

## ПРИОРИТЕТЫ ВЫБОРА СТУДЕНТАМИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ОНЛАЙН-ОБЩЕНИЯ

В.О. Верецун, студент

В.М. Казакова, студент

М.В. Петухова, канд. пед. наук, доцент

Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева  
(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-11-3-274-277

**Аннотация.** В статье предпринята попытка выявить приоритеты студентов в использовании Интернет-ресурсов для различных типов онлайн-общения (делового, дружеского, семейного), сопоставить полученные данные с обобщенными данными об использовании социальных сетей и мессенджеров в России. Описаны итоги первичного анализа результатов опроса студентов первого курса РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева по использованию Интернет-ресурсов для общения.

**Ключевые слова:** социальные сети, мессенджеры, онлайн-общение студентов, Интернет-ресурсы для общения, Telegram, WhatsApp, ВКонтакте.

Трудно представить себе жизнь современного человека, тем более студента, без социальных сетей и мессенджеров, эти Интернет-ресурсы давно уже стали не только средой медиапотребления и межличностного общения, но и средством деловых коммуникаций как для работающих людей, так и для школьников и студентов.

Для начала рассмотрим обобщенные данные об использовании социальных сетей и мессенджеров в России без привязки к возрастным, социальным и другим категориям населения.

В январе 2023 года в Российской Федерации насчитывалось 106 миллионов пользователей социальных сетей, что составляет примерно 73,3% от общей численности населения. А среди всех пользователей Интернета в России порядка 83% пользовались хотя бы одной платформой социальных сетей [1].

Нами были проанализированы данные об использовании Интернет-ресурсов по месяцам с сентября 2022 года по октябрь 2023 года, приведенные исследователь-

ской компании Mediascope [2] для населения в возрасте с 12 лет. По данным о средненедельном охвате пользователей по месяцам несомненным лидером является WhatsApp. Для него средненедельной охват за месяц постепенно возрастает с 60,6% до 62,6%, в июле 2023 года замечен скачок с 62,6% до 65,8% и далее до 67%. Для Telegram средненедельной охват за месяц возрастает интенсивно, с сентября 2022 года по октябрь 2023 года общий прирост составил 10,3%, что является наибольшим из рассматриваемых Интернет-ресурсов. Средненедельной охват за месяц пользователей ВКонтакте с сентября 2022 года плавно возрастает до февраля 2023 года с 42,4% до 43,8%, затем немного убывает до июля 2023 года и снова возрастает до 44,8% (рис. 1). Данные о месячном охвате использования WhatsApp, Telegram и ВКонтакте Интернет-ресурсов показывают примерно такое же их соотношение (рис. 2), однако заметны более высокие показатели по социальной сети ВКонтакте.

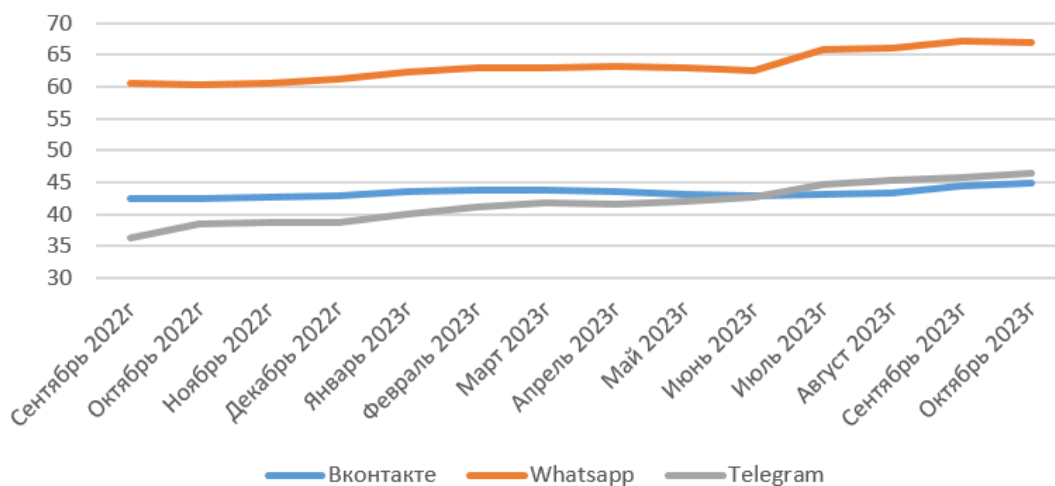


Рис. 1. Среднедневной охват пользователей Интернет-ресурсов за месяц, % от всего населения

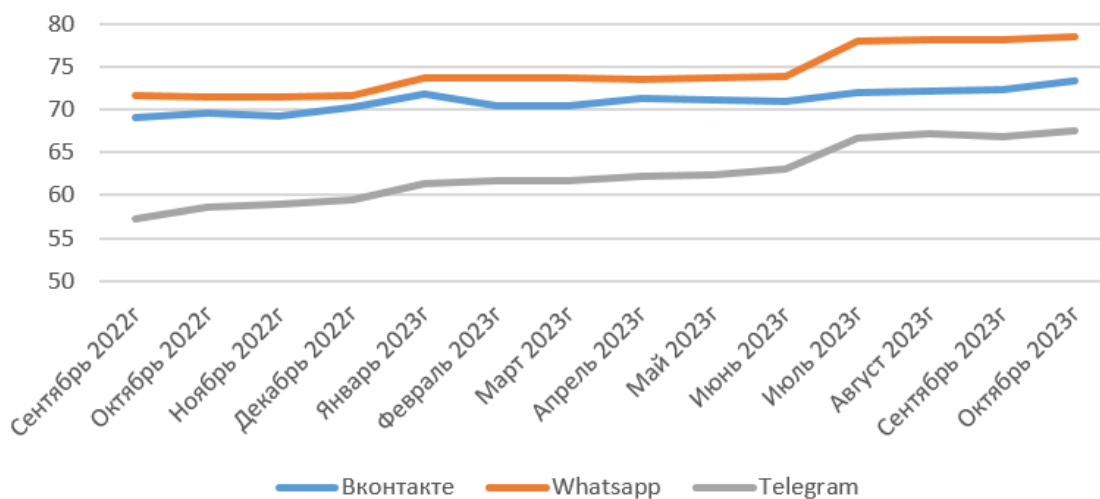


Рис. 2. Месячный охват пользователей Интернет-ресурсов, % от всего населения

В последние годы было проведено немало исследований, связанных с использованием социальных сетей и мессенджеров студентами. Говорится о высокой активности медиапотребления молодежи в социальных сетях, особенно в Telegram и ВКонтакте [3], описывается дифференциация функций между Интернет-ресурсами для молодежи, в частности, отмечается, что Telegram является наиболее универсальной социальной сетью, а ВКонтакте в основном используется студентами в образовательных целях [4]. Немало говорится и о притоке пользователей-студентов в Telegram в последнее время [5, 3].

Одной из главных функций социальных сетей и мессенджеров является онлайн-общение, и нами была предпринята попытка выявить приоритеты студентов в

использовании Интернет-ресурсов именно в этом аспекте. С такой целью был проведен опрос студентов, в котором приняли участие 177 первокурсников РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. Вопросы касались использования Интернет-ресурсов для общения (делового, дружеского, семейного), кроме того, большой блок вопросов охватывал различные стороны делового общения между студентами, преподавателями, администрацией вуза. В этой статье описаны результаты пока только первого блока вопросов – про используемые Интернет-ресурсы.

В качестве ответа на вопрос «Какими социальными сетями и мессенджерами вы пользуетесь для общения?» предлагалось выбрать несколько Интернет-ресурсов из перечисленных, также предоставлялась

возможность написать другие. В результате подавляющее большинство опрошенных указали Telegram (99,4%) и ВКонтакте (92,7%). Другие ресурсы: WhatsApp 79,1%, Discord 39%, Viber 4,5%. Таким образом, наиболее частое сочетание Интернет-ресурсов для общения в одном ответе – ВКонтакте, Telegram, WhatsApp (39,5%). Эти три ресурса совпадают с ресурсами, указанными в данных Mediascope, однако лидером у студентов является Telegram.

Соотношение ответов на вопросы про выбор средства для делового или дружеского онлайн-общения наглядно показано на диаграмме (рис. 3). Лидирует по-прежнему Telegram, но обращает на себя внимание тот факт, что WhatsApp студенты предпочитают использовать только для делового общения, а ВКонтакте используется практически в равной степени, как для делового, так и для дружеского общения.

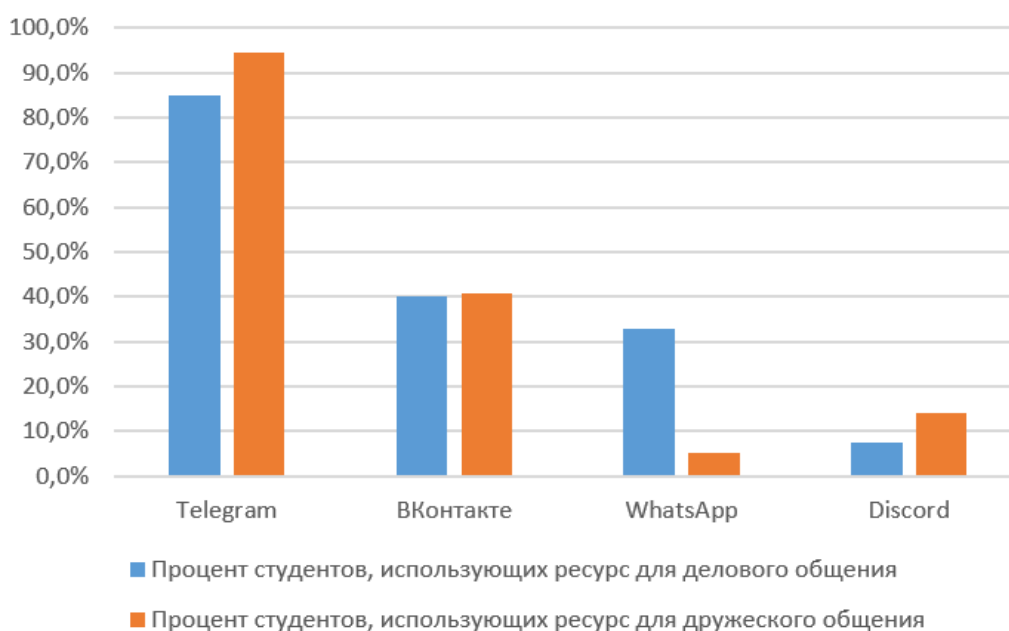


Рис. 3. Использование Интернет-ресурсов студентами для разных типов общения

В связи с тем, что в последнее время становятся популярными семейные чаты в мессенджерах и социальных сетях, был задан вопрос о средствах реализации таких чатов, причем была предусмотрена возможность выбора нескольких ответов. В итоге 45,2% опрошенных ответили, что у них нет семейного чата, у 40,7% семейный чат создан в WhatsApp, у 20,9% – в Telegram, и всего 2,8% – во ВКонтакте. Такой результат соответствует обобщенным данным по охвату пользователей Интернет-ресурсов в том, что пользователи 12+ без конкретизации возраста предпочитают именно WhatsApp.

Таким образом, опрос показал, что студенты предпочитают Telegram и ВКонтакте как для дружеского, так и для делового онлайн-общения, а WhatsApp – скорее для делового, чем для дружеского. Семейные же чаты в большинстве случаев созданы в WhatsApp, что можно связать с более разнообразным возрастным составом их участников.

В дальнейшем планируется исследование делового онлайн-общения студентов, преподавателей и администрации вуза, вовлеченности студентов в деловые чаты и группы в социальных сетях и мессенджерах, полезность, а также негативное воздействие такой вовлеченности.

### Библиографический список

1. Чуранов, Е. Статистика интернета и соцсетей на 2023 год – цифры и тренды в мире и в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-scanare.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii> (дата обращения: 07.11.2023)
2. Сайт компании Mediascope. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 08.11.2023)
3. Липатова, А.В. Медиапотребление молодежи в социальных сетях: обзор мировых и российских практик / А.В. Липатова // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2023. – № 2 (59). – С. 20-24.
4. Голоухова, Д.В. Дифференциация функций социальных сетей в медиасреде студентов (на примере студентов МГИМО) / Д.В. Голоухова // Коммуникология. – 2021. – Т. 9, № 4. – С. 15-25.
5. Долгополов, Д.В. Трансформация цифровых медиапредпочтений современной российской молодежи в связи с новыми реалиями / Д.В. Долгополов, А.И. Еремеева // Цифровая социология. – 2023. – Т. 6, № 3. – С. 4-10.

### PRIORITIES FOR STUDENTS' CHOICE OF INTERNET RESOURCES FOR DIFFERENT TYPES OF ONLINE COMMUNICATION

**V.O. Veretsun**, *Student*

**V.M. Kazakova**, *Student*

**M.V. Petukhova**, *Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*

**Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy  
(Russia, Moscow)**

***Abstract.** The article attempts to identify students' priorities in using Internet resources for various types of online communication (business, friendly, family), and compare the data obtained with generalized data on the use of social networks and instant messengers in Russia. The results of the primary analysis of the results of a survey of first-year students of the Russian State Agrarian University-Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev on the use of Internet resources for communication are described.*

***Keywords:** social networks, messengers, online communication of students, Internet resources for communication, Telegram, WhatsApp, VKontakte.*