

УДК 101

Л.О. Пазина, С.С. Зубарева

Донской государственный технический университет

г. Ростов-на-Дону, Россия

zubareva.ss@yandex.ru

**ФЕНОМЕН ИНКУЛЬТУРАЦИИ «ПОКОЛЕНИЯ Y»
В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

**[Pazina L.O., Zubareva S.S. The phenomenon of enculturation
of «Generation Y» in virtual reality]**

It is analyzed the phenomenon of inculturation of the younger generation in a virtual reality as a special way to be included in the culture of modern society through cyber space. Inculturation of "Generation Y» is closely linked to information and communication technologies, which contribute to a particular model in reference, thought and action, based on the values and patterns of cyberculture. It is mentioned such important characteristics as the stability and unity of the variability. Using the terminology introduced by M. Hersovits and N. Howe it is explored the evolution of the modern relationship network community to cyberculture. The main part of the cyber-culture is designated as the basis of inculturation and integral part of modern life activity "Generation Y», unlike previous generations, since historical and cultural circumstances of the real life of the individual in the information society, often merge into the virtual. The study used a survey method to identify the characteristic of "Generation Y» behavior in cyberspace, the survey results are analyzed, recommendations are given.

Key words: inculturation, cyberculture, online community, a virtual re-majoring, Generation Y.

Начало нового тысячелетия обозначилось не только глубоким укоренением в жизнедеятельности общества новых компьютерных технологий, но и появлением поколения, для которого процесс социализации и инкультурации тесно связан с информационно-коммуникативными системами. В отличие от предыдущих поколений, оно воспринимает информационные технологии как неотъемлемый атрибут своего существования. Новые технологии влияют на сознание, поведение и представление о реальности «Поколения Y». Используя терминологию американских социологов Н. Хоува и В. Штрауса, под «Поколением Y» мы будем понимать поколение людей, родившихся в период с 1983 – 1999 гг., характеризующееся прежде всего глубокой вовлеченностью в цифровые технологии [8].

Актуальность темы исследования обусловлена динамичным изменением содержания и механизмов инкультурации Поколения Y, что в значительной степени связано с высоким уровнем востребованности информационно-коммуникационных технологий.

Возникновение виртуального пространства со свойственной ему внутренней киберкультурой позволяют сетевому сообществу осуществлять динамичную выработку новых паттернов взаимодействия со средой и поиск личностно-ориентированных смыслов.

К настоящему моменту феномен инкультурации в виртуальной реальности недостаточно освещен. При исследовании инкультурации мы опирались на работы некоторых западных (М. Херсковиц, М. Мид, Р. Оливер, Дж. Брунер и др.) и российских мыслителей, особенно на работы по социальной и культурной антропологии профессора А. Белик. В культурно-антропологической концепции американского исследователя М. Херсковиц инкультурация является ключевым понятием, подразумевает вхождение индивида в конкретную форму культуры [6]. Отличительной чертой инкультурации по мнению М. Херсковиц является усвоение особенностей мышления и действий, а также моделей поведения, составляющих культуру, получающее продолжение в виде обучения и совершенствования навыков в дальнейшем. Таким образом, инкультурация в виртуальной реальности формирует особый образ мышления и модели поведения современной молодежи, усвоенные в киберпространстве.

В ранних концепциях антропологов школы Боаса, в качестве специфических для процесса культурного восприятия рассматривались не отдельные выученные механизмы, а восприятие целостной культуры. М. Мид рассматривала инкультурацию в терминах коммуникации и информационной теории [9]. Формирование поколения понималось как процесс коммуницирования индивидам культуры, закодированной в эксплицитных и имплицитных сообщениях в словах и поведении современного сообщества. Если применить данный подход к инкультурации в киберпространстве, то обращает на себя внимание процесс виртуального коммуницирования и новые знаковые системы, возникающие в виртуальной реальности и оказывающие большое влияние на инкультурацию современного молодого поколения.

Несколько иной взгляд на инкультурацию присутствует в работах по психологическому изучению когнитивного развития, в частности, у американских

психологов Р. Оливера и Дж. Брунера [3]. По их мнению, индивид познает культурные требования и категории мышления внутри ограниченной системы в процессе когнитивного развития общего для всего киберсообщества.

Российский специалист в области социальной антропологии А. Белик интерпретирует феномен инкультурации как овладение этнокультурным опытом, специфическим для данной локально-исторической культуры [1]. По его мнению, при инкультурации человек овладевает опытом и навыками, которые были выработаны в данной культуре в предшествующий период.

В итоге подходы по вопросу исследования инкультурации сводятся к изучению взаимодействия практических знаний, передаваемых индивиду через обучение и социального опыта с универсальными стадиями когнитивного развития. Особенность инкультурации Поколения Y связана с получением социального опыта и культурных ценностей, не только конкретно-исторического общества, но и обезличенного виртуального сообщества, ценности и модели поведения которого могут быть получены в киберпространстве.

В связи с тем, что данное исследование освещает феномен инкультурации в виртуальной реальности, обратимся к теоретическим версиям концептуализации феномена виртуализации реальности в современной философии, а именно в философии постмодернизма. Большинство представителей данного направления констатировали дефляцию реальности и непосредственно обращались к категории виртуальности. Наиболее яркими авторами здесь выступают Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, Ф. Джеймисон и др. В их исследованиях можно выделить два основных аспекта рассмотрения виртуальной реальности: социально-технологическое и онтологическое. С одной стороны, исследование виртуальной реальности подразумевает осмысление современного уровня развития техники и технологии, с другой – рассматривается в более широкой, онтологической перспективе, связанной с утверждением представлений о множественности миров и относительности реальной действительности, которой приписываются такие черты, как полицентризм, вариативность и плюральность. В дополнение американский социолог Д. Белл, входящий в ряд известных исследователей виртуальной реальности, предлагает рассматривать данный феномен не только с точки зрения технико-технологической составляющей функционирования виртуальной реальности, но и в социокультурном контексте. А именно Д.Белл считает необходимым рассматри-

вать представленный феномен как следствие взаимодействия научно-технического прогресса и социального, политического и культурного развития [2]. Как мы видим, обретает смысл реконструкция образа виртуальной реальности на основании ведущих путей ее тематизации в разных источниках, в том числе, и в различных философских теориях.

Представление о современном восприятии виртуальной реальности невозможно без рассмотрения изменений в киберкультуре, произошедших вследствие смены поколения пользователей с эксклюзивной формой поведения и привычного способа мышления, образующих сетевое сообщество. Хотелось бы подчеркнуть, что киберкультура отвечает критериям стабильности и изменчивости. Она представляет уникальную модель, определяемую постоянными традициями, которые проявляются в присущих каждому поколению специфических системах ценностей.

Смена поколений наглядным образом отражается в изменении культурного фокуса, существенной черте каждого конкретного сетевого сообщества. Например, доминантная черта киберкультуры Поколения Y – динамичная социализации посредством ряда медиаресурсов, которая способствует объединению индивидов различных этнических групп со схожими интересами. Для данного поколения виртуальная реальность представляется средством удовлетворения многих потребностей. Первостепенное значение для него имеет мнение большинства по тем или иным вопросам, что обусловило популярность блогов и социальных сетей. В отличие от предыдущего поколения, для которого в виртуальном пространстве было характерно использование различных образовательных медиаресурсов, сейчас широкое распространение получает развитие социальных сервисов, предоставляющих персонафицированные услуги и возможности, а также мобильные приложения для обмена краткими текстовыми сообщениями и фотоматериалами. Соответственно, как мы видим, с вхождением в киберпространство новых субъектов, с определенной совокупностью требований претерпевает изменения сложившаяся культура.

Ключевым для данной статьи является понятие "инкультурация", отметим что именно в процессе вхождения в киберкультуру проявляются механизмы воспроизводства сетевых сообществ и возможности изменения киберкультуры современного поколения. Инкультурация – это вхождение индивида в конкретную форму культуры [7, с. 61]. В межкультурных исследо-

ваниях есть несколько вариантов понимания того, как происходит инкультурация и в какой системе понятий ее можно зафиксировать.

Особенность процесса инкультурации Поколения Y в виртуальном пространстве состоит в том, что, начавшись в первый момент выхода в киберпространство с приобретения навыков в общении, поведении и различных стратегических действий, она продолжается в виде самостоятельной генерации контента на различных медиаплощадках в киберпространстве.

Для любого поколения изначально в процессе инкультурации происходит приобретение культурных норм и традиций. Особенностью современной инкультурации молодого поколения является то, что усваивается опыт не только окружающего общества, но и культурный опыт сетевого сообщества, с которыми приходится взаимодействовать в виртуальной реальности. В это время индивид усваивает предшествующий культурный опыт сетевых сообществ, с которыми он взаимодействует в виртуальной реальности. Для современного представителя Поколения Y появляется возможность выбирать в виртуальном пространстве наиболее подходящий контекст и медийные площадки для вступления в сетевое сообщество. Обратим внимание, что представители данного поколения отдадут предпочтение персонифицированным медиа, обладающим высоким уровнем социального сервиса, что обуславливает стремление к индивидуализму, наличие высоких потребностей в самореализации, самопрезентации и стремление к комфорту. В то же время представители Поколения Y легко приспосабливаются к новым условиям, готовы к переменам, способны быстро развиваться и решать несколько задач одновременно.

Одним из примеров первого уровня инкультурации можно считать премодерацию, представляющую собой систему фильтрации контента, суть которой заключается в том, что все публикации пользователей проходят проверку модератором до опубликования на веб-ресурсе. В случае соответствия нормам киберкультуры материал одобряется, в случае нарушения правил удаляется. Так система премодерации является не только фильтром для контента, но и инструментом инкультурации, оказывающим влияние на формирование субъекта киберпространства в целях подготовки его к участию в общественной и культурной жизни в соответствии с социокультурными нормативными моделями. Таким образом, первый уровень инкультурации – это ведущий механизм, обеспечивающий стабильность киберкультуры.

Основная черта второго уровня инкультурации состоит в том, что у индивида появляется возможность самостоятельно генерировать контент в виртуальной реальности. Обретя на первом уровне необходимые знания, навыки и умения для виртуальной жизнедеятельности, представитель Поколения Y может создать собственное сетевое сообщество с присущими ему отличительными характеристиками, изменив или вытеснив при этом подход к предыдущему укладу.

Многие представители Поколения Y при помощи киберпространства реализуют социально направленные проекты. Например, студентка из Канады, Амариллис Фокс создала веб-ресурс, позволяющий субъектам киберпространства реализовывать товары и переводить проценты с их продаж благотворительным организациям. Выпускник Йельского университета Дэниел Кент занимается продвижением компьютерной грамотности с помощью своей организации, созданной в киберпространстве. В то же время, один из представителей Поколения Y, Билли Пэрриш создал медиа платформу, соединяющую инвесторов с компаниями, которые продвигают новый вид энергии и нуждаются в средствах [10]. Данные примеры демонстрируют то что инкультурация современного поколения в виртуальной реальности может носить гуманистический характер и направляться на осуществление социально-значимых проектов. В некоторых случаях медиа идут в разрез с общечеловеческими ценностями, что вызывает особую тревогу традиционного сообщества. Но представляется необходимым подчеркнуть глобальный характер самой возможности создания новых медиаресурсов в киберпространстве, превращающихся в площадки для инкультурации молодого поколения.

В продолжение исследования инкультурации Поколения Y в виртуальной реальности проведено исследование российской молодежи. Среди студентов бакалавров ИТ-специальностей 4 курса Донского Государственного Технического Университета (г. Ростов-на-Дону, 2015 г.) проведен социологический опрос. Анализ результатов показал, что несмотря на стереотип о противостоянии современного поколения предшествующему 63% респондентов лояльны к медиа, которыми пользуются их предшественники, и с возрастом этот процент увеличивается. Если контент перестанет быть актуальным 41% участников опроса отметили, что они будут искать альтернативные варианты. Другими факторами, влияющими на выбор медиаресурса являются рекомендации друзей (55%) и репутация веб-ресурса (47%). Кроме этого, 39%

опрошенных заявили, что подход субъектов киберпространства, которые не имеют адаптированной версии для мобильного гаджета уже устарел и не будет востребован современным поколением. 85% опрошенных входят во взаимодействие с целью получения различных поощрений и одобрения сетевого сообщества, что свидетельствует о высокой степени значимости оценок виртуального сообщества в жизни молодого поколения. Таким образом, мы видим, что в процессе инкультурации в виртуальной реальности представители современного поколения нуждаются в рекомендациях и одобрении со стороны как предшественников, так и современников, вовлеченных в киберпространство. Можно предположить, что этому способствует необходимость взаимодействовать с большим объемом информации в киберпространстве и желание соответствовать образу представителя современного поколения.

На основании анализа полученных результатов, авторами были выведены рекомендации, которые помогут достичь расположения Поколения Y, что представляет интерес для коммерческих структур в киберпространстве. Во-первых, чтобы привлечь внимание современной молодежи необходимо выступить ориентиром на успех и предложить современному поколению свое представление об успехе, став его источником. Во-вторых, помимо этого, необходимо оказывать помощь современному поколению при определении целей и ценностей с помощью различных критичных методик. В-третьих, при подаче информации обращенной к Поколению Y рекомендуется использовать нестандартный, креативный подход, также учитывать вовлеченность современного поколения в поп-культуру. В заключение рекомендаций отметим, что для того чтобы привлечь представителей Поколения Y к какому-либо коммерческому или некоммерческому проекту, необходимо учитывать тот факт, что, имея возможность выбора в глобальном масштабе они отдадут выбор тому медиаресурсу, главной особенностью которого, при формировании положительного имиджа, является генерация контента, воплощающего идею демонстрации обыденных вещей в новом ракурсе.

Таким образом, можно выделить наиболее существенные качественные изменения, произошедшие в киберкультуре в процессе инкультурации Поколения Y: динамичное обновление; разнообразие социокультурных аудиовизуальных и кинестетических программных продуктов, столкновение принципиально различных подходов к информационному контенту; преобладание медиаресурсов

предоставляющих возможность для самовыражения и удаленной работы; усиление групповой солидарности, основанной на групповых интересах; создание форм публичного подтверждения успеха, особенно проявившихся в социальных сетях. Стабильность киберкультуры и защиту от деструктивных изменений в периоды наиболее бурного развития обеспечивает первый уровень инкультурации. В своих более поздних проявлениях, оперируя на сознательном уровне, инкультурация открывает ворота изменениям, предоставляя для этого альтернативные возможности и легализуя новые модели поведения и мышления.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Белик А.* Культурная (социальная) антропология. М., 2009.
2. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999.
3. *Брунер Дж., Оливер Р.* Исследование развития познавательной деятельности. М., 1971.
4. *Зубарева С.* Влияние киберкультуры на идентификацию личности в сетевой виртуальной реальности // Информационные технологии в экономике, образовании и бизнесе: материалы VII международной научно-практической конференции Саратов, 2014. Ч. 1.
5. *Пазина Л.* Типы реальности и их гносеологический статус. Ростов-на-Дону, 2010.
6. *Herskovits M.* Cultural Anthropology. N.Y., 1955.
7. *Herskovits M.* Social selection and the formation of human types. Baltimore, 1929.
8. *Howe N., Strauss W.* Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y., 1991.
9. *Mead M.* Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap. N.Y., 1970.
10. *Stein J.* Millennials: The Me Me Me Generation // Time magazine. 2013. № 3 (71). <http://time.com>.

REFERENCES

1. *Belik A.* Cultural (social) anthropology. M., 2009.
2. *Bell D.* The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. M., 1999.
3. *Bruner J., Oliver R.* Studies in cognitive growth. M., 1971.
4. *Zubareva S.* Influence on cyberculture identification identity in a networked virtual reality // Information technologies in the economy, education and business: Materials VII International scientific and practical conference. Saratov, 2014.
5. *Pazina L.* Types of reality and the epistemological status: monograph / L.O. Pazina. Rostov n/D, 2010.
6. *Herskovits M.* Cultural Anthropology. N.Y., 1955.
7. *Herskovits M.* Social selection and the formation of human types. Baltimore, 1929.
8. *Howe N., Strauss W.* Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y., 1991.
9. *Mead M.* Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap. N.Y., 1970
10. *Stein J.* Millennials: The Me Me Me Generation // Time magazine. 2013. № 3 (71). <http://time.com>.

10 июля 2015 г.
