

Шайхисламов Р.Б. д-р социол. наук
shairb@rambler.ru

Садретдинова Э.В. канд. социол. наук
golichev@mail.ru

Башкирский государственный университет,
факультет философии и социологии,
кафедра социологии и работы с молодежью,
Россия, Уфа

DOI: 10.24153/2079-5912-2018-9-6-103-108

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ЖИЗНЕННОГО ПРОСТРАНСТВА МОЛОДЕЖИ: СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

Аннотация: В статье осуществлен анализ особенностей интернет-воздействия в молодежной среде, описаны эффекты медиа-влияния. Выделены и описаны модели интернет-коммуникаций. Охарактеризованы социальные проблемы регулирования интернет-коммуникаций. Обозначен потенциал манипулятивного воздействия сети Интернет. Определены конструктивные и деструктивные технологии работы с молодежью в интернет-пространстве.

Ключевые слова: молодежь, социальные коммуникации, интернет, интернет-технологии информационного воздействия, модели интернет-коммуникаций.

Интернет-коммуникации (новые медиа) меняют весь образ жизни людей, преобразуя личность, расширяя ее возможности. Активизируется социальная мобильность, создаются новые модели поведения, технологии воздействия на массовое сознание становятся более многообразными. Развитие новых информационно-коммуникативных технологий способствует индивидуализации и плюрализации стилей жизни.

Интернет, благодаря свойствам интерактивности, эффекту присутствия и информационной насыщенности (текст, изображение, звук), а также за счет использования сетевой навигации превосходит другие средства информации с точки зрения интерактивных возможностей. Интернет-технологии детерминируют трансграничность коммуникативного процесса, который перестает быть привязанным к местоположению коммуникаторов. На этой основе Интернет может выполнять социально-креативную функцию, то есть формировать новые общности с единой информационной базой и общими ценностно-нормативными основаниями.

В этих условиях аудитория может выступать не только получателем, но также участвовать в производстве и обмене информацией, в том числе и между собой. Можно выделить следующие основные модели интернет-коммуникаций: асинхронная коммуникация «один на один» (электронные письма); асинхронная коммуникация «многих со многими» (например, листы рассылок, в том числе в сетевых группах, в которой сообщения касаются определенных тем); синхронная коммуникация «один на один», «один и несколько», «один с несколькими» строятся вокруг какой-либо конкретной темы, например, организация ролевых игр, форумов; асинхронная коммуникация, когда пользователь пытается найти сайт для получения определенной информации.

Таким образом, коммуникационная среда Интернет обладает рядом значительных особенностей и преимуществ: интерактивный характер контактов; многофункциональная модель коммуникации («многие ко многим»), органически включающая модели «один ко многим» и «один к одному»; наличие контроля над поиском и получением информации со стороны реципиентов; широкий диапазон видов представления информации; высокая гибкость и масштабируемость; возможность нелинейного поиска информации.

В этих условиях не вызывает удивления, что интернет становится пространством в первую очередь общения молодежи как наиболее мобильной части общества. Аудитория Интернета в России в марте 2017 г. достигла 71% населения страны, прирост количества пользователей Интернета за последний год составил 2%. Пользователями социальных сетей являются 60% населения страны. По числу Интернет-пользователей Республика Башкортостан входит в ТОП-10 среди субъектов РФ [3]. По данным исследования ВЦИОМ, социальные сети («ВКонтакте» и

«Одноклассники») стали наиболее посещаемыми среди подобных ресурсов в 2017 г.: 42% российских интернет-пользователей практически ежедневно пользуются ВКонтакте. Причем наиболее популярна эта сеть именно среди молодежи: 78% среди 18-24-летних, 54% среди 25-34-летних [1].

Отметим, что социализирующую роль интернет-коммуникаций во многом признают и сами молодые люди. Авторское исследование 2018 г. (Опрос молодежи (16-35 лет) Республики Башкортостан, организован в июле-октябре 2018 г. в рамках реализации гранта РФФИ «Социальные технологии работы с молодежью в сфере межэтнических и межконфессиональных интернет-коммуникаций»; выборка многоступенчатая; N – 550 респондентов). показало, что интернет среди агентов социализации, оказавших существенное влияние на формирование системы ценностей, мировоззрения молодежи, занимает четвертое место (60,1%) после примарного окружения в лице семьи (90,5%), друзей и знакомых (83,4%), а также школы как социального института (60,7%).

Таблица 1 - Значение агентов социализации в формировании ценностей молодежи, в %

Агенты социализации	Степень согласия с влиянием	Степень несогласия с влиянием
Семья	90,5	7,5
Друзья / знакомые	83,4	14,6
Школа / ссуз / вуз	60,7	34,4
Интернет	60,1	35,7
Товарищи по учебе / коллеги	58,3	36,5
Кино	45,6	49,5
Телевидение	39,2	57,4
Пресса / радио	30,9	62,2
Мода	26,9	55,9
Реклама	22,1	72,5

Как видим, интернет пока еще уступает традиционным институтам социализации и референтным группам, опирающимся на непосредственные межличностные интеракции. Вместе с тем Интернет-медиа, используя консультационную и диалоговую модели движения информации, обеспечивая «горизонтальное равенство» участников коммуникативного процесса, в том числе анонимного, создавая дополнительные возможности для самопрезентации, воспринимаются позитивно в сравнении с традиционными медиа, опирающимися на модель вещания с декларативно-директивными коммуникативными механизмами и ограниченными возможностями обратной связи. Характерно, что особых гендерных или национальных различий в оценке молодежью роли интернета в своей жизни выявлено не было.

Проблемой, требующей осмысления, на наш взгляд, является амбивалентное отношение молодежи к интернет-ресурсам. Интернет предоставляет существенные возможности для развития личности. Вместе с тем, для

большинства молодых людей интернет, в первую очередь, громадный ресурс развлечений. Так, по данным ФОМ (2016 г.) пользователи 18-24 лет используют Интернет для общения (73%), расширения кругозора (57%), отдыха (43%) [4]. В Республике Башкортостан в 2016 г. среди основных целей использования Интернет – участие в социальных сетях – 71,8%, скачивание фильмов, изображений, музыки, просмотр видео, прослушивание музыки или радио – 44,5% [2].

В ходе авторского исследования 2018 г. респондентам было предложено не просто определить основные цели обращения к интернет-контенту, но и оценить степень их значимости.

Представляется, что в зависимости от доминирующих мотивов обращения к интернету уместным предполагается выделение следующих моделей интернет-коммуникаций: *активная*, когда интернет-ресурсы используются как новые возможности накопления человеческого, социального и культурного капитала (самореали-

зация, учеба, творчество, заработок); реактивная модель, когда интернет-ресурсы рассматриваются в первую очередь как средство релаксации (музыка, кино, общение в

социальных сетях); смешанная модель предполагает комбинаторику целей; пассивная модель означает отсутствие четкого понимания целей обращения.

Таблица 2 - Цели обращения к интернету, в %

Цели обращения	Очень значимо	Имеет среднюю значимость	Не значимо
Как средство организации досуга (слушаю музыку, смотрю фильмы, читаю книги, играю в игры)	69,5	17,4	13,0
Как средство общения в чатах, на форумах	55,6	26,2	18,2
Для совершения онлайн покупок	20,7	37,6	41,7
Для поиска друзей, людей близких по интересам	17,3	32,7	50,1
Чтобы следить за новостями, событиями в мире и стране	47,9	36,8	15,3
Для поиска работы (размещение резюме, посещение сайтов потенциальных работодателей, посещение специализированных профессиональных сайтов и т.д.)	25,8	34,2	40,1
Для заработка (выполнение оплачиваемых видов деятельности)	18,0	27,2	54,8
Для учебы (поиск необходимой информации и др.)	49,5	26,1	24,4
Для самообразования, профессионального роста	49,9	29,4	20,7
Для творческой самореализации	36,7	33,4	29,9
Для поиска полезных советов	58,3	26,9	14,7
Нет определенных целей	15,5	24,0	60,4

Полученный пул оценочных суждений подтверждает сложившееся в настоящее время доминирование реактивной модели интернет-коммуникаций в молодежной среде. В связи с этим возникает вопрос: каким образом побуждать молодых людей эффективно использовать образовательные, научные, профессиональные ресурсы интернета? Представляют научный и практический интерес такие аспекты проблемы, как: - социальные технологии профессиональной ориентации, профессиональной подготовки и переподготовки, профессионального трудоустройства и карьеры при помощи интернет-коммуникаций и в сфере интернета; - технологии создания и продвижения социальных проектов в сфере интернета; - технологии углубления личных взаимосвязей, в том числе нацеленных на создание семьи; - технологии формирования интеллигентности и духовного мира молодого человека посредством интернет-коммуникаций.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что для 39,5% молодых людей характерна пассивная модель интернет-коммуникаций. В связи с этим возникает проблема - и она представляется наиболее важной, - это отсутствие глубоких знаний о том, какова должна быть медийная культура современной молодежи и каковы эффективные механизмы её формирования. Слабая медийная культура не только обусловлена информационным хаосом, но и продолжает его поддерживать - как в сознании людей, так и в социальных коммуникациях. Никакие внешние ограничители не помогут от дезинформации, манипуляций, экстремистских атак без способности человека к селективному отбору информации, к определению норм и ценностей поведения в интернете.

Сами молодые люди признают наличие угроз / проблем, которые порождает массовое распространение интернет-коммуникаций в современном социуме. Среди наиболее значимых и осознаваемых отмечаются: виртуализация человеческого общения (50,8%); манипуляция общественным сознанием и мнением (42,4%); сокращение личного пространства человека, потеря анонимности (39,5%); рост преступности с использованием интернет-технологий (33,7%); нарушение гражданами этических норм, асоциальное поведение (26,0%); активизация терроризма (18,3%); унификация и размывание традиционных культур (15,3%).

Вместе с тем, несмотря на наличие определенных установок отношения и понимания причин агрессии в интернет-контенте, активное применение технологий таргетинга и флуда в сочетании с эффектом информационного дефицита обеспечивают возможности для манипуляции, в том числе вторичной, оказывая влияние на процессы личностной и социальной идентификации, придавая установочным образованиям контекстуально-лабильный (ситуативный) характер.

Так, проведенное нами исследование выявило, что высокий уровень личной толерантности демонстрируют 12% населения. В этом отношении молодые люди от 18 до 30 лет отличаются даже более высокими показателями: 19,4% - у 18-24-летних и 15,3% у 25-30-летних соответственно. Однако по параметрам «этническая толерантность» и «социальная толерантность» доля лиц с высоким уровнем толерантности резко уменьшается (1,2 и 2,9% соответственно). Не стала исключением и молодежь: их доли не превышают 5% от общего числа респондентов соответствующих возрастных групп.

Охарактеризуем уровень интолерантности на примере известных лозунгов, декларировавшихся в недавнем прошлом отдельными маргинальными политическими силами: «Россия – для русских!» и «Закрывать границы от мигрантов!». Эти лозунги направлены против мигрантов как из стран Средней Азии и Закавказья, так и из Северного Кавказа.

Отношение респондентов к лозунгу «Россия – для русских!» распределилось следующим образом. Каждый десятый респондент не только с пониманием относится к этому лозунгу, но и поддерживает его. Характерно, что среди представителей различных этногрупп – русских, башкир, татар и людей других национальностей принимающих такой лозунг примерно одинаковое количество (от 9,8 до 11,4%). Схожая картина отмечается во всех возрастных группах, в том числе среди молодежи. Почти каждый пятый (18,3%) респондент относится к этому лозунгу с пониманием, но воздерживаются от его поддержки. При этом доля респондентов русской национальности, воздерживающихся от поддержки лозунга при понимающем отношении к нему, составляет 30,0%; среди респондентов других национальностей таковых – от 10 до 14%. Среди молодых людей в возрасте 18-24 года, относящихся с пониманием и в то же время воздерживающихся от поддержки лозунга – несколько больше (23%).

Безразлично относящихся к лозунгу почти столько же (9,0%), сколько и относящихся с пониманием и поддерживающих лозунг. Среди молодежи безразличных к этому лозунгу чуть больше (11,0%). Собственное безразличие может восприниматься отдельными людьми как толерантное отношение к тому или иному явлению. Однако в кризисных, критических ситуациях оно может трансформироваться в сознании и поведении людей как в активную толерантность, так и пассивную или активную интолерантность.

Более половины респондентов (55,0%) не поддерживают лозунг. Половина молодых респондентов также не поддерживает этот лозунг. Среди респондентов нерусской национальности их доля составляет от 58 до 62%. Однако в условиях резкой социально-политической дестабилизации такой «запас» прочности толерантности может оказаться недостаточным.

Лозунг «Закрывать границы от мигрантов!» встречает понимание и поддержку у 20% опрошенных, в том числе у 11% в возрасте от 18 до 24 лет и 22% в возрасте от 25 до 30 лет. Почти столько же тех, кто, с пониманием относясь к этому требованию, тем не менее, воздерживаются его поддерживать. Безразлично относящихся к этому требованию больше среди молодых респондентов в возрасте

от 18 до 24 лет. Обращает на себя внимание то, что менее трети респондентов (29%) не поддерживает это требование (в возрасте 18-24 года – 37%, в возрасте 25-30 лет – 31%). Как видим, это недостаточно высокий порог для формирования толерантного отношения.

Благоприятной коммуникативной средой для разжигания нетерпимости и становится интернет. Только 22,1% респондентов никогда не сталкивались в Интернете с агрессивными, оскорбительными высказываниями в адрес представителей отдельных национальностей, религий, мигрантов. 15,0% опрошенных встречают подобные высказывания в блоках новостей, 11,0% - в блогах, живых журналах. Наибольшее количество негатива таят в себе комментарии пользователей к публикациям – 44,4%. Учитывая, что характерная черта интернет-общения – диалог внутри аудитории, мы видим, что интернет-коммуникации способны существенно усиливать ориентацию на «других» участников коммуникативного процесса. При этом ориентация на других в интернет-коммуникациях предполагает, что эти «другие» - в значительной мере обезличенное, анонимное, спорадическое и стохастическое множество.

Резюме:

Новые виды коммуникаций в истории общества всегда вызвали критическое отношение и обвинение в создании виртуального мира (сказочный и мифический мир, конструируемый человеком в период устной коммуникации; тип дон Кихота, живущий в воображаемом рыцарском мире в период литературной коммуникации; виртуальный мир интернета). Анализ научной и общественной публицистики показывает явное превалирование предположений о том, что молодёжь надо изолировать от интернета и вернуть в реальный мир. Но мир интернета сегодня такая же реальность, что мир вне интернета. Виртуальный мир конструировался людьми задолго до появления интернета, и этот мир является неотъемлемой частью каждого человека. Сегодня научный дискурс должен измениться - не как противостоять интернету, а как изменить интернет и как его использовать в целях формирования здорового молодого поколения. Социальные технологии противодействия деструктивному влиянию интернет-коммуникаций должны сочетаться с социальными технологиями содействия позитивным действиям и взаимодействиям в молодежной среде. Социальные технологии должны выступать средством позитивной, творческой адаптации молодежи к непрерывным изменениям информационно-коммуникационной среды.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. ВЦИОМ: Социальные сети: кто туда ходит и зачем? URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116254>
2. Информационное общество в Российской Федерации: статистический сборник / К. Э. Лайкам, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, О. Ю. Дудорова и др.; Росстат, Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 91.
3. Правительство Республики Башкортостан: Башкортостан включается в реализацию госпрограммы «Цифровая экономика». URL: https://www.pravitelstvorb.ru/ru/press-office/news.php?ELEMENT_ID=16458&sphrase_id=1146686
4. ФОМ: О пользе и вреде интернета и особенностях его использования. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12494>

Статья подготовлена в рамках реализации гранта «Социальные технологии работы с молодежью в сфере межэтнических и межконфессиональных интернет-коммуникаций» Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Договор № 17-03-00863-ОГН/18

Shaikhislamov R.B.

Doctorate in Sociology
Bashkir State University
Russia, Ufa
shairb@rambler.ru

Sadretdinova E.V.

Cand. sociol. Sci.
Bashkir State University
Russia, Ufa
golichev@mail.ru

**INTERNET COMMUNICATION IN THE SYSTEM OF THE LIVING SPACE OF THE YOUTH:
SOCIAL TECHNOLOGY, OPPORTUNITIES, AND THREATS**

The article presents the analysis of the characteristics of the Internet influence to the youth, described the effects of media influence. The models of Internet communications are identified and described. Social problems of regulation of Internet communications are characterized. The potential of manipulative influence of the Internet is indicated. Constructive and destructive technologies of work with youth in the Internet space are defined.

Keywords: youth, social communications, Internet, Internet technologies of information impact, models of Internet communications.

Resume:

New types of communication in the history of society have always been critical and accused of creating a virtual world (fabulous and mythical world, constructed by man in the period of oral communication; don Quixote type, living in an imaginary world of knights in the period of literary communication, the virtual world of the Internet). The analysis of scientific and public journalism shows a clear prevalence of assumptions that young people should be isolated from the Internet and returned to the real world. But the world of the Internet today is the same reality as the world outside the Internet. The virtual world was designed by people long after the advent of the Internet, and this world is an integral part of every person. Today, the scientific discourse must change-not how to resist the Internet, but how to change the Internet and how to use it to shape a healthy younger generation. Social technologies to counter the destructive impact of Internet communications should be combined with social technologies to promote positive actions and interactions among young people. Social technologies should be a means of positive, creative adaptation of young people to continuous changes in the information environment.

Literature:

1. VCIOM: Social`ny`e seti: kto tuda xodit i zachem? URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116254>
2. Informacionnoe obshchestvo v Rossijskoj Federacii: statisticheskij sbornik / K. E`. Lajkam, G. I. Abdaxmanova, L. M. Goxberg, O. Yu. Dudorova i dr.; Rosstat, Nacz. issled. un-t «Vy`sshaya shkola e`konomiki». M.: NIU VShE`, 2017. S. 91.
3. Pravitel`stvo Respubliki Bashkortostan: Bashkortostan vklyuchaetsya v realizaciyu gosprogrammy` «Cifrovaya e`konomika». URL: https://www.pravitelstvorb.ru/ru/press-office/news.php?ELEMENT_ID=16458&sphrase_id=1146686
4. FOM: O pol`ze i vrede interneta i osobennostyax ego ispol`zovaniya. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12494>