

## МЕДИАПРОСТРАНСТВО КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

*А.С. Шустров, И.В. Смертин  
Великий Новгород, НовГУ имени Ярослава Мудрого*

*В данной статье проанализировано понятие «медиапространство» в контексте информационного многообразия. Описаны приемы воздействия на рациональную и эмоциональную сферу личности с целью формирования гражданских установок. Рассмотрены онлайн-платформы для продвижения среди детей и учащейся молодежи идей гражданского образования, патриотизма и гражданственности, а также предложены мероприятия по продвижению гражданского образования с применением таких платформ. Приведены результаты эмпирического исследования гражданской активности учащейся молодежи Новгородской области на примере социальной сети «ВКонтакте».*

**Ключевые слова:** *медиапространство, гражданское образование, гражданские установки, поколение «Z» и «Альфа», эмоциональная и рациональная сфера личности, современные онлайн-платформы для продвижения идей гражданского образования.*

*This article analyzes the concept of "media space" in the context of information diversity. The authors describe techniques of influencing the rational and emotional sphere of the individual in order to form civic attitudes. The authors consider platforms to promote civic education, patriotism and citizenship among children and students and propose activities to promote civic education using such platforms. The study presents the results of empirical study of civic engagement of students in the Novgorod region on the example of the social network "VK".*

**Key words:** *media space, civic education, civic attitudes, Generation Z, Generation Alpha, emotional and rational sphere of personality, modern online platforms for promoting the ideas of civic education.*

Распространяемые в различных информационных ресурсах материалы оказывают значительное влияние на изменение мироустройства. Расширение возможностей передачи информации свидетельствует об отсутствии ограничений ее распространения в пространстве, что позволяет переосмыслить действительность окружающего мира в обновленных «пространственных» формулировках. Наряду с протеканием новых процессов, связанных с популяризацией информации, возникает новый социальный феномен «медиапространство». Понятие «медиапространство» понимается как электронное окружение, в котором отдельные люди или социальные группы могут действовать вместе в одно и то же время, создавая визуальную и звуковую среду, которая воздействует на реальное пространство. В особенности такому воздействию подвержены дети и представители учащейся молодежи. Необходимо отметить, что на начало 2021 года дети в возрасте до 15 лет составляют 17,7% населения России (или около 25 900 тыс. человек), молодежь в возрасте от 15 до 35 лет составляет 23,98% (или около 35 053 тыс. человек) [5]. Глобальное медиапространство детей и учащейся молодежи с момента его возникновения и до сегодняшнего дня является неотъемлемой частью культурной сферы жизни молодежного сообщества.

Понятие «медиапространство» в настоящее время становится объектом междисциплинарного интереса. С одной стороны, современное медиапространство подвергается комплексной «диагностике» в кругу журналистов, социологов, культурологов, политиков, педагогов, психологов, медиков, экономистов и др. С другой стороны, само медиапространство традиционно исследует и пропускает через себя все институциональные формы общества – экономику, политику, право, мировоззренческую сферу: философию, науку, религию, искусство.

Наряду с понятием «медиапространство» встречается множество других его обозначений, используемых в качестве синонимичных или близких по значению. В этом ряду стоят «медиаасфера», «информационно-коммуникативное пространство», «массмедийное пространство», «медиасреда», «медиасистема», «поле массмедиа» («медиаполе»). Отдельные работы рассматривают телекоммуникационное пространство, поп-медийное пространство, образовательное медиапространство, а также многочисленные варианты обозначения медиапространства по территориальному охвату: глобальное (мировое), региональное, медиапространство СНГ (страны, города), медиапространство университета (школы), единое медиапространство, и т.д. [3].

Исследования, проведенные в 2019-2020 гг. А.Ю. Домбровской и А.В. Синяковым, показали, что особенности проявления гражданского активизма онлайн и офлайн в существенной степени зависят от принадлежности российской молодежи к различным кластерам, выделенным по характеру проявления протестного потенциала. Авторы выделяют «лояльных», «оппозиционных», «вовлеченных», «кликтивистов» и «выключенных». Данные типы пользователей различаются в соответствии с глубиной и последовательностью участия молодежи в гражданских акциях. Фокус цифровой активности «лояльных» акторов (1/4 российской молодежи) - координация волонтерских, социальных, социально-культурных проектов. «Оппозиционные» акторы (12,6% респондентов) обладают опытом организации гражданских проектов критической, протестной по отношению к действующей власти направленности, то есть понимают гражданскую активность как политическую. «Вовлеченные» (23,4%) характеризуются высокой заинтересованностью в гражданской интернет-активности, однако не имеют лидерского потенциала и мотивации к инициированию социальных проектов. «Кликтивисты» (23,5%) проявляют интерес к гражданской активности в формате онлайн-сетевой зрительской активности. К наиболее пассивной молодежи с точки зрения гражданско-политической активности относятся «выключенные» (14,9%) [1].

**Материал и методы.** В ходе теоретического исследования были рассмотрены и проанализированы актуальные публикации ведущих российских СМИ, а также материалы, размещенные на различных Telegram-каналах. Кроме того, обобщен опыт современных исследователей в области общественно-политических наук. Рассмотрены современные исследования и медиатексты англоязычных авторов, посвященные развитию так называемых «метавселенных» и NFT-токенов. Выводы, полученные

в результате исследования, были обобщены и систематизированы, на основе чего определены перспективные направления развития гражданского образования детей и учащейся молодежи в цифровой среде.

Эмпирическую основу исследования составляет контент администраторов и подписчиков онлайн-сообществ гражданской направленности; язык – русский; геолокация – Россия; глубина выгрузки данных об онлайн-сообществах, хештегах, комментариях под социально-медийным контентом – с 07.09.2016 по 29.03.2022; социальная сеть: «ВКонтакте».

Для анализа эмпирического материала использовались семантический анализ хештегов, семантический анализ текстов публикаций и элементы дискурсивного анализа и контент-анализа. Средством оценки популярности контента являются цифровые следы. Значимость и влияние поста определяют такие маркеры, как лайки, репосты и комментарии пользователей социальной сети «ВКонтакте».

**Результаты и их обсуждение.** В настоящее время медиапространство характеризуется в том числе возможностями для реализации гражданской активности учащейся молодежи. Большинство из них относится к категориям «вовлеченных» и «кликтивистов». Наиболее востребованными среди молодежи способами соучастия в цифровой гражданской активности являются: публикация постов гражданской направленности, треды, мемы, шутки, проведение опросов по ряду остросоциальных вопросов, лайки, выражение отношения к общественно-политическим событиям с помощью эмодзи.

Современное подрастающее поколение формируется в визуальной культуре: представители поколения «Z» и «Альфа», или так называемые «цифровые аборигены», привыкли получать и легко усваивать информацию небольшими отрывками, в которых текстовая и аудиальная информация всегда сопровождается визуальной. Несмотря на то, что так называемое «клиповое мышление» современной молодежи нередко является объектом критики, именно эта когнитивная особенность молодежи может являться эффективным инструментом продвижения гражданских идей и ценностей.

Ключевым приемом воспитания гражданственности среди молодежи с помощью лингвистических и экстралингвистических средств является метод убеждения, который заключается в воздействии на сознание личности на основе обращения к ее собственному критическому опыту.

Для формирования гражданских установок необходимо воздействие как на рациональную, так и на эмоциональную сферу личности. Для воздействия на рациональную сферу молодого человека, тексты должны обладать следующими характеристиками: [2]

- логичность излагаемых фактов;
- простота;
- структурированность;
- наличие убедительной аргументации;
- связность.

Для воздействия на эмоциональную сферу необходимо, чтобы человек, воспринимающий текст, достиг внутреннего согласия с излагаемой информацией, для чего необходимо, чтобы новая информация имела определенные связи с уже усвоенными фактами. Следует отметить, что убеждение легче всего действует на людей с богатым воображением и ориентацией на окружающих людей (экстравертированностью), что характерно для многих представителей молодого поколения.

Фундаментальным приемом аргументации, который эффективно воздействует на любые возрастные группы, является прямое обращение к собеседнику и доведение до него требуемых фактов и сведений. Кроме того, нередко применяется и прием выявления противоречий в речи партнера или противника продвигаемой идеи. Применение точной аргументации крайне важно для убеждения собеседника в обоснованности выводов. Для обращения к эмоциям можно использовать сравнения, яркие образы и метафоры. Молодые люди плохо реагируют на одностороннее догматическое убеждение, но отлично откликаются на дискуссии, в ходе которых им позволяют высказать свое мнение и оспорить мнение оппонента без оглядки на его возраст и социальный статус.

Основной способ изменения отношения детей и учащейся молодежи к различным острым событиям и окружающему миру в целом – аргументированное убеждение с применением наиболее актуальных для целевой группы каналов коммуникации, таких как мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Signal), социальные сети (VK, Instagram, Facebook, Twitter) и видеохостинги (YouTube, TikTok). Вследствие недавнего ограничения доступа для пользователей к социальным сетям (Instagram, Facebook, Twitter) наблюдается массовый отток во «ВКонтакте» и в Telegram. На сегодняшний день отмечается, что после сообщений российских властей о планах ограничить доступ к Instagram на российские Telegram-каналы подписались более 40 миллионов раз. Одной из причин оттока аудитории пользователей в Telegram-каналы является высокая степень контроля содержания постов «ВКонтакте» надзорными органами и низкая защищенность персональной информации о пользователях.

Все вышеперечисленные сервисы являются эффективными платформами для продвижения идей гражданского образования, патриотизма и гражданственности, а также вовлечения учащейся молодежи в гражданско-патриотические инициативы и проекты (акции памяти, волонтерская и поисковая деятельность, экологические проекты и др.). Классические формы гражданского воспитания, такие как посещение мест памяти, музеев, просмотр исторических фильмов, изучение социальных наук, несомненно, являются эффективными средствами продвижения гражданского образования, но для наиболее глубокого воздействия на подрастающее поколение их следует совмещать с привычными для его представителей формами репрезентации информации, такими как короткие, но информативные видео, посвященные различным аспектам гражданского образования, а также визуальный сторителлинг: рассказ о тех или иных исторических фактах и собы-

тиях в формате визуального повествования, где текст органично дополняется (или полностью замещается) графической информацией.

Следует отметить, что представители поколения «Z» и «Альфа» склонны к отрицанию ценностей старших поколений. Более того, подростки с уже сформировавшимися антипатриотическими и оппозиционными идеями склонны отрицать информацию, поступающую от взрослых людей, ассоциированных с государственными структурами. Одним из способов преодоления этой тенденции является формирование однопоколенных каналов коммуникации. Общение со сверстниками, имеющими полярные взгляды, может оказать большее воздействие, чем общение с представителями более старших поколений, которые традиционно считаются авторитетными специалистами в тех или иных областях. Для организации политически ориентированных дискуссий между сверстниками можно применять привычные для молодого поколения каналы коммуникации, например, стриминговые сервисы (Twitch), VoIP- и конференц-платформы (Discord).

Примеры мероприятий по продвижению гражданского образования с применением всех вышеуказанных платформ:

- создание сообществ с целью проведения дискуссий на тему патриотизма, гражданственности и демократии, а также информирования слушателей о предстоящих событиях;

- создание аккаунтов патриотических клубов или отдельных заинтересованных личностей из «актива» школьников и студентов, публикация коротких, тезисных высказываний по тем или иным вопросам гражданского образования, модерирование дальнейшей дискуссии;

- создание информативных коротких просветительских постов в формате тематических изображений, содержащих тезисы текста, который размещается ниже поста;

- создание коротких видео, в которых кратко раскрывается информация о том или ином понятии гражданского общества, демократии или историческом событии. Для ведения данных аккаунтов следует отобрать наиболее активных, красноречивых и артистичных учащихся, сформировать им общий имидж;

- создание полноформатных видео, подробно раскрывающих тот или иной аспект гражданского образования. Сценарии для видео следует прописывать совместно с учащимися, которые помогут интуитивно адаптировать форму и содержание для наиболее легкого восприятия информации сверстниками;

- проведение трансляций, в ходе которых спикер (им может быть как преподаватель, так и учащийся) высказывает свою точку зрения по какому-либо актуальному общественному вопросу, а затем включается в прения с аудиторией. Для регуляции дискуссии приводится сторонний модератор. Кроме того, для проведения дебатов в формате «словесной дуэли» можно использовать сервисы IP-телефонии;

– организация сервера на платформах VoIP телефонии для мгновенного обмена мнениями по актуальным вопросам в формате текстовых и аудиосообщений.

Среди российской молодежи наиболее популярна социальная сеть «ВКонтакте». Согласно данным исследовательской кампании «Mediascope», по состоянию на январь 2022 года месячный охват данной социальной сети составляет 79 164,7 тыс. человек среди пользовательской аудитории старше 12+ [4]. Таким образом, благодаря высокой популярности и представленности молодежи профиль в социальной сети «ВКонтакте» может быть применен для изучения ценностей молодежи как специфической социальной группы.

Таблица 1 – Онлайн-сообщества в социальной сети «ВКонтакте», отражающие деятельность гражданской направленности учащейся молодежи Новгородской области (по состоянию на 29.03.2022)

Название сообщества	Количество подписчиков	Количество постов	Ссылка на сообщество
Софийский десант	883	621	<a href="https://vk.com/sofiyskiydesant">https://vk.com/sofiyskiydesant</a>
Студенческие отряды Новгородской области	4 120	3 611	<a href="https://vk.com/rso53">https://vk.com/rso53</a>
Волонтеры Победы. Новгородская область	1 267	2 959	<a href="https://vk.com/novgorod.zapobedu">https://vk.com/novgorod.zapobedu</a>
Отряд Софийского десанта «Вече»	57	16	<a href="https://vk.com/public207250577">https://vk.com/public207250577</a>
Студенческий медицинский отряд «Лед»	736	435	<a href="https://vk.com/smo_ice">https://vk.com/smo_ice</a>
Студенческий медицинский отряд «Шов»	796	1 048	<a href="https://vk.com/smo_shov">https://vk.com/smo_shov</a>
Студенческий медицинский отряд «Ген»	184	75	<a href="https://vk.com/smo_gen">https://vk.com/smo_gen</a>
Управление молодежной политики НовГУ	1 326	932	<a href="https://vk.com/umpnovgu">https://vk.com/umpnovgu</a>
Кибердружина НовГУ   Великий Новгород	67	27	<a href="https://vk.com/kiber_53">https://vk.com/kiber_53</a>

\*орфография и пунктуация авторов сохранены

Среди вышеперечисленных онлайн-сообществ наибольший охват имеет «Студенческие отряды Новгородской области», отражающее деятельность Новгородского регионального отделения Молодежной общероссийской общественной организации «Российские студенческие отряды». Данное сообщество

объединяет активистов различных студенческих отрядов (педагогических, строительных, сервисных, технологических, отрядов проводников, медицинских, сельскохозяйственных). Основными хэштегами, которыми маркируются посты сообщества, являются #PCO (1 838 публикаций) и #ТрудКрут (1 508 публикаций). Как правило, посты с данными хэштегами информируют пользователей о новостях, конкурсах для активистов движения и разнонаправленной деятельности отрядов Новгородской области. Обратная связь от подписчиков и других пользователей осуществляется чаще всего с помощью визуальных стикеров в комментариях под постами сообщества.

Один из постов, опубликованный в данном онлайн-сообществе, информирует пользователей о сотрудничестве студенческих отрядов Новгородской области с Администрацией региона (в частности, с губернатором А.С. Никитиным) по вопросу одобрения идеи организации межрегионального сельскохозяйственного трудового проекта (рисунок 1).

Данный пост вписывается в дискурсивный контекст, поскольку через него представляется возможным оценить качество деятельности и уровень вовлеченности и гражданственности активистов Движения. Комментарии подписчиков сообщества контекстуально объединены мелиоративной лексикой одобрения деятельности Движения («Спасибо нашему Региональному Штабу и руководителям направлений за возможность развиваться, и становиться лучше», «На фотографии я вижу замечательных людей, которые сделали очень много для PCO! Очень рада, тому, что с ними знакома!», «Без Вас, не было бы Нас! Спасибо за то, что делаете для нас!»). Другие пользователи выражают согласие с содержанием комментариев с помощью лайков. Таким образом, посредством данного онлайн-сообщества активисты популяризируют ценности ответственного и трудолюбивого гражданина, расширяя тем самым аудиторию молодежи, разделяющей эти ценности.

Деятельность молодежной патриотической акции «Софийский десант» в социальной сети «ВКонтакте» освещается с помощью одноименного онлайн-сообщества. Реализация проекта включает оказание шефской помощи населению и приютам, профориентацию и реализацию социально-культурных мероприятий в школах. Значительное количество постов в онлайн-сообществе «Софийский десант» сопровождается преимущественно видеоконтентом об отчете о деятельности Движения, который за счет визуализации формирует доверительное отношение пользователей к деятельности активистов. Кроме того, более 100 постов сообщества маркируются подборкой хэштегов (#СофийскийДесант2022 #СофийскийДесант #СнежныйДесант #PCO53 #ТрудКрут #БойцыМолодцы #Лучшие\_люди\_страны #ВеликихМассШтаб #СЗФО), являющихся неотъемлемой частью брендбука данной гражданской инициативы.



Студенческие отряды Новгородской области  
16 фев в 21:42



📍 Сегодня в рамках недели Российских студенческих отрядов в Точке кипения состоялась встреча с губернатором Новгородской области Андреем Никитиным.

🗣️ Наши руководители выступили с идеей организации межрегионального сельскохозяйственного трудового проекта. Глава региона идею поддержал.

Также был поднят вопрос о содействии в организации молодежной патриотической акции «Софийский десант». Напомним, что акция реализуется на территории области с 2015 года. Ее основной целью является оказание социальной шефской помощи нуждающимся в отдаленных уголках региона. Глава региона подтвердил, что содействие со стороны правительства будет продолжено 🤝

В завершении встречи Андрей Сергеевич поделился воспоминаниями о своей студенческой жизни и попросил студенческие отряды объединить усилия с кибердружиной по профилактике безопасного поведения в Интернете.

#PCO53 #ТрудКрут #17февраля #неделяPCO  
Тэг: #НовостиPCO53



👍 139    💬 17    ➦ 8

👁 1.3К

Рисунок 1 - Пост онлайн-сообщества «Студенческие отряды Новгородской области»

Одним из отрядов Движения «Снежный десант» с недавнего времени стал «Вече», который, как и другие отряды, путешествует по Новгородской области, для того чтобы осуществлять безвозмездную помощь тем, кто в ней нуждается. В социальной сети «ВКонтакте» студенты транслируют свою деятельность через публикации постов, подкрепленных фото- и видео-контентом, а также базовыми хэштегами #СофийскийДесант2022 #PCO #ОСД #Вече. Кроме того, с помощью публикаций активисты знакомят подписчиков со своим молодежным составом Движения («Я человек, который вечно шутит шутки! А в перерывах между ними занимается тем, что приносит много ярких и позитивных эмоций!», «Я – Настюша! Активная, целеустремленная, творческая девчонка! Люблю узнавать новое и всегда открыта к знакомствам.»). Необходимо отметить, что активисты в своих публикациях, в основном, используют разговорный стиль изложения, мелиоративную лексику, устоявшийся сленг и жаргонизмы, из чего можно сделать вывод о том, что тексты постов адресованы, в первую очередь, сверстникам. В целом, основной посыл опубликованных материалов заключается в том, чтобы увеличить охват аудитории подписчиков,



узнаваемость, расширить свое влияние среди сверстников, а также привлечь новых активистов в деятельность молодежной патриотической акции «Снежный десант».

Всероссийское общественное движение «Волонтеры Победы» также имеет представительство в Новгородской области. Активисты Движения за счет управления онлайн-сообществом «Волонтеры Победы. Новгородская область» осуществляют трансляцию деятельности по благоустройству памятных мест, помощи ветеранам, проведению различных всероссийских и международных акций, которые помогают сохранить память о войне. Следует отметить разнонаправленность постов, которые информируют начинающих волонтеров о лайфхаках, отражают деятельность активистов Движения, содержат поздравления с праздниками и т.п. Каждый медиатекст подкрепляется фото- и/или видеоматериалом, а также хэштегами #ВолонтерыПобеды #НеТолько9мая #ГотовКпобедам (рисунок 2).



Рисунок 2 – Пост онлайн-сообщества «Волонтеры Победы. Новгородская область»

Студенческие медицинские отряды «Шов», «Лед» и «Ген», количество подписчиков которых насчитывает 796, 736 и 184 человека соответственно, объединяют под своим крылом социально активных студентов различных медицинских направлений. Группы студенческих отрядов характеризуются высокой медиаактивностью (Более 25 публикаций в месяц в среднем в первых двух сообществах, каждая публикация в первых двух группах набирает от 50 (анонсы) до 100+ (новости из жизни отряда) лайков, 10–12 репостов и 8–15 одобрительных комментариев, сопровождающихся различными стикерами и эмодзи). В третьей группе, в связи с тем,

что она начала развиваться совсем недавно, активность пользователей и администраторов ниже – 5–8 публикаций в месяц, 40–50 отметок «Мне нравится», 5–10 комментариев, 3–4 репоста. Активная гражданская позиция данных сообществ заявлена в их приветственном тексте в описании группы:

- «...наша деятельность направлена на теплые и искренние цели:
- формирование профессиональных компетенций через труд у будущих специалистов в области медицины;
  - воспитание важных качеств: любовь к профессии, трудолюбие, упорство;
  - умение быть социально активным гражданином своей страны;
  - делать свои студенческие годы неопишимо запоминающимися и полезными».

Активность данных групп в сфере гражданского образования проявляется в публикации информации следующей направленности:

- сбор гуманитарной помощи и продуктов первой необходимости для беженцев;
- анонсы молодежных патриотических акций и отчеты об участии членов студенческого объединения в данных акциях;
- призывы к оказанию волонтерской помощи и отчеты о проведении волонтерских акций;
- информирование целевых групп (учащейся молодежи, студентов) об актуальных проблемах современного общества, например, борьба с ВИЧ и СПИД (рисунок 3);
- анонсы мероприятий, направленных на развитие лидерских качеств и умения работать в команде;
- продвижение ценностей дружбы, товарищества и семьи.



Студенческий медицинский отряд «Лёд»  
1 дек 2021

...

1 декабря-Всемирный день борьбы со СПИДом !

Сегодня хочется затронуть столь важную тему, как ВИЧ. Вирус иммунодефицита человека (ВИЧ) поражает иммунную систему, основная задача которой-защитить наш организм от инфекций.

Самой поздней стадией ВИЧ-инфекции является синдром приобретенного иммунодефицита (СПИД), который у некоторых людей при отсутствии лечения может развиваться через много лет. Для СПИДа характерно развитие некоторых видов рака, инфекций или других тяжелых клинических проявлений хронического характера.

С самыми основными сведениями рекомендуем Вам ознакомиться в нашей памятке. Берегите себя!❤️

Р.с. Лёдик однажды-лёдик навсегда!❄️

#ЛьдомПрямоВСердце

#ТрудКрут

#МыСМОжем

Тэги:#НовостиЛёд

Студенческий медицинский отряд "Лёд"

Рисунок 3 – Пост онлайн-сообщества «Студенческий медицинский отряд «Лёд»

Для повышения эмоциональной наполненности и апелляции к эмоциям реципиентов, авторы публикаций в данной группе часто используют эмодзи, наделяя их определенным контекстным смыслом (например, в посте с подписью «Семья – это самое главное в жизни» были использованы эмотиконы, которые изображают семью (мужчина и женщина, стоящие за ребенком), а также символическое изображение сердца, отражающее различные теплые эмоции). Кроме того, в комментариях подписчики группы также выражают свое положительное отношение к представленной информации с помощью тематических стикеров и эмотиконов. Для распространения информации в группах используются базовые хештеги, которые присутствуют в каждой публикации (#ЛьдомПрямоВСердце, #ТрудКрут, #МыСМОжем, а также ситуативные, контекстные хештеги-рубрикаторы, которые позволяют ориентироваться в информации – #НовостиЛед, #ИсторииБойцов)

Группа «Управление молодежной политики НовГУ» является агрегатором новостей студенческой жизни Новгородского Государственного университета и региона в целом. Информация о сообществе указывает на то, что оно отражает творческую, спортивную, социальную жизнь Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. Количество участников сообщества – 1326 человек, медиаактивность в группе достаточно высокая – порядка 15-20 публикаций в месяц, публикации набирают по 15-30 лайков, 3-8 комментариев, 5-15 репостов, комментарии и посты нередко сопровождаются эмотиконами. Гражданская активность данного сообщества проявляется в следующих направлениях деятельности:

– анонсы конкурсов проектов в сфере молодежной активности в Великом Новгороде с целью повышения социальной активности студентов и учащейся молодежи. Номинации конкурса ярко отражают его гражданскую направленность (рисунок 4):

- «Молодые семьи»;
- «Добровольчество»;
- «Творчество»;
- «Воспитание молодых лидеров»;
- «Профилактика негативных явлений в молодежной среде»;
- «Поддержка молодежи, находящейся в ТЖС»;
- «Патриотическое воспитание».

– продвижение мероприятий, направленных на популяризацию традиционной русской культуры региона и области, а также привлечение к участию в организации и проведении городских мероприятий;

– анонсы открытых дискуссий и встреч дискуссионных клубов, посвященных актуальным вопросам культуры, гражданственности и развития гражданского общества;

– анонсы федеральных программ, направленных на развитие лидерских качеств среди наиболее активных представителей студенчества и учащейся молодежи;

– анонсы всероссийских молодежных патриотических конкурсов авторских проектов.



Управление молодежной политики НовГУ

31 янв в 12:30



👉 Стартовал прием заявок на Конкурс проектов в сфере молодежной политики Великого Новгорода!

Конкурс проводится с целью активизации деятельности образовательных организаций, учреждений спорта, культуры и молодежной политики, общественных объединений и организаций по реализации приоритетных направлений молодежной политики Великого Новгорода.

🏆 Номинации конкурса:

- "Молодые семьи";
- "Добровольчество";
- "Творчество";
- "Воспитание молодых лидеров";
- "Профилактика негативных явлений в молодежной среде";
- "Поддержка молодежи, находящейся в ТЖС";
- "Патриотическое воспитание"

📅 Сроки реализации проектов – в период с мая по ноябрь 2022 года.

Заявки на участие в конкурсе принимаются до 31 марта 2022 года по электронной почте [minv@adm.nov.ru](mailto:minv@adm.nov.ru)

Рисунок 4 – Пост онлайн-сообщества «Управление молодежной политики НовГУ».

**Кибердружина НовГУ** – волонтерское студенческое объединение НовГУ, созданное при поддержке Управления МВД России по Новгородской области. Сообщество ВКонтакте «Кибердружина НовГУ | Великий Новгород» – сравнительно молодое объединение с достаточно низкой медиаактивностью (в среднем 5–6 постов в месяц, посвященных анонсам деятельности данной дружины, 10–14 отметок «Мне нравится», 4–5 репостов, 1–2 комментария к посту), которое, тем не менее, освещает крайне важные проблемы гражданственности в цифровую эпоху. Девиз данного сообщества – «На страже порядка в интернете».

Задачи сообщества:

- Профилактическая деятельность среди новгородцев
- Поиск и выявление противоправного контента в сети Интернет
- Участие в мероприятиях от регионального УМВД.

Гражданская активность представителей данного сообщества отражена в следующих направлениях деятельности:

– проведение профилактических уроков по темам «Безопасность в интернете» и «Дистанционное мошенничество»;

- анонсы и отчеты о проведенных совместно с представителями исполнительной власти на тему укрепления правопорядка и общественной безопасности на территории Новгородского региона;
- анонсы и отчеты с мероприятий, посвященных обсуждению актуальной проблемы экстремизма в молодежной среде;
- создание социальных видеороликов с целью профилактики и противодействию деструктивной деятельности в сети Интернет, например, кибербуллинг, распространению ксенофобии и риторики ненависти;
- профилактика наркопотребления среди студентов и молодежи Новгородской области.

В публикациях данной группы можно встретить тематические эмодзи, способствующие удержанию внимания читателя на предоставляемой информации и выделяющие ключевые элементы текста, а также хештеги, отсылающие читателя к различным сторонним акциям, в которых принимает участие кибердружина (например, просветительская акция #МояХартия, #Хартия), и хештеги-категоризаторы (например, #кибердружина\_словарь) (рисунок 5).

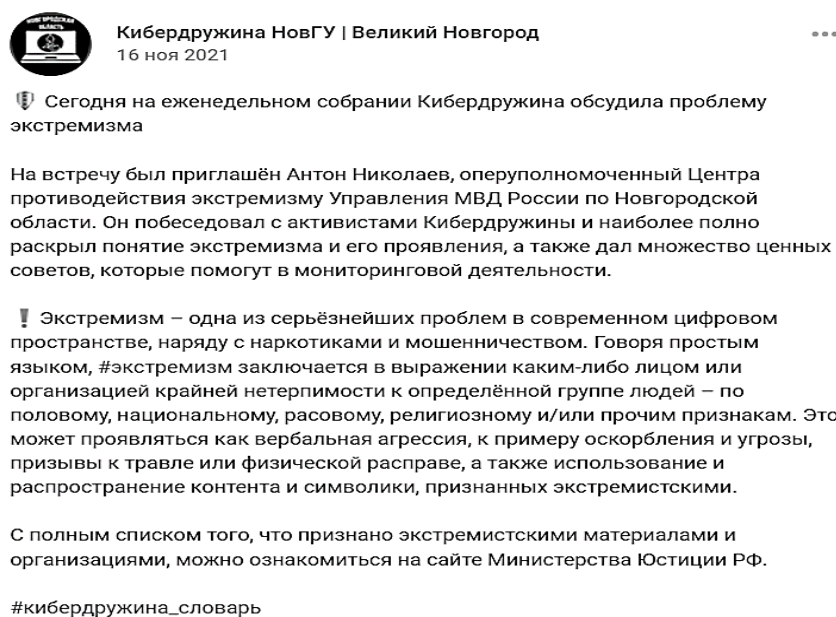


Рисунок 5 – Пост онлайн-сообщества «Кибердружина НовГУ | Великий Новгород»

По результатам анализа всех вышеуказанных онлайн-сообществ представилось возможным оценить уровень одобрения пользователями социальной сети «ВКонтакте» деятельности активистов гражданско-патриотических инициатив Новгородской области. Пользовательская аудитория высказывает свое отношение к содержанию постов с помощью лайков, пересылок в сообщениях, эмодзи и стикеров. Следует отметить, что подавляющее большинство комментариев выражают одобрительное отношение к труду и инициативности активистов различных Движений. Кроме того, полученные результаты свидетельствуют о нарастании тренда

соучастия в общественной жизни страны посредством возможностей социальных сетей, через инструменты которых эффективно реализуется просветительская, имиджевая и рекламная активность с целью расширения молодежного гражданского сообщества.

В последние годы одним из наиболее актуальных методов цифровой коммуникации во всем мире стали метавселенные: постоянно активные виртуальные пространства, в котором люди могут общаться друг с другом с помощью цифровых аватаров. Примеры функциональных метавселенных – платформы VRChat (требует наличия гарнитуры виртуальной реальности) и Decentraland. Так, Decentraland – это децентрализованная платформа в виртуальной реальности, которая состоит из 90 601 земельного участка. Платформа является метавселенной, в которой пользователи могут создавать, использовать и монетизировать контент. Виртуальная недвижимость Decentraland представляет собой NFT, которые могут быть куплены в криптовалюте MANA, основанной на блокчейне Ethereum. Поскольку данные платформы, которые находятся в состоянии постоянного развития, обеспечивают достаточно иммерсивный опыт взаимодействия с окружающим миром и другими пользователями, их также можно использовать для продвижения патриотических идей гражданского образования среди молодежи. Более того, данная платформа уже постепенно формирует свою собственную экономическую и политическую систему: В ноябре 2021 года правительство Барбадоса подписало соглашение о приобретении участка земли для посольства в Decentraland. Таким образом, Барбадос стал первым в мире государством с посольством в метавселенной.

С помощью данных платформ можно создавать имитации гражданского общества, распределять роли, включаться в различные экономические отношения, что может играть роль своеобразного «тренажера» для детей и подростков, с помощью которого они будут развивать навыки функционирования в гражданском обществе. Кроме того, на данных платформах можно организовывать различные дискуссии, конференции и акции.

Понятие метавселенной тесно связано с упомянутым выше понятием NFT – не взаимозаменяемые токены, которые используются на нескольких платформах для подтверждения факта владения цифровыми активами и права их использования. Чаще всего речь идет о цифровых предметах, таких как экземпляры произведений компьютерного искусства, коллекционные цифровые предметы, онлайн-игры. В настоящее время обмен NFT можно считать новым видом цифровой экономической коммуникации, в которую постепенно вовлекаются все новые и новые возрастные группы. Для продвижения идей гражданского образования с помощью NFT целесообразно создавать различные произведения (3D-модели, изображения, графику, музыку, видео), в образах которых заключены те или иные идеи, связанные с патриотическим воспитанием и гражданским образованием, и их дальнейшее размещение на онлайн-аукционах наподобие OpenSea:

это позволит учащейся молодежи познакомиться с самыми современными IT-трендами, в то же время постигая основы гражданственности и формируя патриотические убеждения. Например, учащиеся на уроках 3D-моделирования или работы в графическом редакторе создают цифровую модель или изображения какого-либо исторического памятника, здания или мемориального комплекса, а затем загружают ее на NFT-маркетплейс для дальнейшего распространения и обсуждения.

**Заключение.** Результаты анализа активности студентов и учащейся молодежи позволяют сделать вывод о наличии взаимовлияния социально активных молодых пользователей и современного информационного пространства. В новых политических и социально-экономических условиях молодежь из категории пассивных реципиентов информации переходит в категорию акторов медиасреды, формирующих ее облик, реагирующих на ее изменения и создающих новую цифровую информационную реальность. Кризис международных отношений определяет новые тенденции развития современного медиапространства, которые указывают на происходящую в данный момент перестройку и его разделение на отдельные изолированные информационные поля с ограничением выхода в глобальное медиапространство, что связано с информационной изоляцией и ограничением информационного потока в ряде стран. В данных условиях студенты и учащаяся молодежь, являясь агентами формирования информационной среды в Интернете, успешно адаптируются к новой реальности и используют возможности современных каналов коммуникации не только для общения, но и для продвижения идей гражданственности и патриотизма. В свою очередь, современное медиапространство является катализатором гражданской активности студентов и учащейся молодежи ввиду открытого доступа к информации, удобства каналов коммуникации и широких возможностей для организации узконаправленных сообществ. Нами были определены потенциальные направления исследований в сфере гражданского образования молодежи с помощью наиболее современных методов интернет-коммуникации, которые, несомненно, с каждым годом будут все глубже проникать в повседневную жизнь пользователей интернета и формировать качественно новое медиапространство, которое предоставит еще больше возможностей для продвижения идей гражданственности.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и БРФФИ в рамках научного проекта № 20-513-00027.*

#### Список литературы

1. Домбровская А.Ю., Сняжков А.В. Стратегии онлайн-сетевой гражданской активности и ценностные профили молодых россиян: результаты кластерного анализа и многомерного шкалирования // Власть. 2021. Том 29. № 4. С. 180-186.
2. Левчаева Н.В. Убеждение, внушение и аргументация как основные психологические приемы воздействия в процессе делового общения // Мир науки и образования. 2016. №1 (5). С. 28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdenie-vnushenie-i-argumentatsiya-kak-osnovnye-psihologicheskie-premy-vozdeystviya-v-protse-ssе-delovogo-obscheniya> (дата обращения: 29.03.2022)
3. Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. №50. С. 56-62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-obzor-predstavleniy-i-podhodov-k-ponimaniyu> (дата обращения: 20.03.2022)
4. Рейтинги Mediascope.net: [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net/data/>.
5. Федеральная служба государственной статистики. Демография: [Электронный ресурс], URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>. – Дата обращения: 30.03.2022.