

Секция «Социология»

**Молодежь и Интернет: технологический детерминизм или социальное  
конструирование технологий?**

**Овечко Елена Андреевна**

*Аспирант*

*Южный федеральный университет, Факультет регионоведения, Ростов-на-Дону,  
Россия*

*E-mail: sin\_manya@mail.ru*

С тех пор как Интернет и сайты социальных сетей прочно вошли в нашу жизнь, споры о пользе и вреде данных явлений не прекращаются. Учителя и родители, политики и маркетологи находят разные аспекты позитивного и негативного влияния сайтов социальных сетей на молодых людей. Ранее такое явление как телевидение вызвало похожие споры у взрослого поколения. Однако телевидение не предоставляло возможности интеракции, анонимности и влияния на контент. В научной литературе доминируют два подхода, рассматривающих влияние технологий на жизнь молодежи: технологический детерминизм и социальное конструирование технологий.

Согласно подходу технологического детерминизма, технологии порождают новые модели экспрессии, коммуникации и новую мотивацию; Интернет становится инновационной силой, влияющей на детей и молодежь. Молодежь называют «поколением сети», «поколением миллениума», «цифровыми аборигенами». Все эти понятия являются синонимами и обозначают большую группу молодых людей, выросших во время распространения интернета и с детства вовлеченных в медиа-среду, использующих компьютер, играющих в онлайн игры, постоянно коммуницирующих со своими друзьями посредством различных электронных мобильных устройств. Эта группа людей создает и использует цифровое пространство для социальных интеракций, демонстрации своей идентичности, производства и потребления медиаинформации.

В западных обществах потребление нематериальных объектов молодежью сводится к потреблению медиаинформации. Для этого они используют такие артефакты как телевизоры, видеомагнитофоны, стационарные и мобильные телефоны, видеоигры, проигрыватели компакт-дисков, MP3-плееры и компьютеры. Домохозяйства пополняются различными медиатрансляторами. Если ранее девайсы, находящиеся в собственности семьи предполагали общее пользование, то теперь они перешли в сферу личного использования. Телевизоры, стоящие в гостиных, более не актуальны. Им на смену пришли персональные устройства, находящиеся в комнате подростка или молодого человека. Сформировалась такая культура потребления, при которой каждый молодой человек потребляет медиаинформацию, находясь в своей комнате, что минимизирует родительский контроль и ограничения. Поколение «цифровых аборигенов», находящихся в медиа-среде и культуре «моей комнаты», демонстрируют другие ценности, отношения и поведение, чем предыдущее поколение. «Цифровые аборигены» оптимистичны, умеют работать в команде, и талантливы во всем, что касается технологий. Согласно этой точке зрения, они думают и обрабатывают информацию иначе, чем их предшественники; активно участвуют в экспериментах, в которых присутствуют информационные технологии для поиска информации и общения с другими людьми; стремятся приобрести навыки, необходимые для создания творческих мультимедийных презентаций и

стать производителями медиаинформации, а не только быть ее потребителями.

Таким образом, главным положением данного подхода является то, что Интернет создал новое поколение молодых людей, которые обладают знаниями и сложными навыками работы с информационными технологиями, демонстрируют ценностные установки создания культуры в цифровом пространстве; имеют социальные преимущества.

Понятие «Поколение сети» непосредственно связано с детерминизмом технологий, где технология рассматривается как независимая сила, порождающая социальные изменения. Сама по себе технология осуществляет казуальное влияние на социальные практики. То есть изменения в технологии приводят к изменениям в социальной организации и культуре. Это происходит независимо от самих социальных организаций.

Согласно подходу социального конструирования технологий, технология является неотъемлемой частью общества, ее создатели - социальные акторы. В основе деления на социальные группы лежит критерий доступа к информации, навыки и то значение, которые они придают этой технологии. Одна и та же технология для разных людей имеет разное значение. Технологии могут влиять и влияют на социальные процессы, но, в то же время, они являются продуктами этих процессов.

Рассматривая Интернет и его место в жизни молодых людей, следует избегать чисто детерминированной интерпретации и признавать социальную составляющую технологии и вариативность ее проявлений. Контент в Интернете может состоять только из новых культурных продуктов, но он также может воспроизводить и предшествующие образцы. Используя только подход технологического детерминизма, мы игнорируем реальные условия и социальную среду, внутри которой и посредством которой данные технологии функционируют. Цифровые пространства, такие как сайты социальных сетей, блоги, живые журналы, находятся в собственности крупных коммерческих компаний. Они нацелены на формирование новых моделей потребления у молодежи.

В то же время, эти цифровые пространства становятся площадкой для социальных практик молодежи. Во-первых, молодежь становится способной преодолевать географические расстояния, объединяясь на основе общих интересов с людьми из разных уголков Земли. Ослабеваешь такой фактор как соседство. Во-вторых, они принимают участие в создании Интернет-контента. Наиболее успешные из них презентуют продукты своей деятельности глобальной аудитории.

### **Литература**

1. Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1," *On the Horizon* 9.5 (October 2001): 1-6;
2. Don Tapscott, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* (New York: McGraw Hill, 1998).
3. Susan C. Herring, "Questioning the Generational Divide: Technological Exoticism and Adult Constructions of Online Youth Identity," *Youth, Identity, and Digital Media*, ed. David Buckingham, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning (Cambridge, MA: MIT Press, 2007) 71-92.
4. Amanda Lenhart and Mary Madden, "Teens, Privacy & Online Social Networks: Managing Online Identities and Personal Information in the Age of MySpace," *Pew Internet & American Life Project* (18 April 2007): .

5. James Randerson, "Social Networking Sites Don't Deepen Friendships," The Guardian (10 September 2007): .