

Формирование паттернов поведения в социальных сетях

Научный руководитель – Доброхотов Леонид Николаевич

Айнуллина Елизавета Рамилевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: ainullinaliza@yandex.ru

На современном этапе развития цифровизации социальные сети стали неотъемлемой частью жизни современного общества. Они кардинально изменили модели поведения и взаимодействия людей. Сегодня крупнейшие площадки, как VK.com, Facebook, Twitter, Instagram и другие аккумулируют сотни миллионов пользователей. В этом контексте проблема поведения людей в стремительно развивающейся цифровой эпохе приобретает первостепенное значение.

Цель настоящего исследования заключается в том, чтобы изучить поведение пользователей в социальных сетях, которые стали преобладающей площадкой для межличностного взаимодействия. Социальные сети - это онлайн-платформы социальных медиа для взаимодействия с новыми и существующими друзьями, семьей, коллегами, бизнесом и даже государством. Они оказывают непосредственное влияние на то, как человек себя позиционирует, как он общается с другими людьми, какую информацию потребляет и как ее воспринимает. Люди принимают различные образы, чтобы вписаться в различные круги, в которых они находятся. Социальные сети могут также оказывать чрезмерное давление и стресс на людей, что нередко может отрицательно сказываться на их психическом здоровье. Это, в свою очередь, оказывает влияние на поведенческие паттерны человека.

Положительные изменения, которые социальные сети привнесли в поведение людей, заключаются в том, что они стали более разносторонними, что позволяет им бороться со стереотипами и развивать взаимное уважение. Они пробуждают в людях жажду знаний, подталкивают заниматься любимым делом, заботиться о себе и приобретать новые навыки.

Социальные сети — это также и сильный отвлекающий фактор, от которого многим людям трудно оторваться. Социальные сети нередко влияют на рабочую жизнь людей, делая ее менее продуктивной. В социальных сетях так много отвлекающих факторов, что они могут превратиться в зависимость.

Понимание того, как люди ведут себя в социальных сетях, необходимо для достижения целей, поставленных в Указе Президента № 203, который направлен на создание общества, ценящего знания [1]. Эти платформы играют центральную роль в распространении информации и формировании общественных дискуссий и взглядов. Анализ моделей поведения на этих платформах позволяет получить ценные сведения о том, как воспринимается информация. Результаты этого исследования могут помочь в разработке стратегий, направленных на улучшение способности людей понимать информацию и совершенствование функционирования цифрового общества.

Изучение поведения в социальных сетях - это активно исследуемая область, о чем свидетельствуют многочисленные научные работы и законодательные инициативы, посвященные этой теме. Различные законы и программы, такие как "Цифровая экономика Российской Федерации" и "Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы", определяют ключевые направления цифрового развития России. Понимание поведения пользователей в социальных сетях становится все более

важным во всех областях, связанных с построением информационного общества. Этические соображения также важны, поскольку изменения в обществе могут повлиять на моральные нормы [2]. Данное исследование закладывает основу для дальнейшего изучения этических вопросов в этой области.

Наш подход к изучению поведения пользователей в социальных сетях сочетает в себе количественные и качественные методы. Количественные методы предполагают анализ структурированных наборов данных для выявления тенденций и предпочтений, а качественные методы, такие как экспертный опрос, позволяют глубже понять рассматриваемые вопросы.

Изучение поведения в социальных сетях - сложная, но крайне важная задача в современном обществе с высоким уровнем цифровизации, и она согласуется с принятыми политическими инициативами. Изучение того, как люди взаимодействуют в социальных сетях, позволяет понять суть цифровой коммуникации и ее влияние на распространение информации, экономическое развитие и общественную динамику.

Источники и литература

- 1) Программа “Цифровая экономика Российской Федерации”, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. No 1632-р. URL: <http://government.ru/docs/all/112831>
- 2) Смеюха В. В. Поведение аудитории в социальных сетях: этический аспект // Социально-гуманитарные знания, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povedenie-auditorii-v-sotsialnyh-setyah-eticheskiy-aspekt/viewer>