

УДК 159.9

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА (на примере студентов технического университета)

Некрасов А.Н., студент гр. ИИБ-231, I курс
Научный руководитель: Тришина О.Ю., к.пед.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева,
г. Кемерово

В современном обществе развитие информационных технологий увеличивает интеграцию каждого человека в глобальную информационную среду. Представить свою жизнь и повседневную деятельность без цифровых экосистем стало невозможно. Человек может получать любую информацию из огромного множества информационных ресурсов сети Интернет, затрачивая на поиск достаточно малое количество времени; может получать информацию из любой точки мира и тем самым быть всегда осведомленным о событиях, которые происходят на нашей планете. Возросшая в последнее время роль социальных сетей позволила еще больше увеличиться потоку информации за счет того, что люди могут неограниченно обмениваться мнениями и информацией.

При этом не стоит забывать, что глобальное информационное пространство, в которое сейчас вовлечен человек, не имеет четкой регуляции, не имеет прочных барьеров, ограждающих пользователей от недостоверной информации. Тем самым, мы не можем с полной уверенностью утверждать, какая информация истинная, а какая – ложная. Мы выстраиваем свою картину мира, определяя истинность информации по принципу веры источникам, основываясь на собственных предпочтениях и убеждениях. [4]

На предыдущих этапах отечественной и общемировой истории подобного потока информации не существовало. Это объективный факт нашего времени. Но даже и меньшие потоки информации были более структурированы. Одним из способов отбора всегда была цензура, которая, была связана с господствующей идеологией.

В настоящее время стоит отметить, что в обществе, а особенно среди молодого поколения практически не употребляется термин «идеология». Наиболее часто возвращаются к нему, когда говорят о Советском Союзе и его государственной идеологии – марксизме-ленинизме. При этом само понятие, введенное в философию в конце восемнадцатого века, означает определенную систему идей и правил, присущих определенной социальной группе. Стоит также отметить, что, согласно Конституции Российской Федерации, в нашей стране гарантируется «идеологическое многообразие» и ни одна идеология не может быть обязательной или иметь статус государственной. [2] В

стране могут существовать разные идеологии, если они не нарушают законов России.

Редкое использование термина «идеология» может быть во многом определяться нивелированием его значения в обществе. С одной стороны, термин «идеология» в массовом сознании претерпел значительные изменения и фактически стал синонимом понятию «мировоззрение», только используемым в более узком смысле. [1] С другой стороны, в общественном представлении нет четкого понимания, в какой форме должна проявляться идеология, то есть вполне вероятно, что человек просто не до конца осознает, что перед ним пример идеологии, будь то религиозные общества или политические партии. Учитывая, что человек стал достаточно зависим от информации, получаемой из всемирной сети Интернет, можно предположить, что своего рода идеологами становятся те, кто эту информацию выкладывает. Следовательно, идеологии могли приобрести другие, менее привычные и менее заметные человеку формы.

В связи с этим интересны вопросы:

1. Какое представление об идеологии у современного студенчества? (на примере студентов технического университета);
2. Могут ли социальные сети быть средством формирования и распространения идеологии?

Для проверки гипотезы был разработан онлайн-опрос. Его участниками стали 68 юношей и 31 девушка в возрасте от 17 до 21 года включительно – студенты первого курса Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева (КузГТУ). Онлайн-опрос был разделен на три части, первая из которых была направлена на выявление уровня использования респондентами социальных сетей и их оценку этого использования. Во второй части участникам опроса предстояло дать ответы на ряд вопросов, связанных с понятием «идеология». Третья часть предполагала аргументированное соотнесение понятий «социальные сети» и «идеология» респондентами.

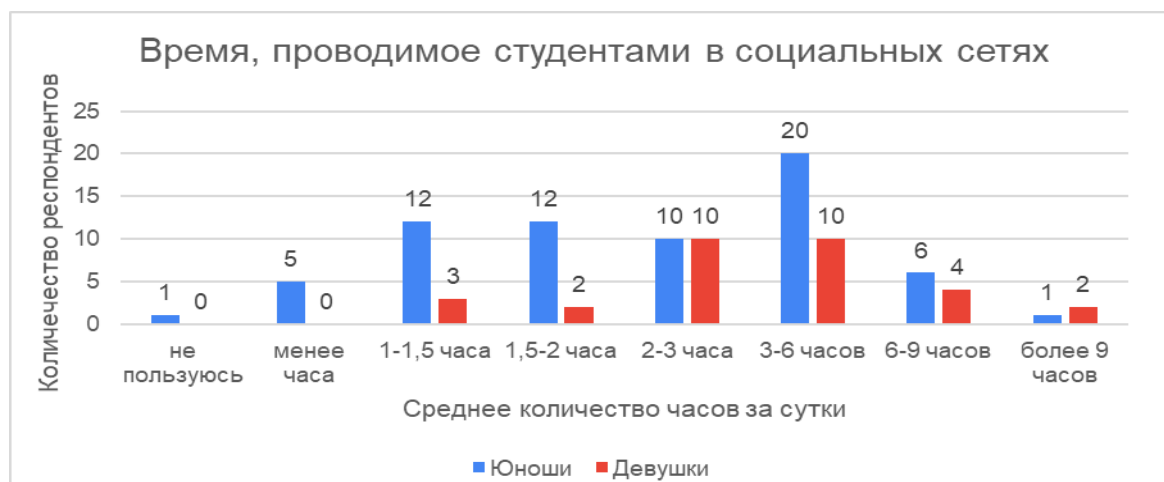


Рис. 1 Среднее количество времени, проводимое студентами КузГТУ в социальных сетях за сутки

По результатам опроса было выявлено, что около 99% респондентов пользуются различными социальными сетями, при этом девушки в среднем проводят в социальных больше времени, чем юноши (4,1ч и 2,78ч соответственно). [Рис.1] Сами популярными социальными сетями среди опрошенных в каждой группе стали Telegram¹, Вконтакте и WhatsApp²; студенты в каждой из опрошенных групп отмечали одни и те же положительные и отрицательные качества социальных сетей.

Выражая собственное мнение о возможности формирования идеологии с помощью социальных сетей, подавляющее большинство юношей и девушек согласились с тем, что социальные сети могут формировать идеологию (ответ «Да»), однако процент девушек, не согласившихся с данным утверждением, более чем в два раза превысил процент юношей (23% и 11% соответственно).

Респонденты, ответившие «Да» в каждой из групп, назвали объединение людей по интересам в социальных сетях одним из доминирующих аргументов. Многие девушки также отметили возможность навязывать людям определенные ценности через социальные сети, большинство юношей указали на то, что социальные сети являются средством распространения информации. При этом четверть опрошенных в каждой из групп не смогла аргументировать свой ответ.

Респонденты, ответившие «Нет» в каждой из групп, дали абсолютно идентичные аргументы. Пять из семи ответивших в каждой из групп не смогли аргументировать свою точку зрения. Оставшиеся респонденты посчитали, что социальные сети, Интернет не воспринимается настолько серьезно, чтобы можно было формировать идеологию, или что идеологию возможно создать только вживую.



Рис. 2 Результаты определений, данных студентами КузГТУ понятию «идеология»

¹ Иностранец владеет ресурсом, нарушая закон Российской Федерации.

² Социальная сеть принадлежит компании «Meta», признанной в РФ экстремистской организацией.

Сам термин «идеология» большая часть опрошенных в каждой из групп определила как мировоззрение, систему взглядов или систему идей, при этом шестая часть опрошенных затруднилась дать определение понятию. [Рис.2] Почти 97% опрошенных воспринимает понятие «идеология» в нейтральном или положительном ключе.

Большая часть опрошенных в обеих группах не причисляет себя к какой-либо идеологии, многие же из тех, кто считает себя последователем какой-либо идеологии, затрудняются ответить, какой именно. Среди респондентов, указавших свою идеологию, преобладают левые взгляды, при этом общее количество лиц, указавших свою идеологию не превышает 10% (9 человек). Юноши в два раза чаще причисляют себя к определенной идеологии, чем девушки (21% и 10% соответственно).

Большая часть опрошенных в каждой из групп не смогла назвать положительные и отрицательные качества идеологии. Большинство ответивших юношей среди положительных качеств указали самосовершенствование человека и объединение людей, девушки – объединение и формирование личности. Среди отрицательных качеств многие юноши выделили отрицательные идеологии, антиморальные поступки во имя идеологий, а также отрицание других мнений. Девушки отметили конфликты идеологий, слепую веру в их истинность и стирание принципов личности под влиянием идеологии.

Согласно результатам первой части опроса, можно сделать вывод о значительной вовлеченности респондентов обеих групп в информационное пространство посредством социальных сетей. При этом важно отметить, что количество времени, проведенное в социальных сетях, прямо пропорционально количеству получаемой человеком информации.

Предлагая собственные варианты определения «идеология» большинство респондентов указали на идеологию либо как мировоззрение, либо как систему идей. Это соответствует двум наиболее распространенным вариантам этого определения в современности. Большинство респондентов не испытывает каких-либо отрицательных ассоциаций при употреблении понятия «идеология», что позволяет сделать вывод о возможности широкого использования термина в обществе. В то же время, когда респондентов попросили назвать положительные и отрицательные качества идеологии, большинство респондентов не смогли дать ответа. Исходя из этого можно сделать вывод, с одной стороны, о недостаточном количестве знаний в этой области, то есть о малой заинтересованности данным предметом, с другой стороны, о нежелании думать на данную тему, поскольку количество респондентов, давших определение понятию, значительно превышает количество лиц, которые назвали положительные и отрицательные качества. При этом причиной нежелания в первую очередь можно назвать отсутствие интереса.

Отсутствие интереса к идеологии может быть вызвано несоответствием данной области знаний кругу интересов личности. Большинство респондентов указали на то, что в социальных сетях они имеют возможность общаться и создавать сообщества по интересам. В этом объективный плюс таких соци-

альных сетей. Группы могут иметь как информативную, так и развлекательную функцию. Задача первого типа групп – сообщить участникам группы конкретную информацию, донести сведения. Информация во второй группе не несет значительной смысловой нагрузки, поскольку в наибольшей степени стремится вызвать у человека определенные реакции, наиболее частыми из которых являются веселье или смех, то есть носит увеселительный характер. Такой подход к выполнению данной задачи может искажать действительную информацию ради юмористической составляющей – примером этого служат часто появляющиеся в социальных сетях мемы, ставшие современным Интернет-феноменом. [3]



Рис. 3 Пример Интернет-мемов

Сообщества, в которых создаются и транслируются мемы, по своей сути ограничивают одну социальную группу от другой, поскольку для правильного декодирования мема необходимо знание определенной культурной базы и человек, не знакомый с ней, может его просто не понять. Особенность мемов состоит и в том, что для создания юмористического эффекта намеренно искажается исходная информация. Наиболее часто изменению подвергается нормы русской орфографии, поскольку для создания необходимого эффекта слова в Интернет-мемах зачастую печатаются согласно произношению, а несогласно их написанию. Некоторые мемы содержат шутки на религиозные, политические и иные темы, которые могут быть расценены как оскорбительные, но их фильтрация в сети достаточно мала. [Рис.3]³ Мемы могут являться достаточно мощным источником распространения информации, поскольку передают ее в форме, к которой человек относится несерьезно, однако запоминает и усваивает легко. Такой подход не исключает формирование человеческого мнения и мировоззрения, но ослабляет логическое, объективное мышление и искажает восприятие мира человеком. Информация, преподносящаяся таким способом, часто не соответствует фактам. Люди, публикующие данные картинки, способны манипулировать информацией и, таким об-

³ Изображение взято из открытых источников.

разом, навязывать определенную систему ценностей путем, который человек не воспринимает всерьез. И это также было отмечено респондентами.

При этом стоит отметить, что, информация из групп, в которых состоит человек в социальных сетях, встречается ему чаще другой. Человек становится к ней более восприимчив. В то же время, практически каждый второй пользователь не обращает внимания на источник, если информация не кажется особо важной. [4] Таким образом, люди, которые публикуют информацию в группах в социальных становятся своего рода идеологами, способными управлять мнением людей и их мировоззрением, а сами участники групп в свою очередь становятся сторонниками той или иной идеологии, часто этого не осознавая.

Таким образом, можно сделать следующие общие выводы:

1. Идеология объективно существует в нашем обществе, однако молодое поколение редко задумывается о ней, о её месте в своей жизни.
2. Положительное или отрицательное влияние идеологии большинством респондентов не отрицается, но и не вызывает интереса.
3. Социальные сети могут быть источником формирования идеологии.
4. Ответственность создателей тех или иных сообществ в социальных сетях (как и самих соцсетей) за формирования взглядов участников и их идеологических приоритетов достаточно высока, т.к. участники сообществ им доверяют.

Данное исследование не претендует на всеобъемлющий результат, однако может быть рассмотрено как постановка проблемы и требует дальнейшего исследования.

Список литературы:

1. Дайнеко И.В. Мухин М.А. Термин «Идеология» и его употребление: история и современность // Вестник науки и творчества, 2020, стр. 5-11.
2. Конституция Российской Федерации. Новая редакция. С учетом образования в составе Российской Федерации новых субъектов // изд. Проспект, Москва, 2023, стр. 6.
3. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии, 2015, №1, стр. 195-201.
4. Морозова А.А. Достоверность информации в социальных сетях и критерии ее верификации // Вестник челябинского государственного университета, 2017, №6, стр. 75-83.