

УДК 316.75

Вероника Николаевна Варич

канд. филос. наук, доц. каф. гуманитарных наук
Брестского государственного технического университета

Veronika Varich

Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Humanities
of the Brest State Technical University
e-mail: varich@tut.by

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЦЕННОСТНОЕ СОЗНАНИЕ МОЛОДЕЖИ

Проводится анализ влияния интернет-коммуникации и участия в деятельности сетевых сообществ на формирование и интериоризацию ценностей в сознании молодежи. Особое внимание уделяется таким особенностям интернет-общения, как мозаичность, лабильность, вариативность ценностных предпочтений, недостаточность рациональной аргументации в их обосновании. Рассмотрены характеристики общения в медиaprостранстве, которые связаны с медиатизацией личности и новыми формами социальной интеграции, социокультурные следствия которых могут иметь как ценностно положительный, так и ценностно отрицательный статус.

Ключевые слова: Интернет, коммуникация, сетевое сообщество, социальная сеть, ценностное сознание.

The Influence of Information Technologies on the Value Consciousness of Young People

The article analyzes the impact that Internet communication and participation in the activities of network communities has on the formation and internalization of values in the minds of young people. Particular attention is paid to such features of Internet communication as mosaic, lability, variability of value preferences, lack of rational argumentation in their justification. The characteristics of communication in the media space that are associated with the mediatization of personality and new forms of social integration, the socio-cultural consequences of which can have both value-positive and value-negative status, are considered.

Key words: Internet, communication, network community, social network, value consciousness.

Введение

Информационно-компьютерная революция, современный этап которой заключается в совмещении функций мобильного телефона и компьютера, находит выражение в небывалом расширении и облегчении доступа к информации, в появлении новых форм и способов коммуникации в виртуальной среде и в экспоненциальном росте влияния средств массовой коммуникации на становление и закрепление ценностей в мировоззрении подрастающего поколения. На модификацию ценностного сознания молодежи и его структуры в информационном обществе влияют по меньшей мере два существенных фактора. Один из них – это современные средства коммуникации и создаваемое ими медиaprостранство, второй – социокультурная среда, формируемая социальными сетями и системами мгновенного обмена информацией.

Целью данного исследования является анализ особенностей ценностного сознания молодежи, которые обусловлены участием в интернет-коммуникации и общением в сетевых сообществах.

Предмет исследования – влияние информационных технологий на ценностное сознание молодежи.

Интернет как средство свободной коммуникации

Молодежь как наиболее мобильная социально-демографическая группа активнее других социальных слоев реагирует на изменения в содержательном наполнении информационных потоков. Учитывая ускорение темпов развития информационных технологий, современные молодые люди едва ли не с младенческого возраста получают возможности доступа к готовым ответам на любой вопрос, зачастую даже не

требующие элементарной грамотности для постановки вопроса по любой теме. Такие возможности появились благодаря развитию глобальной информационной сети Интернет – ключевой технологии информационной эпохи. М. Кастельс называет эту эпоху галактикой Интернет (по аналогии с галактикой Гуттенберга у Маклюэна) и отмечает, что Интернет изначально создавался как средство свободной глобальной коммуникации, воплощающее культуру свободы и личного творчества. Ну а современная молодежь «воспринимает его как основное средство образования и личной коммуникации, инструмент профессиональной деятельности» [1, с. 3].

Сетевые структуры как средство организации людей существуют давно и отличаются от централизованных и вертикально организованных структур гораздо более высокой гибкостью и более развитыми способностями к адаптации. Вместе с тем любая сетевая организация сталкивается с проблемой координации функций в процессе постановки и достижения общей цели. Кроме того, на протяжении всей истории сети, как правило, охватывали сферу частной жизни людей, в то время как их экономическая, социальная и политическая деятельность координировалась и управлялась централизованными организациями. М. Кастельс раскрывает три важнейшие предпосылки появления таких сетевых структур, которые совмещали бы в себе все эти качества, т. е. оказались бы способны координировать действия множества людей, будучи при этом гибкими и динамичными. В первую очередь такой предпосылкой стало развитие сетевых структур в экономике и диверсификация производственных процессов, которые считаются важнейшими характеристиками постиндустриального общества. Вторую предпосылку Кастельс видит в демократизации западного общества, при которой ценность личности и открытая коммуникация приобрели важнейшее значение. И, наконец, третья предпосылка – беспрецедентный прогресс технических средств коммуникации, приведший к появлению персонального компьютера, а затем и мобильных телефонов, выполняющих его функции. «Детищем» всех этих процессов является Интернет – «коммуникационный медиум, который впервые сделал возмож-

ным общение многих людей со многими другими в любой момент времени и в глобальном масштабе» [1, с. 15]. Практически все экономические, социальные и политические процессы в настоящее время осуществляются с помощью Интернета или других компьютерных сетей. Информационные сети, таким образом, открывают невиданные возможности централизации в принятии решений и децентрализации в их выполнении, индивидуального самовыражения и универсальной коммуникации, приватного общения и коллективных обсуждений.

Коммуникация как процесс активного обмена информацией между двумя или более участниками осуществляется в различных формах. Общение в формате «один одному» представляет собой взаимосвязь между двумя участниками, один из которых говорит, а второй слушает (читает), а в процессе общения они могут меняться ролями. Коммуникация в форме «один многим» – модель, реализуемая такими средствами массовой коммуникации, как пресса, радио и телевидение: массовая аудитория получает информацию от одного источника. Третья форма коммуникации осуществляется по принципу «многие одному». В «докомпьютерные» времена такая коммуникация осуществлялась, к примеру, в читальном зале библиотеки при подготовке к учебному занятию, экзамену или публичному выступлению. Компьютерные же базы информации обеспечивают огромное разнообразие источников данных, и человек может выбрать из них те, которые ему наиболее необходимы, благодаря доступу к информационным системам. Вследствие их развития появилась и еще одна форма коммуникации – «многие многим», реализуемая в общении различных пользователей Интернета, которые могут получать и отправлять данные отдельному человеку или обширной аудитории.

Интернет-коммуникация характеризуется такими особенностями, как вербальная активность, отсутствие общепринятого этикета общения, мозаичность и эмоциональность. В отличие от общения в реальной жизни коммуникация в виртуальной среде отличается большей открытостью, достоверностью, многообразием обсуждаемых проблем, возможностями индивидуального самовыражения и допускаемой ано-

нимностью участников. Вместе с тем современная модель общения открывает не только новые возможности социального и культурного взаимодействия, но и новые проблемы, связанные с тем воздействием, которое современные средства массовой информации оказывают на сознание человека: «Поскольку наша повседневная деятельность основывается на коммуникации, а Интернет видеоизменяет способ нашей коммуникации друг с другом, наша жизнь оказывается в сильной зависимости от этой новой технологии» [1, с. 17].

Наиболее наглядно это воздействие проявляется в изменениях, происходящих в повседневном общении людей. Общение, опосредованное Интернетом, выполняет те же функции, что и непосредственная коммуникация, но отличается от нее по ряду признаков. В частности, формируется особый язык виртуальной коммуникации, который дополняет текстовые сообщения сетевыми инструментами, способными передать эмоции и чувства, – разного рода значками, сокращениями, сочетаниями букв и словосочетаниями, заменяющими просодические и кинесические средства непосредственного общения. Языковые особенности интернет-коммуникации переходят в разговорную речь, которая невозможна без сочетания вербальных и невербальных средств общения: «В результате разговорная речь молодежи скудеет, прежде всего, в лексическом отношении, словарный запас ограничивается. Мы наблюдаем, как люди начинают испытывать явное затруднение в выражении своих мыслей и чувств» [2, с. 213].

Наряду с влиянием интернет-коммуникации на язык повседневного общения ее важнейшим следствием является медиатизация идентичности, заключающаяся в тех существенных изменениях, которые привносят информационные технологии в процессы выстраивания индивидуальности. Самоосознание в процессе общения в формате «один одному» или «многие одному» замещается «медиатизированным производством самости, где особая роль отводится медиапосредникам, организующим коммуникацию определенным образом и направляющим ее по каналам связи коммуникантов друг с другом» [3, с. 51]. Как отмечает Н. С. Ильюшенко, для обозначения нового вида самоидентификации применяются раз-

личные термины: контекстуальная, дрейфующая, мобильная, текучая, медиатизированная идентичность, – каждый из которых указывает на ее аморфность и динамичность. В информационном пространстве индивид не определяет свое «я» через принадлежность к устойчивому сообществу, а стремится показать себя в каком-либо образе, который был бы замечен и одобрен в медиапространстве. Общественное мнение, значимое для личности, преобразуется в постоянный «присмотр» за репликами, постами, фотографиями и короткими видеороликами («сториз») со стороны участников интернет-коммуникации. Непременным условием выстраивания идентичности в таком случае становится публичность – возможность трансляции созданного образа за пределы локальной социальной группы благодаря широкому распространению приватной информации. Образ, демонстрируемый на публике (пусть и виртуальной), всегда имеет временный и ситуативный характер, связанный со стремлением соответствовать требованиям моды и востребованности. Человек в медийном пространстве – скорее персонаж, чем личность с осознанным и устойчивым «я». Однако и чистой симуляцией такой персонаж не является: созданные в Сети образы могут переживаться и проживаться человеком как элементы его подлинной идентичности [3].

Медиакультура, с одной стороны, увеличивает степень свободы и вариативность саморепрезентации, позволяет выбирать способы, формы и объем представления себя в медиапространстве, многократно увеличивает количество возможных каналов коммуникации.

С другой стороны, само медиапространство во многом определяется теми ценностными установками и стратегиями, которые реализуют каналы коммуникации, чья тенденциозность зачастую вызывает неприятие не только у представителей властных структур, но и у рядовых участников сетевого общения. Кроме этого, персонализация в социальных сетях и постоянный мониторинг своей представленности в них для многих молодых (и не только) людей в настоящее время является одним из важнейших условий осознания собственной значимости.

Социальные сети и их влияние на ценностное сознание молодежи

М. Кастэльс выделяет четыре подсистемы в культуре Интернета: техномеритократическую, культуру хакеров, культуру виртуальной общины и предпринимательскую культуру [1, с. 53]. Образуя определенную иерархию, эти подсистемы активно взаимодействуют: к примеру, виртуальные сообщества приносят социальное измерение в техническое развитие Сети путем взаимодействия и символического единения внутри группы. Техномеритократическая элита, со своей стороны, обеспечивает открытость сетевых структур – важнейшее условие социальных контактов и расширения Интернета за счет действий рядовых пользователей. Техническая элита по большому счету действует в просветительских традициях совместных занятий наукой, поэтому высшей ценностью для нее становится техническое открытие, а высшим авторитетом – тот деятель, который внес личный существенный вклад в развитие Интернета. Целевым проектом для этой подсистемы Интернета является «создание и совершенствование глобальной (а в будущем даже вселенской) электронной системы коммуникации, способной объединить компьютеры и людей в одно симбиотическое сообщество, которое будет экспоненциально развиваться на основе интерактивной связи» [1, с. 55].

Тем не менее культурные источники Интернета не сводятся к ценностям технократии, а связаны с деятельностью виртуальных сетевых сообществ, которая вырабатывает его социальные формы и правила. Несмотря на то что единой общинной культуры в Интернете не существует, многочисленные и разнообразные (как по содержанию разделяемых ценностей, так и по выполняемым функциям) виртуальные сообщества имеют общие ценности. Одной из них является ценность свободной коммуникации: «Практика виртуальных сообществ представляет собой практику глобальной свободы слова в эпоху господства медийных конгломератов и цензур государственных бюрократий» [1, с. 73]. Вторая общая ценность – самоорганизация сетевых сообществ, т. е. возможность для каждого участника группы найти свое место в ней или создать новое и тем самым инициировать появление еще одного сообщества. Эти цен-

ности лежат в основе новой модели взаимодействия, в которой произошло окончательное разделение месторасположения и социальности: контакты имеют избирательный характер и не основываются на территориальных связях. Иными словами, виртуальное сетевое сообщество отличается от досетевого сообщества тем, что составляющие его люди не проживают в одном месте, но сходно с ним в том, что «ему свойственны чувство сопричастности и связи, основанные на понимании, согласии и единстве языка» [4, с. 78].

Принципиальной особенностью сетевого сообщества является также его динамичность – оно быстро формируется и преодолевает территориальную разобщенность людей, в нем быстрее появляются новые ценности и идеи. В то же время Интернет можно охарактеризовать и как глобальное коллективистское общество, для которого (в отличие от других форм коллективизма) характерны индивидуальная автономия и децентрализация. Координация усилий в сетевом сообществе строится в определенной последовательности: от обмена частной информацией к кооперации, сотрудничеству и коллективизму. Е. Ю. Патяева выделяет позитивные и негативные эффекты такого сотрудничества. К числу положительных эффектов она относит, во-первых, легкость организации коллективных действий и в силу этого увеличение значимости каждого участника сообщества; во-вторых, упрощение доступа и расширение круга общения с друзьями, родственниками, коллегами и просто с людьми, имеющими сходные интересы; в-третьих, освобождение людей от идеологических стереотипов. Среди отрицательных эффектов она выделяет сиюминутность коммуникации и отсутствие возможности осмыслить непрерывно поступающую информацию: «Живя в режиме “всегда на связи”, человек реагирует на непрерывный поток информации, порождаемый другими людьми, и лишается контакта с собственной жизнью» [4, с. 87]. Вследствие такой коммуникации способность человека иметь собственное мнение, инициировать свои действия и реализовывать их уменьшается, а Интернет выступает как своего рода коллективный усилитель.

Сетевые сообщества с этой точки зрения могут выполнять роль позитивного уси-

лителя, когда способствуют распространению полезных идей и изобретений или спланируют людей для решения сложной задачи, но могут и выступать в качестве негативного усилителя, подкрепляя социальные предрассудки, подозрительность, конспирологические теории или кампании по преследованию отдельных общественных деятелей или целых социальных групп по вымышленным или непроверенным обвинениям. Как и любая новая технология, нашедшая массовое применение, Интернет требует определенных компетенций от участников коллективного общения, которым необходимо научиться избегать групповой сегрегации и поляризации, грамотно управлять своим вниманием в потоке информационных и коммуникативных взаимодействий, культивировать состояния сосредоточенности в противовес бездумному и неупорядоченному дрейфу в виртуальном пространстве.

Таким образом, виртуальная коммуникация может и выступать в качестве ценного социального ресурса, и создавать определенные социальные риски для ее участников: возможность вхождения в референтные группы и осознания своей уникальности с одной стороны и «подгонка» качеств своей виртуальной личности для признания в группе с другой; снятие социальных барьеров и открытое взаимодействие с одной стороны и погружение в «несобственные» виртуальные миры с другой; возможность управлять процессом общения и создавать желаемое впечатление с одной стороны и зависимость от множества виртуальных знакомых с другой. Преодоление социального одиночества и дефицита общения, возможное благодаря интернет-коммуникации, сопровождается заменой личных отношений поверхностными контактами, а расширение психологического опыта внутри Сети – сложностями в ситуациях реального общения.

Продолжая разговор о влиянии социальных сетей на пользователей Интернета, можно назвать несколько основных функций, которые выполняют сетевые сообщества: 1) коммуникационная (участники сетей делятся информацией и подробностями личной жизни, кооперируются в достижении тех целей, которые невозможно достичь в одиночку); 2) информационная (генерация потока релевантных данных, в котором пользователи поочередно выступают созда-

телями и потребителями); 3) социализирующая (достижение желаемого признания и статуса в социальной группе); 4) функция самоактуализации (возможность продемонстрировать свои профессиональные знания и личные качества перед широкой аудиторией); 5) развлекательная (связана с теми положительными эмоциями, которые участник сообщества получает при просмотре контента или в процессе игры). Функционирующие таким образом социальные сообщества существенным образом влияют на содержание и структуру ценностного сознания молодежи.

Если во времена до формирования «галактики Интернет» первичная социализация происходила в семье, а ее следующий этап осуществлялся в общеобразовательной школе со вполне определенными идеологическими и ценностными установками, то в настоящее время и первичная, и последующая социализация осуществляются при непосредственном воздействии информационных технологий. Формирование общего информационного пространства и социальных сетей и свойственные для них открытость, динамичность, ситуативность и способность к самоорганизации способствуют фрагментации системы социальных взаимодействий и диверсификации каналов, по которым осуществляется социализация. Социальное признание и самоидентификация основывается не только (и не столько) на авторитетных мнениях идейных лидеров, выдающихся мыслителей, наставников или родителей, но и на том признании или непризнании, которое молодые люди получают в социальных сетях. Нормы и ценности, складывающиеся внутри виртуального сообщества, изначально имеют ситуативный характер и подвержены негативно или позитивно усиливающему воздействию коллективного мнения, зачастую не подкрепленного никакими рациональными аргументами, что может привести (и приводит) к массовым кампаниям в поддержку или против чьих-либо действий или взглядов. В таком случае формирование устойчивой системы ценностей и основанной на ней мотивации поведения оказывается весьма затрудненным, поскольку агенты социализации чрезвычайно разнородны и многочисленны. Аксиологический и гносеологический плюрализм, свойственный медиапространству, способствует

распространению ценностей личной свободы, открытого и свободного выражения своего мнения, а также создает благоприятную почву для дальнейшего развития «клипового» сознания и мозаичной культуры.

Заключение

Интернет как «глобальный коммуникативный медиум» способствует распространению ценностей открытого общения, свободы слова, самовыражения и личного творчества. В качестве сетевой структуры Интернет сочетает характеристики централизации и децентрализации, универсализма и индивидуализма, приватности и публичности. Развитие интернет-коммуникации сопровождается процессом медиатизации идентичности, которая выражается в замещении (или дополнении) традиционных форм достижения социального статуса и социального признания теми формами одобрения, которые возможны в сетевом сообществе. Ценности и нормы сетевых сообществ, в свою очередь, во многом зависят от тех ценностно-целевых установок, которые имеются у создателей социальных сетей. Динамичность

и открытость коммуникации, свойственные интернет-общению, имеют положительные и отрицательные эффекты, которые находят выражение в особенностях ценностного сознания молодежи. К числу таковых можно отнести: 1) невыраженность или отсутствие ценностной иерархии и основанной на ней рационально аргументированной мотивации поведения; 2) зависимость ценностных установок от подтверждения статуса в сетевых сообществах; 3) подверженность растущему положительному или отрицательному влиянию социальных сообществ на различные социальные явления, события, личности, поступки; 4) трудности при формировании собственных оценок и мнений. Однако благодаря интернет-коммуникации в ценностном сознании молодежи закрепляются такие ценности, как готовность к общению не только с единомышленниками, но и с другими участниками обсуждений, свободное выражение своей позиции и осознание того, что по различным вопросам социальной и личной жизни возможны различные мнения, каждое из которых имеет право на существование.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; пер. с англ. А. Матвеева. – Екатеринбург : У-Фактория, 2003. – 328 с.
2. Шарипова, В. А. Интернет-коммуникация: новые возможности и способы опосредованного общения или деградация языка / В. А. Шарипова, М. А. Елинсон, О. С. Исхакова // Вестн. Башкир. ун-та. – 2019. – Т. 24, № 1. – С. 210–213.
3. Ильюшенко, Н. С. Медиатизация идентичности: возможности и риски самоконструирования / Н. С. Ильюшенко // Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик : материалы Междунар. науч. конф., Москва, 30 нояб. – 2 дек. 2018 г. – М. : Неолит, 2018. – 176 с.
4. Патяева, Е. Ю. Интернет-сообщества как новая социальная реальность: психологические задачи «человека сетевого» / Е. Ю. Патяева // Ин-т психологии Рос. акад. наук. Соц. и экон. психология. – 2018. – Т. 3, № 2 (10). – С. 74–109.

REFERENCES

1. Kastel's, M. Galaktika Internet: razmyshlienija ob Internete, biznesie i obshchiestvie / M. Kastel's ; pier. s angl. A. Matviejeva. – Jekatierinburg : U-Faktorija, 2003. – 328 s.
2. Sharipova, V. A. Internet-kommunikacija: novyje vozmozhnosti i sposoby oposriedovannogo obshchienija ili diegradacija jazyka / V. A. Sharipova, M. A. Yelinson, O. S. Iskhakova // Viestn. Bashkir. un-ta. – 2019. – T. 24, № 1. – S. 210–213.
3. Il'jushenko, N. S. Miediatizacija identichnosti: vozmozhnosti i riski samokonstruirovaniija / N. S. Il'jushenko // Miediatizacija kul'tury: konstruirovaniije novykh tiekstov i praktik : matierialy Miezhdunar. nauch. konf., Moskva, 30 nojab. – 2 diek. 2018 g. – M. : Nieolit, 2018. – 176 s.
4. Patiajeva, Ye. Yu. Internet-soobshchiestva kak novaja social'naja rieval'nost': psikhologichieskije zadachi «chielovieka sietievogo» / Ye. Yu. Patiajeva // In-t psikhologii Ros. akad. nauk. Soc. i ekon. psikhologija. – 2018. – T. 3, № 2 (10). – S. 74–109.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 28.03.2022