Михаил Григорьевич Бреслер

Уфимский государственный нефтяной технический университет

[bremmaster@yandex.ru](mailto:bremmaster@yandex.ru)

**Адаптация этических норм поведения новых пользователей сети ВКонтакте**

Закрытие или приостановка работы популярных социальных сетей побудило большое число пользователей перейти в соцсеть VKontakte, которая ранее рассматривалась ими как второстепенная. Рассматривается специфика данной социальной сети и трудности адаптации пользователей.

Ключевые слова:социальная сеть, ВКонтакте, группа, сетевое сообщество.

События февраля – марта 2022 г. привели в том числе к полной или частичной приостановке работы глобальных социальных сетей на территории России. Эти процессы так или иначе затронули миллионы пользователей, побудили их искать новые инструменты для межличностной и межгрупповой коммуникации. Одним из преимущественных вариантов стала социальная сеть ВКонтакте. По данным Brand Analytics, в этот период существенно выросло количество регистраций, активных пользователей и публикаций контента. Данные коррелируют с собственным наблюдением автора [3].

За данный период количество запросов «на дружбу» увеличилось с 10 в феврале до 146 в марте. При этом возросло и качество запросов. Если ранее большинство запросов составляли аккаунты коммерческих предприятий либо студенты, записавшиеся на курс автора, то в описываемый период большинство составляли люди, знакомые автору по активности в других социальных сетях.

Отмечается высокая активность последних, как в публикации материалов, так и в реакции на опубликованные материалы автора. Несмотря на в целом позитивную картину роста и развития сети, «новые пользователи» столкнулись с рядом проблем, связанных с различием этических норм и правил глобальных интернет-ресурсов и VKontakte. Это связано с уникальностью самого интернет-сервиса – наиболее активной и крупной локальной социальной сети в мире.

Изначально сеть создавалась как инструмент внутригрупповой и межгрупповой коммуникации – в отличие от других сетей, создаваемых как инструмент межличностной коммуникации. С этим автор связывает популярность групп среди подростков и студентов младших курсов, а также бурное развитие системы локальных групп («Подслушано в Х», «Х-онлайн», «Новости Х» и др.) охватывает практически все районы городов и сельские поселения. В последние годы в социальной сети открыты страницы практически всех представителей институтов власти и управления муниципального и регионального уровня, вокруг которых также формируется достаточно активное сообщество [2].

В целом, на основе опыта анализа более 120 сообществ VKontakte можно утверждать, что группы в данной сети в большинстве своем представляют сформированные по аксиальному признаку органические и инструментальные сообщества, нормы поведения которых конвенциально приняты участниками [1]. Процессы кластеризации сети способствуют тому, что между участниками реже возникают эмоциональные дискуссии с применением экспрессивных выражений.

По данным наблюдения автора, преобладают обсуждения между участниками со сходными ценностями и сходным мировоззрением в отличие от бурных дискуссий между людьми с антагонистическим мировоззрением. Пользователи привыкли также к «рабочему» характеру коммуникаций, особенно со стороны малого бизнеса и частных лиц, продвигающих различные виды товаров и услуг.

Несколько миллионов россиян заново переоткрывают для себя социальную сеть ВКонтакте, адаптируясь к принятой здесь манере общения, новым этическим нормам и новым возможностям этой социальной сети. Неизбежен и обратный процесс влияния новых пользователей на сложившиеся нормы.

Литература

1. Бреслер М. Г. Аксиальный фактор в социальных процессах информационного общества: философский анализ // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2017. № 2 (136). С. 105–109.

2. Мурзагулов Р. Р. «Инцидент» – необходимый канал связи власти с обществом // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. СПб., 2019. Т. 1. С. 104–106.

3. Черный В. Изменение медиапотребления русскоязычного контента на платформах соцмедиа, февраль-март 2022 // Brand Analitics – аналитическое агентство. Официальный сайт. 14.03.2022. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-migration-in-russia/>.