

УДК 159.9.316.6

**ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО  
КАПИТАЛА ПОКОЛЕНИЙ X И Y В  
СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВАХ***Мирошниченко Н. В.*

Донской государственной технической  
университет, Ростов-на-Дону, Российская  
Федерация

[nadejda.miroschnichenko@mail.ru](mailto:nadejda.miroschnichenko@mail.ru)

В настоящее время наблюдается беспрецедентный рост популярности социальных сетей. В работе исследован социальный капитал пользователей социальных сетей поколения X и Y. Приводятся данные об особенностях социального капитала поколений X и Y, а также использовании социальных сетей поколения X и Y. Рассмотрено, как на личность влияет использование социальных сетей. Предложена концептуальная модель полученных данных и проведено обследование 108 членов поколения X и Y.

**Ключевые слова:** поколение X и Y, социальный капитал, субъективное благополучие, межличностное доверие, «Большая пятерка».

**Введение.** Научный интерес к данной теме опирается на теорию поколений Уильяма Штрауса и Нила Хау, которая основана на учете исторических и социальных процессов и соответствующих им архетипов (в соответствии с терминологией авторов), задающих социальные нормы и идеалы [1]. Отметим, что ее применение связано с теоретическими ограничениями, так как она создана для США и неприменима напрямую к другим странам, имеющим свою историю развития, иные нормы, идеалы и модели. Адаптируя теоретические основы концепции Штрауса-Хау под российские условия исторического развития, можно заметить, что каждое поколение переживает на этапе своего становления какое-либо значимое историческое событие и имеет свою специфическую иерархию ценностей. В своем исследовании авторы опирались на типологию поколений В. И. Пищик [2].

**Основная часть.** Поколение X — это люди, рожденные в 1963–1984 гг. Характерные события этого времени: продолжение холодной войны, перестройка, начало и рост распространения наркотиков в стране, война в Афганистане. Это люди готовые к изменениям, имеющие возможность выбора, хорошо информированные, технически грамотные и стремящиеся учиться в течение всей жизни. Многие обладают яркой индивидуальностью, отличаются неформальностью взглядов и определенным прагматизмом. Это поколение людей, которые надеются, в основном, на себя и свои силы, признают равноправие полов, но желают новых эмоций [3].

Поколение Y — поколение Миллениума — это люди, рожденные в 1984–2000 гг. В это время происходит: распад СССР, теракты и военные конфликты, распространение атипичной пневмонии, развитие цифровых технологий, начинается использование мобильных телефонов и

UDC 159.9.316.6

**SOCIAL CAPITAL FEATURES OF  
GENERATIONS X AND Y IN ONLINE  
COMMUNITIES***Miroshnichenko N.V.*

Don State Technical University, Rostov-on-Don,  
Russian Federation

[nadejda.miroschnichenko@mail.ru](mailto:nadejda.miroschnichenko@mail.ru)

Nowadays we can observe an unprecedented growth and popularity of social networks. The purpose of this article is to study the social capital of users of social networks of generations X and Y. This study provides the following data: features of social capital of generations X and Y, the use of social networks of generation X and Y; how the use of social networks affects the individual. Based on this, a conceptual model of the data is obtained and a survey of 108 members of generations X and Y is conducted.

**Keywords:** generations X and Y, social capital, subjective well-being, interpersonal trust, Big five.

Интернета. Они особо ценят гражданский долг и мораль, ответственны, но при этом скептически и не признают подчинения [4].

Поколение Z — термин, применяемый в мире для поколения людей, родившихся примерно с 1996-го года. Представители поколения Z активно используют планшеты, VR- и 3D-реальность. Зачастую термин «поколение Z» рассматривается в качестве синонима термина «цифровой человек». Поколение Z интересуется наукой и технологиями (например, предполагается, что многие представители поколения уже занимаются или будут заниматься инженерно-техническими вопросами, биомедициной, робототехникой), а также искусством.

У каждого поколения под влиянием событий, происходящих в обществе, формировалась определенная система взаимоотношений (родственных, дружеских, земляческих и т.д.). Социальный капитал — понятие, служащее для представления социальных связей и социальных сетей, рассматриваемых как ресурсы, используемые для достижения экономических, политических, социальных и других целей. Социальное окружение личности всегда служило одним из ключевых ресурсов, позволяющих достичь успеха и справиться с трудностями. Социальный капитал может формироваться в дружеских отношениях, рабочих группах.

Проведение исследования на поколениях X, Y и Z все больше привлекает значительное внимание социологов. В ходе исследования авторы данной статьи опирались на информационный подход, описанный в работах Г. У. Солдатовой и Е. И. Рассказовой, где взаимодействие поколений происходит через цифровую систему [5].

Поколению X присущи индивидуализм, скептицизм, высокий уровень образованности, который они также ценят в других, но они не предпочитают работу в группе и, зачастую, безынициативны. Они не привыкли к динамической деятельности и быстрому восприятию большого количества информации. Для адаптации к любым новшествам им нужно некоторое время [6].

Термины «цифровое поколение», «цифровые аборигены» — обозначение, впервые использованное американцем Марком Пренски для обозначения людей, родившихся после цифровой революции и привыкших получать информацию через цифровые каналы [7]. Поколение Y сильно зависит от цифровых разработок и цифровых технологий. Это первое поколение, в котором дигитализм в центре их жизни. Так называемый «цифровизм» влияет на их образ жизни и работу. Они очень активны, приносят свой вклад во все сферы жизни, ищут, делятся и потребляют поступающую информацию.

Влияние социальных сетей на личности рассмотрено в многочисленном ряде исследований, например, в [8–9]. В новаторской работе Льюиса Голдберга определено 5 основных черт личности: экстраверсия; доброжелательность; добросовестность; невротизм; открытость опыту [10]. Модель Голдберга не дает полностью исчерпывающего объяснения личности, но охватывает значительную часть связанных с ней аспектов. Рассмотрение этих черт личности (или их изменение) также может быть использовано для исследования влияния социальных сетей.

В данной статье авторы интерпретируют эмпирические показатели, полученные по собранным с помощью опроса данным, с целью выявить частичное влияние использования социальных сетей на социальный капитал двух поколений — X и Y. Для проверки предлагаемых взаимосвязей было проведено обследование с использованием опросников. Данные были собраны с помощью метода онлайн-опроса менеджеров высшего, среднего и нижнего звена в возрасте от 23 до 35 лет и от 36 до 53 лет. Общее число респондентов составило 108 человек, опрос проводился среди респондентов, имеющих активный аккаунт в социальных сетях (VK, Twitter, Instagram, Facebook) [11].

В ходе проведенного исследования было выявлено, что представители поколения X более сдержанны. Это тихие, спокойные, эмоционально стабильные (72,2%); надежные, самодисциплинированные (53,4%), конвенциональные люди. Некоторые характеризуют себя «творчески неразвитыми личностями» (51,1%).

Работа не давит на них, они привыкли к самостоятельности (62,9%); не любят уединения, очень рассеяны (71,7%); чувствуют себя одинокими, но испытывают большое удовольствие, находясь вместе с семьей или друзьями (49,9%); последнее время все больше испытывают проблемы со здоровьем (82,2%). Им нравится их повседневная деятельность. Они предпочитают живое общение, посещают социальные сети около одного раза в неделю. Для них это способ связи и поиска друзей, одноклассников и общения с ними (62,6%); считают, что социальные сети влияют на них отрицательно (56 %); сети выступают способом поиска и обмена информацией (74,4%). Члены данного поколения не понимают, как придерживаться «Цифрового этикета» в сети, так как не знают значения таких слов как: «мем», «стикер», «сигна», «лойс», «влог», «гифка», «пикча» и другие.

Поколение Y — экстраверты, полны энтузиазма (77,8%), не организованы, беспечны, но, зачастую, испытывают высокий уровень тревожности и беспокойства по неизвестной причине (63,5%). Они легко могут расстроиться по пустякам (51,1%), но открыты новому опыту. Это люди, которые, как правило, находятся в хорошем настроении, оптимистичны (49,7%); не любят просить о помощи (49,2%); чрезмерно реагируют на незначительные препятствия и неудачи, физически чувствуют себя здоровыми и бодрыми (78,3%), но по утрам им трудно вставать и работать. Они испытывают скуку в процессе своей повседневной деятельности (70,2%).

Люди этого поколения готовы заменить живое общение виртуальным, посещают социальные сети несколько раз в день для развлечения и самовыражения (90,8%); считают, что, социальные сети только помогают в учебе, личной жизни и организации досуга 94,2%; для них это возможность найти интересующую музыку, фото, фильмы.

Изучение особенностей межличностного доверия позволило наиболее точно оценить способность доверять в двусмысленных, новых или беспорядочных ситуациях, в которых важна роль лишь обобщенного ожидания, ибо это единственное, на что можно положиться. Было выявлено, что оба поколения проявляют недоверие к судебной системе, сомневаются в том, что там к каждому проявляется беспристрастное отношение, осторожны в общении с незнакомыми людьми. Они уверены в том, что в обществе возрастает лицемерие, официальные лица не искренни в своих предвыборных обещаниях, продавцы не честны в описании продаваемого товара. Считают, что наказание, страх и презрение общества предохраняют большинство людей от нарушения закона лучше, чем их собственная совесть.

Однако оба поколения верят, что будущее нашей страны будет многообещающим, если в политике появятся компетентные люди. Они доверяют лишь ближайшему окружению (родителям, друзьям). Считают, что результаты многих главных национальных спортивных состязаний не predetermined заранее. Большинство людей честно отвечают на вопросы при тестировании.

Теоретический анализ показал, что отношение к Интернету формируется под влиянием опыта использования цифровых технологий, наличия поддержки (обмена знаниями, возможности обсудить трудности), мнения значимых «других». При этом оценка социального капитала через призму социальных сетей с точки зрения связанных с ним возможностей и угроз может опираться на представления о будущем цифровых технологий, свое собственное место в будущем страны и мира.

**Выводы.** Безусловно, подход к межличностным отношениям поколения X и Y с точки зрения социального капитала описывает только одну из сторон человеческих отношений, но именно этой стороной психологи еще не занимались.

#### Библиографический список

1. Adler P., Kwon S. «Social capital: Prospects for a new concept» *Academy of Management Review* 27(1) (2002): 17–40 p.
2. Пищик, В. И. Преемственность и изменение общих черт поколений, сопряженных с их ментальностью / Прикладная и практическая социальная психология. Коллективная монография; под ред. Л. И. Рюминой. — Москва : Кредо, 2015. — 20–30 с
3. Becker, G. *Human Capital*. New York, 1964.
4. Сапоровская, М. В. Психология семьи и межпоколенных отношений / М. В. Сапоровская. — Кострома : Изд-во КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011. — 14–16 с.
5. Бурдые, П. В. Социальное пространство: поля и практики /П. В. Бурдые; под ред. Н. А. Шматко. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2007. — 57–66 с.
6. Семенова, В. В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность / В. В. Семенова. — Москва : РОССПЭН, 2009. — 27–36 с.
7. Prensky, Marc. «Digital Natives, Digital Immigrants». *On the Horizon* (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001).
8. Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
9. Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
10. Goldberg, L.R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26—42.
11. Коулман, Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // *Общественные науки и современность*, 2001. — №3. — 12–22 с.