

DOI: 10.17805/trudy.2022.2.5

СОЦИОЛОГИЯ

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ НАКОПЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

М. А. Колмыкова
Оренбургский государственный университет

Аннотация: Статья посвящена формированию информационной культуры молодежи как необходимому условию накопления социального капитала в современных реалиях. Рассматривается сущность и особенности информационной культуры, делается акцент на анализ социальных сетей, оказывающих значительное влияние на формирование социального капитала.

Ключевые слова: социальный капитал; информационная культура; социальная сеть; социальные взаимоотношения; информационное общество; блогинг

FORMATION OF INFORMATION CULTURE OF YOUTH AS A CONDITION FOR ACCUMULATION OF SOCIAL CAPITAL

M. A. Kalmykova
Orenburg State University

Abstract: The article is devoted to the formation of information culture of youth as a necessary condition for the accumulation of social capital in modern realities. The essence and features of information culture are considered, emphasis is placed on the analysis of social networks that have a significant impact on the formation of social capital.

Keywords: social capital; information culture; social network; social relationships; information society; blogging

В эпоху глобализации социальное время ускоряется, вместе с этим увеличивается скорость и объем информационных потоков.

Благодаря развитию информационного общества, произошла цифровизация социальных отношений. По данным исследования Брагиной М.Л. 28% россиян используют возможности интернета для общения в социальных сетях, электронной почтой пользуются 37% опрошенных, 44% респондентов используют сеть для своей профессиональной деятельности и учебы, 42% – для развлечений и 36% опрошенных обращаются к глобальной сети для поиска актуальной и необходимой информации (Брагина, 2019).

Именно молодежь огромное время проводит в киберпространстве. В своих исследованиях мы уже затрагивали вопросы социализации молодого поколения в современных условиях.

Воздействию цифровой среды на молодежь посвящены исследования Зубок Ю.А. и Чупрова В.И. По мнению ученых, «информация в интернет-пространстве создает условия для развития индивидов и групп, расширения интересубъективных взаимодействий и пространства реальности. Вместе с тем, она является инструментом манипулятивных технологий, способствующих целенаправленному

навязыванию искусственно созданных образов реальности, тотального ограничения и контроля над жизнедеятельностью с помощью деструктивного контента» (Зубок, Чупров, 2019). Кроме того, ученые отмечают, что «информационно-цифровое пространство новой реальности становится площадкой конструирования новых смыслов и представлений, формирующих особый тип культуры». О такой разновидности культуры пойдет речь в данной статье.

Основываясь на утверждении, что «культура имеет две основные функции: интегративную и регулятивную, можно предположить, что информационная культура представляет собой совокупность ценностей, норм и установок по отношению к поиску, созданию и использованию информации, которая формирует особое поведение индивида в информационном пространстве» (Колмыкова, Четверикова, 2020).

Если говорить об информационной культуре молодежи, она, безусловно, имеет свои особенности и формируется посредством различных агентов и институтов социализации, а именно: школы, других образовательных организаций, а также семьи, друзей и социального окружения. В последнее время ряд ученых уделяют внимание интернету, в частности, блогингу и социальным сетям, как сфере социализации молодежи (Плешаков, 2012, Угольков, 2012 и др.)

Другая особенность заключается в том, что посредством информационного общества и соответствующего социального окружения у молодежи может формироваться разная ценностно-нормативная система и, соответственно, разная информационная культура: как со знаком «+», так и со знаком «-». Не секрет, что грамотное использование интернет-технологий молодежью проявляется в тех возможностях коммуникации, который дает интернет, а именно: участие в вебинарах, мастер-классах, в возможности слушать лекции профессоров ведущих университетов страны и т.д.

Родителям и педагогам известна и другая сторона информатизации социального взаимодействия молодёжи, в том числе, в социальных сетях. Это всевозможные закрытые аккаунты и сообщества, которые транслируют запрещенный контент, прямо или косвенно мотивирующий подрастающее поколение к деструктивному поведению. Примером может служить сообщество в социальной сети Вконтакте «Синий кит», участники которого заканчивали жизнь суицидом. В этом случае можно утверждать, что участники данных сообществ являются представителями информационной культуры со знаком «-», которая отличается своими ценностями, нормами и установками к поиску, распространению и использованию именно деструктивной и закрытой информации в киберпространстве.

В рамках данной статьи мы хотели бы рассмотреть информационную культуру молодежи как условие накопления социального капитала, считаем, это актуально, поскольку в трансформирующейся социальной реальности появляются новые нормы и ценности, формирующие поведение индивида в информационном пространстве.

Данный вид капитал можно широко определить как ценность, полученную из ресурсов, встроенных в социальные связи с другими (Lin, 2008). Изначально эта концепция использовалась для характеристики структуры возможностей и действий в сообществах или коллективах, но позднее эта идея была адаптирована для изучения индивидуального поведения и ориентации на политику и общественную сферу. Эта адаптация тесно связана с изменением концептуализации сообщества как объекта, определяемого пространственной структурой, хозяйственной инфраструктурой сообщества и структурой межличностных отношений в сообществе. Рассматривая сообщество как рассредоточенные сети личных отношений, ученые отмечают, что социальный капитал – ценность, которую эти отношения добавляют к жизни людей (Rainie, Wellmann, 2012).

Экзогенный взгляд на концепцию предполагает, что социальный капитал – это не личное совместное решение, а структурный элемент общества, созданный слиянием определенных культурных ценностей, религии, политической системы, прошлых и нынешних институтов и социальной структуры. Согласно этой точке зрения, социальный капитал может рассматриваться как культурный капитал (Peiró-Palomino, Tortosa-Ausina, 2014). Независимо от различных подходов к рассматриваемому социальному капиталу, для его распространения в обществе необходима «сеть». В рамках данной статьи предлагаем термин «социальная сеть» как элемент социального капитала заменить термином «сеть взаимоотношений».

Стоит отметить, что без грамотно выстроенных социальных связей накопление социального капитала практически невозможно. Считаем, что масштабное использование интернет-технологий на современном этапе является особенностью накопления как социального, так и человеческого капитала молодежи.

Участие в вебинарах, мастер-классах, возможность слушать лекции профессоров ведущих университетов страны онлайн – все это способствует повышению образовательного уровня современной молодежи. Приобретая новые личностные и профессиональные компетенции через возможности киберпространства формируется человеческий капитал, а социальное взаимодействие в процессе обучения способствует накоплению социального капитала.

Сегодня молодежь огромное количество свободного времени проводит в социальной сети «Инстаграм». Ученые Московского гуманитарного университета формулируют следующее определение данной социальной сети, отмечая, что это: «1) социальная практика, объединяющая людей (преимущественно молодежь), увлеченных приложением для смартфонов, использующим технологию фотосъемки с последующим размещением ее в социальной сети для оценки их другими участниками, продвижения идей, товаров и услуг; 2) бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей» (Луков, 2008).

Исследовать информационную культуру молодежи мы можем, в том числе, на примере поведения представителей молодого поколения в социальных сетях.

Публикация постов, учет лайков и репостов, взаимосвязь со своими подписчиками – все это новый формат коммуникации в социальной сети.

Считаем, что блогеров можно считать «современными носителями информационной культуры, а блогинг представляет собой социокультурный процесс, поскольку в нем можно проследить классическую функцию культуры — объединение людей в единую общность на основе единых норм, ценностей и традиций» (Колмыкова, Четверикова, 2020).

Рассмотрим основные элементы культуры в ее социальной трактовке, которые свойственны всем видам культур и субкультур на примере Инстаграма.

Многие термины, используемые в данной социальной сети, являются специфическими, к таким относится понятие «хештег», который выглядит в виде символа «#». Символичным является и использование «никнов» вместо фамилии и имени, для того, чтобы человек увидел, что о нем кто-то упоминает на просторах социальной сети, перед его ником необходимо добавить значок «@».

У пользователей Инстаграм существует свой особый язык – «эмодзи», который представляет собой набор определенных символов (картинок), которые обозначают самые разнообразные эмоции. Кроме того, в общении используются слова, которые достаточно специфичны, такие как: «ник», «сторис», «пост», «подписчик», «хештег», «директ», «фильтры», «маски», «лайк», «репост» и т.д.

Безусловно, поведение пользователей социальных сетей формируется на основе ценностей, которые свойственны только для данной модели взаимоотношений. К одной из них относится успешность или популярность, которая измеряется количеством «подписчиков» и «лайков». Кроме того, популярность зависит от систематического опубликования постов, для которых нужен особый информационный повод, именно его наличие заинтересовывает целевую аудиторию.

В Инстаграме можно наблюдать формирование особых норм, например, размещение фото и видео материала в особой рубрике «сторис». Данный контент можно просматривать в реальном времени только 24 часа после публикации. Особо интересные истории о своей повседневной жизни пользователь может систематизировать, «раскладывать по папкам» и открывать доступ к ним для своих подписчиков без ограничения по времени.

Еще одним примером сформированной нормы в данной сети является опубликование «поста», который включает в себя совокупное использование фото и текста в сочетании с хештегами. Реакция на эти посты, как правило, оценивается количеством «лайков», «репостов», комментариев и сохранений.

Считаем, что подобный вид социального взаимодействия является новой формой формирования и накопления социального капитала среди молодежи в информационном обществе. «Подписчики» или целевая аудитория конкретного блогера представляют собой группу людей, которые связаны общими взглядами и интересами и вовлечены в его ценностно-нормативную систему. Выбор опре-

делённой социальной сети, ресурса, потребляемой информации – дело каждого пользователя. И этот выбор напрямую зависит от уровня информационной культуры молодежи, которую можно и нужно формировать.

Это будет способствовать грамотному отношению к информации, которую пользователь создает, распространяет и потребляет. Не последнюю роль в этом процессе отводится семье и образовательным организациям, которые должны направлять и контролировать процесс формирования информационной культуры представителями молодого поколения. Считаем, что от осознанного поведения в социальных сетях, развития «блогинга» как специфической формы социального взаимодействия зависит уровень сформированной информационной культуры молодежи и, как следствие, накопления социального капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Брагина М.Л. (2019) Влияние социальных сетей на пополнение социального капитала // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. Материалы XIX Всероссийской научно-практической конференции. Пермь: ПНИПУ. Т. 1. С. 69–73.

Зубок Ю.А., Чупров В.И. (2019) Жизнедеятельность молодежи в культурном пространстве изменяющейся реальности: теоретические подходы к исследованию // Культурное пространство молодежи: смыслы и практики: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. М.: Перспектива. С. 8–19.

Колмыкова М.А., Четверикова Н.А. (2020) Роль информационной культуры в формировании социального капитала в современном обществе // Вестник Самарского муниципального института управления. № 2. С. 83–91.

Плешаков В.А. (2012) Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а. М.: МПГУ. 212 с.

Социология молодежи: электронная энциклопедия (2008) / ред. проф. Вал. А. Лукова. // [Электронный ресурс] URL: <http://www.soc-mol.ru/encyclopaedia/theories/185-socializaciya-molodezhi.html> (дата обращения: 01.12.2021).

Угольков Н.В. (2012) Интернет как институт социализации старших школьников: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.01 / МПГУ. 25 с.

Lin N. (2008). A network theory of social capital. In D. Castiglione, J. W. Van Deth, & G. Wolleb (Eds.), *The handbook of social capital*. 50–69. New York, NY: Oxford University Press

Rainie L., Wellmann B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: MIT Press. 357 p.

Peiró-Palomino J., Tortosa-Ausina E. (2014). Social Capital, Investment and Economic Growth: Some Evidence for Spanish Provinces. *Spatial Economic Analysis*, 10(1), 102–126.

Колмыкова Марина Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Оренбургского государственного университета. Адрес: 460018, Россия, г. Оренбург, проспект Победы, д. 13. Тел.: +7 (905) 893-42-51. Эл. адрес: mari_kol@mail.ru

Kolmykova Marina Aleksandrovna – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration of Orenburg State University. Address: 13 Pobedy Avenue, Orenburg, 460018, Russia. Tel.: +7 (905) 893-42-51. Email: mari_kol@mail.ru

Для цитирования:

Колмыкова М.А. Формирование информационной культуры молодежи как условие накопления социального капитала. 2022. №2. С. 49–54. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2022.2.5>