернет-зависимость — навязчивое стремление использовать интернет и избыточное по времени пользование им — даже по медицинским критериям проходит по классификации заболеваний наряду с наркозависимостью, алкоголизмом и табако-зависимостью. Синдром *FOMO* известный, как уже говорилось, как “страх пропустить”, представляющий собой смесь беспокойства, неадекватности и раздражения, которые могут вспыхнуть при просмотре социальных сетей, таких как *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare* и *Instagram*, по мнению Дженна Уортэма²², можно считать символом цифровой эпохи. Миллиарды сообщений в Твиттере, обновлений статуса и фотографий дают захватывающие представления о повседневной жизни и деятельности друзей, онлайн-“друзей”, коллег и соседей. Опоздание на встречу, бесконечные переносы, неуважение к чужому времени — это результат того, что вы боитесь что-то пропустить, сказать “нет”²³. Или, например, после потери *Wi-Fi* во время полета у страдающего синдромом *FOMO* наступает ощущение полной паники, набирает обороты “цифровая детоксикация”.

²² *Wortham J.* Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall.

²³ Что такое JOMO, или Как избежать эмоционального выгорания. URL: https://www.vogue.ru/beauty/guide/chto_takoe_jomo_ili_kak_izbezhat_emotsionalnogo_vygoraniya/ (дата обращения: 30.10.2020).

Общение лицом к лицу становится поверхностным: на вечеринке друзья не могут оторваться от своих мобильных, слушая друг друга вполуха, дети не вылезают из айфонов. По данным компании *Deloitte*, в 2017 г. в Великобритании половина домашних обедов и ужинов была прервана использованием смартфона. Около 4,5 миллиона человек использовали телефон, переходя дорогу²⁴. Современники любого возраста и любого пола просто боятся оказаться без мобильной связи и *Wi-Fi* даже на десять минут.

Люди постоянно жалуются на усталость и невозможность угнаться за ритмом города. Навязчивая боязнь пропустить интересное событие, письмо от родных или очередную новость усиливает дискомфорт социального пространства, насквозь пронизанного социальными сетями.

Родители посылают электронные сообщения своим детям днем и ночью, на завтрак и на ужин, в то время как сами дети, также просиживающие ночи напролет в социальных сетях, жалуются на то, что родители не уделяют им полноценного внимания. Психологическая зависимость от нахождения в системе онлайн или в социальных сетях может вылиться в хроническое состояние тревожности и отчуждения от всего мира. Мы привыкаем к новому способу одиночества вместе. Когда-то Дэвид Рисмен говорил в такой ситуации об одиночестве в толпе, подразумевая под этим переполненные пешеходами городские улицы.

Спустя некоторое время появился другой синдром — *ЖОМО*, или “радость от упущенной выгоды”. Это реакция здорового эмоционального интеллекта на выгорание, полученное по причине *ФОМО*.

Люди испытывают *ЖОМО* по-разному и по разным причинам. Иногда дело просто в том, чтобы найти радость в том, что у вас есть, а не в том, чего у вас нет. Кристен Фуллер считает, что *ЖОМО* является “эмоционально интеллектуальным противоводом от *ФОМО*”, и оно “о том, чтобы присутствовать и быть довольным тем, где вы находитесь в жизни”²⁵.

ЖОМО позволяет нам жить в тихом переулке, ценить человеческие связи, быть преднамеренно со своим временем, практиковаться в том, чтобы говорить “нет”, давать себе “безмолвные перерывы” и давать нам разрешение признать, где мы находимся, чувствовать эмоции, переживать эмоции наяву, будь то позитивные или негативные, практиковать силу воли, позволяет нам быть тем, кто мы есть в настоящий момент, в чем и заключается секрет счастья.

²⁴ Что такое *ЖОМО*, или Как избежать эмоционального выгорания.

²⁵ Fuller K. *ЖОМО: The joy of missing out*. URL: <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/happiness-is-state-mind/201807/jomo-the-joy-missing-out> (accessed: 30.10.2020).

Когда вы освобождаетесь от интернет-зависимости, освобождая для реальной жизни дополнительное пространство в своем мозгу, у вас появляется больше времени, энергии и эмоций, чтобы выяснить свои истинные приоритеты.

Некоторые люди рождаются с *ЖОМО*, другие учатся ему. Одни предпочитают кататься на горных лыжах, участвовать в сафари или кругосветном путешествии, другие предпочитают это видеть на мониторе, наблюдая с помощью социальных сетей, как рискуют своей жизнью другие, которые занимаются саморепрезентацией и ищут в интернете восхищенных поклонников. Мы обладаем силой уподобления, соучастия и сопереживания, которая стимулирует выброс дофамина в наш мозг. Одни затрачивают все силы на футбольном поле, другие не меньше на диване, болея за любимую команду. Пассивный отдых на диване, беда конца XX в., в начале XXI в. в связи с появлением *Facebook*, *Instagram* и *Twitter*, приобрел новое качество и новые опасные синдромы. Среди них упомянутый *FOMO*, который делает нас зависимыми от знания, симпатий, мгновенного удовлетворения, внимания и включенности в социальную паутину. Пользователи сети продолжают возвращаться сюда снова и снова. Минуты могут превращаться в часы, пока мы не закончим прокручивать новостные ленты и сообщения, опасаясь что-то упустить. Согласно недавнему опросу, проведенному на *LinkedIn*, 70% сотрудников компаний признаются, что и в отпуске они не могут отключиться от работы и постоянно находятся в сети. Наши цифровые привычки, которые включают постоянную проверку сообщений, электронных писем и графиков социальных сетей, стали настолько укоренившимися, что просто невозможно насладиться этим моментом вместе с людьми, с которыми мы хотим делиться этими моментами.

По данным *Socialreport.com*, раз в месяц около 400 миллионов пользователей *Facebook* устраивают себе *digital detox*. *Google* и *Apple* уже объявили о запуске новых сервисов, которые будут бороться с чрезмерным использованием интернета и социальных сетей, в частности. Программы будут считать, сколько времени вы провели онлайн, и мягко напоминать, что пора бы и вынырнуть из сети²⁶.

Можно высказать гипотезу о том, что интернет-зависимость в большей мере свойственна экстравертам, нежели интровертам. Разная химия мозга экстравертов и интровертов поделила мир на фанатов социальных сетей и спокойных созерцателей их. В то время как экстраверт больше времени тратит на внешние события, у ин-

²⁶ Что такое *ЖОМО*, или Как избежать эмоционального выгорания.

троверта все события разворачиваются внутри. В частности, интроверты подмечают даже мелкие детали, они застенчивы в отношении к самим себе и к ошибкам, которые совершают. Во время разговора они многое достают из своего банка долговременной памяти. Все это эмоционально утомительно, поэтому неудивительно, что им нужно некоторое время, чтобы психологически перегруппироваться. На помощь приходит “интровертное похмелье”: “для большинства это означает свернуться калачиком с книгой или фильмом или заняться расслабляющим хобби, например рисованием”²⁷. Образно говоря, для интроверта он сам — более интересный и полезный собеседник, чем кто-то другой. Интроверты мало говорят, особенно о себе, больше молчат. Социальные сети для них скорее враг, нежели друг. Они сразу же подмечают пустоту и бессодержательность онлайн-“толковищ”.

Марк Грановеттер доказал, что слабые связи с малознакомыми или случайно встреченными людьми могут способствовать профессиональной карьере даже в большей мере, чем сильные связи, формирующиеся между родственниками и друзьями. Хотя бы потому, что последние все хорошее, что могли, уже сделали для вас. От них трудно получить новую или неожиданную информацию, которая окажется решающей в поиске выгодной работы. Социальные сети — это мощная платформа для завязывания слабых связей и карьерного роста. Экстраверты, больше полагающиеся на помощь извне, предпочитают социальные сети и в большей мере привязаны к ним. Вот почему интернет-зависимость в большей мере есть удел экстравертов. Именно на них в основном держатся, как можно предположить, многочисленные онлайн-сообщества. Разумеется, сказанное не умаляет вклада интровертов в их развитие, если речь, конечно, идет о высокопрофессиональном, деловом или научном общении, а не просто “лишь поболтать”.

Во время своего “похмелья” — своеобразной паузы отдыха в гонке жизни — интроверты очищают сознание от социальных токсинов, появившихся в процессе ненужного или чрезмерного общения с другими. Оно выполняет столь же полезную функцию, какую для человека выполняет сон. Тот не только восстанавливает потраченные силы, но служит ресурсом творчества. Во время сна даже придумывают химические таблицы и совершают нобелевские открытия. “Когда вы спите, вы на самом деле объединяете все свои

²⁷ *Dodgson L.* “JOMO” is the joy of missing out — here are 3 ways people find happiness in not being involved // *Insider*. 2018. 26 Jul. URL: <https://www.thisinsider.com/what-is-jomo-2018-7> (accessed: 30.10.2020).

воспоминания, отбрасываете все то, что вам не нужно, и ваше тело очищается от токсинов”, — считает Линдсей Доджсон. “Это также помогает вам быть мудрым, быть креативным, тратить время на свои собственные проекты... Это действительно все ресурсы, которые вы собираетесь извлечь для этого”²⁸.

Экстравертам жизненно необходимы социальные сети, посты, блоги, журналы и прочие платформы внешнего общения. Они не уверены в себе и требуют поддержки, одобрения или оценки “значимых других”, роль которых могут выполнять анонимные сетевые юзеры. Поскольку свои лучше знают не только сильные, но и слабые стороны человека, саморепрезентироваться лучше всего перед мало-знакомыми людьми. Тебя никто не знает и никто не схватит за руку, когда ты приукрашиваешь или откровенно лжешь. Выложить в сеть откровенные фотографии или интимные дневники — эффективный способ привлечь широкое внимание онлайн-публики, стать виртуальным мачо. Интроверт никогда не допустил бы подобное в силу развитой у него нравственной сферы. Но экстраверты совсем другое дело. Для них кодекс чести лежит вовне — в одобрении значимых и не значимых других, в лайках, комментариях, фавах, форумах. Общественное мнение — огромный экран, на который спроецированы все жизненно важные ценности экстраверта. А лучшей платформой для общественного мнения выступают сегодня социальные сети. В социальных сетях все делается напоказ. Просто для того, чтобы продемонстрировать: я есть и вот я каков. Экстраверт старается превратить свой блог или пост в витрину и выставку достижений “народного хозяйства”.

Кроме того, наши цифровые привычки, которые включают в себя постоянную проверку сообщений и хронологию в социальных сетях, стали настолько укоренившимися, что невозможно просто наслаждаться моментом вместе с людьми, с которыми мы делимся этими моментами, как уже говорилось.

Социальные медиа-платформы, такие как *Facebook*, *Twitter* и *Instagram*, олицетворяют FOMO.

Наши новостные ленты заполнены обновлениями статуса, фотографиями, мемами и последними новостями. Мы становимся зависимыми от симпатий, знаний и занятости, поэтому мы возвращаемся к большему. Минуты и часы могут остаться незамеченными, пока мы смотрим на свои смартфоны и ноутбуки, опасаясь, что что-то упустим. Мы все больше полагаемся на социальные сети для разработки коммуникационных стилей. Мы заменяем разговоры, теле-

²⁸ *Dodgson L. Op. cit.*

фонные звонки и письма обновлениями статуса, комментариями и мгновенными сообщениями. Эта раздробленная, непрямая форма общения не удовлетворяет врожденную потребность человека соединиться с другими. Вот почему мы можем провести весь день в социальных сетях, в текстовых сообщениях или по электронной почте, но при этом чувствовать себя одинокими.

“Перестаньте сосредотачиваться на том, чего у вас нет, вместо этого сконцентрируйтесь на том, чего вы сильно желаете”. Первая часть этого афоризма о *FOMO*, вторая о *JOMO*.

Проблема, затронутая в статье, гораздо шире. Человеку необходимо чувствовать себя “социальным” и не упустить что-то важное в жизни и важна реальная связь того типа и разнообразия, которое удовлетворяло бы нас.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Под ред. В. Харитонов. Екатеринбург, 2004.

Монахов Д.Н., Прончев Г.Б. От цифры к цифровому обществу // Вопросы политологии. 2020. Т. 10. № 6(58). С. 1763–1771. DOI 10.35775/PSI.2020.58.6.008

Прончев Г.Б. Об особенностях виртуальных социальных сред Интернета, способствующих социальным девиациям // Образование и право. 2020. № 3. С. 200–208. DOI 10.24411/2076-1503-2020-10334

Сушко В.А. Концепции социальных сетей в современных социологических теориях // Социология. 2019. № 1.

Френдинг. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/frending/ (дата обращения: 30.10.2020).

Что такое JOMO, или Как избежать эмоционального выгорания. URL: https://www.vogue.ru/beauty/guide/chto_takoe_jomo_ili_kak_izbezhat_emotsionalnogo_vygoraniya/ (дата обращения: 30.10.2020).

Шинкарецкая Г.Г. Цифровизация — глобальный тренд мировой экономики // Образование и право. 2019. № 8. С. 119–123.

REFERENCES

Castells M. Galaktika Internet: razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve [Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society] // Ed. by V. Kharitonov. Yekaterinburg, 2004 (in Russian).

Chto takoe JOMO, ili Kak izbezhat' emocional'nogo vygoraniya [What is JOMO, or How to avoid burnout]. URL: https://www.vogue.ru/beauty/guide/chto_takoe_jomo_ili_kak_izbezhat_emotsionalnogo_vygoraniya/ (accessed: 30.10.2020) (in Russian).

Connected, but alone? By Sherry Turkle at TED (Transcript). URL: <https://singjupost.com/connected-alone-sherry-turkle-ted-transcript/> (accessed: 30.10.2020).

Dodgson L. “JOMO” is the joy of missing out — here are 3 ways people find happiness in not being involved // Insider. 2018. 26 Jul. URL: <https://www.thisinsider.com/what-is-jomo-2018-7> (accessed: 30.10.2020).

Frending. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/frending/ (дата обращения: 30.10.2020) (in Russian).

Fuller K. JOMO: the joy of missing out. URL: <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/happiness-is-state-mind/201807/jomo-the-joy-missing-out> (accessed: 30.10.2020).

Kaling M. Is everyone hanging out without me? And other concerns. N.Y., 2012.

Monakhov D.N., Pronchev G.B. Ot cifry k cifrovomu obshhestvu [From the digit to the digital society] // *Issues of Politology*. 2020. T. 10. N 6(58). P. 1763 — 1771. DOI 10.35775/PSI.2020.58.6.008 (in Russian).

Moran K. Young adults/millennials as Web users (ages 18–25) // NN/g. 2016. 10 Apr. URL: <https://www.nngroup.com/articles/young-adults-ux/> (accessed: 30.10.2020).

Moran K. Social media natives: growing up with social Networking // NN/g. 2016. 28 Aug. URL: <https://www.nngroup.com/articles/social-media-natives/?lm=participation-inequality&pt=article> (accessed: 29.10.2020).

Murphy S. Report: 56% of social media users suffer from FOMO // Mashable. 2013. 10 Jul. URL: <https://mashable.com/video/crosshelmet-smart-motorcycle-helmet-future-ar/#J2AqhlJwFkqn> (accessed: 30.10.2020).

Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Mass information media and propaganda mouthpiece as a tool for manipulating and social inequality factor among the young people // *Astra Salvensis*. 2018. Vol. 6.

Pronchev G.B. Ob osobennostyah virtual'nyh social'nyh sred Interneta, sposobstvujushihh social'nym deviacijam [On the features of virtual social environments contributing to social deviations] // *Education and law*. 2020. N 3. P. 200–208. DOI 10.24411/2076-1503-2020-10334 (in Russian).

Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out // *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29(4). P. 1841–1848. DOI:10.1016/j.chb.2013.02.014.

Rheingold H. The virtual community: homesteading on the electronic frontier // *The Electronic Version of The Virtual Community 1993*. URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> (accessed: 27.10.2020).

Shinkaretskaya G.G. Cifrovizacija — global'nyj trend mirovoj jekonomiki [Digitalization — global trend of the global economy] // *Education and Law*. 2019. N 8. P. 119–123 (in Russian).

Sushko V.A. Konceptii social'nyh setej v sovremennyh sociologicheskikh teoriyah [The concept of social networks in modern sociological theories] // *Sociology*. 2019. N 1 (in Russian).

Wortham J. Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall // *The New York Times*. 2011. 9 Apr.