

Интернет дает огромные возможности в плане поиска необходимой информации. Но в большинстве, что касается сферы образования, многие студенты скачивают готовые рефераты, курсовые и дипломные работы, далеко не самые лучшие. При таком подходе отсутствует критическое мышление, недостаточно формируются профессиональные и социальные компетенции, падает уровень ответственности. В данной ситуации значительно усиливается роль преподавателя, вынужденного искать новые, эффективные методы обучения. Это и задания по подготовке мультимедийных презентаций, различных творческих проектов. Метод проектов пока недостаточно используется в образовании, хотя это – один из перспективных путей развития компетентностей высшего уровня. Он стимулирует активность студентов, умение проявлять инициативу, брать на себя ответственность, убеждать и аргументировать свою позицию, работать в команде, публично презентовать результаты своей работы и т.д. В данном виде деятельности формируются не только профессиональные, но социальные и ценностные компетенции. Из обилия информации в глобальных информационных сетях студенты должны отобрать необходимый материал, сравнить свое решение с существующими культурными образцами. Проблемы должны носить характер не только «лично интересных», но и встраиваться в данную историческую и социально-культурную специфику времени, т.е. должны быть актуальными в сфере реальной жизни. Ответы разрабатываются всеми участниками команды самостоятельно, что позволяет видеть различный спектр возможностей и ответов и, что самое важное, приобрести опыт их решения путем обмена результатами своего труда.

Широкое распространение сетевых технологий – это уже реалии, в которых необходимо искать «культурную совместимость», усиливая субъектную составляющую.

В современном научно-образовательном пространстве Республики

Беларусь начинают обозначаться контуры новой, информационно-знаниевой культуры, представляющей интегральное понятие и явление, являющейся разновидностью сетевой парадигмы.

#### Список цитированных источников

1. Делор, Ж. Образование: сокровитное сокровище: доклад Международной комиссии по образованию для XXI века, представленной ЮНЕСКО / Ж. Делор. – М.: Изд. ЮНЕСКО, 1996. – 168 с.
2. Жарыкава, В.М. Інфармацыйна-ведавая культура – імператыў сучаснай эпохі / В.М. Жарыкава // Весці БДПУ. Сер.2, Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2011. – № 2. – С. 92-95.
3. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе: пер. с англ. / М. Кастельс. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
4. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 494–505.
5. Мид, М. Культура и мир детства: избранные произведения. – М.: Наука, 1988. – 429 с.

## МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Е.Н. Григорович, Г.И. Займист

*Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина, г. Брест, Беларусь*

Процессы глобализации, происходящие в современном обществе, привносят существенные изменения в организацию социокультурной деятельности человека, влияют на формирование общественного сознания, на индивидуально-личностное поведение человека. Современным универсальным средством воздействия, как на

поведение индивида, так и на массовое сознание, является сеть Интернет, с её информационно-коммуникационными ресурсами. С помощью сети Интернет мы мгновенно находим нужную информацию, будь то: достоверные научные факты, жизненно-практические рекомендации, произведения музыкального искусства любой эпохи или автора.

Сегодня молодые люди при знакомстве не спрашивают «в каком вузе ты учишься?» или «из какого города приехал?», а выясняют: «в какой сети ты общаешься?»

По определению свободной универсальной энциклопедии, википедия: «Социальная сеть – онлайн-сервер или веб-сайт, предназначенный для построения, отражения и организации социальных отношений». Таким образом, социальные сети представляют собой онлайн-сервер, позволяющий объединять множество людей по определённым критериям, предоставляющий им удобные инструменты общения и самовыражения. Принято считать, что термин «социальная сеть» впервые употребил социолог «манчестерской школы» Джеймс Барнсон в 1954 г., исследуя с помощью социограмм взаимосвязи и взаимоотношения между людьми.

Сегодня численность пользователей самой массовой сети Facebook приближается к миллиарду, в Беларуси число её пользователей насчитывает по состоянию на начало 2013 г. 495180 человек [1]. Самая многочисленная сеть в Республике Беларусь – «В контакте», пользователем которой является сегодня почти каждый четвёртый житель страны (23% населения). Социальная сеть стала, таким образом, современной формой социальной организации, присущей постиндустриальному обществу, поглощая и вытесняя прежние традиционные формы социальной организации.

Многие исследователи констатируют факт трансформации социальности в современном обществе. Так, например, по мнению российского исследователя А.В. Назарчука, «если прежде основу всякого человеческого сообщества составляла привязанность человека к месту жительства и работы, то трендом последнего столетия является ослабление этой привязанности и переход к более слабым экстерриториальным социальным связям. Люди утрачивают связи с локальными сообществами не только в силу новых коммуникационных возможностей, но и в силу того, что они реализуют личные потребности, опираясь на эти новые возможности» [2]. Этот принцип построения сообществ М. Кастельс, наиболее известный в современной литературе исследователь сетевого общества, называет сетевым индивидуализмом, «персонализируемым сообществом».

«Такая индивидуализированная связь с обществом является специфической формой социальности, а не каким-то психологическим атрибутом. Она имеет в своей основе, прежде всего, индивидуализацию отношений между капиталом и трудом, между рабочими и трудовым процессом в рамках сетевого предприятия. Она порождена кризисом патриархальности и последующим распадом традиционной нуклеарной семьи, существовавшей с конца XIX столетия. Она поддерживается (но не производится) новыми моделями урбанизации, поскольку пригороды и загородные поселения расползаются во все стороны, и разрыв связи между функцией и смыслом в микрорайонах городов-гигантов способствует индивидуализации и дезинтеграции пространственного контекста жизни. И она поддерживается за счёт кризиса политической легитимности, поскольку увеличение дистанции между гражданами и государством воздействует на механизмы представительства, способствуя выводу индивидуализма из общественной сферы. Новая модель социальности в нашем обществе характеризуется сетевым индивидуализмом» [3].

В этой связи современные исследования социальных объектов и явлений необходимо рассматривать сквозь призму сетевых эффектов. Все основные сферы жизнедеятельности общества: производство, культура, коммуникация и др. следует изучать

в русле сетевой парадигмы. Сетевые эффекты меняют всё и проявляются они в разных областях по-разному. Существует несколько социальных областей, в которых эти изменения существенны и очевидны: финансовый рынок, рынок труда, системы обмена информацией, массмедиа и др. Самым существенным и ключевым сетевым эффектом является глобализация. Следует, однако, добавить, что сами социальные сети далеко не всегда являются глобальными.

Наиболее очевидные изменения, вызванные сетевым взаимодействием, надо искать в изменениях жизни индивида. Речь идёт как о психологической трансформации, которую пришлось пережить индивиду в последние десятилетия, так и мировоззренческом (идеологическом) кризисе социальной идентичности. Среднестатистический современный человек окутан сетью деловых контактов, круглосуточно привязан к трубке мобильного телефона, а его общение становится всё более безличностным и мимолётным. Контакты легко возникают и быстро завершаются.

Следует признать, что социальные сети в их современном виде имеют целый ряд возможностей, по сравнению с существующими ранее инструментами общения. Это, в первую очередь, современные инструменты поиска нужных контактов (ICQ, QUIP, SKYPE). При помощи инструментов социальной сети каждый её пользователь может создать свой виртуальный портрет, сформировать виртуальную личность, указав вымышленное имя, желаемое образование и придуманную биографию. Человек получает собственное «место жительства» в Интернете, Интернет-имя (НИК). Социальная сеть даёт чувство свободы, позволяет реализовать индивидуальный или коллективный протест против отдельного человека, корпорации, государства, ведь в сети есть возможность высказать своё мнение, оставаясь анонимным, спрятавшись за ник. Ник, таким образом, позволяет обрести социальную свободу. Особенно в период кризисов – социальных, экономических, политических – (например, современный экономический кризис) человек вынужден приспосабливаться к ситуации социокультурной нестабильности через поиск новых идентичностей. При этом под «социальной идентичностью» понимается единство когнитивных, мотивационных и ценностных компонентов личности [4]. По нашему мнению, проблема поиска социальной идентичности универсальна для всех сообществ и, независимо от политической и экономической мощи государства, характерна для тех групп населения, позиция которых наиболее уязвима в период кризисных явлений. Особенно востребована идеология как основание идентичности среди социально активных слоёв населения: среди интеллигенции, имеющих повышенные интеллектуальные запросы, среди молодёжи с её высокими потребностями в самореализации. В периоды кризисов государственной идеологии становятся востребованными идеологии этнических сообществ, экологических групп, сексуальных меньшинств. Присущее современному обществу размывание национальных и культурных границ заставляет людей настойчиво искать собственное социальное окружение, придавая особое значение расовой, национальной, конфессиональной принадлежности, историческим корням. При отсутствии позитивных социальных ценностей и идеологий идентичность больших социальных групп выстраивается вокруг «негативных проектов», направленных против того или иного события, явления, политической фигуры.

Не умаляя роли традиционных средств массовой информации, в первую очередь, мотивирующих социальные группы на участие в государственно значимых акциях, «правильных» протестных выступлениях, особое внимание необходимо обратить на сервисы сети Интернет (социальные сети, блоги, форумы). Сегодня они обладают мощным потенциалом консолидации, как на основе позитивной, так и на основе негативной идеи. Возможности Интернет-ресурсов позволяют людям объединиться под знамёнами той или иной идеи, не выходя из дома. Сегодня ресурсы всемирной паути-

ны используются в разнообразных политических процессах, например, в так называемых «арабских» революциях. Население Египта, Йемена, Туниса легко сплотилось вокруг идеи «странной» революции. Благодаря использованию ресурсов сети Интернет, которая стала средством организации и агитации внутри этих стран, а также сформировала агитационное поле поддержки революции извне, молодое поколение арабов получило возможность быстро самоорганизоваться без координации со стороны лидеров и политических партий. Информация о том, что у безработного студента полицейский отобрал лоток с фруктами, которыми студент торговал незаконно, всколыхнула в течение нескольких часов весь Тунис. Ещё один пример эффективности социальной сети Интернет – сообщения жителя Нового Орлеана Майкла Барнета в дни урагана «Катрина» (конец августа 2005г.). В то время, когда официальные американские средства массовой информации рисовали позитивную картину преодоления последствий стихии, системный администратор одной из компаний с десятого этажа Орлеанских небоскрёбов рассказывал в социальной сети о том, что, на самом деле, происходит в городе: о несчастных людях, которым никто не помогает, о мародёрстве со стороны полиции. В те дни Интернет окончательно доказал, что имеет реальную социальную силу.

Особенно ярким по своей выразительности явлением стал флешмоб, а также разновидность флешмоба – смартмоб. В октябре 2002 г. вышла книга социолога Говарда Рейнголда «Умные толпы: следующая социальная революция». Автор книги предсказывал: люди будут использовать новые коммуникационные технологии (Интернет, сотовые телефоны) для самоорганизации. В июне 2003 года Роб Зазута создал первый сайт для организации смартмобов. Смартмоб (англ. smart mob – умная толпа) – форма самоструктурирующейся социальной организации посредством эффективного использования высоких технологий. Историю смартмобов принято отсчитывать с 17 июня 2003 г., когда в нью-йоркском магазине около 150 покупателей одновременно попросили «коврик для любви» за 10 тысяч долларов. И пока менеджеры сбивались с ног в поисках указанного товара, покупатели исчезли так же неожиданно, как и появились. Смартмоб переводят еще как «взрыв толпы», поскольку люди в определённое время и в определённом месте делают синхронно что-то одинаковое и очень неожиданное. В соответствии с принципами флешмоба это не должно быть рекламой, агитацией, провокацией. Самый массовый флешмоб, занесённый в книгу рекордов Гиннеса, проведён 8 сентября 2009 г. в городе Чикаго, на открытии 24 сезона шоу Опры Уинфри. В нём приняло участие 21000 человек.

Флешмобы и смартмобы обладают удивительной притягательностью для простого человека. Стремление к солидарности, выражаемой через флешмобы или смартмобы, сохранилось в человеке после того, как отошли в прошлое традиционные формы изъяснения и практики солидарности (например, в СССР – демонстрации, митинги). Человек больше не ощущает на себе принуждения участвовать в демонстрациях или митингах, но по-прежнему периодически востребует некоторых массовых форм коллективности. Флешмоб даёт возможность удовлетворить эту потребность, не заключая никаких обязательств, не принимая программ, манифестов, резолюций.

Следует отметить, что сообщества, организованные на основе «негативной идентичности», т.е. консолидации людей «против чего-либо», являются социально и политически амбивалентными. Подобные идеологии и группы быстро распадаются после достижения поставленной цели, например, после свержения власти; на множество фракций, враждующих между собой.

Идея «революции через социальную сеть» пропагандировалась и в белорусском социуме. Социальную базу протестных выступлений составили молодые люди в возрасте 17-26 лет, которые более подвержены влиянию абстрактных идей и имеют ме-

нее устоявшиеся личностные ценностные ориентиры. Этим и воспользовались оппоненты власти, прикрываясь абстрактными лозунгами.

В силу возрастных психологических особенностей молодёжи им присущ нигилизм и радикализм. При умелом использовании этих особенностей легко создаётся политический деструктивный капитал. В молодёжных изданиях никто напрямую к революциям не призывает, но среди расписания клубов и статей о направлениях моды появляются статьи о злоупотреблениях властей, об образцах лучшей жизни за границей, о том, что нужно думать о будущем своей страны.

В суверенных государствах должны предприниматься адекватные меры по недопущению консолидации населения в рамках негативных программ. В информационном пространстве, в частности, в сети Интернет должны распространяться идеи, способные увлечь социально активные группы населения, в первую очередь, молодёжь. При проведении избирательных компаний больше внимания следует уделять позитивным изменениям в обществе, декларированию конструктивных программ развития. И, конечно, стратегическим приоритетом в любом государстве должны быть инвестиции в человека: его нравственное воспитание, сохранение и упрочение культурных традиций, идеологических основ государства и общества. Не менее важны сплочённость общества, уверенность людей в справедливости, в жизнеспособности общественного строя, доверие к руководителям региона, лидерам государства. Это станет залогом успеха всех экономических начинаний.

#### Список цитированных источников

1. Почти 500 тыс. белорусов зарегистрировались в Facebook [Электронный ресурс] / Новостной интернет-портал «5 минут: новости-факты». – Минск, 2013. – Режим доступа: <http://5min.by/news/v-facebook-uzhe-pochti-500-tis-belorusov.html>. – Дата доступа: 13.04.2013.

2. Назарчук, А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. – 2008. – № 7. – С. 64.

3. Кастельс, М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – М., 2004. – С. 155.

4. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура – М., 2000.

## ГРОДНО И ГРОДНЕНСКИЙ УЕЗД В ПЕРИОД ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ 1863–1864 ГОДОВ

О.В. Карлович

*Брестский государственный технический университет, г. Брест, Беларусь*

В статье, с акцентом на характер движущих сил, проводится комплексное исследование событий восстания 1863–1864 гг. в Гродненском уезде с привлечением новых, ранее не опубликованных материалов.

События восстания в Гродно развивались довольно интригующе. В ночь со 2-го на 3-е марта 1863 г. начальник станции Гродно Леон Кульчицкий, бывший штабс-капитан русской армии, с отрядом до ста человек предпринял попытку захватить товарный состав и выехать на нем за город. Благодаря действиям паровозной бригады вагоны были отцеплены, и Кульчицкому с группой 8 человек удалось захватить только сам паровоз. Как заявили потом сами участники этого события, они имели цель присоединиться к отряду Нарбута в Лидском уезде, чтобы затем совместными силами захватить Гродно [2, с. 347]. Идея выезда повстанцев из Гродно на поезде возникла у гродненских гимназистов и была озвучена чиновником гражданской опеки Ипполитом Зубровским. Проект активно поддержал учитель местной гимназии Станислав Новаковский, развернувший агитацию среди своих учеников. В случае успеха побега на