

Извекова Марина Николаевна

ассистент кафедры социальной работы
ГОУ ВПО «Курский государственный
медицинский университет»

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЫ
НА СТАНОВЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ
КАК СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ
В СТРУКТУРЕ ОБЩЕСТВА**

Аннотация:

В статье раскрывается влияние информационно-коммуникативной среды на становление молодежи как социальной группы в структуре общества, а также исследована и выявлена особая роль коммуникационной составляющей в процессе формирования молодежных субкультур. Выделены особенности развития коммуникационных процессов в молодежной среде в результате становления информационно-коммуникативной среды.

Ключевые слова:

информационно-телекоммуникационные технологии, молодежь, коммуникации, информационно-коммуникативная среда, социальная группа, средство информации, Интернет.

Izvekova Marina Nikolaevna

Assistant of the Department of Social Work,
Kursk State Medical University

**INFLUENCE OF INFORMATION
COMMUNICATIVE MEDIUM
ON THE FORMATION OF
YOUNG PEOPLE AS SOCIAL GROUP
IN THE STRUCTURE OF
THE SOCIETY**

Summary:

In the article the influence of information-communicative medium on the formation of young people as social group in the structure of society is revealed, and it is also investigated and the special role of communication line component in the process of the formation of youth subcultures was revealed. Are isolated the special features of the development of communication line processes in the youth medium as a result of the formation of information- communicative medium.

Keywords:

information-telecommunication technologies, young people, communication, information-communicative medium, social group, the means of information, the Internet.

Быстрое развитие системы коммуникации на основе информационно-телекоммуникационных технологий оказывает существенное влияние на изменения, происходящие в сфере молодежных социальных коммуникаций, то есть в сфере общения молодежи. Рост числа информационных источников, с которыми вступают в контакт люди, в том числе молодежь, увеличение объема и разнообразия сведений, получаемых по их каналам, ведет к повышению степени их информированности по самым различным сторонам жизни общества, вовлеченности в различные сферы жизни общества. Информационно-телекоммуникационные технологии, превращаясь в субстанциональное основание системы коммуникаций молодежи, оказывают влияние, прежде всего, на образ жизни данной социальной группы, что, в свою очередь, ведет к изменению процессов идентификации.

Информационно-телекоммуникационные технологии уже вошли в повседневную жизнь людей, распространяясь в первую очередь в среде молодых. Для коммуникации с помощью данных технологий характерной чертой является опосредованность при создании контактов внутри определенной социальной группы, общности, организации или установления контакта между ними. Эти технологии устанавливают контакты между различными общественными группами (объединенными в организации или свободными от них), давая тем самым возможность двустороннего знакомства. Конечно, такая форма коммуникации тоже культурно обусловлена, так как она служит социальному диалогу. Однако у нее нет собственной анатомии или некоего основного принципа: она просто занимает свободное пространство, оставленное интерперсональной и институциональной коммуникацией, но при этом может влиять и на ту, и на другую. Она становится тем, чем ей позволяют быть две другие формы коммуникации.

Если 60-ые гг. XX в. М. Маклюэн отмечал, что телевидение как новый и активно развивающийся социальный феномен буквально «вобрало» в себя другие средства массовой коммуникации (радио, кино, прессу), создав массмедийную среду [1], то в настоящее время совершается подобный процесс, но уже на основе иной телекоммуникационной технологии, в рамках которой разнокачественные информационные потоки соединяют в едином пространстве, которое может быть названо гипермедиа. В настоящее время гипермедиа, основой которого является Интернет и мобильная телефония, поглощает уже и само телевидение. Появление гипермедиа привело к модификации человеческого поведения, поскольку освоение информационно-теле-

коммуникационных технологий – это освоение новой коммуникативной среды со специфическими средствами деятельности в ней. Дефиниция информационно-коммуникативной среды вытекает из сущностных функций, присущих системе социальных коммуникаций опосредованной информационно-телекоммуникационными технологиями. Например, В.В. Зотов дает следующее определение: «Информационно-коммуникативная среда – это определенная инфраструктура, организованная на основе информационно-телекоммуникационных технологий и предназначенная для хранения, передачи, обработки больших массивов информации (коммуникационная функция). А также информационно-коммуникативная среда – это сетевая структура, объединяющая взаимосвязанных социальных субъектов, координирующих и согласующих свою совместную деятельность для удовлетворения возникающих информационно-коммуникативных потребностей (коммуникативная функция)» [2]. Другими словами, информационно-коммуникативная среда – масштабная телекоммуникационная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных, социально-групповых и общественных информационно-коммуникационных потребностей за счет использования информационно-телекоммуникационных технологий. На сегодня это Интернет и мобильная телефония, расширившие свои возможности за счет многопользовательских режимов.

Несмотря на то, что во второй половине 90-х гг. прошлого века произошло слияние глобальных СМИ и компьютерных коммуникаций в рамках информационно-коммуникативной среды, при анализе ее влияния на становления молодежи как социальной группы в современных условиях, на наш взгляд, можно выделить массмедиа (в основе которой средства массовой информации) и гипермедиа (в основе которой средства массовой коммуникации). В этом случае остается открытым вопрос о соотношении средств информации и средств коммуникации. На наш взгляд, под *средствами коммуникации* надо понимать различные материальные носители информации, которые обеспечивают перенос информации от источника к потребителю, устанавливая определенный канал связи. Другими словами, средствами коммуникации обеспечивают фиксацию в определенном виде социальной информации и ее доставку адресату или обеспечение возможности получения ее адресатом. Отсюда, под *средством массовой коммуникации* понимают такие средства коммуникации, которые обеспечивают возможность одновременной передачи одной и той же информации от одного человека ко многим. Сегодня средства массовой коммуникации объединяются в системы. Систему массовой коммуникации можно определить как институционализированное производство и массовое распространение символических материалов посредством передачи и накопления информации [3]. В.И. Кирьянов и О.В. Сергеева дополняют определение системы массовой коммуникации как «...институализированное производство и систематическое распространение сообщений среди численно больших, рассредоточенных аудиторий, это такой вид коммуникаций, в котором перекрещиваются и интегрируются интересы и ожидания представителей определенных социальных групп» [4, с. 32]. На наш взгляд, это не совсем верно, поскольку система массовой коммуникации поддерживает не только институциональную коммуникацию, но и интерперсональную.

Средство информации – это определенная форма какого-либо средства коммуникации, которая сознательно используется коммуникантом для передачи социальной информации. Например, используя одно и то же средство коммуникации – радиоволны, мы можем получить такое средство информации, как спутниковый канал радиотелефонной связи с человеком, находящимся на значительном удалении, а можем получить такие средства информации, как радио или телевидение. К *средствам массовой информации* относятся такие формы средств массовой коммуникации, которые способны одну и ту же информацию представлять одновременно многим получателям, например радио, телевидение, кино, газеты и журналы. Массмедиа представляют собой систему коммуникаций, в которой имеется один отправитель и несколько получателей информации. Такое строение системы коммуникаций наследовано от СМИ.

Сегодня нельзя отрицать, что образ жизни молодежи как группы, находящейся на заключительной стадии первичной социализации, во многом определяется тем набором информационных источников, которые воздействуют на нее. В связи с этим мы задали респондентам вопрос о том, что является основным источником информации для них и что в наибольшей мере оказывает влияние на взгляды и убеждения молодых людей.

Первое место среди источников информации в молодежной среде занимает телевидение (30 %), далее следует Интернет (16 %), друзья (14 %), радио (11 %) и газеты (11 %). Отметим, что в силу особенностей организации массмедиа и гипермедиа их роль в формировании молодежи как социальной группы различна. Рассмотрим их более подробно.

При выявлении, в каком из видов деятельности респонденты чаще используют информацию, доступную в Интернете и других средствах мультимедиа, нами были получены следующие результаты. Молодежь в основном использует информацию, размещенную в сети Интернет и/или в

других средствах мультимедиа, в учебном процессе – 74,4 %. Также достаточно высокий процент использующих Интернет и другие средства мультимедиа для развлечения – 34,1 %. Особую роль в современном коммуникационном пространстве занимает Интернет, так как это наиболее распространенный и популярный в молодежной среде источник информации. Как видно из результатов проведенного нами исследования, Интернет также занимает важное место в процессе приобщения молодого человека к культурным ценностям его поколения. При выявлении того, что же движет, в первую очередь, молодыми людьми, когда они обращаются к Интернету, были получены следующие ответы.

На первое место среди потребностей обращения к Интернету выходит обогащение профессиональной информацией (32,2 %), далее следует интерес, любопытство (24,1 %) и, наконец, потребность в общении (22,8 %).

Как показывают результаты нашего социологического опроса, молодежь, регулярно посещающая глобальную компьютерную сеть, более высоко ценит дружбу и общение. Они используют Интернет для получения социальной поддержки (за счет принадлежности к определенной социальной группе: участия в чате или телеконференции); возможности творить, вызывая тем самым определенную реакцию окружающих, получения признания окружающих.

Распределение ответов молодых людей на вопрос: «Какие программы обсуждаются в вашей среде?» – показало, что безусловным лидером оказались новостные программы, что неудивительно в наступающую информационную эпоху, а также музыкальные и юмористические программы, что также закономерно, поскольку мотив обращения к телевидению с целью развлечения характеризует молодежную культуру как имеющую гедонистическую направленность.

При выявлении того, какие же литературные произведения обсуждаются в молодежной среде, было определено, что молодежь предпочитает фэнтези, классическую литературу, научную фантастику и образовательную литературу.

Опираясь на проведенный анализ, следует, на наш взгляд, выделить следующие особенности развития коммуникационных процессов в молодежной среде в результате становления информационно-коммуникативной среды.

Во-первых, противоречия постиндустриальной цивилизации явились причиной формирования совершенно нового типа коммуникативного взаимодействия, обеспечиваемого огромным количеством коммуникативных средств и посредников.

Во-вторых, произошло не только увеличение во все нарастающих размерах роли СМИ, Интернета, сотовой связи во взаимодействиях между молодыми людьми, но и изменение их образа жизни за счет трансформации социальных механизмов, обеспечивающих структурирование и функционирование коммуникативного пространства.

В-третьих, развитие средств массовой информации, раскрывающее широкие возможности воздействия (вплоть до манипулирования) на массовое сознание, включает страны мира в неизбежную культурную глобализацию. Глобализация социокультурных процессов благодаря СМИ ощущается самыми широкими слоями населения, в том числе молодежью.

В-четвертых, доступность практически любой информации самым широким слоям населения способствует формированию в самосознании молодого человека своего собственного образа, выровненного в возможностях со всеми. Это ощущение сопричастности и выравнивания в восприятии своего «Я» с «Другим», с одной стороны, усиливает индивидуалистические тенденции в становлении личностных качеств современного молодого человека, а с другой – интегрирует его в массу себе подобных, создает психологическую базу мифологизации собственного имиджа, а также формирования иллюзорного мира абсолютного равенства.

В-пятых, одним из ведущих признаков нового формирующегося общества является быстротечность, фрагментарность, отмечаемых, в первую очередь, в сфере межличностных коммуникаций, а также в сфере потребления и услуг. Но именно эти сферы оказывают наибольшее влияние на современного молодого человека. Современное коммуникативное пространство характеризуется высокой мобильностью сокращением времени, отводимым на межличностное и внутригрупповое общение, появлением новых информационно-коммуникативных технологий, способствующих сокращению времени связей между людьми.

Таким образом, наблюдая, как мир постепенно превращается в глобальную коммуникационную систему, в которой общества распадаются на отдельные группы, перетекающие, в зависимости от постоянно меняющихся политических и экономических приоритетов, из одной социальной сети в другую, можем с уверенностью считать, что смысл существования этих сетевых сообществ заключается в непрерывном обмене информацией. Ключевой характеристикой в данном случае, на наш взгляд, является становление информационно-коммуникативной среды как

медиума социальной коммуникации. За последние годы эта среда стала для большей части молодежи важным каналом общения и получения информации, дала возможность двустороннего активного общения практически со всем миром.

Нами также в ходе исследования была выявлена особая роль коммуникационной составляющей в процессе формирования молодежных субкультур. Быстрое развитие системы коммуникаций на основе информационно-телекоммуникационных технологий оказывает существенное влияние на изменения, происходящие в сфере молодежных социальных коммуникаций, то есть в сфере общения молодежи, обмена информацией и в системе средств сообщений. Информационно-телекоммуникационные технологии превращаются в субстанциональное основание молодежной системы межличностных отношений, тем самым выступают в качестве фактора, формирующего информационно-коммуникативное пространство как новую социокультурную гомогенную среду. Благодаря информационно-телекоммуникационным технологиям молодой человек современного общества может находиться в том «фрагменте» культурного пространства, который ему наиболее интересен, ему уже больше не надо подстраивать свою индивидуальность под общепринятые стереотипы. Таким образом, становление информационно-коммуникативной среды благодаря массмедиа ведет к нивелированию субкультурных отличий, а благодаря гипермедиа – к темпоральности субкультурных образований в молодежной среде.

Ссылки:

1. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев, 2003.
2. Здравомыслов А.Г. Проблема власти в современной социологии // Проблемы теоретической социологии. СПб., 1994.
3. Майерс Д. Социальная психология. СПб., 2007.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкаратана. М., 2000.

References:

1. McLuhan M. Gutenberg Galaxy: The creation of man print culture. Kyiv, 2003.
2. Zdravomyslov A.G. The problem of power in modern sociology // Problems of theoretical sociology. St. Petersburg, 1994.
3. Myers D. Social Psychology. St. Petersburg, 2007.
4. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. M., 2000.