

Социальные сети интернета как фактор формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи.

Цой Елизавета Робертовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: lizatsoy5@gmail.com

Развитие информационно-коммуникационных технологий в конце XX - начале XXI века способствовало не только изменениям в национальном и глобальном информационном пространстве - интенсификации производства новой информации, созданию принципиально новых способов ее хранения, поиска и представления, но и возникновению новой культурной, языковой, информационной среды, новой социокультурной реальности, которая формируется и стремительно развивается с расширением сфер влияния современных средств коммуникации. Активное внедрение новейших технологий меняет медийные практики, стандарты общения и обмена информацией, способствует привлечению пользователей к созданию контента, расширяя возможности сотрудничества и сотворчества. Социальные сетевые медиа применяются в повседневной жизни более чем миллиардом людей, особую же популярность они получили среди молодежи., , В подобных условиях стремительного роста объемов информации актуализируется проблема влияния социальных сетей и медиа на общественную жизнь, жизненные ценности индивидов.

Объектом исследования являются ценностные ориентации современной российской молодежи.

Предметом исследования являются социальные сети как инструмент формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи.

Целью исследования является анализ влияния социальных сетей на формирование ценностных ориентаций современной российской молодежи.

Задачи исследования:

- 1) Проанализировать понятие «социальные сети»;
- 2) Выявить самые популярные социальные сети интернета среди современной российской молодежи;
- 3) Исследовать воздействия частоты использования социальных сетевых медиа на формирование социальных установок и ценностных ориентаций.

Научная новизна исследования заключается в комплексном изучении влияния социальных сетей на ценностные ориентации российской молодежи, а также в том, что в данной работе было проведено эмпирическое исследование, которых недостаточно. Из списка работ по данной тематике наибольшее распространение имеют сферы журналистики и маркетинга. Поэтому социологический взгляд на проблематику социальных сетей как инструмента формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи является редкостью.

Практическая ценность исследования. Сделанные в ходе исследования выводы способствуют целостному научному пониманию социальных сетей как инструмента формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи. Результаты работы могут быть использованы органами исполнительной власти по молодежной политике в среде социальных сетей и использованы в дальнейших исследованиях по данной проблеме.

В работе были проанализированы такие социальные сети как Instagram* и Facebook**. Далее они будут обозначаться как Социальная сеть 1 и Социальная сеть 2 соответственно.

На основе проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:

- 1) Наиболее распространены среди респондентов такие социальные сети как ВКонтакте, Социальная сеть 1 и Telegram.
- 2) Основными целями респондентов при посещении социальных сетей оказались получение информации и общение.
- 3) Большинство опрошенных обновляют социальные сети несколько раз в день. Также они считают социальные сети неотъемлемой частью своей жизни.
- 4) Визуальными социальными сетями являются Социальная сеть 1, а также YouTube и TikTok. Социальной сетью для аудиоконтента является ВКонтакте. Информационным ресурсом для большинства опрошенных служит Telegram.
- 5) Несмотря на принадлежность к одной социальной группе молодежи, школьная возрастная группа обновляет свои страницы в социальных сетях чаще, чем респонденты старше 25 лет.

Современная молодежь живет в новом мире, который значительно поменял свои взгляды и приоритеты. Особенностью общества XXI века является высокое распространение и проникновение информационной среды во все сферы жизнедеятельности человека. Так, главным источником ценностей и инструментом формирования мировоззрения становятся социальные сетевые медиа, которые предлагают пользователям определенные паттерны поведения и мышления. В связи с этим можно заметить активное исчезновение привычных посредников между институтами и социальными группами. На сегодняшний день пользователь социальных сетей сам создает свой круг интересов и ценностных ориентаций.

Основываясь на вышесказанном, можно говорить о том, что социальные сети играют одну из главных ролей в формировании ценностных ориентаций молодежи. На смену классическим институтам и агентам социализации молодежи и формирования у них ценностей в цифровую эпоху приходят виртуальные референтные группы в виде интернет-сообществ и референтные личности в роли лидеров мнений.

* Социальная сеть Instagram - принадлежит компании Meta, запрещенной в РФ с 21 марта 2022 года по решению Тверского суда Москвы и признанной экстремистской организацией.

** Социальная сеть Facebook - принадлежит компании Meta, запрещенной в РФ с 21 марта 2022 года по решению Тверского суда Москвы и признанной экстремистской организацией.

Источники и литература

- 1) Свитич Л.Г. Социология журналистики (методология, методы, направления и результаты исследований): Учеб. пос. М., 2010.
- 2) Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б., Монахов Д.Н. Особенности процесса формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи и осуществления молодежной политики в Российской Федерации (результаты социологического исследования): Монография. - М.: МАКС Пресс, 2016. - 280 с.

- 3) Осипова Н.Г., Синяков А.В., Елишев С.О., Каневский П.С., Трофимов С.В. (2018). Социальный портрет современного российского студента / По результатам исследования на социологическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова.
- 4) Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. М., 2009.
- 5) Монахов Д.Н., Прончев Г.Б. От цифры к цифровому обществу // Вопросы политологии. -2020. - Т. 10. - № 6(58). - С. 1763 - 1771
- 6) Murthy D. Twitter: Social Communication in the Twitter Age. - Cambridge, 2013.
- 7) Заморский В. В. Роль социальных сетей в ценностных трансформациях молодежи [Электронный ресурс] / В. В. Заморский // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. - 2013. - № 5-2 (31).
- 8) Digital 2021: The Russian Federation (WeAreSocial & Hootsuite) [Электронный ресурс].