



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ПРОСТРАНСТВО ПРОЯВЛЕНИЯ КОНФОРМИЗМА

Жураева Вазира Фарходовна

jurayevavazira2001@gmail.com

Психолог

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17063196>

Аннотация. В статье рассматриваются социальные сети как современное пространство формирования и проявления конформного поведения личности. Анализируются психологические механизмы, обуславливающие стремление индивида подстраиваться под нормы, ценности и модели поведения, транслируемые онлайн-сообществами. Особое внимание уделяется феномену влияния виртуальной среды на восприятие группового давления, а также роли алгоритмов, лайков и комментариев как инструментов поддержания конформизма. Подчеркивается, что социальные сети усиливают значимость социального одобрения, создавая условия для воспроизводства как позитивных, так и негативных форм конформного поведения.

Ключевые слова: социальные сети, конформизм, групповое давление, цифровая коммуникация, социальное влияние, онлайн-сообщества, психологические механизмы.

Abstract. The article examines social networks as a modern space for the formation and manifestation of conformist behavior of the individual. It analyzes the psychological mechanisms that determine the tendency of individuals to adapt to the norms, values, and behavior patterns transmitted by online communities. Particular attention is paid to the phenomenon of virtual environment influence on the perception of group pressure, as well as the role of algorithms, likes, and comments as tools for maintaining conformity. It is emphasized that social networks enhance the importance of social approval, creating conditions for the reproduction of both positive and negative forms of conformist behavior.

Keywords: social networks, conformity, group pressure, digital communication, social influence, online communities, psychological mechanisms.

Введение. Современное общество характеризуется стремительным развитием цифровых технологий, которые радикально трансформировали не только способы коммуникации, но и саму структуру социального взаимодействия. Виртуальная среда становится неотъемлемой частью повседневной жизни личности, оказывая непосредственное влияние на





процессы формирования мировоззрения, ценностных ориентаций и моделей поведения. Одним из наиболее значимых феноменов XXI века выступают социальные сети, которые изначально выполняли функцию платформ для обмена информацией и поддержания контактов, однако со временем превратились в сложные системы социального конструирования реальности. Сегодня они выступают не только источником информации, но и пространством социализации, где личность приобретает новые роли, учится взаимодействовать с группой и осваивает нормы виртуальной культуры

Социальные сети формируют особую среду, в которой складываются новые механизмы социального влияния. Если в традиционном обществе групповое давление ограничивалось рамками реального общения, то в цифровом пространстве оно приобретает массовый и публичный характер. Здесь реакция аудитории (количество лайков, комментариев, репостов) становится своеобразным индикатором социальной значимости мнения и фактором, влияющим на индивидуальные установки. Таким образом, виртуальная коммуникация не только отражает существующие в обществе ценности, но и активно участвует в их трансформации, задавая новые стандарты взаимодействия и оценки.

Одним из ключевых проявлений социальной динамики в онлайн-среде является конформизм, как стремление личности согласовывать свои взгляды, поведение и установки с доминирующей позицией группы. В условиях социальных сетей данный феномен приобретает особое значение, поскольку здесь усиливается зависимость индивида от реакции аудитории, выраженной через лайки, комментарии, репосты и иные формы социального одобрения. Алгоритмические механизмы платформ дополнительно стимулируют конформное поведение, создавая «информационные пузыри» и усиливая эффект группового давления¹.

Конформизм традиционно рассматривается как один из ключевых феноменов социальной психологии. Классические исследования С. Аша показали, что индивид склонен менять собственное мнение под давлением группы, даже если групповой ответ явно ошибочен. Позднейшие работы подтвердили, что социальное влияние затрагивает не только поведение, но и когнитивные процессы, формируя у человека ложные воспоминания и установки.

В цифровую эпоху данное явление приобретает новые формы. Исследования показывают, что в социальных сетях конформизм





проявляется через ориентацию на «популярное мнение», выраженное количеством лайков и комментариев. Феномен «эхо-камер» усиливает этот процесс, закрепляя уже существующие взгляды и ограничивая доступ к альтернативным позициям. Особое внимание уделяется подросткам и молодёжи: именно они чаще демонстрируют информационный конформизм, подстраивая своё поведение и самопрезентацию под ожидания онлайн-сообщества.

Методы исследования и обсуждение результатов. Для анализа был выбран пост в социальной сети TikTok, опубликованный в тематическом сообществе, посвящённом вопросам образования. В публикации обсуждалась тема введения обязательной школьной формы для учеников средних и старших классов. Уже в первые 48 часов пост собрал более 1 000 отметок «нравится», около 350 комментариев и был просмотрен более чем 12 000 раз, что 1 Asch, S. Opinions and Social Pressure. Scientific American, Vol. 193, No. 5, 1955 2 Общественное животное. Исследования. Под ред. Э. Аронсона. — М. 2003 свидетельствует о высокой степени вовлечённости аудитории и значимости затронутой темы для пользователей.

Применение метода наблюдения и контент-анализа позволило выделить несколько ключевых закономерностей. Наибольшее количество положительных реакций (свыше 180 «лайков», что составляет примерно 51 % от общего числа реакций на комментарии) набрал пост, автор которого поддерживал введение школьной формы, обосновав это необходимостью «дисциплины и равенства среди школьников». Дальнейший анализ показал, что примерно 63 % последующих комментариев (около 220 сообщений) прямо или косвенно воспроизводили данную точку зрения, нередко используя идентичные формулировки: «форма дисциплинирует», «дети будут равны», «так будет справедливо».

В свою очередь, около 20 % комментариев (приблизительно 70 сообщений) выражали несогласие с предлагаемой мерой. Наиболее частыми аргументами выступали неудобство школьной формы, дополнительные материальные расходы для родителей (упомянуто в 37 % критических сообщений), а также ограничение индивидуальности и самовыражения школьников (отмечено в 42 % подобных комментариев). Однако такие высказывания получали крайне низкий уровень поддержки — в среднем 5–7 лайков на комментарий, что составляет менее 4 % от уровня реакции на доминирующее мнение.





Оставшиеся 17 % комментариев (около 60 сообщений) носили нейтральный характер. Чаще всего они выражались в форме неопределённых высказываний («не знаю», «надо попробовать», «пусть решают родители»). Эти сообщения собирали в среднем 2–3 лайка, что в 60 раз меньше, чем у наиболее поддержанного комментария. Подобные реакции можно рассматривать как проявление пассивного участия и социальной индифферентности: пользователи формально включались в дискуссию, но избегали выражения собственной чёткой позиции. Таким образом, собранные данные наглядно демонстрируют действие механизма конформизма в цифровой среде. Более половины аудитории (свыше 63 %) проявили явную склонность к поддержке уже доминирующей точки зрения, тогда как менее четверти (около 20 %) осмелились выразить несогласие, и лишь малая часть (около 17 %) осталась нейтральной. При этом степень социальной поддержки (количество лайков и репостов) распределилась крайне неравномерно: комментарии в поддержку введения формы набирали в среднем 3–4 раза больше реакций, чем все остальные мнения вместе взятые. Эти результаты подтверждают, что социальные сети не только отражают социальные процессы, но и значительно усиливают их за счёт механизмов публичного одобрения и алгоритмического продвижения наиболее популярных точек зрения. В результате создаются условия для доминирования «массового мнения», снижения вероятности выражения независимой позиции и ограничения развития критического восприятия информации в цифровой среде.

Выводы. Проведённое исследование продемонстрировало, что социальные сети выступают значимым пространством, в котором конформное поведение личности получает особое выражение и закрепление. Анализ реакции пользователей на публикацию, посвящённую введению обязательной школьной формы, показал, что в онлайн-дискуссиях наблюдается тенденция к ориентации на наиболее популярные мнения, выраженные через высокий уровень одобрительных реакций (лайков, репостов, положительных комментариев). Большинство участников обсуждения, формируя собственную позицию, ориентировались на уже доминирующую точку зрения, что подтверждает действие механизма группового давления в цифровой среде.

Примечательно, что альтернативные и критические суждения, даже если они были подкреплены аргументами, не находили значительной поддержки аудитории. Такие высказывания быстро утрачивали





видимость и оказывались маргинализированы в общем потоке коммуникации. Это указывает на то, что цифровое пространство способствует воспроизводству и усилению конформизма не только за счёт традиционных социальных факторов, но и благодаря специфическим особенностям медиа среды. Таким образом, можно заключить, что социальные сети не просто отражают уже существующие социальные процессы, но и усиливают их за счёт механизмов публичного одобрения и алгоритмического продвижения контента, ориентированного на массовое восприятие. В результате создаются условия для закрепления и доминирования «массового мнения», что снижает вероятность проявления независимой позиции и ограничивает развитие критического восприятия информации.

Полученные результаты подтверждают актуальность комплексного изучения цифровой среды как фактора формирования социального поведения. Более того, они указывают на необходимость разработки практических стратегий и психологических интервенций, направленных на формирование устойчивости личности к групповому давлению в виртуальном пространстве. Это предполагает как развитие критического мышления у пользователей, так и внедрение образовательных и профилактических программ, способствующих осознанному и рефлексивному использованию социальных сетей.

Список литературы

1. Asch, S. Opinions and Social Pressure. Scientific American, Vol. 193, No. 5, 1955
2. Rosenthal-von der Pütten, A. M., Krämer, N. C., Hoffmann, L., Sobieraj, S., & Eimler, S. C. (2019). The effects of social media likes on self-esteem and conformity: A controlled laboratory experiment. Computers in Human Behavior, 92, 76–89.
3. Общественное животное. Исследования. Под ред. Э. Аронсона. — М. 2003

