

УДК 316.614

А. А. Габинская

канд. филос. наук, зав. каф. психолого-педагогического образования
Гродненского областного института развития образования
e-mail: alla.gabinskaya@mail.ru

КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ: СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Представлены основные векторы киберсоциализации цифрового поколения. Предпринята попытка составить психологию цифрового поколения в контексте теории поколений. С одной стороны, с помощью данной психологии можно понять причины десоциализации подрастающего поколения, с другой стороны, данная психология дает возможность построения прикладной модели успешной социализации личности в киберпространстве.

Введение

Социализация представляет собой многогранный, многоаспектный процесс очеловечивания человека, включающий в себя как биологические предпосылки, так и непосредственно само вхождение индивида в социальную среду. Являясь диалектическим процессом, социализация позволяет человечеству переходить на новую, качественную ступень развития. Это механизм вхождения субъекта в мир конкретных социальных связей и его интеграция в различные типы социальных общностей через культуру, ценности и нормы, на основе которых формируются социально значимые черты и закладываются разнообразные социальные роли.

Что касается понятия «киберсоциализация», то данный феномен обратил на себя широкое внимание исследователей после очередной «волны» информационного научно-технического развития, связанного с появлением и быстрым распространением информационных технологий. По этому поводу А. И. Ракитов отмечает, что «информационно-компьютерная революция трансформирует все средства обработки, передачи и производства информации и опосредованно оказывает возрастающее влияние на ход исторических событий, постепенно меняя систему ценностей, мировоззрение и представления людей о самом человеке, смысле его бытия и предназначения. Поэтому философская рефлексия над компьютерной революцией перерастает в задачу осмысления социально-исторической судьбы человечества» [1, с. 14].

Термин «киберсоциализация» ввел в начале XXI в. В. А. Плешаков, понимает киберсоциализацию как процесс качественных изменений структуры сознания личности под воздействием современных интернет-технологий, имеющих колоссальное влияние на социализацию детей – на формирование определенных мировоззренческих установок, ценностей, норм, моделей поведения. В процессе киберсоциализации у личности появляются новые потребности, мотивы, интересы, цели, установки, а также новые формы взаимодействия, виды деятельности, непосредственно связанные с интернет-средой [2].

Интернет-среда – это не просто совокупность разбросанных по всему миру хостов, соединенных между собой; способ хранения и распространения знаний и информации. Это новое измерение культуры, новый способ существования самого человечества. По мнению А. В. Мудрика, глобальная сеть Интернет является непрерывно уточняемой моделью совокупного духовного и материализованного информационного потенциала общества и в этом качестве выступает мощным информационным базисом для самых различных видов и направлений человеческой деятельности – мегафактором

развития общества. Одновременно с этим Интернет как часть средств массовой коммуникации может рассматриваться в качестве одного из мезофакторов социализации человека. А. В. Мудрик пишет: «Ресурсы Интернета представляют собой новые культурные средства, опосредствующие жизнедеятельность современного человека и способные оказать влияние на формирование не только личности, но и его высших психических функций» [3, с. 78].

В настоящее время происходит формирование нового культурно-информационного пространства, которое отражает эволюцию способов и форм информационных коммуникаций, а также обуславливает приоритеты социодинамики. «На основе новейших технических и технологических достижений, мультимедийных технологий и технологий виртуальной реальности, глобальных сетей и телекоммуникаций приближается эпоха нового коммуникативного формата – трехмерная виртуальная реальность. Этот формат в отличие от вербальных коммуникаций способен соединить в себе максимум возможного в приеме и передаче от человека к человеку многообразия содержания естественного человеческого интеллекта. То есть на сегодняшний день мы имеем дело с еще одной тенденцией, присущей глобализации, – коммуникационной “революцией”», – отмечает М. Кастельс [4, с. 20].

Можно сказать, что наряду со СМИ использование интернет-технологий дает в руки человечеству невиданные ранее возможности, но одновременно с этим порождает новые, недостаточно изученные грани проблемы социальных трансформаций, в частности последствий социализации цифрового поколения в киберпространстве. (По-другому, цифровое поколение называют поколение «Z», миллениалы, поколение Сети, поколение next, поколение ЯЯЯ, поколение хай-тек.)

Понятие «цифровое поколение» апеллирует к теории поколений Штрауса и Хоува. Напомним, что в 1991 г. Уильям Штраус (демограф) и Нил Хоув (историк) на основе долгосрочных междисциплинарных исследований экономики, политики, социологии, психологии опубликовали ставшую классической работу «Поколения. История Американского будущего. 1584–2069» [5]. В исследовании авторы определили поколение как совокупность всех людей, рожденных в определенный промежуток времени (примерно 20 лет) или проживающих в один исторический период как минимум одну фазу жизни: детство, молодость, средний возраст или старость. В конкретных жизненных фазах представители одного поколения разделяют одну историческую эпоху, сталкиваются с одинаковыми ключевыми историческими событиями и социальными веяниями, придерживаются определенных общих убеждений и моделей поведения.

Нил Хоув и Уильям Штраус разработали классификацию основных поколений XX и XXI вв.: 1) поколение «G1», или поколение победителей и строителей, рожденных в период с 1900 по 1921 г.); 2) молчаливое поколение (1923–1943 гг.); 3) поколение «Y» – беби-бумеры (1943–1963 гг.); 4) поколение X, или неизвестное поколение (1963–1983 гг.); 5) поколение «Z» – цифровое (с 1983 по 2003 г.) [5].

Несмотря на то, что эти труды авторов получили широкое распространение и признание, в академических кругах теорию встретили по-разному: одни восхищались, другие ее критиковали. Тем не менее выдвинутая американскими исследователями теория поколений работает в каждой стране, разумеется с поправкой на ее социокультурную специфику, поэтому в целом ее можно принять как условно универсальную.

Рассмотрим основные векторы киберсоциализации цифрового поколения. Цифровое поколение, бесспорно, включено в процесс социализации в киберпространстве. С раннего возраста новое поколение взаимодействует с различной электроникой, является активным потребителем высоких технологий и гаджетов. У цифрового поколения Интернет – источник значимой информации, способ постижения реальности, а также неотъемлемый атрибут коммуникаций в социальных сетях.

В настоящее время коммуникативное пространство социальных сетей действительно превратилось не просто в неотъемлемый атрибут жизни современного общества, а стало фактором, изменяющим ментальные структуры подрастающего поколения. С одной стороны, группы, сформировавшиеся в интернет-пространстве, способствуют укреплению коллективных интересов, что приводит к появлению так называемой «принадлежности к кругу». Во многих интернет-сообществах складываются даже собственные традиции. Но, с другой стороны, информационные технологии, трансформируя социальную реальность, влекут за собой трансформации человеческой психологии. Так, у цифрового поколения с помощью интернет-технологий можно наблюдать новый стиль самопрезентации, гарантирующий публичность при соблюдении ее анонимности в киберпространстве. Благодаря анонимности искусственно созданная личность – виртуальная личность – имеет возможность одновременно занимать разные виртуально пространственные и личностные позиции, т. е. может одновременно участвовать в разных сетевых сообществах, форумах, порой отстаивая разные Я-образы, в том числе и противоположные тезисы.

Представителям нового поколения свойственно демонстрировать себя не такими, какими они являются на самом деле. Здесь нет никаких ограничений в создании собственного «Я», что дает подросткам возможность реализации лучшего представления о себе самом. По этому поводу В. А. Солодовник отмечает, что существует две причины для конструирования желаемого образа виртуальной личности. Первая заключается в мотивационном аспекте, когда создание виртуального образа несет в себе компенсаторную функцию и удовлетворяет уже существующие желания индивида. Вторая же является поисковой, что отражается в желании приобрести новый опыт и расширить уже имеющиеся возможности реальной социализации [6].

Вхождение в виртуальное пространство осуществляется в процессе интернет-социализации, когда человек может расширять свои социальные связи, «проигрывать» различные социальные роли, которые являются для него недоступными в реальном пространстве. «Процесс интернет-социализации приводит к осознанию личностью того, что ее социальный опыт неполон, а творческий потенциал не реализован до конца, но вместе с тем он предоставляет все необходимые ресурсы для решения данной проблемы», – замечает Р. И. Зекерьяев [7, с. 32].

Между тем, цифровое поколение – ленивые визуалы. Они лучше понимают образ, чем слова. Взрослеют в условиях демотиваторов, инфографиков, фото сверстников. Они не помнят номера телефонов друзей, родственников; практически не пользуются городским телефоном. Телефонным разговорам предпочитают геймифицированные сообщения, юморобмен SMS, электронные письма, ведение блогов в социальных сетях типа «ВКонтакте». Представители поколения «Z» практически не пишут от руки, а привычно набирают тексты на клавиатуре («синдром большого пальца»). Они запоминают не содержание информации, а места, где она находится. Модальность визуального восприятия у них высокая, но поверхностная (на одном объекте удерживают внимание не более 8 секунд). Кроме того, они плохо воспринимают текстовые сообщения, которые не являются письмами в традиционном их понимании; «это некая сигнатура, общепринятая в данном формате информационного взаимодействия; это не мышление в традиционном его понимании, а скорее какие-то черновики мысли с различными отсылками к текстам или гипертексту» [8, с. 69].

Разрозненные фрагменты информации, отсутствие общего контекста в сознании цифрового поколения не позволяют ему сконструировать целостную картину мира. Мышление нового поколения отличается фрагментарностью, а суждения – поверхностностью, так называемое клиповое мышление – процесс отражения множества разнообразных свойств объектов, без учета связей между ними, характеризующийся полной

разнородностью и высокой скоростью поступающей информации при частых переключениях между частями, фрагментами информации. Несмотря на то, что сведения подаются маленькими дозами, короткими новостями, в целом они представляют калейдоскоп чередующейся информации, переварить, систематизировать, а тем более осознать которую подрастающему поколению становится все труднее.

Клиповое мышление вырабатывается в виде навыка к быстрому перелистыванию сайтов, клипов – серфинг в киберпространстве, цель которого не фильтрация и осмысление информации, а получение новой информации. В свою очередь, освоение новой информации в киберпространстве осуществляется, как правило, не вглубь, а поверхностно. Последнее ведет к тому, что человеческий мозг в известной степени находится в угнетенном состоянии. Ведь у человека задействуются только те области головного мозга, которые отвечают за краткосрочную память, принятие быстрых решений. По-другому данный феномен называют «цифровое слабоумие» – нарушение работы функций мозга, потеря у личности способности к системному и углубленному мышлению и познанию.

Поколение «Z» отводит видеоиграм важное место в своей жизни. Компьютерная игра для представителей данного поколения – это особый виртуальный мир, где они чувствуют себя героями, способными совершить очень многое из того, что запрещено в реальном мире. Как всякий наркотик, виртуальный мир создает яркие и привлекательные образы, которые все больше втягивают человека в киберпространство. Благодаря сконструированной реальности человек получает возможность уйти от рутинности существования и погрузиться в виртуальный мир, в котором с помощью игры можно без существенных усилий воплощать в реальность собственные иллюзии и мечты, – «виртуальный эскапизм».

Цифровое поколение быстро обрабатывает информацию, мгновенно может переключаться с одного вида деятельности на другой, а также действовать в условиях многозадачности. Сидя за компьютером, ребенок одновременно контактирует в чате, занимается поисками в Интернете, скачивает музыку, пытается делать домашнее задание и при этом пьет сок или жует бутерброд. В свою очередь, многозадачность личности может привести к смешению ролей, психическим нарушениям, например расщепленности сознания личности – «искусственной шизофрении», выражающейся в зомбировании сознания людей, которые оказываются неспособными увязать в логическую систему получаемые ими сообщения и не могут их критически осмысливать. Отсутствие критического мышления не позволяет человеку делать собственные выводы, извлекать уроки из прошлого жизненного опыта, строить реалистичные планы, ставить адекватные цели и достигать их.

У цифрового поколения можно наблюдать снижение эмпатии. Привлекательность онлайн-общения вытесняет у них живое общение со сверстниками. В гаджетах они разбираются лучше, чем в проявлениях эмоций других людей. Увеличение доли виртуального общения по сравнению с общением реальным приводит к нарушению естественной биологической коммуникации.

Во время общения в Интернете утрачивает значение целый ряд традиционных барьеров коммуникации, таких как пол, возраст, социальный статус человека. А небезбальная часть взаимодействия – мимика и жесты – исчезает. Кроме того, несмотря на то что сейчас все чаще доступны «анкетные данные» собеседников, сведения о личности могут быть ложными или не предоставляться вовсе. «Вследствие анонимности психологические и социальные риски в сетевом общении снижаются, у пользователей проявляются *“особая” раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность*», – полагает психолог Л. П. Шевякова [9].

Таким образом, непосредственный живой контакт человека с человеком, развивающий эмоциональную сферу, все чаще стал заменяться на некое механическое взаимодействие, создающее лишь иллюзию общения среди подростков.

Отличительной чертой нового поколения можно назвать склонность к аутизации, по сути являющейся способом десоциализации личности. Речь идет о доклинической гипертрофированной форме аутизма: тотальная погруженность индивида в собственный мир, его отгороженность, изолированность, неспособность общаться с окружающим миром. С одной стороны, представители цифрового поколения становятся все более интровертированными. С другой стороны, акцентирование на собственном «Я», концепция «Я» формирует у них мнение о собственной исключительности. Дети «Z» характеризуются высоким уровнем принятия себя, они «довольны собой». Часто они не критичны к своим действиям и жаждут социальной популярности. В то же время они хотят похвалы в ответ на любое действие. Самое главное слово для них – «лайк», выражающий признание в Сети. Ради этого признания и социальной популярности они готовы пойти на многое. Причем иногда такие действия носят асоциальный или даже радикальный характер, например: интернет-зависимость как навязчивое желание постоянного времяпрепровождения в Сети или различного рода интернет-фобии: номофобия (боязнь остаться без мобильной связи), игнорофобия (боязнь быть неправильно понятым), имоджефобия (боязнь поставить неправильный смайл), пунктофобия (боязнь получить сообщение с точкой в конце), реттерофобия (боязнь ошибиться в слове или не заметить автозамену), селфифобия (боязнь сделать плохое селфи) и т. д. Последнее приводит к потере у них ценностных ориентиров.

Цифровое поколение живет в бесконечном и быстро меняющемся потоке информации, в окружении социальных сетей и рекламы, которые и культивируют жизнь по принципу «здесь и сейчас». Отдаленное будущее кажется подросткам непонятным и пугающим. Они строят планы на день, неделю или месяц. Долгосрочную цель ставят только в том случае, если она понятна. Дети «Z» боятся однообразия, им хочется драйва, впечатлений, спонтанности, какой-то яркости. Иначе – жизнь скучна. У многих подростков наблюдается повышенная склонность к неоправданному риску и недооценке возможностей негативных последствий на фоне перспектив обретения сиюминутных удовольствий. Этим обусловлена любовь к экстремальным развлечениям, опасным формам времяпрепровождения.

По наблюдениям исследователей, главная цель жизни у современных подростков – потреблять и получать удовольствие. Уже сегодня подростки составляют отдельную потребительскую и социально-психологическую группу, описанную маркетологами как кидалты, или «взрослые дети», воспринимающие жизнь в целом как развлечение как игру. И в этой игре главным является потребление информации, товаров, услуг, развлечений. В конечном итоге все это приводит к инфантилизации поведения. В большинстве случаев у цифрового поколения *можно наблюдать «синдром Питера Пэна»* – психологическое расстройство, которое характеризуется нежеланием индивида взрослеть и брать на себя ответственность. В связи с этим социальная зрелость у нового поколения наступает в 25–26 лет (у предыдущих поколений социальная зрелость наступала в 21 год).

Можно констатировать, что у детей «Z» возникает размывание жизненных принципов и жизненных ориентиров и, как итог, десоциализация личности.

Резюмируя, психографику цифрового поколения можно представить следующим образом: мировоззренческий конфликт, завышенная самооценка, выраженная тенденция индивидуализации, экспериментирование с идентичностью, «клиповое мышление», нарушение уровня самосознания, инфантилизация поведения, снижение эмпатии, нарушение биологической коммуникации, многозадачность, «синдром большого пальца»,

ненормативное поведение, склонность к аутизации, «искусственная шизофрения», частичная утрата традиционных социальных связей.

Заклучение

С одной стороны, киберсоциализацию как неотъемлемую часть социализации подрастающего поколения можно назвать инновационным социальным феноменом, а с другой стороны, необходимо отметить, что данное явление имеет принципиальное отличие от первичной социализации, обусловленной традиционным воспитанием, принятым в обществе. Традиционный процесс социализации является в достаточной степени регулируемым и упорядоченным процессом, а киберсоциализация обладает свойством стихийности, т. к. личность сама выбирает способы своего взаимодействия в киберпространстве, определяет свое время пребывания в ней, выбирает интернет-сообщество. В процессе киберсоциализации личность принимает новые правила и нормы, принятые в определенном интернет-сообществе.

Опираясь на предпринятую попытку составить психографику цифрового поколения, современные исследователи решают проблему: как возможна успешная киберсоциализация подрастающего поколения? С нашей точки зрения, факторами успешной социализации цифрового поколения являются: социальная адаптация (эффективное приспособление индивидуума к условиям, требованиям социокультурной среды, в том числе киберсреды), формирование информационной культуры, саморегуляция (осознанное и системно организованное воздействие индивида на физическое и психическое состояние с целью изменения ее характеристик в желаемом направлении), а также продуктивное взаимодействие с другими людьми (совместные действия и взаимные переживания). Необходимо также учитывать влияние киберпространства на психические и физические особенности данного поколения, исходя из социокультурных, психовозрастных, личностных и индивидуальных особенностей человека.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ракитов, А. И. Философия компьютерной революции / А. И. Ракитов. – М., 1991. – 287 с.
2. Плешаков, В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'a до Homo Cyberus'a : монография / В. А. Плешаков. – М. : Прометей : МПГУ, 2012. – 213 с.
3. Мудрик, А. В. Введение в социальную педагогику / А. В. Мудрик. – М. : Моск. психол.-соц. ин-т, 2009. – 568 с.
4. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. Howe, N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069 / N. Howe, W. Strauss. – New York : William Morrow & Company, 1991. – 554 p.
6. Солодовник, В. А. Влияние интернет-коммуникаций на личность пользователя [Электронный ресурс] / В. А. Солодовник. – Режим доступа: http://ruseberpsy.blogspot.com/2011/01/blog-post_03.html. – Дата доступа: 17.04.2019.
7. Зекерьяев, Р. И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы / Р. И. Зекерьяев // Соврем. наука: актуал. проблемы теории и практики. – 2019. – № 1. – С. 31–37.
8. Курбатов, В. И. Символическое виртуальное сетевое мышление: новая эпоха или эпоха новостей / В. И. Курбатов // Гуманитарий юга России. – 2013. – № 1. – С. 64–74.

9. Шевякова, Л. П. Основные формы общения в Интернете и их особенности [Электронный ресурс] / Л. П. Шевякова. – Режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/shevyakova/educval_05.html. – Дата доступа: 23.02.2019.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 26.09.2019

Habinskaya A. A. Cybersocialization: Socio-Cultural Development of the Digital Generation in the Context of Internet Technologies

With the advent of Internet technologies, the formation of personality in cyberspace has become not only relevant, but also real. Increasingly, one can hear the opinion that the Internet has created the conditions for spontaneous socialization of the younger generation, determined by the context of cyberspace. Today, the Internet is not only a new technology, characterized by numerous and diverse resources, services, but also a new specific factor of socio – cultural development of the younger generation-cybersocialization. The article presents the main vectors of cybersocialization of the digital generation. The author made an attempt to make a psychographic digital generation in the context of the theory of generations. With the help of this psychography, on the one hand, it is possible to understand the reasons for the desocialization of the younger generation, and, on the other hand, this psychography makes it possible to build an applied model of successful socialization of the individual in cyberspace.