

Секция «Социальные технологии в управлении общественными процессами»

## Роль алгоритмов социальных сетей в социализации молодёжи

Научный руководитель – Третьякова Ирина Владиславна

*Андреева Варвара Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

*E-mail: varyrvener@yandex.com*

Новое поколение буквально с рождения имеет доступ к Всемирной сети. Мы видим повсеместное применение информационных технологий, как в профессиональной сфере, так и в повседневной жизни. По данным Mediascope среди детей четырех-пяти лет 87% уже пользуются интернетом, причем 53% из них делают это каждый день. При этом среднесуточная продолжительность пользования интернетом среди всех подростков 12–17 лет в городах более 100 тыс. человек составила 380 минут [5]. Данный процесс связан во многом с снижением возраста «компьютерной инициации».

Но несмотря на преимущества, которые привносит в нашу жизнь развитие информационных технологий, большую опасность несет собой влияние новых медиа на подрастающее поколение: развитие информационного общества трансформирует один из главных процессов жизнедеятельности индивида – социализацию. Под влиянием развития информационного общества процесс социализации трансформируется в киберсоциализацию.

Так, по мнению С.В. Бондаренко, существует два наиболее общих типа социализации: социализация в оффлайне и социализация в киберпространстве [1]. Ученый делит процесс первичной социализации в киберпространстве на два этапа: архетипический и инструментально-когнитивный.

На первом этапе происходит формирование субъективной реальности киберпространства посредством коммуникации в группах членства. У индивида появляется информация, позволяющая сформировать представление о том, что такое киберпространство, а также мотивация для продолжения киберсоциализации, им усваиваются социальные нормы киберпространства, а также культурные паттерны и принципы.

Момент первого выхода в Интернет-пространство есть момент перехода от архетипического этапа киберсоциализации к инструментально-когнитивному. На этом этапе индивид социализируется в двух измерениях одновременно: в социальной общности киберпространства (обучение электронной грамотности, навыкам навигации и т. п.) и в сетевом социуме, с которым взаимодействует Интернет-пользователь (усвоение структуры ролей и ценностей того или иного Интернет-сообщества).

Виртуальная среда в наши дни стала реальной сферой деятельности, важной частью жизни индивида, меняя многое в самом человеке – стиль, образ жизни, привычки, круг интересов и общения. Социальные сети оказывают прямое влияние на формирование социально-психологических установок молодежи. Именно в киберпространстве сегодня в большей степени формируются убеждения, ценности, паттерны поведения подрастающего поколения.

В связи с этим особый интерес представляет информация, распространяемая в Интернете. Сегодня читатель в Всемирной сети имеет возможность выбирать из стремящегося к бесконечности информационного потока только то, что хочет. С помощью гаджетов и программных продуктов он может отбирать новости по той или иной тематике из всей совокупности СМИ. Иными словами, формировать свое индивидуальное медиа.

В наше время стали применяться определенные алгоритмы, которые самостоятельно автоматически подбирают самые важные и интересные для индивида публикации. Здесь мы можем говорить о транскодинге – процессе, при котором абсолютно любая информация преобразуется в цифровые данные, благодаря чему их можно систематизировать, анализировать и преобразовывать. Важно то, что транскодинг соотносит информацию не с мировоззрением, культурой, а с определенными алгоритмами. Соответственно, сразу возникает вопрос ценностной объективности, непредвзятости создателей и владельцев алгоритмов, которая, по сути, в современных условиях невозможна [4]. Любой составитель кода может заложить в него «любовь» к определенным взглядам.

Несмотря на огромный идеологический потенциал, сейчас большинство алгоритмов направлены на получение коммерческой выгоды. Нужно, чтобы пользователи как можно дольше оставались на сайте или в приложении. Алгоритмы персонализированной ленты нацелены на то, чтобы показывать пользователю таргетированную рекламу, то есть точно подобранную под его потребности. Такая реклама стоит дороже и пользуется большим спросом у рекламодателей. Именно она – главный источник прибыли бесплатных онлайн-сервисов. Получается, что в погоне за повышением проведенного в социальной сети времени разработчики создали некие «шоры» для каждого человека, подобранные специально под их вкус [3].

Алгоритмы работы с большими данными в наши дни имеют все более манипулятивный характер. Они не только способствуют поиску новых интересных связей между явлениями с последующей разработкой рекомендаций или кастомизацией продукта на основе анализа поведения пользователя, но, что важнее, путем персонализации контента искажают социальную реальность [2].

Таким образом, с развитием Интернета поток информации в нем стал слишком большим для отдельного пользователя, потребовалась структуризация и стратификация данных. И в наши дни эти процессы привели к тому, что фактически пользователи имеют собственный микроинтернет, формируемый алгоритмами социальных сетей. При этом новости, взгляды, убеждения, транслируемые в персональном подпространстве Виртуальной сети, оказывает непосредственное влияние на процессы киберсоциализации подрастающего поколения, а значит на их установки и ценности.

### Источники и литература

- 1) Бондаренко С.В. Социальная система киберпространства как новая социальная общность // Научная мысль Кавказа. Приложение. 2002. № 12 (38). С. 32–39.
- 2) Маркеева А.В., Гавриленко О.В. Большие данные как исследовательская технология: возможности и ограничения применения в современной управленческой практике // Общество: социология, психология, педагогика. Краснодар. 2021. № 12. С. 94–103.
- 3) Михеева Ю.А. Чернышева А.В. Информационные пузыри в социальной сети Twitter: сущность и механизмы формирования // Научные исследования в современном мире: опыт, проблемы и перспективы развития: Сборник научных статей по материалам VIII Международной научно-практической конференции. ООО "Научно-издательский центр "Вестник науки". Уфа. 2022. С. 251-262.
- 4) Федорченко С.Н. Мировоззрение в условиях цифровизации государства // Журнал политических исследований. 2022. Т. 6. № 3. С. 69-90.
- 5) Mediascope: [https://mediascope.net/upload/iblock/98d/shsux2bjktmxy1exei440h84ga\\_u5zu3/KidswTeens\\_НРФ.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/98d/shsux2bjktmxy1exei440h84ga_u5zu3/KidswTeens_НРФ.pdf)