

**Виртуальные социальные сети как фактор социализации современной молодежи ( на примере соц.сети «ВКонтакте»)**

**Якупова Юлия Фазыловна**

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия

*E-mail: yakupovayulia@gmail.com*

**Аннотация:** Изучена социальная сеть "ВКонтакте" как фактор социализации современной молодежи. Приводятся результаты авторского социологического исследования, позволяющего выявить ценности, формируемые сетью "ВКонтакте", установки, модели поведения у молодежи.

**Ключевые слова:** молодежь, социальная сеть, социализация, модель поведения, социальные установки, жизненные ценности, стереотипы.

ВКонтакте, как одна из крупнейших социальных сетей в России, является неотъемлемой частью жизни современной молодёжи. Социальные сети, в том числе ВКонтакте, оказывают сильное влияние на процессы социализации, формируя социальные связи, ценности, мировоззрение, коммуникативные навыки у молодых людей. С одной стороны, социальные сети могут способствовать расширению круга общения, укреплению социальных связей, получению информации и развитию коммуникативных навыков. С другой, они могут привести к изоляции, формированию зависимости, утрате реальных социальных контактов, формированию искажённого представления о реальности. В условиях стремительного совершенствования информационных технологий и быстрого развития предоставляемых ими возможностей самым актуальным вопросом продолжает оставаться проблема целевых жизненных установок конкретного человека, его ценностных ориентиров, определяющих содержательную направленность личности.

Свобода в подростковый период развития ребенка - это ключевая ценность, а специфика интернета создаёт абсолютные условия свободы выбора той или иной информации. «Запретная информация» становится доступной, например, различные видеоролики и группы с девиантным содержанием, открытое и безнаказанное высмеивание отдельных участников социальной сети ради развлечения у них за спиной.

С целью изучения отношения молодежи г.Ульяновска к социальным сетям, которые оказывают воздействие на формирование социальных установок, жизненных ценностей и моделей поведения, было проведено авторское социологическое исследование с помощью метода анкетного опроса. В опросе приняли участие молодые люди в возрасте от 14 до 35 лет, проживающие на территории г.Ульяновска.

По результатам исследования выяснилось, что большинство пользователей (48%) проводят менее 1 часа в день в "ВКонтакте", что может свидетельствовать о более краткосрочном взаимодействии с платформой. Всего 6% пользователей проводят более 5 часов, что указывает на относительно низкий уровень зависимости от платформы.

Основная причина использования "ВКонтакте" — общение с друзьями и близкими (64%). Значительное внимание уделяется просмотру развлекательного контента (45%) и занятиям учебой (27%).

Большинство опрошенных, а именно 32% считают, что данная социальная сеть не помогает им общаться с людьми по интересам как у них. 29% опрошенных считают, что данная социальная сеть им не очень сильно помогает общаться с людьми со схожими интересами. 28% опрошенных считают, что данная сеть им очень сильно помогает общаться с людьми с общими интересами.

Самыми популярным ценностями среди опрошенных стали «свобода» и «внутренняя гармония» (по 55% соответственно). «Удовольствие» выбрали 51% респондентов. «Дружба» важна 47%, а «безопасность семьи» – 45% респондентам. Также популярными ответами стали "жизнь, полная впечатлений" (44%) и "смысл жизни" (46%). Самый непопулярный ответ - "единство с природой" (3%).

Большинство опрошенных, а именно 69% считают, что "ВКонтакте" способствует формированию новых знакомств. 21% опрошенных считают, что скорее нет, чем да. И лишь 10% опрошенных считают, что "ВКонтакте" однозначно не способствует формированию новых знакомств.

По мнению большинства респондентов, "ВКонтакте" помогает им в разной степени полноты информации быть в курсе событий в стране и мире (77%). Остальные 23% считают, что все новости они узнают из сторонних источников.

Интересным является тот факт, что 14% опрошенных ответили, что контент влияет на их поведение, так как после его просмотра у них формируется желание пойти и попробовать сделать это.

На вопрос "Сталкивались ли Вы с пропагандой чего-либо во "ВКонтакте"?" опрошенные ответили утвердительно. Среди такой пропаганды чаще всего встречались следующие: пропаганда игры "Хомяк"; ЗОЖ; движение ЛГБТ; СВО (специальная военная операция); бодипозитив; наркотики, курение, алкоголь, пищевые расстройства (РПП); пропаганда "красивой жизни" (посты о путешествиях, роскоши, дорогих покупках и достижениях); пропаганда "успеха" (посты о карьере, бизнесе, саморазвитии, мотивации); пропаганда "красоты" (посты о моде, косметологии, стиле, дизайне).

В заключении можно сказать, что сеть "ВКонтакте" продолжает оставаться значимой платформой для молодежи, в первую очередь как средство общения. Аудитория ориентирована на получение, прежде всего, эмоций и развлечений. При этом значительная доля респондентов - пользователей данной сети использует платформу для получения новостей и информации о происходящем в мире. То есть, исходя из результатов исследования, мы можем сказать, что "ВКонтакте" оказывает влияние на процесс социализации, формирование мировоззрения, социальных установок молодежи.