

РАЗДЕЛ 6. РЭПРЕЗЕНТАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУР У ИНФАРМАЦЫЙНОЙ ПРАСТОРЫ

Павел
Рахманько

главный специалист отдела кадров
и идеологической работы Управления
Государственного комитета судебных экспертиз
Республики Беларусь по г. Минску,
аспирант УО «Белорусский государственный
университет культуры и искусств»,
магистр культурологии (г. Минск, Беларусь)

Интернет-сообщество как современная форма реализации социокультурного потенциала личности

С учетом необходимости при изучении факторов создания максимально благоприятных условий для реализации социокультурного потенциала современного человека в научных исследованиях все чаще упоминается информационная составляющая текущей эпохи. Взаимосвязь виртуальных технологий, культуры и государства является неотъемлемой в вопросах сферы мотивации и соответствующих потребностей личности.

В сфере культуры формирование соответствующих потребностей личности определяется следующими факторами: изменения социально-экономической ситуации в стране, довольно скромная культурная инфраструктура, миграционные процессы, изменения в социокультурном облике молодежи как наиболее мобильной группы населения, а также потребность в свободном времени [5, 73].

Социально-культурные потребности человека можно сгруппировать следующим образом:

1) информационная (теоретико-познавательная) потребность — интерес человека к познанию окружающей действительности и применение этого знания в практической деятельности с целью воздействия на природу и общество и создания нового продукта материальной и духовной жизни;

2) ценностно-нравственная потребность — стремление к развитию таких нравственных сторон поведения и характера личности, как

чувство социальной справедливости, ответственности за общество и за собственные поступки. На реализацию этой потребности не в последнюю очередь влияют такие факторы, как разница в культурном развитии разных социальных слоев общества, в их интересах, занятиях в свободное время;

3) потребность в общении (коммуникативная) — желание человека устанавливать связи и взаимоотношения в различных условиях своей деятельности, в том числе и в сфере семейных отношений. Эта потребность человека удовлетворяется путем обмена информацией, усвоения произведений художественной культуры, потребления духовных благ, что способствует формированию благоприятных условий для развития личности;

4) художественно-эстетическая потребность — реализация природного чувства прекрасного как проявление гармонии и эстетических стимулов в мироощущении человека. Эта потребность реализуется в процессе приобщения к художественной культуре и в значительной степени отражает показатели конкретной субкультуры [2, 36].

В структуре социокультурных потребностей современного человека происходят перманентные изменения. Прежде всего, они становятся более динамичными, активно и последовательно реагируют на интелтуализацию общественных отношений, изменения в быте и общекультурном уровне жизни. Отличительной чертой социокультурных потребностей является ориентация на творческие виды деятельности в процессе труда и досуга, приоритет познавательного интереса, высоких нравственных качеств личности [1, 31].

В современном мире весьма трудно представить интернет без сервиса социальных сетей. Социальная сеть — социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (общность, социальная группа, человек, личность, индивид) [8, 23].

Социальная сеть в интернете — это интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент (аудитория) которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду (интернет-сообщество), позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время [7].

Социальная сеть направлена на построение сообществ в интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями [6, 29].

С точки зрения синергетического подхода к данному вопросу современные социальные сети в интернете представляют собой сложную, самоорганизующуюся самореферентную коммуникативную систему, обладающую эмерджентными (внезапно появляющимися, неожиданными) свойствами. Такими свойствами обладают сообщества/группы по интересам, созданные пользователями социальных сетей.

Фрактальная природа всей инфраструктуры данных сетей как сверхсложной самоорганизующейся транспортно-информационной системы обусловлена открытостью, нелинейностью, когерентностью.

Победное шествие по интернету социальные сети начали в 1995 г. с американского портала Classmates.com (интернет-ресурс «Одноклассники» является его русским аналогом). Проект оказался весьма успешным, что в дальнейшем спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов [7].

Следует выделить основные функции социальной сети в интернете: коммуникативную, информационную, развлекательную, ценностно-регулирующую.

Коммуникативная функция. Средства коммуникации призваны, по определению, связывать людей, служить средствами их общения. Массовые коммуникации — средство связи для массового субъекта.

Интернет-технология социальных сетей делает коммуникацию трансграничной. Общение перестает быть привязанным к местоположению общающихся. На этой основе интернет может выполнять социально-креативную функцию, т.е. формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом [4, 289].

Информационная функция. В соответствии с общей природой СМИ информация в интернет-каналах социальных сетей открыта для каждого, ограничения могут быть связаны только с платностью [4, 291].

Информация в интернете обладает рядом специфических черт. К ним относятся: оперативность, т.е. нацеленность на освещение прежде всего текущих событий; освещение жизни социума, а не собственной деятельности создателей ресурса; универсальность, или разносторонность тематики, даже если это канал специализированный; жанрово-видовое разнообразие материалов [3, 171].

Развлекательная функция. Интернет во многом оказывается стихией игры, его интерактивные возможности и разнообразие игровых средств и форм с традиционными СМИ несравнимы. Интеллектуальный уровень развлечений может быть разным — от непритязательных забав для подростков (просмотр фото- или видеоматериалов, прослушивание аудиотреков, онлайн-игры и др.) до насыщенных особым этикетом

и содержанием «крепостей» для взрослых (интернет-аукционы, ресурсы, посвященные автолюбителям и др.) [4, 295].

Ценностно-регулирующая функция. Семья и школа осуществляют первичную социализацию, т.е. приобщение личности к знаниям, нормам, ценностям, опыту, традициям, накопленным обществом и окружающей социальной средой. В современном обществе эта функция в значительной мере переходит к СМИ. Они служат выработке и сохранению общей ценностно-нормативной платформы [4, 301].

Как известно, ценностно-регулирующая функция проявляется по-разному: не только в самом содержании, но и через отбор сообщений, их комментирование, расположение в определенной последовательности и на определенных страницах [4, 307].

В настоящее время социальные сети интернета настолько популярны, что по рейтингу опережают многие виртуальные ресурсы как развлекательного, так и образовательного содержания. Удобная навигация на страницах данных сервисов позволяет быстро освоиться даже новичку в огромном пространстве всемирной сети. Стоит отметить, что благодаря интернет-сообществам в социальных сетях можно легко отслеживать последние новости в кругу собеседников. Благодаря современному технологическому потенциалу данные сервисы позволяют в комфортных условиях реализовывать весь спектр социокультурного потенциала личности, уделяя особое внимание принципиально важным интересам в зависимости от потребности конкретного человека.

Список использованных источников

1. Зорина, И. В. Негативное влияние интернета на подростков — пути решения проблемы: автореф. дис. ... канд. пед. наук / И. В. Зорина. — М., 2008. — 52 с.
2. Иваненков, С. П. Проблема социализации современной молодежи / С. П. Иваненков. — Оренбург : Димур, 1999. — 215 с.
3. Каптеров, А. И. Мультимедиа как социально-культурный феномен : учеб. пособие / А. И. Каптеров. — М.: ИПО «Профиздат», 2002. — 190 с.
4. Кент, П. Е. Интернет / П. Е. Кент. — М.: АСТ, 2005. — 418 с.
5. Кравченко, А. И. Социология : учеб. пособие / А. И. Кравченко. — Екатеринбург : Деловая книга, 1998. — 286 с.
6. Лифановский, Б. В. Интернет для музыканта / Б. В. Лифановский. — М. : Классика — XXI, 2006. — 191 с.
7. Социальная сеть [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/Social_Networks. — Дата доступа : 02.12.2015.
8. Целепидис, И. В. Особенности интернета как средства межкультурной коммуникации в молодежной среде : автореф. дис. ... канд. социолог. наук / И. В. Целепидис. — М., 2009. — 37 с.