

И нтернет-сети как средство социальной мобилизации молодежи



Ирина КОНОВАЛОВА,
аспирант

Научный руководитель –
КОТЛЯРОВ Игорь
Васильевич,
доктор социологических
наук, профессор

Становление глобального информационного общества и массовое распространение сетевых технологий привели к эволюции жизнеустройства современной молодежи. Сегодня сфера интернет-коммуникации, формируя виртуальное измерение реальности, представляет собой новую среду обитания для молодежных интерактивных сообществ и осуществления политкоммуникаций. Знание тренда настроений молодежи, вызванных социально-политическими процессами, дает возможность за счет проведения сетевых исследований проанализировать возникающие в обществе процессы и спроектировать решения, позволяющие нивелировать возможные негативные явления в жизни социума.

Современный период развития общества характеризуется интенсивным вовлечением молодежи в глобализационные процессы, проникновением новых информационно-коммуникационных технологий в их среду, переопределяя тем самым традиционные формы гражданской активности и трансформируя характер вовлечения молодежи в политические процессы. Разработка принципов и технологий организации диалогового взаимодействия политических и социальных акторов, индивидуальных стратегий реализации активной гражданской позиции молодежи сегодня приобретает общегосударственное значение. Поэтому актуальным становится не только процесс изучения поведения молодого поколения в условиях развития

сетевых технологий, но и разработка актуальных средств и механизмов для ведения политической и общественной дискуссий в условиях медиатизации политики, а также более активного и широкого включения белорусской молодежи в государственное строительство.

Важное направление государственной молодежной политики связано с развитием социальной активности молодежи, гражданским самосознанием, которое динамично формируется в деятельности молодежных общественных объединений, а они сегодня весьма многообразны и многочисленны.

Согласно статье 117 Гражданского кодекса Республики Беларусь и статье 1 Закона Республики Беларусь от 4 октября 1994 года № 3254-ХІІ «Об общественных объединениях», под общественным объединением понимается «добровольное объединение граждан, в установленном законодательством порядке объединившихся на основе общности интересов для удовлетворения нематериальных потребностей и достижения уставных целей» [1].

По состоянию на 1 июля 2014 года в Беларуси зарегистрировано 260 общественных объединений молодежной направленности, в том числе 29 – детских. Из них 57 организаций имеют международный и республиканский статус, 199 – местный. Зарегистрировано также три союза (ассоциации) общественных объединений

ОБ АВТОРЕ

КОНОВАЛОВА Ирина Александровна.

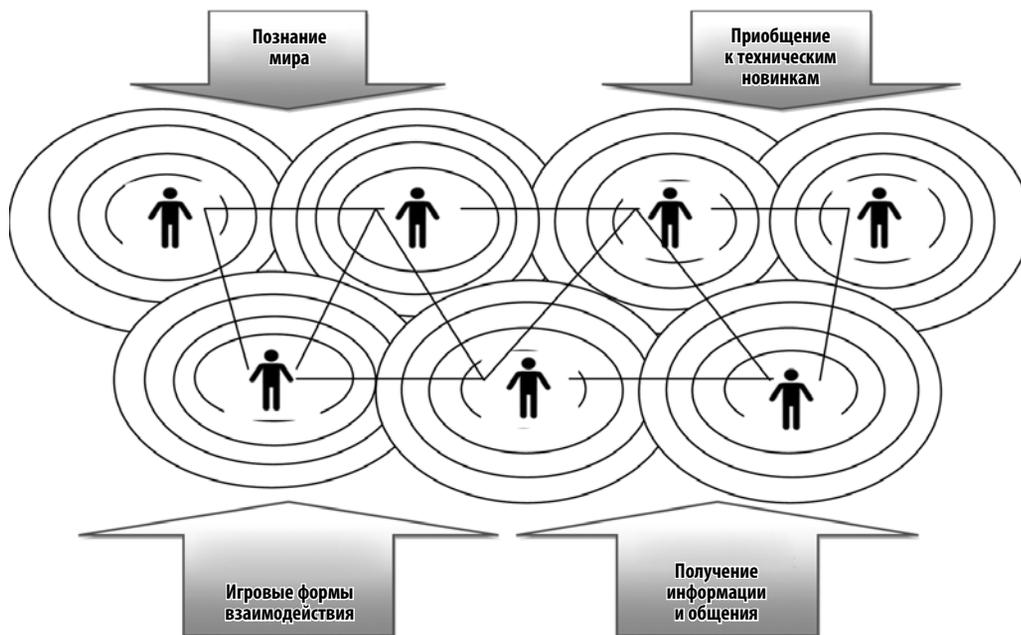
Родилась в г. Добруше Гомельской области.

Окончила Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины (2006), Институт государственной службы Академии управления при Президенте Республики Беларусь (2014). Аспирант Института социологии НАН Беларуси.

С 2006 по 2011 год работала педагогом-организатором средней школы № 24 г. Гомеля. С 2011 по 2014 год – режиссер Добрушского районного Дома культуры. С мая 2014 года – первый секретарь Новобелицкой районной организации ОО «Белорусский республиканский союз молодежи», с октября 2014 года – главный специалист, с 2015 года – заместитель начальника отдела идеологической работы, культуры и по делам молодежи администрации Новобелицкого района г. Гомеля.

Автор нескольких научных работ.

Сфера научных интересов: политические интернет-коммуникации, политические технологии, становление и развитие партийной системы.



◀ Рисунок 1.
Архитектура эффекта волнообразной сетевой коммуникации
Источник: разработка автора.

молодежной направленности. В республиканский реестр молодежных и детских общественных объединений, пользующихся государственной поддержкой, включены 15 организаций. Общественное объединение, выражающее интересы значительной части молодежи, – Белорусский республиканский союз молодежи [2, с. 11].

Участие в деятельности общественных объединений дает молодежи навыки и способности, делающие более успешным процесс их социализации, формирует у этой группы молодых людей более позитивный эмоциональный настрой, уверенность в будущем и большую социальную мобильность. Под влиянием глобализации сегодня образуется большое количество локальных молодежных сообществ, представляющих собой сетевые узлы в социальном веб-пространстве, которые выстраиваются по принципу близости мотиваций и интересов. Поэтому необходимо уделять самое пристальное внимание не только работе с молодежью на уровне общественных объединений, традиционных социальных институтов, но и подвергать исследованию символично-смысловые взаимодействия в рамках молодежной мобильной коммуникации. На основе анализа виртуальных сетевых сообществ можно сделать следующие выводы относительно вовлечения молодежи в мобильный коммуникативный процесс:

- приобретение нового социального опыта, а также социализация в среде киберпространства;
- привлекательность «коммуникативной автономии», динамизма сетевого пространства, активного познания мира [3];
- использование технических новинок, игровых форм взаимодействия, а также интернет-технологий для получения информации и общения.

Необходимо понимать, что в сетевом взаимодействии силу коммуникации и информационных потоков контролировать невозможно. Следовательно, Интернет становится технологическим инструментом для воздействия на мысли людей, фундаментальным источником власти. В широком смысле происходит замещение традиционных форм вовлечения молодежи в публичную сферу, которая сегодня выстраивается вокруг достаточно активного функционирования социальных институтов, посредством взаимодействия в рамках интерактивного поля и тиражирования информационных продуктов. В итоге создается волнообразная сетевая коммуникация, где информационный вброс образует эффект кругообразных волн, распространяющихся среди всех участников сети. Иначе говоря, информация, которая циркулирует в группах социальных сетей, постоянно меняется, проникает в индивидуальное сетевое пространство, влияя на сознание и формируя локальное мышление (рис. 1).

| Каналы коммуникации | Характер восприятия | | Характер потока информации | | Подача информации | | Характер обращения к публике | |
|------------------------|---------------------|--------------|----------------------------|---------------|-------------------|-----------|------------------------------|----------|
| | Оптический | Акустический | Направленный | Интерактивный | Динамичная | Статичная | Индивидуальный | Массовый |
| e-mail | + | | + | | | + | + | + |
| Телефон | | + | + | + | + | + | + | |
| Печать | | | + | | | | | + |
| Радио | | + | + | | | | | + |
| ТВ | + | + | + | | + | | | + |
| Интернет | + | + | + | + | + | + | + | + |

▲ Таблица 1. Синтез информационных потоков интернет-коммуникации

Источник:

М.С. Вершинин.

Политическая

коммуникация

в информационном

обществе. – СПб.: Изд-во

Михайлова В.А., 2001. –

С. 252.

Постепенно информационное влияние ослабевает и перестает оказывать воздействие на участников интернет-пространства. Требуется новостной толчок для непрерывного поддержания эффекта волнообразной сетевой коммуникации, иначе цепочка локального воздействия постепенно будет ослабевать. Информационные потоки, подобно кругам воды, расходятся в собственных системах массовой коммуникации, оказывая все усиливающееся воздействие на формирование сознания молодежи. Если под той или иной информацией ставится «лайк» или делается «репост», происходит образование символично-смыслового взаимодействия, цепного эффекта распространения информации. В результате процесс коммуникации в интернет-сообществе складывается из следующих основных циклов:

- поступление информации из окружающей среды;
- циркуляция с последующим преобразованием информации;
- распределение и воздействие на участников сообщества в зависимости от системы ценностных установок.

Иными словами, мы наблюдаем возникновение механизма сетевой социализации, когда традиционная теория социализации, предложенная Т. Парсонсом, актуализируется в динамике сетевого взаимодействия, где участник онлайн-сообщества «вбирает» общие ценности в процессе общения со «значимыми другими», в результате чего следование общезначимым нормативным стандартам становится частью его мотивационной структуры, его потребностью [4].

Таким образом, новая модель социализации молодежи преобразуется в перспективный механизм для конструктивного взаимодействия и повышения в сетевом пространстве значения идеалов социального равенства и справедливости, национального единства и толерантности, обеспечивающих общественную стабильность через социализационные процессы, определение их перспективных моделей в современном белорусском обществе. При этом, как считает политолог М.С. Вершинин, интернет-коммуникации по сравнению с традиционными коммуникационными каналами фактически «синтезируют в себе сильные стороны каждого из них и тем самым приобретают очевидные преимущества в отношении возможностей восприятия передаваемой информации, направленности информационного потока, способа подачи сообщений и характера обращения к публике» [5, с. 73] (табл. 1).

Масштаб и уровень развития сетевой коммуникации позволяет сегодня говорить об Интернете как о поле острой конкуренции идей, мнений и интересов. В виртуальном пространстве распространяются как гуманистические воззрения, знания, ценности и образы, проявляющиеся в функционировании таких молодежных сетевых сообществ, как «Молодежь Беларуси», «НИКА. Движение неравнодушной молодежи», «Профсоюзная молодежь Беларуси», «Бизнес-Молодежь», так и деструктивные взгляды – «СН – свободная нация, молодежь Беларуси» [6; 7; 8; 9; 10].

Виртуальному молодежному сообществу, как саморегулирующейся социальной

организации, свойственна меньшая степень устойчивости и стабильности. Его члены, как правило, разделяют общие взгляды и ценности (данная тенденция свойственна общественным организациям, членство в которых осуществляется на основе общности интересов), их связывают общие представления о социально-политических процессах. Информационное пространство молодежных сообществ указывает нам на большую роль реципиентов, которые являются полноценными субъектами политических процессов, реализующими стратегии политического сетевого участия. Таким образом, современные молодежные объединения эффективно функционируют на основе корпоративных информационных сетей. Идеи, убеждения, исповедуемые саморегулирующейся социальной организацией, распространяются в электронном пространстве быстрее и обсуждаются активнее, чем взгляды индивидов, выраженные в ходе публичных акций.

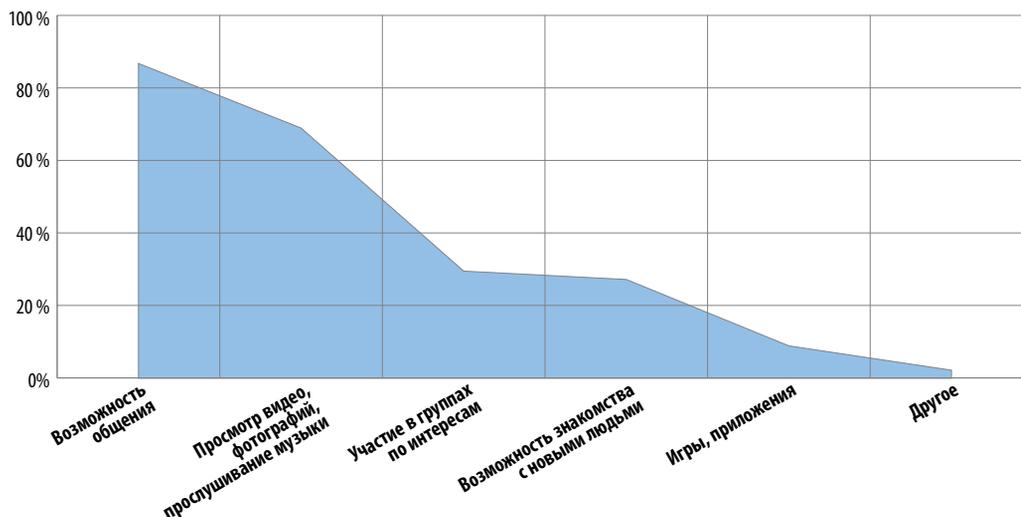
В информационной сфере, где передача событийного видеоконтента происходит посредством использования культурных символов и образов, использование традиционных публичных акций приносит кратковременный эффект. Для строительства имиджевой молодежной политики необходима систематическая непрерывная работа, долгосрочная стратегия и координация деятельности в сетевом интернет-пространстве. Тесно связанные между собой социальные сети не просто объединены в разных областях молодежной деятельности, их функционирование можно описать скорее как конкуренцию или виртуальную точку притяжения молодежи различных идейных течений. Иными словами, в условиях маркетизированной политики простое идейное сетевое течение становится полноценным политическим интерактивным объединением, которое достаточно умело образует информационный шум. В этом сегменте появляется реальная возможность для формирования особой микросреды, способной выдвигать собственных лидеров мнений. Именно путем целенаправленных PR-акций, переходящих в PR-действия, можно формировать направление необходимых базовых установок. Так, распространенными приемами мобилизации установок являются апелляция к социально-экономическим интересам

общества и государства, общепризнанным нормам и ценностям, а также публичная обструкция их нарушителей, что непосредственно и должно пресекать деструктивное поведение различных социальных групп, отдельных субъектов политики. Кажется весьма эффективной «технология позитивного трансфера, когда положительные черты образов популярных людей располагаются в одном визуальном или семантическом контексте», что представляет определенный интерес, а также применение социальной рекламы [11, с. 17].

В целом выбор политической стратегии работы с молодежью также зависит от идеологической ориентации, положения общественных объединений и политических партий в обществе и государстве, стиля политического поведения, конкретного социально-политического развития. Возьмем все 15 зарегистрированных в нашей стране партий. Сегодня в белорусской политической действительности молодежный сектор представлен только организационными структурами Коммунистической партии Беларуси и Молодыми демократами Объединенной гражданской партии Беларуси. Заметим, что руководство остальных 13 не предлагает определенной ниши молодежи, как активному субъекту политики, в партийной деятельности своих организаций, что говорит лишь о полной аполитичности партийных структур. В связи с этим политический субъект, вовлекающий молодежь в свои ряды, в идеале должен иметь представление о ее потребностях, чтобы предложить адекватные действия в их разрешении. Иначе говоря, программа политической партии должна вызывать интерес в различных социальных слоях, в том числе и молодежном.

Сегодня в процессе организации работы с молодежью немаловажное значение имеет изучение коммуникационного компонента сетевых технологий. Процессы интернетизации и распространение современных информационно-коммуникационных технологий способствуют существенному повышению эффективности взаимодействия с молодежным сегментом и социальной трансформации. Архитектура привлекательности среди молодежи глобальной электронной сети исследовалась Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Респу-

► **Рисунок 2. Архитектура привлекательности социальных сетей среди молодежи**
 Источник: разработка автора на основе: http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf.



блики Беларусь. Результаты опроса подтвердили: социальные сети – наиболее популярный интернет-ресурс. «Подавляющее большинство опрошенных (86,7 %) имеют свой профиль в социальных сетях, что является следствием потребности в общении. Две трети респондентов (68,9 %) интере-

суют просмотр видео, фотографий, прослушивание музыки. В среднем по 28,4 % выбрали варианты «участие в группах по интересам» и «возможность знакомства с новыми людьми» [12] (рис. 2).

Отобразить результаты исследования можно посредством использования визуализации матричной графики. «Идея метода состоит в сжатии матрицы признаков в матрицу с меньшим числом переменных, сохраняющую почти ту же самую информацию, что и исходная матрица» [13, с. 118]. Иными словами, степень привлекательности общения в социальных сетях отображается на матричной графике степенью удаленности от первичной линии матрицы.

Ход динамично развивающегося информационного процесса свидетельствует о необходимости нового прочтения организации взаимодействия с молодежью. Сетевые коммуникации сегодня должны рассматриваться как гигантский эмпирический объект, содержащий цифровые «следы» и предикторы (средства прогнозирования) социального сознания и общественных действий. Распространяемые в Интернете контент-материалы формируют базовые установки сетевых субъектов касаясь событий и явлений социально-политической сферы, просвещают, способствуют их интеграции или дезинтеграции, обмену идеями, которые используются во благо или во вред обществу. Сегодня молодежные виртуальные сообщества увеличили поток информации, оперативно направляемой из социальной системы в политическую. ▀

ЛИТЕРАТУРА

1. Об общественных объединениях: Закон Респ. Беларусь, 4 окт. 1994 г., № 3254-ХІІ // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 14.10.2015.
2. Пшеничная, Н.И. Импульс для молодых и талантливых / Н.И. Пшеничная // Беларуская думка. – 2015. – № 4. – С. 8–13.
3. Кастельс, М. Наша жизнь – гибридный виртуального и физического пространства: из интервью корреспонденту РИА Новости А. Алексеевой 22.06.2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fmf.rian.ru/news/20120622/368091606.html>. – Дата доступа: 14.10.2015.
4. Кристакис, Н., Фаулер, Дж. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / Н. Кристакис, Дж. Фаулер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/connected.htm>. – Дата доступа: 07.10.2015.
5. Вершинин, М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С. Вершинин. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 252 с.
6. Молодежь Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vk.com/molodezh_belarusi. – Дата доступа: 14.10.2015.
7. НИКА. Движение неравнодушной молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vk.com/belnika>. – Дата доступа: 14.10.2015.
8. Профсоюзная молодежь Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vk.com/profmolbel>. – Дата доступа: 14.10.2015.
9. Бизнес-Молодежь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vk.com/bmbelarus>. – Дата доступа: 14.10.2015.
10. СН – свободная нация, молодежь Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vk.com/svbelarus>. – Дата доступа: 14.10.2015.
11. Пшизова, С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С.Н. Пшизова. – Полис. – 2000. – № 3. – С. 6–18.
12. Медиафера Беларуси: социологический аспект / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iac.gov.by/research.html>. – Дата доступа: 28.10.2015.
13. Филиппова, Т.В. Интернет как инструмент социологического исследования / Т.В. Филиппова // Социологические исследования. – 2001. – № 9. – С. 117–121.