

## УДК 323

БЕЛЯЕВ Сергей Павлович – аспирант Воронежского государственного университета (394000, Россия, г. Воронеж, пр-кт Революции, 24; sp.beliaev@gmail.com)

## КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ И МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

**Аннотация.** В статье анализируются коммуникационные процессы, происходящие в современном информационном обществе. Автор рассматривает средства коммуникации и информации как средства управления в рамках современной информационно-коммуникативной системы.

**Ключевые слова:** коммуникация, коммуникационные процессы, информационное общество, молодежная среда

В настоящее время стало очевидным преобладание в социуме информационной составляющей над всеми другими ее формами и компонентами. Современное общество вышло на более сложный этап своей организации, требующий для успешного функционирования более совершенных процессов координации и опирающийся на информационные потоки [Почепцов 2001: 25]. Современные трансформации во взаимоотношении социальных субъектов в системе «человек – общество» во многом связаны с развитием средств коммуникации, информационных технологий и возрастанием роли информации в целом. Характерными признаками современного общества являются общая медиализация, информатизация и компьютеризация социального пространства [Юхвид 2008: 15].

В последние десятилетия XX в. в мире зародились сложные и взаимосвязанные процессы масштабных социальных изменений, во многом связанные с информационно-технологической революцией, переходом от индустриальной к информационной организации всей системы общественных отношений [Вершинин 2014: 254]. Интегральным следствием этих процессов многие исследователи считают формирование общества нового типа – информационного общества. Информационное общество рассматривается как эволюционное продолжение индустриального общества, в котором наиболее высокими темпами растут секторы, связанные с созданием и потреблением информации, а новые технологии влияют на характер коммуникации. Доступ к информации выступает решающим фактором организации демократического общества. Однако по мере нарастания объема информации людям становится труднее ориентироваться в ее содержании, перерабатывать и устанавливать «фильтры» [Ершова 1999]. У. Мартин предпринял попытку выделить и сформулировать основные характеристики информационного общества по следующим критериям:

- технологический (ключевой фактор): информационные технологии, которые широко применяются в производстве, учреждениях, системе образования и пр.;
- социальный: информация выступает в качестве важного стимулятора изменения качества жизни, формируется и утверждается «информационное сознание» при широком доступе к информации;
- экономический: информация составляет ключевой фактор в экономике в качестве ресурса, услуг, товара, источника добавленной стоимости и занятости;

– политический: свобода информации, ведущая к политическому процессу, который характеризуется растущим участием и консенсусом между различными классами и социальными слоями населения;

– культурный: признание культурной ценности информации посредством содействия утверждению информационных ценностей в интересах развития отдельного индивида и общества в целом.

При этом У. Мартин особо подчеркивает мысль, что коммуникация представляет собой «ключевой элемент информационного общества» [Мартин 1990: 115].

В современной «информационной медийной культуре, далекой от общения и диалога, коммуникативное становится сложным выбором того, кто имеет представление о ценности и самооценности как личности, так и ее свободного выбора. Медийная общность ведет к мнимому объединению и исчезновению подлинного общения» [Мальковская 2007: 82].

Средства коммуникации и информации являются в настоящее время средствами управления в рамках современной информационно-коммуникативной системы и характеризуются разной степенью участия человека в процессе их использования, оказывая различное воздействие на восприятие, мышление, психологию и поведение человека, т.е. одна и та же информация (сигнал), переданная разными способами, оказывает различный эффект на ее потребителей. Канал коммуникации задает сообщение и степень вовлеченности в него аудитории. Важно отметить, что по мере появления новых средств и каналов передачи информации старые каналы также активно используются, т.е. действует закон накопления коммуникационных каналов. В современном мире наблюдается закономерность все более быстрого превращения средств коммуникации в средства массовой коммуникации.

Основным средством развития потенциала молодежи в рамках реализации государственной молодежной политики является вовлечение молодых граждан в социально-экономическую, общественно-политическую и социокультурную жизнь российского общества. Именно поэтому данная проблематика приобретает столь важное научное, управленческое и социально-политическое значение. От успешности и своевременности вовлечения молодежи в жизнедеятельность общества в качестве полноправного игрока и субъекта всех видов отношений зависит ее готовность к преодолению тех объективных вызовов, которые переживает Россия и которые ей еще предстоит пережить в XXI в., а эффективный процесс приобщения молодежи к общественной жизни требует применения востребованных ею коммуникационных каналов [Вовлечение молодежи ... 2007: 4].

С 2007 г. в России реализуется проект «Российская молодежная информационная сеть “Новый взгляд”», цель которого – вовлечение молодежи в процессы поиска, создания, применения, распространения и популяризации актуальной информации и ценностей, необходимых для эффективной жизни в российском обществе. Специфика данного проекта в том, что он ориентирован не только на создание и распространение медиаинформационной продукции для молодежи, но и на создание моделей (федеральный уровень) и поддержку проектов (региональный уровень) информирования, социальной рекламы и социального просвещения по всему спектру молодежных проблем и проектов Стратегии государственной молодежной политики в Российской Федерации. В проекте активно использовался принцип *user generated content* (контент, создаваемый пользователем), что позволило активно вовлечь в его реализацию значительную часть молодежной аудитории. Результатом стало увеличение не

только числа активных пользователей социальных сетей среди молодых людей, но и числа участвующих в социальных и медиапроектах.

С 2012 г. появилась когорта молодежи, использующая социальные и медиаресурсы в целях заработка, т.е., во-первых, формируется контент, направленный на коммерческие интересы его создателя; во-вторых, появляется достаточное число лидеров мнений (блогеров, инфлюенсеров), способствующих увеличению числа инструментов коммуникации. Коммуникация с подобными источниками информации зачастую является односторонней, молодые люди только просматривают контент без взаимодействия с его создателем.

Под каналами коммуникации для молодежи понимаются специальные «маршруты» (пути) или технологии, используемые для обмена информацией между представителями молодого поколения и внешней средой. Однако на практике из-за огромного объема данных и разнообразия коммуникационных каналов (Интернет, мобильная связь, книги, пресса, радио, телевидение, реклама, личное общение и др.) молодой человек не всегда способен грамотно отбирать информацию и использовать ее в процессе жизнедеятельности. Пестрота каналов коммуникации (особенно телевидение и Интернет) нередко приводят к «экранному сознанию» и восприятию общественных процессов вне их причинно-следственной связи, что делает молодых людей объектом манипуляций [Калугина 2007: 14].

На территории РФ существуют государственные программы, направленные на развитие цифровых технологий, в которые включен комплекс мер, учитывающих создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций [Романенко, Комаровская 2009: 110-111]. В рамках данного направления обеспечивается достижение технологического прорыва, развитие российского ИТ-сектора, рост производительности труда в экономике, повышение эффективности государственного сектора, обеспечение сервисной составляющей, а также развитие сквозных технологий и формирование соответствующей инфраструктуры доступности услуг для населения на всей территории страны.

### Список литературы

Вершинин М.С. 2014. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований. — *Актуальные проблемы теории коммуникации: сборник научных трудов*. СПб: Изд-во СПбГПУ. С. 253-270.

*Вовлечение молодежи в жизнь общества. Презентация гипотезы российского научного исследования: коллективная монография* (под ред. С.С. Гиля). 2007. М.: Из-во РГСУ. Т. 1.

Ершова Т.В. 1999. Концептуальные вопросы перехода к информационному обществу XXI века. — *Вестник РФФИ*. № 3. С. 17-28.

Калугина М.А. 2007. *Политическое сознание студенческой молодежи малых и средних городов: проблемы и способы формирования*: автореф. дис. ... к.полит.н. Владивосток. 22 с.

Мальковская И.А. 2007. Профиль информационно-коммуникативного общества (обзор зарубежных теорий). — *Социс. Социологические исследования*. № 2. С. 82-89.

Мартин У.Дж. 1990. Информационное общество. — *Теория и практика общественно-научной информации: ежеквартальник* (гл. ред. В.А. Виноградов) № 3. С. 115-123.

Почепцов Г.Г. 2001. *Теория коммуникации*. М.: Рефл-бук. 651 с.

Романенко Н.М., Комаровская Е.П. 2009. Ценностные ориентации подрастающего поколения в условиях трансформации функций семьи в современном обществе. – *Культура детства: нормы, ценности, практика: материалы международной конференции с элементами научной школы для молодежи*. г. Москва, 19-20 октября 2009 г. С. 110-114.

Юхвид Е.Н. 2008. *Информационно-коммуникативная система общества и социальное управление*. М.: Изд-во РАГС. 73 с.

*BELYAEV Sergey Pavlovich, postgraduate student at the Voronezh State University (24 Revolyutsii Ave, Voronezh, Russia, 394000; sp.beliae@gmail.com)*

## COMMUNICATION PROCESSES IN THE INFORMATION SOCIETY AND YOUTH ENVIRONMENT

**Abstract.** *The article analyzes the communication processes taking place in the modern information society. The author considers the means of communication and information as management tools within the framework of a modern information and communication system.*

**Keywords:** *communication, communication processes, information society, youth environment*

---