

Юлия
Косик

аспирант УО «Белорусский государственный
университет культуры и искусств»,
магистр культурологии (г. Минск, Беларусь)

Онлайн-инкультурация белорусских пользователей

Активное развитие интернета, его прочное укоренение в профессиональной, образовательной, творческой, повседневной жизни современного человека привело к возникновению новых механизмов социокультурной интеграции личности. Одним из таких механизмов, по мнению А. И. Лучинкиной, является интернет-социализация личности, т.е. процесс вхождения интернет-пользователя в социокультурную среду локальных сообществ посредством освоения технологий, коммуникации, информационной культуры и т.д. [5]. Исследованием феномена интернет-социализации студенческой молодежи занимались М. А. Данилова [3], С. А. Данилов (интерпретировал интернет-социализацию как новый способ консолидации молодежи) [2, 42—46], Д. И. Иванова (изучала аутентичность интернет-пользователя и этапы интернет-социализации) [4]. Как мы видим, интернет-социализацию рассматривали преимущественно психологи и социологи.

С точки зрения культурологического подхода интернет является своеобразным феноменом современной культуры, который включает региональные сети, отражающие культуру различных регионов, и глобальные сети, охватывающие всю Землю и отражающие мировую культуру в целом. Это значит, что часть интернет-среды не просто существует в пределах определенного культурного региона, но и отображает его уникальные особенности, менталитет, свойственный людям той или иной культуры. Например, белорусская культура находит свое отображение в региональной сети — байнете. Это обусловлено несколькими факторами: во-первых, значительная часть пользователей байнета являются носителями белорусской культуры; во-вторых, байнет включает в себя различные ресурсы о культуре Беларуси.

Помимо этого активное развитие интернета приводит к формированию нового типа культуры — интернет-культуры. В работе Е. С. Ляшенко интернет-культура рассматривается с точки зрения семиотического подхода и представляет собой «пространство коммуникации людей, обладающее своей системой ценностей, эстетических норм, традиций,

системами знаков, символов и смыслов, культурой обмена и хранения информации в нем, культурой взаимодействия пользователей» [6, 99].

Если под инкультурацией в офлайн-среде понимается «постоянный процесс развития и саморазвития человека как субъекта культуры в результате деятельности по “распредмечиванию” и “опредмечиванию” (М. С. Каган) актуальных смыслов культуры, зафиксированных, отраженных в ее материальной, духовной и художественной подсистемах» [8, 174], то онлайн-инкультурация представляет собой усвоение интернет-пользователем норм, ценностей, моделей поведения, свойственных какой-либо региональной, глобальной или интернет-культуре на том уровне, как она представлена в пространстве интернета, причем приставка онлайн- обозначает, что данный процесс возникает только при условии подключения пользователя к сети.

Инкультурация личности в интернете будет происходить при обращении к различным новостным, образовательным, развлекательным и другим информационным ресурсам интернета (TUT.BY, Onliner, CityDog и др.) и использования полученной информации в процессе жизнедеятельности. В офлайн-среде большое значение в процессе инкультурации имеют семья, друзья, коллеги, т.е. социальное окружение человека. Онлайн-инкультурация также происходит в результате коммуникации с другими пользователями при помощи чатов, форумов, социальных сетей и в ходе профессиональной деятельности в интернете.

Понять характер онлайн-инкультурации белорусских пользователей можно при помощи анализа динамики посещаемости самых популярных сайтов. Кстати, такой метод исследования является одним из основных в интернет-маркетинге.

Прежде всего стоит отметить, что ныне белорусская интернет-аудитория насчитывает чуть больше 5 млн пользователей. Самыми популярными отечественными и зарубежными ресурсами у белорусской аудитории в 2015 г. являются поисковые серверы (Google, Yandex), социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook), новостные порталы (TUT.BY, Onliner), видеохостинги (YouTube, Seasonvar, Kinogo), торговые онлайн-площадки (Aliexpress, Wildberries, Kufar) и т.д. Количество посетителей на данных ресурсах за месяц колебалось от 3,4 млн до 720 тыс. [7]. Таким образом, большая часть белорусской аудитории задействована в потреблении новостной информации, коммуникации в социальных сетях, совершении покупок на зарубежных и отечественных торговых площадках. Помимо этого большая часть белорусских пользователей много времени проводит за просмотром

различных видео (от обучающих до художественных) и активно использует при этом преимущественно глобальные ресурсы интернета. Как мы видим, онлайн-освоение белорусскими пользователями ценностей и образцов мировой культуры происходит достаточно активно.

Чтобы понять, насколько интенсивно происходит онлайн-инкультурация современных белорусов, мы рассмотрим активность посещения самых популярных отечественных сайтов, посвященных культуре и искусству, на протяжении ноября 2015 г. при помощи ресурса Акавита — каталога белорусских сайтов [1]. При этом не будем учитывать посещения самых популярных новостных порталов в байнете, содержащих разделы о культуре, так как мы не имеем доступа к соответствующим данным. Стоит отметить, что применение такого метода анализа посещения сайтов за определенный период в культурологии позволяет определить ожидания, интересующие темы, ценностные ориентации у различных типов пользователей конкретной сети.

Самыми посещаемыми за ноябрь 2015 г. стали такие ресурсы, как «Беларуская палічка — беларуская электронная бібліятэчка» (119 тыс. посетителей), «Брест — фотоблог города» (42 тыс.), «Национальная библиотека Беларуси» (20 тыс.), «КАМУНІКАТ — Беларуская інтэрнэтная бібліятэка» (19,5 тыс.), «Электронная библиотека БГУ» (16,4 тыс.). Среди других белорусских тематических сайтов, посвященных культуре и искусству, наиболее популярны сайт художественной галереи «Беларт» (1,7 тыс. пользователей), исторический сайт «Жыве Беларусь» (16,4 тыс.), сайт музейного комплекса старинных народных ремесел «Дудутки» (5 тыс.), Хор.by — белорусский хоровой портал (1,3 тыс.). Следовательно, среди отечественных ресурсов, посвященных культуре и искусству, наиболее популярными у белорусской интернет-аудитории являются электронные библиотеки. Тем не менее, такие ресурсы пользуются сравнительно небольшим спросом. Например, к сайтам по продаже автомобилей за тот же отчетный период обращались от 1,537 до 1,119 млн пользователей.

Анализ данных из одного источника не может осветить сущность проблемы онлайн-инкультурации белорусских пользователей полностью, но полученные данные о посещении белорусских тематических сайтов позволяют сделать вывод, что ресурсы, посвященные культуре Беларуси, занимают незначительное место в общем информационном интернет-пространстве. Низкий показатель посещаемости сайтов о культуре Беларуси может быть обусловлен несколькими причинами: 1) существующие сайты не удовлетворяют запросы пользователей или

характеризуются низким качеством контента, веб-дизайна; 2) отсутствие большого интереса к национальной культуре в целом. Однако специфика онлайн-инкультурации белорусских пользователей требует дальнейшего исследования, поскольку часть из них активно использует ресурсы о культуре.

В силу своих коммуникативных особенностей интернет предоставляет большие возможности для активизации процесса приобщения современных пользователей к национальной культуре. Поэтому необходимо содействовать увеличению доли специализированных ресурсов о культуре в байнете, учитывая при этом особенности белорусской интернет-аудитории, с привлечением компетентных специалистов. Для активизации инкультурационных процессов можно использовать все возможности современного интернета: создавать интерактивные ресурсы, посвященные истории и культуре Беларуси, онлайн-приложения, сообщества в популярных социальных сетях, образовательные ресурсы и т.п.

Список использованных источников

1. Акавита [Электронный ресурс]. — Режим доступ : <http://akavita.by/ru/>. — Дата доступа : 01.12.2015.
2. Данилов, С. А. Риск и потенциал интернет-социализации молодежи / С. А. Данилов // Известия Саратовского ун-та. Новая сер. Философия. Психология. Педагогика. — 2012. — № 2 (т. 12).
3. Данилова, М. А. Интернет-социализация студенческой молодежи : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / М. А. Данилова. — Саратов, 2009. — 139 с.
4. Иванова, Д. И. Аутентичность личности интернет-пользователя в процессе интернет-социализации / Д. И. Иванова // Перспективы науки и образования. — 2015. — № 2 (14).
5. Лучинкина, А. И. Модель интернет-социализации личности [Электронный ресурс] / А. И. Лучинкина // Sci-article. Публикация научных статей. — Режим доступа : <http://sci-article.ru/stat.php?i=1410699460>. — Дата доступа : 18.09.2015.
6. Ляшенко, Е. С. Семиотический аспект интернет-культуры / Е. С. Ляшенко // Гуманитарный вектор. Сер. Психология. Педагогика. — 2011. — № 2 (26). — С. 99—105.
7. Топ-30 сайтов по охвату в Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://marketing.by/analitika/top-30-saytov-po-okhvatu-v-belarusi/>. — Дата доступа : 28.11.2015.
8. Януш, О. А. «Инкультурация» : проблемы определения объема и содержания понятия / О. А. Януш // Теория и практика общественного развития. — 2014. — № 19.