

ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ

*Н.И. Бумаженко, Л.Ю. Слепцова, И.А. Шарапова, М.В. Швед
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

В современном обществе информационная среда определяет не только сферу общения и удовлетворения социальных запросов населения, но и является фактором, влияющим на экономическую, политическую, социальную безопасность государства. Социальные сети стали средством формирования интересов и мировоззрения социума и выступают своеобразным информационным оружием, направленным на становление идеологии, привычек, желаний и устремлений граждан. Итогом воздействия информационного оружия является привитие виктимных поведенческих стереотипов, мотивов массового потребления, иждивенчество, распространение недовольства и паники, потеря стабильности и уверенности в завтрашнем дне.

Цель статьи – изучение влияния социальных сетей на жизненный уклад респондентов.

Материал и методы. Нами была разработана анкета, состоящая из вопросов как закрытого, так и открытого типа. Исследование проводилось среди подростков шести витебских школ и студентов трех учреждений высшего образования г. Витебска. Всего в опросе приняло участие около 550 респондентов.

Результаты и их обсуждение. Пользователями социальных сетей являются 100% респондентов, причем каждый из них имеет регистрацию под собственным именем. При этом 62% из них имеют также регистрацию под другими именами. Состоят ВКонтакте 100% опрошенных; 84% - пользователи TikTok, 52% зарегистрированы в Instagram, 36% посещают Facebook, 36% - Twitter. 88% респондентов не ограничиваются одной социальной сетью, а являются подписчиками различных мессенджеров. Менее двух часов в день в сети не проводит ни один респондент, от двух до семи часов – 24%; больше семи часов – 56%; оставшаяся часть респондентов находится на связи круглосуточно. Все пользователи в социальных сетях общаются и слушают музыку. 44% смотрят кино, 38% ищут информацию, 14% играют, другое - 4%.

Зависимыми от социальных сетей признали себя 36%. Среди вариантов ответов в рубрике «Другое» можно отметить: «Лучше в сети, чем сидеть на «соли»», «Думаю, что смогу в любой момент бросить». 26% не дали ответа на вопрос.

Радость от общения в социальных сетях переживают 70% респондентов, агрессию – 32%, нервозность – 20%, усталость – 36%, прилив сил – 32%, власть – 24%, зависть – 12%, вседозволенность – 14%, ненависть к успешным людям – 10%. Если не удастся выйти в социальную сеть, скуку испытывают 39% респондентов, раздражение – 13%, занимаются поисками входа 42%, спокойно занимаются делами – 4%. 14% испытывают комплекс чувств; у 10% проявились негативные эмоции «психую», «хочется кого-нибудь убить», «выпрыгнуть из окна», «повеситься».

Не нашли отрицательных сторон у социальных сетей 52% респондентов, 12% отметили ненормативную лексику, испорченное зрение – 16%; распространение агрессии – 18%; деградацию общества – 18%; пустую трату времени – 6%; возникновение зависимости – 18%, «часто на нервах», негативные эмоции от ряда комментариев – 12%.

О том, что за социальными сетями будущее отметили 54% респондентов, 28% считают, что социальные сети изживут себя, 18% не думали об этом.

Скрытое управление сознанием и манипулирование поведением подписчиков является основой функционирования популярных социальных сетей. Привлекательный контент, красочность, креативный подход к привлечению новых подписчиков, бонусы и реклама, усиливают психологическое давление на пользователей как объектов информационного воздействия. В связи с этим, не стоит недооценивать возможность использования социальных сетей для организации пропагандистской деятельности в целях изменения отношения к социальной действительности в необходимом для организатора направлении. Эти изменения могут носить как позитивный, так и негативный характер. Управление в социальных сетях ведется с использовани-

ем контента, который основан на информационно-алгоритмическом воздействии на психику человека и является действенным инструментом формирования стандартов поведения, мышления, ценностных ориентаций. Любая открытая или скрытая провокация представляет опасность как на личностном, так и государственном уровне, и основывается на следующих факторах: реализация влияния на отдельную личность и массовое сознание; борьба за информационное лидерство и формирование необходимой модели поведения в социуме; подрыв общественной стабильности и государственной безопасности.

Информационное воздействие осуществляется в соответствии с определенными правилами:

– Психологическое давление через многократное тиражирование деструктивного контента в социальных сетях. Используются ссылки на авторитетное мнение известных политиков, писателей, блогеров и др.; манипуляции фактическим материалом и данными эмпирических исследований; яркий, запоминающийся контент, имеющий эмоциональную окраску. Все это направлено на дезориентацию подписчиков и создание эмоционального дискомфорта, что влечет за собой снижение возможности адекватно оценивать получаемую информацию.

– Целенаправленное и ненавязчивое проникновение в сознание с идеями, пропагандируемыми создателями деструктивного контента.

– Скрытая манипуляция заключается в подмене и искажении понятий, логики событий, модели поведения, замены причины следствием и т.д.

Таким образом, специфика деструктивного информационного воздействия заключается не в событийной подаче информации, а в особенностях оценочных суждений, провокационных постах в комментариях, что приводит к извращенному пониманию события аудиторией. Зачастую подаваемая информация наполняется ложными сообщениями, агрессивными высказываниями, пропагандой невежества. Следует отметить, что большая часть пользователей социальных сетей, воспринимают подаваемую информацию без должного анализа того контента, на котором данная информация появляется, что приводит к глубокому личностному кризису. Пользователи сетевых контентов перестают мыслить логично и самостоятельно, целостно и адекватно воспринимать окружающую действительность, ставить четкие реальные жизненные цели, их мозг намеренно перегружается ярким эмоционально насыщенным информационным мусором, что позволяет загрузить новые нравственные и поведенческие установки. С целью повышения эффективности информационного влияния, в социальных сетях создаются контентные следующих типов:

– эксклюзивный контент (провокационный, развлекательный, о котором хочется рассказать и поделиться своим мнением с друзьями);

– экспертный контент (создает впечатление об использовании авторитетных мнений, результатов научных исследований, не доступных массовому пользователю);

– инфлюэционный контент (оказывает влияние на тех пользователей, которые поверили в его исключительность).

Эффективность воздействия социальных сетей можно отследить по следующим меткам: динамика роста фолловеров; количество и качество лайков и комментариев; объем новых записей за определенный промежуток времени; контентный охват аудитории.

Заключение. Безграничные возможности социальных сетей позволили им прочно войти в нашу жизнь. Они являются носителями социального взаимодействия, жизненных планов и стереотипов поведения, дарят эмоции и помогают самоутверждению. Многие пользователи находят в социальных сетях то, чего им не хватает в реальной жизни. Для одних самореализация в социальных сетях стала сценой, на которой играют роли и придумываются социальные статусы. Для других существование в социальных сетях становится смыслом жизни.