

Ссылка для цитирования этой статьи:

Кулькова И.А. Использование работниками внекорпоративных социальных сетей в профессиональных целях // Human Progress. 2023. Том 9, Выпуск 6. С. 17. URL: http://progress-human.com/images/2023/Tom9_6/Kulkova.pdf. DOI 10.34709/IM.196.17. EDN GINYKI.

УДК 355.237

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАБОТНИКАМИ ВНЕКОРПОРАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЯХ



Кулькова Инна Анатольевна

доктор экономических наук, профессор
профессор кафедры «Управление персоналом и социология»
ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет
путей сообщения»

i.a.koulkova@mail.ru
66, ул. Колмогорова,
г. Екатеринбург, 620034, РФ
+7 (982) 62-40-400

Аннотация. Статья посвящена изучению использования общедоступных социальных сетей занятым населением трудоспособного возраста Свердловской области. Информационной базой выступают два социологических исследования, проведенных автором в мониторинговом режиме в конце 2021 и осенью 2023 годов. Всего было опрошено 301 человек в первом исследовании и 268 – во втором; исследование проводилось среди городских жителей, проживающих в Екатеринбурге, средних и малых городах. Результаты исследования показали, что у подавляющего большинства опрошенных имеются аккаунты в социальных сетях, и проводят много времени в сетях. Выявлены наиболее популярные в регионе социальные сети и динамика их использования. Далее в процессе исследования были определены варианты активностей в сетях. При этом исследование показало, что почти половина работников в 2021 и почти три четверти опрошенных в 2023 году используют внекорпоративные социальные сети для просмотра обучающих роликов и фото, читают обучающие посты. Ответ на другой вопрос показал, что при внедрении новых цифровых технологий на рабочем месте работники разбираются сами или опять же смотрят обучающие материалы в Интернете.

Ключевые слова: социальные сети; образовательный контент; цифровые компетенции; обучение персонала; обучающие видео.

JEL коды: D83; M53.

Введение

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни и общения в современном обществе, поэтому ученые не оставляют и используют их в качестве объекта исследований. По нашему жесткому запросу «социальные сети» в декабре 2023 г. в базе данных eLibrary нашлось 71 262 публикации, причем число публикаций имеет возрастающий тренд по годам. Большинство публикаций написаны по экономическим наукам (16,3%), по социологическим – 15,1%, образование и педагогика – 12,3%, психология – 8,5%, и только 5,7% публикаций были отнесены к сфере «массовая коммуникация, журналистика, СМИ». Экономические исследования социальных сетей посвящены их положительному и отрицательному влиянию на повседневную жизнь (например, [1]) и на успешность маркетинговой деятельности [2].

Зарубежные исследователи изучают использование социальных сетей в процессе поиска работы и построения карьеры (например, А.Никитков и Б.Сэйнти [3]), в оценке кандидатов на вакантные рабочие места (Д.Бонерт и У.Х.Росс [4], Дж.М. Мадера [5] и др.), их влияние на производительность труда (М.Мокбель [6], в соавторстве с С.Нево [7] и в соавторстве с Н.Кок [8], Х.Цао, Х.Го, Д. Фогель и Ч. Си [9]).

В отношении влияния социальных сетей на трудовую и учебную деятельность выделяют чаще негативное воздействие. Так, Таһа Н. делает вывод, что социальные сети «стремятся снизить уровень инноваций и мотивации, создают негативный психологический эффект (стресс), и происходит потеря дохода компаний из-за непродуктивного использования рабочего времени» [10].

В то же время, некоторые авторы отмечают положительное влияние образовательного контента социальных сетей на трудовую деятельность (например, Р.А. Багдасарова [11]), на формирование компетенций и развитие профессиональной идентичности (например, А.И. Старич с соавторами [12]; предлагают использовать социальные сети для обучения, например английскому языку [13].

Целью данной статьи является поиск подтверждения на основе социологического исследования положительного влияния социальных сетей на профессиональную деятельность работников.

1. Методы и информационная база

Информационной основой статьи выступают результаты двух социологических исследований, проведенных автором в Свердловской области, соответственно, в конце 2021 года (ноябрь-декабрь) и во второй половине 2023 года (сентябрь-октябрь). В первом исследовании был опрошен 301 человек трудоспособного возраста в трех городах:

Екатеринбург (опрошено 153 человека), Нижний Тагил и Каменск-Уральский (по 74 человека). Во втором исследовании было опрошено 268 человек, из них 143 человека проживали в Екатеринбурге, остальные – в малых городах области (всего 22 города). Опрашивались именно городские жители, поскольку в Свердловской области в городах проживает 86,3% населения, при этом большинство населенных пунктов, относящихся к сельским территориям (87,9%), входят в состав городских округов.

Также в процессе выборки автор стремился к соблюдению баланса мужчин и женщин среди респондентов: в первом исследовании соотношение мужчин и женщин было 48% и 52%, во втором исследовании, соответственно, 49 и 51%. Опрос проводился по квотной выборке, составленной по социально-демографическим параметрам. Размещение выборки осуществлялось случайным методом. Предельная погрешность выборки с вероятностью 95% не превышает 5%.

2. Результаты исследования

Результаты опроса показали, что 99% трудоспособного населения в Свердловской области имеют аккаунты в разных социальных сетях и проводят значительную часть времени на сайтах таких массмедиа (табл. 1).

Табл. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос об использовании социальных сетей, %

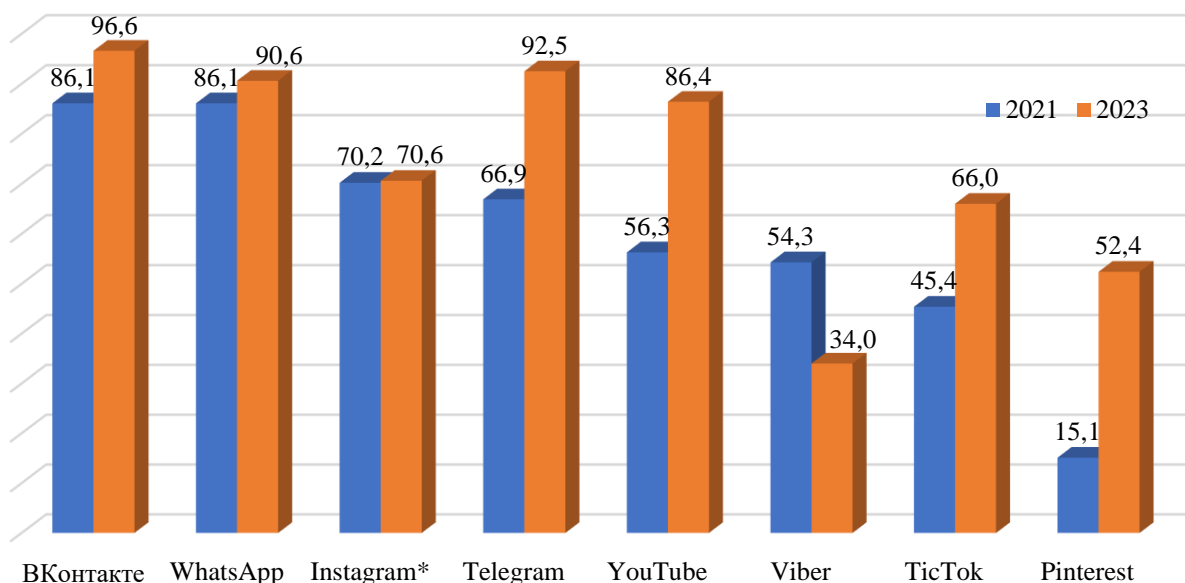
Ответ респондентов об использовании социальных сетей	2021	2023	Отклонение, %
Да, у меня есть аккаунт(ы) в соцсетях, и я обычно провожу там несколько часов в день	51	81	158,8
Да, у меня есть аккаунт(ы) в соцсетях, захожу ежедневно, но ненадолго (не более часа в день)	29	11	37,9
Аккаунт(ы) есть, но захожу не каждый день	13	5	38,5
Аккаунт(ы) есть, но практически не пользуюсь ими	6	2	33,3
Нет аккаунтов в соцсетях	1	1	100,0

Из данных таблицы видно, что за прошедшие два года в Свердловской области значительно увеличилось время использования социальных сетей: более чем в полтора раза увеличилась доля населения, которое проводит в социальных сетях по несколько часов в день, и, соответственно, почти в 3 раза сократились доли тех, кто заходит в соцсети не каждый день или проводит там не более часа в день. Доля населения, у которого нет социальных сетей не изменилась. По нашему мнению, причиной увеличения времени, которое люди проводят в социальных сетях, является ускорение социально-экономических и политических изменений в обществе: за период между опросами в России была объявлена специальная военная операция и частичная мобилизация, а ряд стран применили по отношению к нашей стране

санкции; в современных условиях цифровизации информация о ситуации на линии боевого соприкосновения или о новых политических решениях недружественных стран и о других событиях появляется в социальных сетях раньше, чем в других СМИ.

Распределение долей респондентов по имеющимся аккаунтам в различных социальных сетях и выявление наиболее популярных сетей представлено на рис. 1.

Рис.1. Доля респондентов, имеющих аккаунты в социальных сетях, %



Как можно проследить по данным рисунка 1, наиболее популярной социальной сетью занятого населения в России остается сеть «ВКонтакте»; WhatsApp уступила второе место по популярности сети Telegram, последняя показала высокий рост (на 38,3%). Сеть Instagram*, которая запрещена в РФ и может просматриваться только через VPN, была отмечена столько же раз респондентами, что означает, что аккаунты в данной социальной сети сохранились, даже если население ими и не пользуется. Судя по результатам опросов, реальный обмен фотографиями перешел из данной сети в Pinterest – социальный интернет-сервис, фотохостинг, позволяющий пользователям добавлять изображения в режиме онлайн, число аккаунтов в котором выросло среди опрошенных почти в 3,5 раза. Также в 1,5 раза выросло число аккаунтов опрошенных в сети YouTube, в то время как число аккаунтов в сети Viber снизилось на 37,4%. Набирает популярность сеть Tik-Tok, где число аккаунтов у опрошенных увеличилось на 45,4%. Всего респондентам было предложено выбрать из 34 наиболее популярных в России и мире социальных сетей, но все остальные сети были отмечены от 0,7% респондентов до 32,7%.

* Социальная сеть Instagram запрещена в Российской Федерации

Цели, с которыми респонденты используют социальные сети – это, в первую очередь, слушать музыку и аудиофайлы (84,4% в 2023 и 62,9% в 2021г.), читать новостную ленту (81,6% в 2023 и 75,5% в 2021г.) и смотреть юмористические и/или вдохновляющие картинки и видео (соответственно, 73,5% и 52,3%). Однако уже на четвертом месте по целям использования социальных сетей в 2023 году с минимальным разрывом в 1% (что можно считать статистической погрешностью) стоит ответ «смотрю обучающие ролики и фото, читаю обучающие посты». Данный ответ в 2021 году отметили 48,3% респондентов, в 2023 – 72,7%. Если в 2021 году ответ об обучающем контенте социальных сетей опередил такие ответы, как «использую для личной переписки, звонков», «лайкаю» то, что мне понравилось», «выкладываю свои фотографии», то в 2023 году ответы о личной переписке и «лайках» набрали такое же число ответов, как и просмотр обучающих материалов. Все остальные ответы («выкладываю свои фотографии», «смотрю художественные фильмы, ТВ передачи», «веду свой блог (более 100 подписчиков)», «комментирую посты, которые меня заинтересовали», «пишу новости о себе, своей жизни», «пишу посты (тексты) на важные и/или интересные темы») набрали значительно меньше отметок респондентов.

Увеличение просмотра обучающего контента более чем в 1,5 раза позволяет сделать вывод о важности социальных сетей в сфере профессионального обучения и личностного развития. Этот вывод подтверждается ответами на другой вопрос анкеты. На вопрос о внедрении элементов цифровых технологий на рабочем месте респондента за последние пять лет в 2021 году дали положительный ответ 69,3%, в 2023 – 64,0%. При этом автора интересовал источник помощи работникам в освоении цифровых компетенций. По гипотезе автора, основную помощь в освоении IT технологий, внедряемых на рабочем месте, должен играть работодатель, однако, большинство опрошенных отметили, что разобрались сами. Ответ, что помогли освоить цифровые навыки «обучающие видео (или другие материалы) в интернете» в 2021 году стоял на третьем месте, пропуская вперед ответ, что помогли коллеги, и составлял 24,5% ответов; в 2023-м – поднялся на второе место с результатом 41,5%.

Заключение

Таким образом, исследование показало, что использование работниками внекорпоративных социальных сетей может иметь наряду с отрицательным и положительное влияние на трудовую деятельность, когда работниками используется обучающий контент социальных сетей для повышения эффективности трудовой деятельности.

Хотелось бы отметить, что проведенное социологическое исследование имеет ряд ограничений. Так, анкета для опроса, составленная автором, в части вопросов, используемых

в настоящей статье, была неизменной, однако, кроме данных вопросов одновременно задавались другие, которые были дополнены в 2023 году вопросами относительно начавшейся СВО и частичной мобилизации, санкций, в то время как вопросы о пандемии коронавируса были исключены. С точки зрения теории это могло психологически негативно отразиться на респондентах и изменить их ответы.

Главным ограничением данного исследования мы считаем тот факт, что в двух опросах, проведенных с разницей почти в два года, опрашивались не те же самые респонденты, чтобы проанализировать, как менялись их предпочтения, а совершенно новые люди, поэтому возможна некоторая неточность в динамике показателей. Кроме того, в исследовании 2023 года вместо средних городов (Нижний Тагил и Каменск-Уральский) были выбраны малые города Свердловской области.

Еще одним ограничением описываемого исследования является факт, что автором не опрашивались лица пенсионного возраста, даже если они продолжали трудовую деятельность. При включении их в опрос результаты исследования могут несколько измениться.

В условиях использования современных цифровых технологий повышается конкурентоспособность тех компаний, которые делают ставку не на сохранение секретов технологического процесса (кроме военно-промышленного сектора), а на привлечение наиболее обученного и мотивированного персонала, поэтому, по нашему мнению, очередным шагом к повышению конкурентоспособности гражданских компаний будет максимально возможно насыщение внекорпоративных социальных сетей качественным образовательным контентом. Данный шаг даст результат не тотчас же, но вернется в компанию опосредованно.

Литература

1. Хрущева, Л.Б.; Церковная, К.А. Социальные сети: положительные и отрицательные стороны присутствия социальных сетей в повседневной жизни / В сборнике: Облачные и инновационные технологии в сервисе и образовании. Сборник научных трудов. Под редакцией И.Т. Насретдинова. 2017. С.: 42-45.
2. Лыкова, Е.А.; Радько, О.Ю. Зачем нужны и чем могут быть полезны социальные сети (на примере социальной сети «ВКонтакте») / В сборнике: Качество информационных услуг. сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Тамбовский государственный технический университет. 2015. С.: 140-143.
3. Nikitkov, A.; Sainty, B. The role of social media in influencing career success // International Journal of Accounting & Information Management. 2014. Том 22. № 4. С.: 273-294.

4. Bohnert, D.; Ross, W.H. The influence of social networking web sites on the evaluation of job candidates // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2010. Том 13. № 3. С.: 341-347.
5. Madera, J.M. Using social networking websites as a selection tool: The role of selection process fairness and job pursuit intentions // *International Journal of Hospitality Management*. 2012. Том 31. № 4. С.: 1276-1282.
6. Moqbel, M. The effect of the use of social networking sites in the workplace on job performance // *PhD. Dissertation, Texas A&M International University*. 2012.
7. Kock, N.; Moqbel, M. Social networking site use, positive emotions, and job performance // *Journal of Computer Information Systems*. 2021. Том 61. № 2. С.: 163-173.
8. Moqbel, M.; Nevo, S.; Kock, N. Organizational members' use of social networking sites and job performance: An exploratory study // *Information Technology & People*. 2013. Том 26. № 3. С.: 240-264.
9. Cao, X.; Guo, X.; Vogel, D.; Zhang, Xi Exploring the influence of social media on employee work performance // *Internet Research*. 2016. Том 26. Вып. 2. С.: 529-545. DOI: 10.1108/IntR-11-2014-0299.
10. Taha, N. Social media influence on employee's productivity and turnover // *Потребительская кооперация*. 2020. № 3 (70). С. 29-34.
11. Bagdasarova, R.A. The role of the internet and social networks in meeting the professional information needs of young people // В сборнике: *Память о Великой отечественной войне в сознании молодежи XXI века: сборник студенческих статей*. 2020. С. 228-233.
12. Starcic, A.I.; et al. Students' Attitudes on Social Network Sites and their Actual Use for Career Management Competences and Professional Identity Development // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. 2017. Том 12. № 5.
13. Kapsargina, S.A. To the issue of using social networks for learning English / В сборнике: *Развитие научного наследия великого учёного на современном этапе. Сборник международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию члена-корреспондента РАСХН, Заслуженного деятеля науки РСФСР и РД, профессора М.М. Джамбулатова. Махачкала, 2021. С. 35-39.*

NON-CORPORATE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE BY EMPLOYEES FOR PROFESSIONAL PURPOSES

Inna Kulkova

Doctor of Economics, Professor of The Ural State University of Railway Transport
Yekaterinburg, Russia

Abstract. The article is devoted to the study of the social networking sites usage by the employed working age population in the Sverdlovsk region. The information base is two monitoring sociological studies conducted by the author at the end of 2021 and the autumn of 2023. 301 people were interviewed in the first study and 268 in the second; the study was conducted among urban residents living in Yekaterinburg, medium and small towns. The results of the study showed that the vast majority of respondents have accounts on social networking sites and spend a lot of time online. The most popular social networks in the region and their usage dynamics have been identified. Further, options for activities on social networking sites were identified in the research process. At the same time, the study showed that almost half of employees in 2021 and almost three quarters in 2023 use non-corporate social networking sites to watch training videos and photos, and read training posts. The answer to another question showed that when introducing new digital technologies at the workplace, employees figure it out themselves or, again, watch training materials on the Internet.

Keywords: social networks; educational content; digital competencies; training; educational videos.

JEL codes: D83; M53.

References

1. Khrushcheva, L.B.; Tserkovnaya, K.A. (2017) Social networks: positive and negative aspects of the presence of social networks in everyday life / In: Cloud and innovative technologies in service and education. Collection of scientific papers. Edited by I.T. Nasretdinova. P.: 42-45.
2. Lykova, E.A.; Radko, O.Yu. (2015) Why are social networks needed and how can they be useful (using the example of the social network “VKontakte”) / In: Quality of information services. collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference. Tambov State Technical University. P.: 140-143.
3. Nikitkov, A.; Sainy, B. (2014) The role of social media in influencing career success // International Journal of Accounting & Information Management. Vol. 22. No. 4. P.: 273-294.
4. Bohnert, D.; Ross, W.H. (2010) The influence of social networking web sites on the evaluation of job candidates // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. Vol. 13. No. 3. P.: 341-347.
5. Madera, J.M. (2012) Using social networking websites as a selection tool: The role of selection process fairness and job pursuit intentions // International Journal of Hospitality Management. Vol. 31. No. 4. P.: 1276-1282.
6. Moqbel, M. (2012) The effect of the use of social networking sites in the workplace on job performance // PhD Dissertation, Texas A&M International University.

7. Kock, N.; Moqbel, M. (2021) Social networking site use, positive emotions, and job performance // *Journal of Computer Information Systems*. Vol. 61. No. 2. P.: 163-173.
8. Moqbel, M.; Nevo, S.; Kock, N. (2013) Organizational members' use of social networking sites and job performance: An exploratory study // *Information Technology & People*. Vol. 26. No. 3. P.: 240-264.
9. Cao, X.; Guo, X.; Vogel, D.; Xi, Z. (2016) Exploring the influence of social media on employee work performance // *Internet Research*. Vol. 26. Issue 2. P.: 529-545. DOI: 10.1108/IntR-11-2014-0299.
10. Taha, N. (2020) Social media influence on employee's productivity and turnover // *Consumer cooperation*. No. 3 (70). P.: 29-34.
11. Bagdasarova, R.A. (2020) The role of the internet and social networks in meeting the professional information needs of young people / In: *Memory of the Great Patriotic War in the minds of young people of the 21st century: a collection of student articles*. P.: 228-233.
12. Starcic, A.I.; et al. (2017) Students' Attitudes on Social Network Sites and their Actual Use for Career Management Competences and Professional Identity Development // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. Vol. 12. No. 5.
13. Kapsargina, S.A. (2021) To the issue of using social networks for learning English / In: *Development of the scientific heritage of the great scientist at the present stage. Collection of the international scientific and practical conference dedicated to the 95th anniversary of the corresponding member of the Russian Academy of Agricultural Sciences, Honored Scientist of the RSFSR and the Republic of Dagestan, Prof. M.M. Dzhambulatova. Makhachkala*, P.: 35-39.

Contact

Inna Kulkova

Ural State University of Railway Transport

66, Kolmogorova str., 620014, Yekaterinburg, Russia

i.a.koukova@mail.ru