

**Сетевая активность современной молодежи: со старыми ценностями к новым идеалам**

*Данилова Екатерина Александровна*

*Кандидат наук*

*Белорусский государственный экономический университет, Институт социально-гуманитарного образования, Минск, Беларусь*

*E-mail: ekaterina\_danilova@tut.by*

Проблема влияния информационных и коммуникационных сетей на отдельных индивидов, социальные группы и общество в целом интересовали ученых на протяжении многих лет. Прогнозированию будущего постиндустриального общества с его основными производственными ресурсами в виде информации и знания посвящены работы многих исследователей, которые в качестве важнейшей особенности научно-технического прогресса в постиндустриальном обществе относят замену механических взаимодействий электронными технологиями. Поэтому неудивительно, что вопросы ценности коммуникации молодежи, прежде всего студенческой, и Интернета все чаще становятся предметом социологического изучения. В частности в мае 2009 года Центром социологических и политических исследований Белгосуниверситета был проведен опрос студентов ВУЗов г. Минска [3]; в ноябре-декабре 2010 г. – студентов Белорусского государственного университета [2] по репрезентативной выборке.

Интернет стал обязательным атрибутом студенческой жизни: 55,3 % пользуются им ежедневно, еще 20,5 % – несколько раз в неделю [3]. Сегодня трудно представить современного молодого человека, не зарегистрированного «ВКонтакте» или «Facebook», «Twitter» или в любой другой социальной сети, где он, как и его сверстники, - продвинутые «юзеры», ведут виртуальную жизнь, общаясь в специально созданных социальных группах по интересам, обмениваясь личными данными, фото, видео и другой информацией, находясь, порой на разных континентах. И в этом как раз и заключается важнейшее отличие глобализированного мира: неважно кто ты, где находишься в данный момент, главное – что ты можешь быть услышанным и собрать своих единомышленников вместе. Но вопрос – с какой целью? Согласно данным опроса студентов БГУ, абсолютное большинство пользователей (82,3 %) общаются через Интернет с друзьями, 68,9 % – читают новости, 53,9 % заняты поиском информации по научным проблемам, каждый второй – ищет готовые рефераты, курсовые работы; развлекательные сайты посещают 42,2 % студентов-пользователей; пятая часть респондентов этой группы ищут информацию о трудовых вакансиях [2]. С каждым годом социальные сети все активнее используются и для оперативного сбора молодежи с целью выражения протестных настроений, участия в митингах, пикетах.

Все чаще на экранах телевизоров мелькают кадры, показывающие молодежь, которая шумно или молча, состоящая из коренных жителей или иммигрантов, выражает свой протест. Как правило, это собрание быстро превращается в неуправляемую толпу, сопровождается беспорядками и погромами. Природа этого явления в каждой стране своя, но роднит их одинаковый механизм реализации. Эти, сметающие все на своем пути, толпы протестующей молодежи чаще всего рукотворные – результат умелого манипулирования. Многие эксперты, данные события связывают с распространением инфор-

мационных технологий, именуя их «сетевыми революциями». Высказываются мнения об ограничении доступа в сеть.

Согласно данным социологических исследований, процесс перехода к демократическим ценностям и гражданскому обществу, не сделал молодежь более политизированной, ее мало интересует политическая деятельность, что свидетельствует о большей значимости для молодежи других областей приложения своей энергии и активности: получение образования, стремление создать семью, найти работу, общение с друзьями, досуговые увлечения. Так, более половины представителей молодого поколения не интересуется политикой (52 % в 2000 г., 62 % в 2008 г.), около трети молодых людей не может определиться, к «правым» или «левым» относятся их политические взгляды (35 % в 2000 г., 31 % в 2008 г.), четверть считает себя «центристами» [4].

Таким образом, социальные сети и Интернет в целом постепенно становятся важным фактором социализации личности, выполняя коммуникационные, познавательные, образовательные, развлекательные и иные функции, становясь той площадкой, на базе которой, прежде всего, современная молодежь может себя позиционировать в качестве социальной группы. А что это будут за группы – во многом зависит от тех ценностей и идеалов, которые, по мнению молодежи, являются важными на современном этапе их жизненного пути (образование, семья, работа, друзья, досуг).

#### **Литература**

1. Актуальные проблемы современного белорусского общества (2005-2010 гг.) / Под ред. Д.Г. Ротмана [и др.]. Минск: БГУ. 2011.
2. Украинец, П.П. Студенчество БГУ начала XXI века глазами социологов / П.П. Украинец, С.Н. Бурова, Л.В. Филинская // Вестник БГУ. – 2011. – 3.
3. Ценностные ориентации белорусского студенчества: сравнительный социологический анализ (1998-2009) / П.И. Бригадин, Д.Г. Ротман, И.В. Левицкая, Е.А. Данилова и др. Минск: ГИУСТ БГУ. 2010.
4. Ценностный мир современного человека: Беларусь в проекте «Исследование европейских ценностей» / Под ред. Д.М. Булышко, А.Н. Данилова, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2009.