

## **АННОТАЦИЯ**

**Диссертация на соискание степени доктора философии (PhD) по специальности «6D020400-Культурология»**

**САПАРОВА ДИНАРА РАХМЕТОВНА**

**Культурное пространство цифрового поколения**

### **Актуальность диссертационного исследования**

Современное общество существенно изменилось, ценностный, и цифровой разрыв разбросил общество в разные стороны. Технологические новации привнесли в антропологию обыденной жизни новую реальность - цифровую, быстрыми темпами развивается виртуальная реальность. О сущности понятия «виртуальное» писал еще Анри Бергсон, проводя тщательное разграничение между классическим аристотелевским противопоставлением потенциального и актуального, с одной стороны, и так называемой «закупоренной» (или виртуальной) реальности, с другой. А. Бергсон, а вслед за ним Ж. Делез, предвосхитили современную ситуацию, возникшую вследствие взрывного развития цифровых технологий, а именно – возникновение специфического вида реальности, называемого иногда виртуальной реальностью, иногда – цифровым пространством, пространством цифровых коммуникаций. В данном пространстве цифровых коммуникаций исконные, «фактические» (синоним «аналоговых», «face-to-face») взаимоотношения людей между собой и миром обретают иную форму, социальные взаимоотношения обретают иную скорость, а процессы, происходящие в жизни общества, ускоряются вслед за ними. В особенности этот процесс касается вещного мира и его современного продолжения – новых информационных технологий. Описанный нами феномен порождает и специфически новый вид культуры – так называемой «цифровой» культуры. Цифровая культура возникает в цифровом пространстве и обладает его признаками: она виртуальна, коммуникационные процессы в ней ускоряются в разы, время обмена информацией в ней сокращается до минут, иногда секунд, но она также и поверхностна. Несмотря на то, что цифровая культура предполагает переход человека на новый уровень познания мира с помощью всеведущих цифровых технологий и способов коммуникации и благодаря повсеместно доступной информации, фактически человек обезличивается и становится потребителем обезличенного, анонимно созданного цифрового контента, объектом всевозможных видов манипуляций. Удивительный парадокс цифровой культуры заключается в ее двуликости: с одной стороны живой мир, с другой мир технологический. В данных условиях внимание привлекает состояние молодых людей, родившихся и сформировавшихся в эпоху информационной революции и активного развития коммуникационных технологий. Людей, рожденных в период развития и расцвета интернет технологий, называют цифровым поколением. В западных источниках его называют поколением pехt, поколением Z, сетевым поколением,

поколением Facebook, iPod и т.д. Их можно идентифицировать по таким ключевым параметрам, как: увлечение виртуальным пространством и отличная ориентация в мире цифровой информации, социальных сетей и виртуальных коммуникаций.

В условиях глобализации, изменения ценностей, пандемии и прочих вызовов человечеству, общество вырабатывает новые поведенческие стратегии выживания. Содержание адаптационных практик имеет множество нюансов и зависит от ценностно-поколенческих ориентиров, прямо или косвенно зависящих от окружающего пространства. Новый 21 век отбросил понятие духовности и морали, выдвинув на передний план приоритеты материи и цинизма. Виртуальная агрессия, воображаемое мироощущение, перейдя в реальный мир, вызвало всплеск агрессии, суицидов, прочие неадекватные поведенческие реакции. Нахлынувший поток информации пронизан стереотипами конsumerистского общества, ставящими акцент на повсеместном потреблении материальных ценностей и объективации индивида и отношений, которые вымывают элементарные понятия о чести, ответственности, добре и щедрости и других признанных общечеловеческих ценностях. В 21 веке в обиход вошли такие понятия, как «кибер-терроризм», «кибербуллинг», «троллинг», «цифровое мошенничество» и прочее. Все эти явления носят отрицательный характер, ведут к нестабильности в обществе, а иногда подвергают опасности физическое и психическое здоровье и даже жизни индивидов. В молодежной среде также существуют нежелательные проявления последствий повсеместной цифровизации. Высокий процент агрессивности современных подростков, подростковые суициды и так называемые «группы смерти» в социальных сетях подобные печально известному «Синему киту», связывают с влиянием цифровых технологий. Здесь несовершеннолетние имеют доступ к виртуальным играм, зачастую агрессивным и жестоким, а многие игры носят провокационный характер, подстрекают детей и подростков к выполнению опасных для жизни задач в реальной жизни («Бабушка Грэнни», уже упомянутый «Синий кит» и т.д.). Большое количество развлекательных приложений, а также социальные сети призывают неокрепших психикой детей и подростков следовать современным трендам. Установка на гедонизм и увлечение жизнью на экране в ущерб реальной жизни формирует современную картину мира подростка. Это пространство жизнедеятельности в его электронно-цифровом, сетевом (информационном) измерении несет с собой как положительные, так и отрицательные последствия для молодежи и, соответственно, требует глубокого анализа и формирующегося в его пространстве социокультурного образа цифрового поколения. Данный образ складывается из противоречивой, но в то же время вполне укладывающейся в рамки глокализированной культуры (индивид существует одновременно в двух измерениях – глобальном и локальном) и стратегии поведения «Generation Me-Generation We». Учитывая вышесказанное, полагаем необходимость концептуального анализа цифрового поколения Казахстана в ракурсе стратегических задач государства, направленных на изучение, аналитику, исследование нового поколения молодежи.

Степень изученности проблемы цифрового поколения в философии, культурологии и даже психологии или антропологии относительно невелика в сравнении с такой областью, как маркетинговые исследования. Именно маркетологи одними из первых заговорили об отличительных особенностях цифрового Y, Z поколений. Однако маркетолог – это по определению профессия, конечной целью которой является изучение рынка с целью эффективного сбыта продукции; это прикладная дисциплина, неспособная в полной мере изучить свой объект по причине отсутствия необходимых теоретических инструментов. Таким образом, актуальность исследования связана с отсутствием в отечественной и мировой науке обширных полноценных фундаментальных исследований культурного пространства цифрового поколения. Теоретические, прикладные исследования на данную тему призваны восполнить существующий пробел в казахстанской науке. Курс на развитие цифровой экономики, а также объявленный, вслед за 2019 годом – годом молодежи, год волонтерства 2020 года, определяют социокультурную значимость изучения казахстанского цифрового поколения, его образ, проблемы, ценностные установки, жизненные траектории развития, становления и формирования, прогнозы дальнейшего его развития. Безусловно, молодые люди рассматриваются как интеллектуальный, творческий потенциал независимого Казахстана в условиях глобальных процессов, залог успешного будущего страны. Актуальность темы исследования определяется его созидательной направленностью, ведь будущее страны всегда связывается с молодым поколением.

**Основная цель исследования** состоит в теоретическом исследовании нового термина – культурного пространства цифрового поколения Казахстана в условиях современной цифровой реальности. В соответствии с поставленной целью исследования были определены следующие задачи:

-осуществить историко-культурологический анализ генезиса понятия «культурное пространство»;

-исследовать феномен цифрового поколения через призму бытия реального мира и виртуального;

-провести методологический анализ критериев культурного пространства цифрового поколения на примере западных исследований;

-раскрыть современные тренды культурных изменений цифрового поколения;

- составить портрет цифрового поколения Казахстана;

-определить перспективы формирования новой парадигмы работы с цифровым поколением, построения культуры коммуникаций.

**Объектом исследования** является цифровое поколение Казахстана 14-18 лет (поколение Z).

**Предмет исследования:** ценностные ориентации и социокультурные характеристики как составляющие образ цифрового поколения современного Казахстана.

### **Методологическая и теоретическая основа диссертации.**

Основу методологии диссертационного исследования составили положения структуралистского конструктивизма П. Бурдьё. Принцип двойного структурирования социальной реальности и конструктивизм, позволяют установить причинно-следственные связи между социальными явлениями в пространстве и времени, соответственно определить социальные практики в контексте цифрового пространства. В диссертации применялась теория информационного, сетевого, виртуального цифрового общества, теория постмодернизма, поколенческий подход, стратегия «Generation Me-Generation We», теория социальных сетей, аксиологический, социокультурный подход, а также концепция смешанной реальности. Включенное наблюдение и метод опроса (работа с фокус группами), анкетирование имеют большое значение для получения эмпирических данных о ценностных установках и моделях поведения цифровой молодежи. В работе также нашли применение методы философского, психологического, структурно-функционального подходов, метод анализа, синтеза, научного обобщения.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в том, что в нем:

- выявлены генезисные изменения понятия «культурное пространство» в условиях единого информационно-коммуникативного цифрового поля;
- рассмотрены методологические проблемы исследования цифрового поколения и определена сущность данного феномена, живущая в плоскости двух миров: виртуального и реального с влиянием на формирование мировоззренческих и ценностных ориентаций в период социализации и взросления;
- проведен методологический анализ критериев культурного пространства цифрового поколения на примере западных исследований
- определены современные тренды культурных изменений цифрового поколения;
- составлен портрет цифрового поколения Казахстана;
- определены перспективы развития молодежной политики Казахстана в условиях дигитализации общества и модель выстраивания коммуникации с новым поколением как условие гармоничного формирования и воспитания личности.

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Исходя из историко-культурологического анализа, осуществлен авторский анализ понятия «культурное пространство казахстанского цифрового поколения». Казахстан вовлечен в мировую паутину сети Интернет, благодаря чему под влиянием цифровизации всех сфер деятельности формируется картина мира молодого поколения. Культурное пространство казахстанской молодежи – это среда, формирующая оценочные и поведенческие ориентиры человека, его ценности и нормы, создающая новый тип сознания.

2. Культурное пространство цифрового поколения характеризуется его пространственно – временным дискурсом, цифровой идентичностью, и особой формой коммуникации.

3. Феномен цифрового поколения, который относительно недавно на территории СНГ стал предметом научной дискуссии с позиции разных методологических подходов (поколенческий, сетевой, психологический), имеет разное количество формулировок и не имеет четких возрастных границ. Учитывая несколько поздний приход Интернета и активное употребление цифровых продуктов на территории СНГ, в частности Казахстана, годы рождения, становления цифрового поколения приходятся на 1985-2002 (миллениумы или Y) и 2003-2023 годы (хоумлендеры или (зуммеры (Z)). Причем хоумлендеры считаются типичным цифровым поколением, так как оно не знало жизни без смартфонов и интернета. Цифровое поколение Казахстана – это поколение, сформировавшееся под влиянием информационных и цифровых технологий, определивших особенности ценностных ориентаций и социокультурного образа;

4. Культурное пространство цифрового поколения представлено концептом «Generation Me-Generation We», согласно которому ценностные ориентиры и модель поведения современной молодежи противоречивы и объясняются парадоксом префигуративной культуры в обществе (пространство глокально и вневременно). Модель поведения поколения Z, социализация которого проходит в эпоху бурного потребления цифровых технологий во всех сферах жизнедеятельности, характеризуется поиском истины, причины и смысла действий. Прагматичное индивидуалистичное поколение, не имеющее авторитетов и подвергающее всю информацию верификации, живет в смешанной реальности и мыслит цифрами, выражается знаками, мемами в виртуальной беседе.

5. Данность проживания поколения зумеров в смешанной реальности детерминирует культурные сдвиги в общении, изменяются способы конструирования повседневности:

-рутинность приобретает характер визуальной репрезентации жизненного понимания,

-ценности носят индивидуалистичный характер с гедонистическим уклоном. К таким ценностям относятся ориентация на самостоятельность, свобода передвижения, свобода мысли, слова, деятельности. Информационная грамотность и постоянная включенность в сетевую коммуникацию обусловили новый тип коммуницирования, имеющий знаковую форму (мемы, укорочение слов, картинки, смайлики).

6. Ценностная динамика в поколенческой преемственности, позволяет охарактеризовать цифровое поколение, как особую группу людей с набором ценностей двух миров: реального и виртуального. Это выражается в общении: высокий уровень виртуальных отношений в виртуальной плоскости и низкий уровень общения в реальном мире. Отмечаются такие специфические признаки стиля жизни современной молодежи, как ускоренный темп жизни, короткие жизненные проекты. Моделью и примером в данном случае может послужить высокая популярность блогеров (и инфлюенсеров) в социальных сетях, как маркер успешной новой жизни напоказ. Поведение человека в цифровом обществе объясняется парадоксом префигуративной культуры. Они предполагают

наличие имманентного конфликта между, с одной стороны, фундаментальными понятиями, категориями, издавна используемыми для характеристики человеческого существа во всех его проявлениях и, с другой стороны, претензией новой киберкультуры на создание нового человека, бытийственные характеристики которого коренным образом изменятся благодаря новым цифровым технологиям.

7. Для выстраивания коммуникации и диалога с цифровым поколением Z и постцифровым альфа предлагается авторская модель коммуникации. Предлагаемая модель состоит из культуры партисипации и цифровой грамотности (цифровой компетенции), призванной создать комфортные условия для успешной социализации цифрового поколения и выстраивания нового диалога с будущим поколением. Эти два поколения не знали мир без цифровых продуктов, потому есть риск с определением своего творческого пути, в чем заключается необходимость наличия активной жизненной стратегии. Целью модели является гуманизация культурного пространства цифрового поколения: реализация творческого начала человека через вовлечение его в активную деятельность с достижением конкретного результата, с учетом его особенностей.

8. Формирование культурного пространства современного подростка – это симбиоз социально-культурных проблем, возникших в результате глобализации и информатизации, но в то же время это новый ценностный, этнический, экономический потенциал, способствующий социально-культурному развитию человека, общества в целом. Ведь у нового поколения больше возможностей для изменения общества, они открыты, амбициозны, владеют «цифрой», алгоритмами, умеют проектировать будущее.

#### **Апробация результатов исследования**

Основные результаты диссертационного исследования были представлены в 19 публикациях автора, в том числе 1 статья в научном журнале, индексируемом в базе данных Scopus, 4 статьи - в научных журналах, рекомендованных Комитетом по контролю в сфере образования и науки МОН РК, 3 статьи в сборниках материалов международных конференций за рубежом, 11 статей в научных сборниках и материалах международных, республиканских научно-практических конференций.

**Объем и структура диссертации** подчинена логике раскрытия темы, определенным в ней цели и задачам исследования. Работа состоит из введения, трех разделов, включающих 8 подразделов, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем диссертации: 139 страниц компьютерного текста. Количество использованных источников-167. Диссертация иллюстрирована 9 таблицами, 23 рисунками.