

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Ярославский государственный университет им.
П.Г. Демидова»**

Кафедра социальной политики

Сдано на кафедру

«___»_____2019г.

Заведующий кафедрой:

доктор философских наук,

профессор

_____Томашов В.В.

**Молодёжь в условиях общественно-информационного
поля
современности**

39.03.03 Организация работы с молодёжью

Научный руководитель:

кандидат исторических наук,

доцент кафедры социальной политики

_____Руденко Л.Д.

«___»_____2019 г.

Студентка группы ОРМ-41БО

_____Милонова К.И.

«___»_____2019 г.

Ярославль 2019 г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Молодежь в условиях общественно информационного поля современности» содержит 131 страницы текстового документа, 19 рисунков, 2 таблицы, 2 приложения, 71 источник.

Задачи: эксплицировать понятия информационного пространства и информационного поля молодежи; обозначить особенности положения молодежи в информационном пространстве; выявить наиболее востребованные ресурсы получения информации среди молодежи разных возрастов; изучить структуру и типологию информационного поля молодежи; определить факторы, оказывающие наиболее сильное воздействие на информационное поле молодежи.

Применяемые методы: контент-анализ, анкетный опрос, статистическая обработка данных.

Рассмотрены различные подходы к их трактовкам. Сформулированы рабочие понятия для целей ВКР. Рассмотрены особенности молодежи, как объекта и субъекта социально-информационных взаимодействий. Проведено

социологическое исследование по средствам анкетного опроса. Выявлены наиболее востребованные каналы информационного обмена и ресурсы получения данных. Определены факторы, влияющие на информационное поле молодежи. Проведена сравнительная характеристика нескольких возрастных групп молодежи.

Ключевые слова: информационное поле человека, информационное пространство, информационный канал, информация, коммуникация, молодежь.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
ГЛАВА 1 Теоретико-методологические основы изучения информационных полей	16
1.1. Место информационного поля в структуре понятийного аппарата современной науки	16
1.2. Механизмы формирования информационного поля	45
ГЛАВА 2 Молодежь, как участник информационно-коммуникативных социальных взаимодействий	61
2.1. Социально-психологические особенности молодежи	61
2.2 Особенности молодежи, как субъекта социально-информационных взаимодействий	84
ГЛАВА 3. Особенности общественно-информационного поля современной молодёжи	92
Заключение	113
Список литературы и источников	115
Приложение 1	122
Приложение 2	131

Введение

Актуальность исследования.

Сегодня происходит неизбежное переосмысление нормоценностной базы и вследствие этого информационная сфера функционирует в режиме постоянного изменения и корректировки. Главным драйвером ее трансформаций является молодежь, она первой начинает использовать новые механизмы работы с информацией в повседневной жизни. Кроме того, молодежь, является объективным индикатором инновационных процессов, зарождающихся в социуме. Именно она является одним из самых ярких участников наиболее активным потребителем информационных ресурсов в силу своих потребной и социально-психологических особенностей.

Потребность социума в самоорганизации и сохранении стабильности, как залога дальнейшего существования и развития, является идейной основой информационной среды и обуславливает формирование составляющих ее компонентов, через которые в коллективном сознании отражается и интерпретируется событийная составляющая окружающей реальности. К этим компонентам, прежде всего, относится массив единых представлений о системе ценностей и базы нормотипических поведенческих реакций индивидов и социальных групп. Изменения основ общественного устройства вызваны спектром процессов глобализации, демократизации, динамичного технического прогрессирования и их последствиями.

В контексте современного российского общества умение находить, анализировать, и непосредственно оперативно использовать информацию в профессионально-трудовой, академической, культурно-досуговой деятельности становится неотъемлемым атрибутом построения повседневной жизнедеятельности человека.

Проблема поиска механизмов существования в информационном пространстве и источников получения знаний среди представителей молодежной среды является одной из наиболее актуальных тем на сегодняшний день. Исследование ее аспектов позволит выявить наиболее востребованные тенденции в области массового информационного потребления и позволит прогнозировать направления развития рынка информационных услуг.

Актуальность исследования информационного поля представителей современной молодежи вызвана и тем, что формирование множественных, разнообразных информационных потоков и система обеспечения доступности к ним широким массам начали формироваться в России только с восьмидесятых годов двадцатого века. До сих пор еще не сформирован устойчивый понятийный научный аппарат, что влечет за собой плюрализм трактовок и огромное количество синонимичных определений. Обострение проблемы информационных взаимодействий связано с появлением IT-технологий и сети Интернет, т.к. каждый человек получил уникальную возможность стать инфлюенсером, быстро доносить свои идеи и взгляды до широкой общественности, аккумулировать вокруг себя массы и воздействовать на различные социальные процессы заручившись их поддержкой. Это повлекло за собой

изменения, в том числе и в экономической сфере: преобразуются техники PR-менеджмента, рекламы и продвижения, что позволяет зарабатывать лидерам мнений на своем авторитете среди определенных социальных групп.

Согласно отчету eMarketer содержащему экспертный анализ важных цифровых тем через призму маркетинга, СМИ и коммерции и посвященному анализу взаимодействий международного бизнеса, ведущих брендов и инфлюенсеров в 2018 году 84% компаний провели хотя бы одну рекламную интеграцию через блогеров и социальные сети. Опираясь на полученные данные и предыдущие многолетние наблюдения, эксперты констатируют появление все новых и новых разработок в отрасли торговли и продвижения. Важно заметить, что возраст наиболее крупных, востребованных и оказывающих наиболее сильное влияние на массы лидеров мнений колеблется от 17 до 30 лет. Это говорит не только о том, что именно молодежь представляет собой мощнейший ресурс трансляции данных, но и о том, что сегодня протекают глобальные изменения в структуре информационного поля человека и в механизмах его становления. И нам важно проследить изменение в динамике их развития.

Бурный поток информации, который круглосуточно воздействует в той или иной степени на всех современных людей, а так же развитие не только технологий в смысле инструментального обеспечения передачи, сохранения и воспроизведения данных, но и технологий процессов общения и манипулирования усиливают роль и значение «якорей» позволяющих справиться с таким объемом информации. В их качестве выступают ведущие источники

знаний, которым доверяет человек. Их выявление и иерархическое распределение у современной молодежи позволит качественно корректировать их мировосприятие и мировоззрение, во многом предотвращая социально-нежелательное поведение.

Степень научной разработанности проблемы.

Изучению проблемы существования личности в условиях информационного общества посвящено большое количество как публицистической, так и научной литературы. Исследование данного вопроса имеет междисциплинарный характер, так как напрямую затрагивает все сферы жизни общества. Несмотря на живой интерес ученых и многообразие работ рассматривающих данную проблему, наука находится на первых ступенях ее осмысления, так как само по себе глобальное информационное общество, которое своим появлением и обратило внимание на рассматриваемые вопросы, возникло лишь в конце двадцатого – начале двадцать первого века. В этот же период формируется и понятийный аппарат, который включил в себя такие определения как «информационное общество», «информационная среда», «информационное пространство», «массовые i-коммуникации» и многие другие. Причем во многом знания были и остаются, разрознены по причине одновременного рассмотрения проблематики с разных сторон многими науками. Так исследования проводятся в рамках социальных наук, социолингвистике, психологии, психолингвистике, философии, менеджменте, политологии, экономике и др.

Идея «информационного общества» представляет собой

вариацию теории постиндустриального общества. Основные аспекты и отличительные черты были описаны Д. Беллом, З. Бжезинским, О. Тоффлером, А. Мародем, И. А. Минком, С. Нором, Т. Стоуньером, М. Кастельсом.

Проблема информационной социализации в цифровом обществе в условиях транзитивного мира с характерной для него изменчивостью, неопределенностью и множественностью в своих трудах затрагивали Марцинковская Т.Д., Белинская Е.П., Войскунский А.Е., Голубева Н.А., Гребенникова О.В., Пархоменко А.Н., Плешаков В.А., Юревич А.В., С.Н. Гринченко.

Значимость межличностного обмена информацией, роль этого процесса в жизни современного человека отражены в трудах М.В. Кидайгородской, В.Г. Костамарова, Н.Т. Астафиной А.А. Соколова Э. Фромма, Ч.Х. Кули, Дж. Мида, М. Куна, Г. Блумера, Г.Г. Почепцова, Т.М. Дридзе, , С.В. Бориснева, , В.В. Кузнецова.

Рассмотрением последствий изменений в информационной среде социума занимались С.П. Капица (воздействие гуманитарной революция двадцать первого века на демографию); с точки зрения экономики рассматривали С.А. Орехов, А.А. Чернов, В.П. Талимончик, Т.И. Нудельман, М.В. Умаров, А.Б. Курицкий, В.Л. Иноземцева и д.р.

Формирование информационной этики, культуры и законов межличностного взаимодействия рассматривались педагогами, социологами и политологами такими как В.В. Налимова, А. Печчеи, С.Гроф, К.К. Ключев, П. И. Браславский, В. А. Виноградов, Н. П. Ващекин, Ю. М. Лотман, Н. Б.

Крылова, В. С. Лобанов, А. Д. Иванникова, Е. А. Ракитина.

Коммуникативные навыки личности и способы формирования информационного окружений изучали В.А. Лабунская, О. Пиз, В.И. Курбатов.

Идеологические концепции становления культуры обращения с информацией разработали О.В. Артюшкин, В.Г. Афанасьев, Е.А. Болотова, Н.Г. Витковская, И.Н. Гайдарева, Н.Ы. Гладченкова, Г.А. Голицын, Н.Б. Зиновьева, В.З. Коган, К.К. Колин, И.А. Лавриненко, Е.М. Разинкина, Л.И. Хромов и др.

Рассмотрение значимости информационного пространства в социо-культурном контексте прослеживается в трудах Шайхисламова Р.Б., О.Н. Астафьевой, Е.Г. Беляковой, П.Бурдые, Е.В. Выгузова, О.В. Естриной, Г.Г. Зиммеля, О.А. Захаровой, Л.Н. Когана, Л.Г. Пак, Н.К., М.Н. Филатовой, В.А. Фокеева и др.

Социологией молодежи, как особой общественной группы, в том числе и с точки зрения ее существования в современных условиях занимались Ж.Т. Тощенко, А.Г. Здравомыслова, В. Г. Шапко, Е.Г. Слуцкий, И.М. Ильинский, О.В. Курешева, А.Г. Маслов, И.Н. Орлова, Ю.А. Зубок, А.Гезелл, П. Я. Гальперин, А. Н. Ждан, Ж. Пиаже, Л. С. Выготский, Н.Е. Симонович, А.А. Бессонова, Б.С. Волков, Б.Р. Мандель, А.С. Запесоцкий, А.В. Шамне.

Информационную образованность и осведомленность в методах поиска, распространения и критического анализа студенческой молодежи рассматривали в своих работах М.Бершадский, М.В. Богданов, В.Ф. Бурмакин, М.Г.

Вохрышева, Н.И. Гендин , Горбунова, А.В. Горячев, М.Б. Зиновьева, Ю.С. Зубов, Е. Кожевникова, Б.Г. Ананьев, А.Н. Андреев, Н.Д. Апраксина, П.И. Бабочкин, А.С. Белкин, Ю.Р. Вишневский, А.С. Власенко, В.П. Гарькин, М.В. Гомезо, А.С. Власенко, А.В. Дмитриев, И.С. Кон и др.

Одним из основных вопросов при изучении молодежи, как участника, объекта информационного пространства стало определение наиболее значимых факторов влияния на поле отдельно взятой личности, прослеживание тенденций изменения способов анализа, переработки и передачи данных, как в системе человек-человек, так и в отношениях человек-социум. Исследованием этого аспекта и разработкой понятийно-теоретической базы информационной стороны жизни занимались Р. Стултс, С. Харрисон, И. А. Сафиулина, Б.М. Гаспаров, Ф. Ю. Шарков, Е.Л. Юдина, А.И. Каптерев, Е.П. Прохоров, Т.В. Закупень, И.Ф. Дзялошинский, Ф. Сталдер, Н.Б. Кириллова, А.В. Манойло, Р. Ф. Туровский, М. кастельс, Г.Г. Почепцов, С.С. Ширин, С.М. Сороко, С.А. Проскурин, М.В. Каткова, А.И. Ненашев, Б.Н. Лозовский и др.

При многообразии научных работ на сегодняшний момент нет всесторонних исследований, не проводилось анализа и сравнения процессов формирования информационного поля у людей, принадлежащих к разным социальным группам. При этом очевидно, что процессы коммуникации и потребления информации отличаются в зависимости от множества критериев и в первую очередь от возраста.

При попытке обобщения изученного материала следует

отметить то, что в современной доступной литературы не нашли свое отражение характеристики и способы воздействия на межличностное и социо-личностное взаимодействие молодежи. Большинство исследований проводится либо с точки зрения маркетинга, продаж и рекламы либо с позиции педагогики. Кроме того большинство научных трудов имеют прикладной характер и не ставят перед собой цели развития теоретической базы. Делаются попытки определения схем влияния на молодежь, но само информационное поле крайне редко становится объектом изучения.

Тема взаимодействия человека и нового типа информационного социума поднимается на многих форумах и симпозиумах, становится классической, а иногда даже ведущей на конференциях и научных слетах посвященных социологии молодежи. Это еще раз подтверждает тот факт, что она находится сейчас на пике своей популярности и востребованности.

Таким образом, **проблемой выпускной квалификационной работы** выступила необходимость обобщения и дополнительного исследования молодежи, как участника коммуникационных воздействий и субъекто-объектой единицы информационной среды для ответа на вопросы каковы основные отличительные черты молодежи и ее информационного поля в условиях современного мира и как построены механизмы его формирования и изменения.

Сложность изучения проблем построения информационного поля молодежи заключается в

многообразии способов его формирования, субъективности оценки значимости тех или иных факторов, кроме того важные аспекты, оказывающие влияние на восприятие человеком окружающей реальности зачастую остаются скорыми даже для самой личности, т.е. остаются неосознанными и незамеченными. Отношение, формируемое на основе анализа поступающих фактов, определяет позицию молодого человека, его дальнейшую деятельность и поведение.

Цель: детальное изучение состава информационного поля современной молодежи и факторов, воздействующих на него.

В соответствии с целью нами были определены следующие **задачи дипломного исследования:**

1. Эксплицировать понятия информационного пространства и информационного поля молодежи.
2. Выявить наиболее востребованные ресурсы получения информации среди молодежи разных возрастов.
3. Рассмотреть поведенческие стратегии молодежи в информационной среде как способ реагирования на информационный поток.
4. Изучить структуру и типологию информационного поля молодежи.
5. Определить факторы, оказывающие наиболее сильное воздействие на информационное поле молодежи.

Объектом исследования является молодежь города Ярославля в возрасте от 14 до 25 лет.

Предмет исследования: содержание и механизмы формирования и информационного поля современной молодежи.

Гипотезы дипломной работы:

1. Большинство респондентов являются в малой степени информированными как об информационном обществе, отдельных его составляющих.
2. Наиболее востребованными каналами передачи и поиска информации будут являться: «интернет» и «межличностные коммуникации».
3. Чем младше отдельно взятый представитель данной части социума, тем более ярко он демонстрирует себя в качестве транслятора и производителя информации.

Теоретико-методологической основой работы послужили труды иностранных и отечественных ученых разных научных сфер – социологии молодежи, социологии и психологии массовых коммуникаций, вычислительной социологии, кибернетики, возрастной психологии, экономики, менеджмента, PR и др. занимающихся изучением жизни человека, молодежи в условиях общественно-информационного поля современности. Помимо этого, в качестве примеров и доказательств была использована событийно-факторная база современной России и Ярославской области. Применялись методы поиска и анализа

теоретического материала – контент-анализ, анкетный опрос, анализа и интерпретации эмпирической информации. В связи с междисциплинарным характером проблемы выпускной квалификационной работы использовались так же общенаучные и методы: методы дедукции и индукции, системный подход, комплексный подход, метод классификации и типологизации, сравнительно-исторический анализ, статистическая обработка данных. Их применение позволило не только детально рассмотреть классификацию и внутреннее строение информационного поля молодежи, выявить механизмы и способы его построения, обозначить функции каждого компонента и самой молодежи в информационном пространстве, но и проследить взаимодействие и взаимовлияние молодежи и информационного пространства, а также проследить динамику этих отношений в исторической ретроспективе.

Для реализации поставленных в рамках выпускной квалификационной работы цели и задач была разработана анкета с помощью, которой был собран, обработан и проанализирован эмпирический материал. Эмпирическую часть работы составили результаты российских исследований с перекликающейся проблематикой и результаты авторского социологического исследования проведенного в марте 2019 года в городе Ярославле.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в том, что в ней представлены систематизированные обобщения научных взглядов на проблему изучения молодежи в контексте общественно-информационного поля современной, где молодежь играет двойственную роль и

потребителя и транслятора, формируя собственное информационное поле. Изучены и обобщены механизмы, условия и принципы становления и изменения информационного поля современной молодежи.

Результаты работы могут быть применены в последующих исследованиях роли молодежи в рамках информационного пространства, как одной из важнейших сторон жизни социума, исследованиях особенностей и принципов общения и иных способов создания информационных потоков, коммуникационной культуры, а так же методов потребления, обработки и передачи информации. Выводы, представленные в работе, могут послужить базой для более подробного и глубокого исследования, что позволит создать цельную картину о процессе формирования информационного поля молодежи и комплексе коммуникационных взаимодействий молодежи и социума в рамках информационного пространства. Кроме того, результаты могут стать основанием для написания рекомендаций связанных с донесением информации до широких молодежных масс, а так же базой для создания обучающих программ по работе с данными и формированию информационной культуры. Вместе с тем, понимание процессов формирования и расширения информационного поля молодежи позволяет определить тенденции в области информационного потребления. Так как именно молодежь первой начинает использовать новшества, становясь объективным индикатором общественно-информационных процессов.

Представление об устройстве информационного поля,

как набора источников данных позволит вносить корректировки в него, качественно улучшить способы взаимодействия с молодежью и продвижения этой среде. Это обеспечит возможность влияния на мировоззрение, нормоценностную базу, мотивы, поведение и непосредственную деятельность молодых людей, которые по оценкам экспертов уже к 2025 году будут составлять 75% трудоспособного населения страны, а уже сегодня представляют собой значительную часть социума, при этом характеризуюсь высокой активностью и инициативностью.

Непротиворечивость выводов существующим научным положениям, общепринятым теориям, наработанный эмпирический материал, репрезентативность исходных данных, использование методов, адекватных теме, цели и задачам исследования, валидных и апробированных методик сбора эмпирических данных обеспечивают достоверность результатов исследования.

Апробация результатов исследования и публикации по теме. Результаты исследования и основные выводы были представлены в рамках XXVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» в Москве, а также на Межрегиональной научно-практической конференции «Социально-политические проблемы современного общества: новые вызовы и тренды» к 100-летию профессора П.Ф. Янкевича».

Структура дипломной работы состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 71 наименований, и приложений. Первая глава

раскрывает теоретико-методологические основы изучения информационных полей. В ней определяется место информационного поля в структуре понятийного аппарата современной науки, отражается история и подходы к определению данного термина. Рассматриваются условия и модели формирования информационного поля. Отражены их свойства и функции. Выделяются механизмы формирования информационного поля человека. Рассмотрено медиапространство, как разновидность информационного пространства.

Во второй главе рассматривается молодежь, как участник информационно-коммуникативных социальных взаимодействий. Обозначены причины вычленения молодежи как особой социальной группы. Ее особенности как субъекта социально-информационных взаимодействий и социально-психологические черты.

В основу третьей главы положено прикладное социологическое исследование – описание основных результатов и выводов.

В заключении подводятся итоги теоретического и практического изучения проблемы молодежи в условиях современного информационного поля. В приложениях представлена программа исследования, использованный инструментарий, наглядное представление результатов исследования в виде графики и таблицы, отражающих ответы респондентов.

ГЛАВА 1 Теоретико-методологические основы изучения информационных полей

1.1. Место информационного поля в структуре понятийного аппарата современной науки

Непрерывное развитие технологий в сфере коммуникаций и информационных систем, изменение характера межличностного взаимодействия, становление нового, постиндустриального, типа общества, где главной ценностью становится информация, вызвало глобальные изменения в медиасреде, следствием чего стало изменение «медиаповедения и медиапотребления граждан, что не могло не привлечь современных исследователей к изучению и осмыслению протекающих процессов.

На сегодняшний день существует огромное количество научных трудов рассматривающих их с разнообразных позиций и точек зрения. Тем ни менее нельзя не отметить разрозненность этих работ, которая во многом связана с несформированностью понятийного аппарата и существованием большого количества синонимичных определений и их трактовок. Это усложняет работу по анализу и сопоставлению мнения экспертов по вопросам, перспектив и динамики становления информационного общества. Так, современная наука не дает четкой теоретической трактовки информационного поля.

Первоочередным является рассмотрение информационного поля и обозначение принципиальных различий между данным понятием и «информационным

пространством». Так как, по мнению ряда ученых эти две термина часто путают и неправомерно используются как аналоги.

Ключ к пониманию сущности определения информационного пространства лежит в этимологии термина и общем понимании пространства как такового.

Изначально категория пространства осмысливалась философами. Греческий мыслитель Аристотель пространство понимал как совокупность существующих объектов окружающей действительности. Основатель классической научной философии Кант представлял его, как результат чувственного опыта и основу для классифицирования единиц окружающего мира. Спустя небольшой промежуток времени информационное пространство начало представлять собой объект для изучения как в теологической и искусствоведческой литературе. Кроме того, феномен «пространство», представлял интерес для древних механиков, астрономов, математиков, физиков, философов и географов со времен Евдокса, Гиппарха, Архимеда и Аристарха. С позиции точных наук пространство было определено Исааком Ньютоном, как объективная реальность.

В XX веке произошла кардинальная переориентация в трактовке пространства связанная с изменениями в социуме. Пространство начали видеть, как картину мира, построенную нашим мозгом на основе чувственного представления, опыта и процесса теоретического познания.

Исходя из обобщения трактовок понятия «пространство» и вычленив из всего множества, только имеющие непосредственное отношение информационному взаимодействию можно выделить следующие наиболее на наш взгляд интересные подходы к трактовке этого термина.

В рамках семиотики, науке о коммуникационных системах пространство рассматривается как одно из центральных звеньев изучения. Этот подход зародился в натурфилософии благодаря трудам Платона, Демокрита и Августина. Позже прослеживается в работах Канта и Беркли связанных с теорией познания. Пространство как совокупность знаковых систем в разрезе культуры и общественной жизни рассматривалась в различных аспектах как зарубежных – И. Вилль, Р. Карнап, Ч. Пирс, Э. Дюркгейм, Ч. Моррис, К. Леви-Стросс, так и многими отечественными исследователями – Ю. М. Лотман, А.А. Ветров, В. Н. Топоров, Е. К. Войшвилло, Ю. А. Шрейдер и др.

Под пространством понимается культурная, общественная и коммуникационная среда, в которой актором, транслятором и потребителем сигналов и значений становится человек. Пространство выступает сферой познания и социализации. Информационное пространство представляется совокупностью процессов кодирования, передачи, расшифровки, анализа и использования знаковых форм и отношений, полученных из различных каналов на основе сформированного

культурного базиса личности. Кисточками могут выступать как другие люди, социальные группы и социальные институты, так и продукты культурно-творческой деятельности, такие как литература, архитектура, искусство, музыка и др. Итальянский ученый Умберто Эко при изучении пространства особую роль отводил именно архитектуре, как непосредственному окружению человека и факторе ежедневного непрерывного воздействия. Он определял ее как один из видов массовой и межэтнической коммуникации, «обращённый к разным общественным группам и слоям»¹.

Рассмотрение пространства как среды передачи и распространения данных привело в конце двадцатого века к вычленению нового подхода – коммуникативного. Информационное взаимодействие, положенное в его основу позволило рассматривать эволюцию средств передачи и получения данных как этапы развития и модернизации самого пространства. Доминирующей элитой становятся те люди, которые в наибольшей мере овладели навыками работы с информацией, обладают наиболее полными и достоверными данными. Кастельс, как один из ярких представителей коммуникативного подхода к определению пространства трактовал процесс его формирования и развития так: «... оно организует свою производственную систему вокруг принципов максимизации, основанной на знании производительности через развитие и распространение информационных технологий»². В своих

1 У. Эко Отсутствующая структура: Введение в семиологию// М: Из-во Симпозиум, 2006 г. С 544.

2 М. Кастельс Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе // Из-во: У-Фактория, 2004 г. С. 328

трудах он выдвинул теорию о том, что пространство и общество изменяется по средствам модернизации или регрессии информационных технологий и систем капиталов. Характеризуя информационное общество, как крайнюю, достигнутую на сегодняшний момент ступень эволюции социума Кастельс отмечал сглаживание этнических и государственных границ, вследствие глобализации, формирование многополярного мира благодаря децентрализованной, «становление свободы слова и кибер-индивидуальности с появлением сети Интернет»³.

С учетом современных реалий и новых социокультурных тенденций в качестве доминирующей трактовки в наиболее общем смысле можно использовать определение Р. Ф. Туровского: «Пространство – совокупность объектов (предметов, явлений, процессов), которые рассматриваются с помощью таких атрибутов, как положение относительно друг друга, протяженность, форма, расстояние и ориентация, взаимодействие, пересечение»⁴. То есть, пространство определяют как множество каких-либо взаимосвязанных объектов, которые называются его точками, единицами. Именно информационное пространство стало обозначать сферу коммуникаций, систему приема и передачи информации, где множеством объектов, структурными единицами, которые ее составляют, являются люди.

3 Науменко Т. В. Информационное/глобальное в понимании Мануэлем Кастельсом современного общества // Информационное общество. — 2018. — № 1. — С. 24-31.

4 Туровский Р.Ф. Политическая регионалистика: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. С.15-29.

«Информационное пространство» в понятийном аппарате современной науки стало одним из первых определений, использующихся при попытках трактовки медиапространства. Вследствие отсутствия четкой теоретической базы информационное пространство часто заменяют синонимичными понятиями. В этом качестве чаще всего выступают информационная среда или сфера.

В подтверждение этого можно привести высказывание А.В. Манойло: «Информационное пространство, или инфосфера, представляет собой весьма специфическую среду. В информациологическом аспекте понимание термина "информационное пространство" базируется на определении информационной сферы»⁵.

Исторически понятия «информационное пространство» и «коммуникационное пространство» возникли в арсенале ученых значительно раньше, они встречаются еще в работах древнегреческих философов, тогда как «медиа среда», «медиа сфера», «медиапространство» впервые получают широкое распространение лишь в середине 20 века. Являясь производными своих предшественников, они частично унаследовали их смыслы. При этом медиа рассмотрение пространства информационного распространения несколько сужает поле для определений, т.к. подразумевает, массовые коммуникации и исключает рассмотрение системы человек-человек.

Российский социолог Н.Б. Кириллова в работе

⁵ Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. - М.: МИФИ, 2003. - С. 73.

«Медиасреда российской модернизации», делая уклон на этимологию составляющих терминов данного определения рассматривает его так: «Медиасреда - это то, что нас окружает повседневно. Это совокупность условий, в функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций (печать, радио, ТВ, видео, кино, компьютерные каналы, Интернет и др.) связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей. Словом, влияет на общественное сознание»⁶.

В последние годы к множеству синонимов и замещений при ведении речи о категориях «информационного пространства» набирает популярность термин «виртуальная реальность». В первую очередь его появление связано с массовым распространением и быстрыми темпами технического развития средств связи как физических - телефонной и компьютерной техники, так и виртуальных - разработка программного обеспечения, приложений, социальных сетей, мессенджеров и т.д. Его употребление рационально при желании обращения внимания на характер информационного пространства, дачи понимания того, что данные не только не отражают реальную действительность в полной мере, но и формируют дополненную реальность, которая может в корни

⁶ Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. - М.: Академический проект, 2005.

отличаться от существующей. При этом чаще всего «виртуальная реальность не является совокупностью принципиально новых элементов, она представляет собой имитацию действительности»⁷, созданную при помощи искажения, селекции, объединения, переосмысления и других способов интерпретации существующих данных.

Подводя итог, в ходе анализа научной и публицистической литературы, было выявлено множество трактовок и смежных определений, т.е. «информационное пространство» и на сегодняшний момент включает в себя широкий спектр вопросов.

Член-корреспондент Международной академии информатизации и доктор филологических наук МГУ им. Ломоносова Иосиф Дзялошинский в своей статье «О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России» выделил три основных подхода к определению информационного пространства, сформированных на сегодняшний день:

1. геополитический подход;
2. ноосверно-информационный;
3. социальный.

Геополитический подход наиболее широко представлен в трудах политологов и аналитиков. В их представлении информационное пространство – территория влияния определенных источников, ресурсов информации, сложившейся структурой информационных потоков и устоявшимися моделями работы с данными.

⁷ Ершова Т. В., Зива С. В. Ключевые компетенции в цифровой экономике // Информационное общество. — 2018. — № 3. — С. 4-20.

Так, Т.В. Закупень в своей работе, посвящённой информационному пространству в качестве отличительной особенности и признака, с помощью которого можно его выявить говорит о том, что в его пределах «все субъекты имеют одинаковые возможности получения, передачи и всех других манипуляций с информацией в любой точке»⁸.

Российский филолог и социолог, создатель теории журналистики Е.П. Прохоров при обобщении теоретических наработок и написании учебного пособия для студентов вузов дает следующее определение информационного пространства: «...информационное пространство (ИП) – это некая территория, где действуют СМИ, располагающие информационными ресурсами (как национальными, так и международными), обращенными к наличной потенциальной аудитории»⁹.

Исходя из анализа определений разных авторов в рамках геополитического подхода, выделяется два свойства:

1. Любое пространство представляет собой совокупность данных (информационное), людей и общественных групп (социальное) или иных единиц.

2. Так как пространство – определённая территория, то для нее свойственно иметь пределы, т.е. пространство определяется барьерами и размерностью.

⁸ Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств - участников СНГ. М., 1998

⁹ Прохоров Е. П. П84. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров — 8 е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2011.

В контексте геополитики информационное пространство помимо площадки обмена данными между государствами воспринимаю еще и как «самостоятельный ресурс, способный оказывать воздействие»¹⁰, т.е. один из субъектов наравне с другими силами. Именно поэтому оно часто выступает предметом притязаний со стороны разных стран.

Таким образом, «информационное пространство» - ограниченная территория существования размещения и влияния информационных каналов, ресурсов и источников, а так же набор технологических и программных средств для работы с информацией. Права, обязанности и возможности участников информационно-коммуникативных взаимодействий отражены в законодательстве и нормативно-правовых документах действующих на этой территории. Кроме легитимных существуют так же негласные правила использования, передачи и получения данных, которые базируются на ценностно-нормативной базе характерной для большинства единиц, включенных в информационное пространство.

Информационно-ноосферное понимание информационного пространства

В трактовке этого подхода информационное пространство представляет собой множество данных, их систем, банков и баз, единых принципов и правил работы с ними, программ и приложений, упрощающих обработку большого объема информации и упрощающих ее поиск. Главной целью информационного поля является

10 Назарчук А. В. Этика глобализирующегося общества. М., 2002. С. 207.

«удовлетворение информационных потребностей людей»¹¹. Исходя из определения, можно выделить элементы, образующие информационного поля, которые в рамках информационно-ноосферного похода «находятся в непрерывном взаимодействии, проходящем по общим правилам»¹². Составляющие информационного поля:

- информационные ресурсы, содержащие данные, сведения и знания, которые хранятся и передаются при помощи определённых носителей. Ими могут выступать электронные носители (флешки, дискеты, диски), облачные хранилища, печатные издания – книги, журналы, плакаты и др., устное творчество – фольклор и др.;

- организационные структуры – системы, обеспечивающие важнейшие процессы, протекающие в информационном пространстве: сбор, передачу и хранение данных, их анализ, систематизацию и др. Такими структурами могут выступать базы и банки данных, интеллектуальные системы, программы по созданию графиков, таблиц и отчетов, поисковые системы, архивы, социальные сети, мессенджеры, и др.

- средства информационного взаимодействия людей и социальных групп: Интернет, браузеры, технологические средства –

11 Рассолов И. М. Киберпространство и позитивное право // Рос. право в Интернете. 2010. № 1. URL: <http://www.rpi.msal.ru/prints/201001rassolov.html> (дата обращения: 19.05.2019).

12 Ковалева Н. Н. Общая характеристика единого информационного пространства // Современное право. 2011. № 7. С. 38.

компьютерная техника, смартфоны, драйвера, а так же по мнению Н. Н. Ковалевой сюда же должны быть включено «нормативно-правовое обеспечение обмена и передачи информации»¹³ защита потребителей и авторского права, т.к. именно это обеспечивает доступ к каналам информации.

Так, кандидат юридических наук В.Н. Лопатин в своей научной статье пишет: «под единым информационным пространством страны предлагается понимать совокупность информационных ресурсов и информационной инфраструктуры, позволяющую на основе единых принципов и по общим правилам обеспечивать безопасное информационное взаимодействие государства, организаций и граждан при их равнодоступности к открытым информационным ресурсам, а также максимально полное удовлетворение их информационных потребностей на всей территории государства при сохранении баланса интересов на вхождение в мировое информационное пространство и обеспечение национального информационного суверенитета»¹⁴.

Доктор социологических и педагогических наук А.И. Каптерев, будучи экспертом по информатизации социальной сфера создал модель устройства информационного пространства, в контексте которой обозначил пять составляющих компонентов: «образ, знак,

¹³ Ковалева Н. Н. Объекты информационного пространства в структуре государственного управления в информационной сфере // Законы России : опыт, анализ, практика. 2012. № 6. С. 104.

¹⁴ Бачило И. Л., Лопатин В. Н., Федотов М. А. Информационное право. М., 2001. С. 118.

концепт, текст, документ»¹⁵. Описывая сетевые структуры, он отмечал их иерархическое устройство с характерной определённой независимостью вершин сети – голонов. «Люди в сетевых связях являются целостными, самообеспечивающимися и автономными единицами»¹⁶. Помимо этого он отмечал, исходя из того, что нормоценностная база формируется социумом, а не отдельными индивидами, но именно она трактует мировоззрение человека и сквозь ее призму происходит анализ поступающих данных, то центр оценки не является внутриличностной составляющей, т.е. человек изначально не свободен в своих суждениях.

В процессе размывания государственных и пространственных границ, глобализации, сегодня уже практически не осталось информационно изолированных территорий. Это поспособствовало становлению всеобщего информационного пространства. К анализу его проблематики и объяснения стали использовать «подходы, разработанные в рамках концепции ноосферы»¹⁷. К примеру, возникла «концепция информационно-коммуникационного универсума»¹⁸. Эта вариация определения применяется в тех случаях, когда речь идет о всем спектре информационных взаимодействий. И.Э. Ключанов проводит аналогию между коммуникационным универсумом с «бескрайней голограммой, разные аспекты

15 Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 512 с.

16 Там же

17 Гудилина С.И., Медиаобразование 2015: Сб. трудов Всероссийского форума конференций «Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех» – М., 2015. – С. 87-92.

18 Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – С 297.

которой характеризуются разной степенью четкости»¹⁹. Для понимания которой важно изучить систему и механизмы сложных, гибких связей и структуру.

В состав всеобщего информационного пространства входит 3 взаимозависимые структуры: «общественные, публичные и частные коммуникации»²⁰.

Общественные коммуникации – это информационные взаимодействия с целью обмена данными, знаниями и фактами в пределах общественных институтов и людей. К общественным институтам относят: семью, государство, коммерческие и некоммерческие организации, систему образования, виртуальные сообщества и группы, религию, литературу, искусство и др. В отличие от обычного процесса коммуникации, общественные включают в себя больше объектов и субъектов взаимодействия. Они обладают более высоким фактором влияния, являются социально значимыми, так как определяют совокупность доступных для широкой общественности знаний и данных. «Общественные коммуникации регулируются социальными регуляторами, включая правовые институты государства»²¹.

Не смотря на интерес со стороны больших масс людей и высокую социальную значимость, общественные коммуникации не являются массовыми в чистом виде, так

19 Ключанов И.Э. Коммуникативный универсум. – М.: Московская политическая энциклопедия, 2010. – 256 с.

20 "КОММУНИКАТИВНЫЙ УНИВЕРСУМ": РАЗМЫШЛЕНИЯ ПО ПОВОДУ НОВОЙ КНИГИ И. Э. КЛЮКАНОВА [Электронный ресурс] / Леонтович // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2012. — №2. — С. 156-164. — Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/470007>

21 Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003.

как вовлеченность большого числа людей – одна из особенностей. При этом массовые коммуникации не обязательно обладают социальной значимостью и могут быть не вызваны деятельностью социальных институтов.

Публичные коммуникации выделяются на основе ряда особенностей. Первой из них является то, что они свойственны лишь для одной социальной группы, удовлетворять их информационные потребности. Второй отличительной чертой является место проявления этого вида коммуникации – им выступает публичное пространство, в рамках которого и локализованы информационные связи определённой социальной группы.

Приватные коммуникации – взаимодействия подвластные и осуществляемые отдельной личностью. То есть это информационные ненаправленные, свободные от внешнего вмешательства, процессы трансляции и потребления информации не регулируются законодательной базой без учета прав окружающих связанных с защитой их достоинства. Большинство нормативно-правовых сопровождений частных коммуникаций имеют охранительный характер – защита тайны переписки, запрет на прослушивание телефонных разговоров и пр.

Важно отметить тот факт, что в современном мире не один из видов коммуникативного взаимодействия в информационном пространстве не существует в чистом виде. Примером проявления этого могут послужить многочисленные примеры обнародования личной,

приватной информации, когда фото, видео и аудио материалы становятся достоянием широкой общественности, причем, благодаря сети Интернет их кража и распространение значительно упрощаются.

Социальное понимание информационного пространства

Данный концептуальный подход основан на трактовке понятия «информационное пространство» как объединение социальных структур – групп, организаций, государства и индивидов, которые в процессе коммуникации воспроизводят, перерабатывают, распространяют и обмениваются информацией при помощи различных каналов связи. Так, Ф. Шарков и Е. Юдина в своей статье трактуют медиапространство «как особый социальный феномен, особую социальную структуру, образованную системой взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации»²². Информация, по их мнению, определяется, как производная межличностных и личностно-групповых соприкосновений. Сама информация при этом рассматривается как некоторое отношение между субъектами коммуникации. То есть, информационное пространство – это сфера жизни социума, формируемая по средствам информационных отношений между его единицами.

При исследовании и анализе информационного

22 Шарков Ф. И., Юдина Е. Н. Регулирование отношений в современном медиапространстве // Коммуникология. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-otnosheniy-v-sovremennom-mediprostranstve> (дата обращения: 09.06.2019).

пространства, как объекта изучений применяются социологические, статистические, математические, общенаучные, психологические методы, метод контент-анализа. Разнообразие применяемых методик и концепций изучения объясняется «многомерностью и многоаспектностью определяющих сложность информационного пространства»²³.

Достоинством данного подхода является то, что он позволяет, благодаря четкому определению действующих лиц информационного поля, выявить цели, задачи, способы их достижения, проследить характерные поведенческие реакции участников коммуникативного процесса. Кроме того при построении иерархии, системы взаимоотношений, влияний и связей появляется возможность использования понятий, отражающих социальный статус, роль и т.д.

В состав информационного пространства входят субъекты и объекты отношений, собственно знания и данные, как предмет интереса и взаимодействия участников коммуникации.

Основной проблемой общественно-коммуникационных взаимодействий, в контексте социального похода к изучению информационного пространства, стала проблема неравенства доступа к достоверными и актуальным данным. «Объем и качество получаемой информации, то есть доступ к информационным источникам является, наиболее, ясным

23 Науменко Т. В. МНОГОГРАННОСТЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ // Информационное общество. — 2018. — № 2. — С. 1.

критерием, на основании которого можно дифференцировать субъектов информационных отношений»²⁴. При рассмотрении иерархии составляющих информационного пространства «доступ к информации является наиболее отчетливым индикатором информационного статуса. Он всегда означает некое преимущество над кем-то; обладание информацией и даже просто обладание возможностью получения информации предполагает наличие субъектов, лишенных этой возможности»²⁵. Это позволяет провести градацию, по степени влиятельности и разделить весь объем участников на обладающих высокой степенью доступа, средней и низкой.

Коммуникационное пространство в социологическом подходе рассмотрения информационного пространства является тождественным термином, так как для него характерно все вышеперечисленное.

Термин коммуникационное пространство в отечественной литературе впервые было употреблено Б.М. Гаспаровым, для того что бы обозначить «мысленно представляемую среду»,²⁶ которая позволяет личности проанализировать понять и усвоить поступающую извне информацию.

В ходе накопления знаний и теоретического материала, подкрепленного практическими

24 Колин К. К. Структура реальности и феномен информации // Открытое образование. 2008. № 5. С. 56–61

25 Мартынов, М. Ю. Социология массовой коммуникации: предмет и методы исследования : учеб. пособие / М. Ю. Мартынов, Е. В. Иванчихина ; Сургут. гос. ун-т. ХМАО - Югры. - Сургут : ИЦ СурГУ, 2008. - 159 с.

26 Гаспаров, Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования Текст. / Б.М. Гаспаров. М.: Новое литературное обозрение, 1996. - 352 с.

исследованиями, и наблюдениями, а так же неизбежной трансформацией самого коммуникативного пространства изменялись и представления о его определении. Сегодня считается устаревшим понимание коммуникационного пространства, как тождества информационного. Более прогрессивной считается точка зрения, основанная на том, что оно является одной из качественных разновидностей. Украинский специалист в области коммуникационных технологий Г.Г. Почепцов, придерживаясь этого мнения, представляет этот вид пространства как дуалистичный процесс, «где и генератор и получатель информации обладают активными, формирующими эту коммуникацию ролями»²⁷. Особенностью же, позволяющей выделить его из информационного пространства представляется активное включение элементов взаимодействия, т.е. происходит обоюдный взаимообмен информацией или одностороннее потребление информации в сопровождении и возможностью уточнения, обсуждения деталей и интересующих моментов.

Говоря о коммуникативном пространстве Т.Г. Пядышева в своей статье опираясь на анализ экспертных мнений трактует коммуникационное пространство следующим определением - «сфера коммуникационного взаимодействия субъектов социально-исторического процесса: наций, государств, социальных общностей, организаций, семьи»²⁸. Далее, при раскрытии темы в

27 Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации Текст. / Г.Г. Почепцов. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. - 656 с.

28 Пядышева Тамара Геннадиевна Коммуникативное пространство текста массмедиа // Социально-экономические явления и процессы. 2017. №3. URL:

другой своей работе она дополняет его следующим образом: «Рассматривая коммуникацию как акт обмена информацией и смыслом информации между двумя и более людьми, мы считаем, что коммуникационное пространство - это, с одной стороны, сфера взаимодействия, в которой осуществляются акты коммуникации различных видов, а с другой стороны, результат успешной коммуникации, под которым мы понимаем консенсус, согласие и взаимопонимание между участниками»²⁹.

Изучая пространство медиа, как сосредоточение всех видов взаимодействий, связанных с обменом информацией необходимо отметить следующий нюанс. Сегодня не сформировано четкого определения медиапространства, как одного из подвидов коммуникационного пространства, которое отражало бы в себе все важные аспекты и удовлетворяло всю научную среду. Под ним в конце двадцатого века изначально понимались «электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте, в то же время. В медиапространстве люди могут создавать в реальном времени визуальные и звуковые среды, которые охватывают физически распределенные площади. Они также могут контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков в этих средах»³⁰.

<https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnoe-prostranstvo-teksta-massmedia> (дата обращения: 31.05.2019).

29 Пядышева Тамара Геннадиевна Методы влияния на общественное мнение // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2017. №4 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-vliyaniya-na-obschestvennoe-mnenie> (дата обращения: 31.05.2019).

30 Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. - М.: Прометей, 2005.

Это определение в своих работах дали исследователи Р. Стултса и С. Харрисона. Другими словами медиапространство означало двухстороннее взаимодействие элементов коммуникации с целью удовлетворения своих информационных потребностей на значительном расстоянии при помощи специализированных средств.

На сегодняшний день прослеживается тенденция к употреблению термина медиапространство в расширенном значении, т.е. как совокупность всех источников и каналов получения информации личностью или социальной группой.

Медиапространство подобно и любому другому можно рассматривать в двух смыслах: ньютоновском и в лейбницевском. В первом случае это территория встречи участников информационного обмена, а во втором случае это набор взаимодействий и процессов совместной работы с информационными данными.

Анализ суждений специалистов по вопросу разделения понятий позволяет нам говорить о том, что изначально они использовались как части, входящие в состав друг друга, где информационное пространство включало в себя все остальные. В современной же теории коммуникологии и науки в целом вследствие смешения видов взаимодействий термины коммуникационное пространство и медиапространство настолько расширились, что могут считаться синонимичными.

Кроме того анализ существующих подходов дает

основание для предположения, что ядро медиапространства закачается в формировании, распространении и потреблении информации, ориентированной на большие массы людей. Не смотря на это, в него так же в состав медиапространства могут включаться немассовые виды информационных взаимодействий, так как в условиях современности медийная сторона общественной жизни доступна подавляющему большинству людей.

Все люди, накапливая в течение жизни некоторый объем знаний и опыта, индивидуальную ценностную базу, умышленно или невольно транслируют свои установки во внешнюю среду и представляются объектом информационного пространства и являются его структурной единицей. Информационное пространство служит непрерывно пополняющимся и изменяющимся неисчерпаемым источником знаний и содержит всевозможные объекты информационной сферы.

Рассмотрение отдельных количественных характеристик информационного пространства ведет к информационному полю, которое представляет собой конкретный источник или группу источников информации.

Таким образом, «информационное пространство — это сложная система, включающая в себя множество информационных полей»³¹, система которых позволяет определенным образом воздействовать как на отдельного человека, так и социум в целом.

31 Зуев С. Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности). - URL: <http://future.museum.ru/part01/010601.htm> (дата обращения: 01.06.2019)

Теория информационных полей, как составляющих информационного пространства берет свое начало в конце двадцатого, начале двадцать первого века. Это было обусловлено становлением инновационных методов использования информации, увеличением ее значимости в социальной жизни, сменой ее роли и формированием единого пространства, что позволило начать его детальное изучение.

В наиболее общем смысле информационное поле – это совокупность информационных потоков. Оно может выступать объектом изучения и управляться извне.

С помощью информационных полей осуществляется «взаимодействие информационных субъектов»³² (как физических, так и юридических лиц, включая государственные учреждения, средства массовой информации и т. п.).

В. А. Горчаков под информационным полем понимает пространство, в рамках которого проявлена информация (положительная и отрицательная), объединенная единым смыслом.

С. Ширин, определяет «мировое информационное поле, как интегрированные при помощи усовершенствованных в ходе информационной революции коммуникационных систем и способов передачи информации национальные и трансграничные информационные потоки». ³³ Эта позиция прослеживается сегодня в большинстве научных работ

32 Болотнов Алексей Владимирович Информационное поле и его типы в медиакommunikации: лингвистический аспект // Вестник ТГПУ. 2015. №9 (162). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-pole-i-ego-tipy-v-mediakommunikatsii-lingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 20.05.2019).

33 Ширин С. Фактор внешней среды в современной глобальной системе международных отношений // Международные процессы. — 2005. — Т. 3. — № 3(9).

посвященных медиасистемам.

Е.П. Прохоров, рассматривая информационное поле, в силу своей специализации походил к его пониманию следующим образом: «Кажется разумным под “информационным полем” понимать область распространения конкретного СМИ (“информационное поле” ОРТ, “Известий”, “Маяка”...) А “информационная среда” – это совокупность источников информации, в которую “погружена” конкретная аудитория (отдельный человек, семья, региональная, профессиональная, национальная или иная группа). Тогда получается, что в “информационном пространстве” (города, региона, континента...) функционируют определенной конфигурации “информационные поля” различных изданий и программ, из которых каждый конкретный слой аудитории формирует свою “информационную среду” – конкретные наборы источников информации и выбираемые из них тексты»³⁴.

Белорусская исследовательница, кандидат филологических наук Сороко С.М. трактовала данный термин сквозь призму социологического и культурологического знания: «информационное поле — это концептуальное пространство, которое отражает мировосприятие людей современной эпохи»³⁵. Другими словами, это поле, которое формируется под влиянием мировоззрения, господствующего в рассматриваемый период времени.

34 Е.П. Прохоров Введение в теорию журналистики: Учебник / М: Аспект Пресс, 2009. 351 с.

35 Сороко, С. Архитектоника информационного пространства культуры / С. Сороко // Вести института современных знаний. – 2011. – № 1. – С. 69 – 73.

Теорий информационных полей наиболее развиты и детализированы в рамках политологии, экономики и маркетинга. Это обусловлено тем, что пониманием механизмов, принципов и каналов получения информации «позволит выявить пути наиболее эффективного воздействия на большие массы людей»³⁶. Желание овладения этими механизмами привлекает большие капиталы в развитие данного научного направления. Эта цель находит свое отражение в понимании информационного поля в этих областях. Так, Проскурин С.А. дает такое определение: «Информационное поле — это поле, в котором создается, перемещается, а так же потребляется информация»³⁷. То есть он описывает сферу, зарождающуюся благодаря объединению информационных потоков.

При рассмотрении трактовок понятия «информационное поле» необходимо обращаться к литературе разных научных дисциплин. Так в области экономических отношений (маркетинга) трактуют как «комплекс технологий обеспечения товарами и услугами потребителя»

В культурологии его рассматривают как «воспроизводство специфических взаимоотношений между дифференцированными социальными группами по поводу их коллективного существования в условиях городской среды, конструирование социальной реальности, формирование регулирующих норм и ценностей, образование

36 Лазутина Г. В. Информационное поле страны как предмет медиаисследований // Актуальные проблемы медиаисследований - 2018. VII Международная научно-практическая конференция НАММИ: Материалы конференции. — Москва: Москва, 2018. — С. 101-102.

37 Проскурин С. А. Геополитическое измерение глобального информационного пространства // Геополитика: учеб. / под общ. ред. В.А. Михайлова. М., 2007.

организационной структуры интернет-сообществ»³⁸.

В философии различают два вида информационных полей. Первый вид – «социо-естественное информационно-функциональное поле (картина мира), трактуемое как субъект-объектный феномен культуры. Он в большей степени проявляется во взаимодействии человека с информационными ресурсами. Второй вид – социокультурное информационно-коммуникативное поле (картина жизни), которое определяется как субъект-субъектный феномен культуры» и является межсубъектным информационно-коммуникационным взаимодействием.

Наиболее полной, а так же отражающей потребности современности стала трактовка М.В. Катковой: «Информационное поле — это исторически сформировавшаяся, обеспеченная правовыми гарантиями и средствами, обеспечивающая наибольшую меру доступности для потребителя форма скоординированных и структурированных, территориально близких и удаленных информационных ресурсов, аккумулирующих результаты коммуникационной деятельности людей»³⁹.

Все множество трактовок термина «информационное поле» можно разделить на две большие группы. Это легло в основу выделения двух подходов: гуманитарного и технического.

В рамках гуманитарного знания информационное поле

38 Шайхисламов Р.Б. Коммуникативное единство социокультурной системы. М.: Социально-гуманитарные знания, 2006.

39 Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. — 2008. — Вып. 2. — С. 23—26.

выступает в виде знаний и данных, которые пополняются и видоизменяются с течением истории. Кроме того, в отличие от рассмотрения информационного поля, как составляющего ограниченного пространства в данном контексте оно характеризуется безразмерностью и отсутствием локализации. Составляющие единицы в данном концепте представлены людьми и их сообществами — т.е. имеют человеческую природу.

При техническом рассмотрении информационное поле определяется операциями работы с информацией - анализом, синтезом, резервацией и передачей. Возможность их выполнения обеспечиваю технические и программные средства. Это объясняет зависимость информационного поля от информационных каналов.

Кандидат философских наук А.И. Ненашев, рассуждая об устройстве информационных полей, утверждает, что «структуру информационного поля определяют информационные технологии, а также материальные носители информации»⁴⁰.

Единицами строения информационного поля в техническом подходе становятся информационные ресурсы, информационная инфраструктура, а так же средства информационного взаимодействия.

Вследствие прямой зависимости информационного поля и механизма передачи данных, технологических и программных средств изучаемые мономеры в пределах этого пространства будут иметь материально-техническую

40 Ненашев А.И. Средства электронной коммуникации в структуре социума. Саратов: ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2008. 108 с.

природу.

С точки зрения структурно-деятельного основания информационное поле – это «практическое участие отдельных людей, профессиональных групп, субъектов государственного управления, экономических и политических отношений и т.п. — т.е. фактически любого субъекта деятельности, в коммуникации целиком или частично с использованием возможностей современных информационных технологий»⁴¹.

Устройство информационного поля включает в себя следующие составляющие аспекты:

- наличие потребителей информации через потоки данных;
- развитая система механизмов взаимодействия;
- глобализационный характер коммуникации и наличие международного информационного пространства и транснациональных информационных полей.

Общепринятая модель была разработана А.В. Манойло. Важно отметить тот факт, что в условиях современности нельзя провести четкую грань между производителем и потребителем информации, а, следовательно, любой участник информационного поля демонстрирует субъект-объектное поведение. Это возможно определить только при условии одномоментного, нединамического рассмотрения системы. Так как люди, эксперты, СМИ, блогеры, журналисты, и т.п.

⁴¹ Гуревич И. М. Законы информатики – основа строения и познания сложных систем. М.: РИФ «Антиква», 2003. 176 с.

не могут представлять собой ту или иную категорию в чистом виде на протяжении длительного периода времени.

Важной особенностью является то, что «объекты информационного поля являются информационно-ориентированными». Следовательно, они могут иметь информационное описание, т.е. для описания объектов целесообразно применять информационное моделирование и информационные модели.

Объекты информационно-коммуникационного поля подразделяются на:

- источники информации – чаще всего представлены крупными контент-мейкерами, государственными структурами, представителями бизнеса, крупные НКО и партии и т. п.;

- адресаты – это те, на кого направлено влияние по средствам информационных потоков. Чаще всего в их качестве выступают люди и социальные группы. При определенных условиях могут преобразовываться в производителей и трансляторов данных.

Таким образом, можно сделать вывод, что данное разделение условно, каждый источник информации одновременно является объектом информационного воздействия, а адресат в определенных ситуациях может преобразовываться в источник информации.

Аналогичная градация прослеживается в западной литературе. В том числе она рассматривает процесс зарождения и становления информационного поля: «оно образуется совокупностью сосредоточенной в данном объеме информации, движение которой осуществляется посредством

связи между коммуникатором (источником) и реципиентом (потребителем)»⁴².

Альтернативная структурная теория условно выделяет в его массиве «единицы генерирующие информацию и каналы коммуникаций»⁴³. К первой группе относятся СМИ, инфлюенсеры, кумиры общественности, деятели культуры и искусства, крупные коммерческие и некоммерческие организации и т.п. Все это эксперты в области производства контента, зачастую ориентированного на чрезвычайно широкую общественность. Каналы же коммуникации представляют собой пути и способы передачи информации. Их можно разделить на прямые и вторичные. Главным отличием и основанием разделения выступает количество промежуточных инстанций между транслятором информации и потребителем. Автобиография – редкий пример прямого канала информации, а новостные сводки чаще всего представляют собой вторичный канал. При этом следует заметить, что чаще всего информационные каналы имеют смещенный характер. К примеру, межличностное общение может выступать в качестве первичного канала поступления данных (если обсуждается один из участников коммуникации) и в качестве вторичного (при пересказе истории не связанной напрямую с личностями участвующими в диалоге).

Как видно из всего вышеперечисленного, информационное поле имеет многокомпонентное устройство,

42 Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государственное благосостояния : Финская модель / пер. с англ. А. Калинина, Ю. Подороги. М. : Логос, 2002. С. 224

43 Швецов А. Н. Пространственная организация «информационного общества» как предмет системного анализа и объект государственного регулирования // Регион : экономика и социология. 2012. № 4 (76). С. 344.

основу которой составляют каналы коммуникации.

Медиакоммуникацию можно представить как непрерывно развивающуюся, многослойную сверхсложную структуру информационных полей различных типов. В процессе становления информационного общества все больше и больше внимания уделяется изучению именно информационных взаимодействий по средствам социальных сетей и Интернет.

Медиакоммуникации входят в состав информационного поля большинства населения развитых стран. Но и любое социальное медиа формирует собственное инфополе исходя из размерности, охвата и специфики актора информационного взаимодействия выделяют «информационные поля Глобальной сети, СМИ, информационно-медийной языковой личности и текста»⁴⁴.

Особо важным в контексте рассмотрения молодежи в условиях общественно-информационного поля современности предстает рассмотрение информационного поля личности. В нем заключены основные представления отдельно взятой личности об окружающей среде, набор понятий о том что хорошо, а что плохо, заключена база знаний, навыков, практического опыта, определены ценности, нормы, принципы и воззрения. На его основе строятся все межличностные и внутрисоциальные взаимодействия. Оно наполняется в процессе жизни, профессиональной, учебной, групповой, творческой и иной деятельности. Помимо владения способами работы с данными, их анализа и

44 Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации: В 2-х ч. – Ч. I Техника и технология сбора и обработки информации. М., 2002.

представления, запоминания, дачи критической оценки к ИПЛ относится так же репутация, лидерские качества, известность и т.п.

Кроме классификации по радиусу действия и специфике можно проводить деление по природе их происхождения на «естественные и искусственные информационные поля»⁴⁵. Первое является копией, отражением окружающего мира и процессов, протекающих в нем, а второе имеет антропогенный характер, создано людьми.

Рассматривая информационные поля важно обозначить их функции. Одной из очевидных и важнейших стала информационная функция. Она связана с трансляцией и усвоением знаний, освящением событий. Второй, не менее важной, является функция социальной связи. Она заключается не только в обеспечении социализации индивида путем поддержания существующих норм, ценностей и отношений, но и в формировании общественного мнения путем комментирования и интерпретации происходящего это обеспечивает как координацию разнонаправленной социальной активности, так и формирование благоприятного фона внутрисоциальных взаимодействий. В основе принятия решений, формирований взглядов на происходящие события и прогнозирования их развития лежат психические процессы субъективного отражения объективной реальности; ее структурное устройство в которой кроются мотивы и объяснения реакций человека в ответ на раздражители окружающей среды. 3.

45 Фомин А. А. Формирование информационного пространства в современной России: проблемы и перспективы // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 2. С. 192-195. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-2-192-195>

Фрейд в своей знаменитой работе "Основы психоанализа" выделил «три составляющие психики: я, сверх-я и оно»⁴⁶.

В тоже время помимо внутриличностные факторов анализа, оценки и реагирования на эти процессы влияет и коллективное бессознательное. То есть социум по средствам социальных, норм устоев, общественно порицания/поощрения, контроля, системы стереотипов и ярлыков и во многом благодаря стремлению самого человека к употреблению большинству, своеобразной мимикрии.

Можно сделать вывод, что благодаря широкому спектру рычагов воздействия и особенностей психологического устройства личности социум оказывает значительно влияние на личность, которое часто не осознается самим индивидом.

Информационное поле так же формируется как отдельным человеком, так и обществом в целом. Социально информационное пространство позволяет объединить, сплотить массы людей, формируя у них идентичные понятийные и ценностные базы, схожее отношение к происходящему, способствуя тем самым становлению социальной, этнической и государственной идентичности, а значит, уменьшая вероятность развития конфликтов и разногласий внутри общества. Как писал В.П. Бех «информация выступает не только в качестве предпосылки, источника, но и необходимой составной части социального пространства, пронизывая собой все его составные части и элементы. Она ... фиксирует не столько количественную,

46 Фрейд З. Введение в психоанализ / Под ред. Е.Е. Соколовой и Т.В. Родионовой -- СПб.: Алетей, 1999. - 200 с.

сколько качественную сторону социальных процессов...»⁴⁷.

Информационные поля напрямую воздействуют на личностную идентификацию путем подкрепления или наоборот подрыва индивидуальных ценностей. Еще одной значимой функцией выступает содействие интеграции, то есть формирование почвы, основы и возможности для диалога, социального общения, а так же содействию в реализации социальных ролей. «Мозаичность информационных полей, информационного взаимодействия и информационной сетевой культуры порождают актора»⁴⁸, новый тип личности этого информационного взаимодействия и информационного обмена. Этот процесс сопровождается формированием новой нормо-ценностной базой, статусами, взаимодействиями и обязанностями, поведенческими реакциями, т.е. формируется новый вид социальной культуры. Факт того, что инфополе может быть экспериментально изучено и не является принципиально неопровержимым, то согласно «критерию фальсифицируемости по Поппера»⁴⁹, то может претендовать на научность. Но, как уже было сказано выше, сам термин является новым и еще не получит общепринятой трактовки, вследствие этого при его употреблении следует давать четкое определение в котором следует его понимать.

Информационные поля обладают широким рядом функций, помимо обеспечения информационных

47 Бех В.П. Философия социального мира: гносеологический анализ. Запорожье: «Тандем - У », 1999. - 284с.

48 Коркия Э. Д., Мамедов А. К. Когнитивный дискурс нового образования: информационное поле и акторы // Глобальный научный потенциал. — 2016. — № 2 (59). — С. 8-15.

49 Поппер К. Логика научного исследования: Пер. с англ. / Под общ. ред. В. Н. Садовского. — М.: Республика, 2004. — 447 с.

взаимодействий. Они продиктованы специфическими чертами и особенностями рассматриваемой структуры. Они характеризуются отсутствием завершенного состояния, изменяясь как качественно, так и количественно. Это обеспечивает их динамичность. Единое информационное поле и поле отдельной личности в частности характеризуется при постоянной изменчивости и наполняемости упругостью, то есть способностью не замечать вносимых в него информационных новаций. Информационное поле личности и социума игнорирует, а иногда и резко негативно, агрессивно реагирует на информацию, подрывающую сформированные устои. Этим во многом обусловлены сложности адаптации людей в новых социально-информационных условиях. С этим связывают прецеденты непринятия инновационных открытий, которыми богата человеческая история. Теория эволюционного развития Чарльза Дарвина своим появлением потрясла не только научное сообщество, но и весь мир. В двадцатом веке она настолько входила в разрез с общепринятыми устоявшимися представлениями, что долгое время была запрещена. Сильнейшим гонениям со стороны общества подвергались теории связанные с устройством вселенной: шарообразная земля, строение солнечной системы и т.д. Свет, автомобили, ракеты, телеграфы, телефоны – все, что сегодня по праву считается научным, техническим прорывом в свое время считалось невероятным, невозможным и подвергалось сильнейшей критике и скепсису. Однако, «благодаря пластичности информационного поля»⁵⁰, которая выражается в способности

50 Бухарин С. Н., Малков С. Ю. Основы теории информационного поля // Инноватика и экспертиза — 2014. — №12. — С. 131-147.

адаптации и изменения, проявляющихся в тех ситуациях, когда «наблюдается некая усталость общественного мнения от старых стереотипов, и появление новых и эффективных»⁵¹, со временем изобретения и научные теории плотно входили в общественную жизнь. Информационные поля, так же как и информационное пространство структурированы, то есть неоднородны. Объяснение кроется в резонансности инфополя. Это свойство заключается в «непропорциональном усилении темы, попавшей в резонанс с имеющимися в информационном поле стереотипами»⁵². При появлении острого конфликта между массовым стереотипным мышлением и одним из информационных потоков средства массовой информации, общество и других участники информационного взаимодействия начинают фокусироваться на фактах подтверждения устоявшейся социальной позиции.

Рассматривая информационное поле, как структуру, влияющую на социальную реальность, стоит отметить, что это воздействие может быть как положительным, так и деструктивным, вызывая не продиктованные объективными факторами всплески социальной активности. Ярким примером может послужить дефицит и резкое подорожание гречневой крупы в Пензе, вызванный информационной уткой региональных СМИ. Существенные последствия не имели под собой реальных причин резкого повышения спроса. Нужно отметить еще одно важнейшее свойство нового информационного пространства, информационных полей и

51 Малков С. Ю. О рисках информационного общества // Информационное общество. — 2018. — № 2. — С. 19-24.

52 Попова В. О., Балезина Е. А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. №2 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sredstv-massovoy-informatsii-v-formirovanii-stererotipov-massovogo-soznaniya> (дата обращения: 30.05.2019).

человека. Оно заключается в переходе «дискретного информационного пространства и дискретного информационного взаимодействия к континуальному (непрерывному) и континуальному человеческому присутствию в нем. Именно континуальное присутствие человека в континуальном информационном пространстве делает его социальным»⁵³. Оно неразрывно связано с жизнью социума и сопровождает все процессы взаимодействия, «само становится общественной жизнью»⁵⁴.

1.2. Механизмы формирования информационного поля

Совокупность механизмов образования и расширения информационного поля составляет методологию формирования информационного пространства, она заключается в увеличении ключей поступления информации вследствие деятельности личности. Возникновение информационного поля личности представляет собой длительный процесс, для которого недостаточно одного только акта информационного обмена, который, он, не смотря на межсубъектность, нередко носит односторонний характер.

Для более четкого понимания процесса формирования информационного поля человека необходимо рассмотреть его внутреннюю структуру, которая образована иерархией относительно устойчивых социально-информационных шаблонов личности. Любое потребление информации сопряжено с субъективными интерпретациями и оценками,

⁵³ Цветков В.Я. Информационное пространство как ресурс познания // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 3-2. – С. 207-212.

⁵⁴ Раецкая О. В. Социальные последствия информатизации // ПНиО. 2013. №1.

основанными на знаниях и опыте отдельно взятого субъекта. Они характеризуются изменчивостью под воздействием факторной аргументации⁵⁵, часто носят эмоциональную окраску. Отдельно стоит выделить устойчивые интерпретации – часть интерпретаций, которые привязываются к событию или объекту более плотно. Устойчивые интерпретации – это некие минимальные кластеры, которые начинают объединять информационное поле. На более высоком уровне устойчивые интерпретации порождают стереотипы и группы стереотипов, – которые уже сами по себе являются механизмами для выработки интерпретаций. Они способствуют восприятию реальности под углом зрения этих стереотипов и определенному развитию информационных оценок в том русле, которое эти стереотипы определяют. Они помогают выработать упрощенное восприятие какого-либо человека, группы, социального явления, события, основанное на внешнем факторе, обобщении, принадлежности к той или иной группе – социальной (национальной, религиозной, возрастной), информационной (СМИ, пресса, Интернет, телевидение) и т.д. Стереотипы формируются на основе слияния личного жизненного опыта и информации, полученной из внешних источников: пример родителей, закрепленный в детстве как норма; пример окружающих, принимаемый или отчуждаемый; продуктов художественной культуры; продуктов массовой культуры; медийных продуктов. При этом стереотип не связан с реальным опытом взаимодействия с данным конкретным человеком или

55 Алексеев А. П. Рациональность аргументации в современных коммуникативных контекстах // *Информационное общество*. — 2013. — № 3. — С. 11-17.

объектом. Можно выделить на более высоком уровне стереотипы формируют то, что можно назвать информационные шаблоны - некие повседневные теории информационных оценок ситуаций. На самом высоком уровне слипание наиболее дальнедействующих, устойчивых и глубоких информационных шаблонов позволяет образовывать некий феномен, который в данном случае можно назвать идеология. Идеология здесь понимается как информационный идеологический каркас реальности, высший уровень структуризации информационного поля на его собственной основе. Это некая энергетика солидарности, свойственная сообществу, когда в сообществе или в каких-то социальных группах появляется мотивация к объединению, которая позволяет объединиться и начать действовать резонансно широкому сообществу людей.

Наполнение эти структур составляют информационное поля человека, а источники и каналы, из которых человек черпал информацию, обуславливают механизмы и стратегии его формирования. При рассмотрении механизмов формирования важно отметить градацию информационного поля человека на первичное поле и вторичное, или приобретенное. К первичному информационному полю относятся как биологические стереотипы поведения и заложенные природой стремления к взаимному обмену с окружающей средой, познанию и коммуникации, так и систему норм, ценностей, поведенческих особенностей и моделей, заложенных в раннем детстве. С момента рождения человек учится набирать информацию и тем самым, расширять своё информационное поле. Источники и способы

сбора информации образуют собой модель построения информационного поля личности. При этом важно отметить, что любое расширение ИПЧ (Информационного Поля Человека) приводит к усилению личности, хотя часто и требует преодоления сложностей. На первых этапах, когда главным коммуникатором между человеком и окружающей средой является семья, именно она обеспечивает формирование представлений будущего участника социокоммуникационных отношений, так как ведущим механизмом усвоения информации у ребенка является подражание. Традиционно семья – главный институт воспитания. Именно в семье человек получает первый жизненный опыт, делает первые наблюдения и учится вести себя в различных ситуациях. То, что человек приобретает в семье, он сохраняет в течение всей последующей жизни. В семье закладываются основы личности. В процессе близких отношений с матерью, отцом, братьями, сестрами, дедушками, бабушками и другими родственниками у ребенка с первых дней жизни начинает формироваться структура личности. Они дают ребенку новые образцы поведения, с их помощью он познает окружающий мир, им он уподобляется во всех своих действиях. Познание окружающей действительности происходит в процессе игры, благодаря непосредственному контакту с предметами, изучение с помощью анализаторов – вкус, цвет, запах, тактильные ощущения во многом и обеспечивают настолько высокую устойчивость первичного информационного поля благодаря эмоциям и личному опыту, который заключается в воспоминаниях.

Приобретённое же информационное поле

характеризуется осознанным поиском, потреблением и осмыслением информации. В ходе рассмотрения этого процесса можно следующие этапы:

а. Этап распознавания. На этой стадии происходит поиск информационных потоков и их внедрение в структуру информационно-коммуникативной системы человека, то есть в его информационное поле.

б. Этап усвоения, представляющий собой непосредственное потребление, осмысление и анализ информации, получаемой из того или иного источника и дальнейшее полное присоединение этой информации к полю человека. Главным индикатором полного присоединения информации является ее использование, практическое применение.

Рассмотренные два этапа составляют онтогенез информационного поля человека. Любое нарушение в этом процессе влекут разрыв информационно-коммуникативной цепи, порождают проблемы с усвоением и анализом информации, являются причиной демонстрации девиантного поведения людей. Формирование знаний об объекте или событии в контексте вторичного информационного поля не требует непосредственного физического контакта с ними. Часто это происходит за счет рассуждений, логического анализа, теоретических предположений и критического осмысления. Стоит отметить, что первичное и приобретенное информационные поля человека находятся в неразрывной связи и взаимодействии, оказывая, прямое воздействие друг

на друга. При этом зачастую информационное поле, сформированное на самых ранних этапах жизни человека, сильнее действует на последующую модель как межличностного, так и социо-личностного взаимодействия, сложнее поддается изменениям и корректировкам, чем вторичное информационное поле.

Особенно актуальным изучение механизмов образования информационных полей становится именно сегодня, так как происходит процесс «семиотизации» общества — появления и развитие многочисленных знаковых систем, благодаря которым информационное поле, представляющее собой специфическое информационное окружение человека, становится многокомпонентным. Поток информации, с которым ежедневно, ежечасно сталкивается человек, становится все более мощным. Возможности информационных технологий непрерывно растут и уже настолько велики, что возникает проблема информационной (коммуникативной) адаптации человека в социуме. Современное общество находится на такой стадии развития, что будущее напрямую сопряжено с информатизацией всех сфер человеческой деятельности.

Рассматривая схемы построения инфополя личности, следует в первую очередь рассмотреть механизмы и основные каналы получения информации, данных и знаний. Окружающая действительность – динамичная среда, в которой происходит непрерывный переход энергий, состояний веществ и т.п. Именно данные об этом и считываются человеком, представляя собой первичные

обыденные данные. То есть можно говорить о том, что данные представляют собой лишь воспринимаемые человеческим организмом сигналы, содержащие информационную нагрузку. При этом не все данные трансформируются в информацию, так как она возникает только в процессе осмысления и анализа первых. Кроме того при рассмотрении процесса перерождения данных в информацию следует учитывать две особенности. Во-первых, одни и те же данные могут служить основанием для формирования разной информации. Это связано с тем, что при осмыслении полученных сигналов человек ориентируется на свой жизненный опыт, знания, морально-нравственную базу и мировоззрение в целом. Во-вторых, информация существует только в момент протекания информационных процессов и имеет свойство видоизменяться со временем в свете новых обстоятельств, переосмысления и т.д.

Подводя итог можно сказать, что информационное поле человека формируется благодаря становлению его личностного отношения к окружающему миру, медов взаимодействия с ним, при этом является полисистемным образованием, изменяя как отдельную информацию под призмой ранее полученных знаний и опыта, так и общее миропредставление изменчиво под воздействием новых данных.

Наиболее важным, на наш взгляд является именно рассмотрение механизмов и источников формирования приобретенного информационного поля. То, что любое

изменение и наполнение информационного поля человека сопряжено с его деятельностью, взаимодействием позволяет в качестве компонентов вторичного информационного пространства человека определить следующие:

- 1) информационная среда — база для формирования информационного пространства;
- 2) коммуникативное пространство — сфера взаимодействия людей друг с другом и с информационной средой;
- 3) понятийно-смысловое пространство — сфера личностных смыслов;
- 4) пространство деятельностей — сфера присвоения способов действий, приобретения опыта и развития способностей.

Окружающая действительность понимается и воспринимается каждым человеком индивидуально, субъективно и состоит из множества подсистем - родственные, рабочие, приятельские отношения и т.д. При этом не представляется возможным построить однозначную модель мировосприятия отдельной личности. Информационная среда, в следствии этого, так же является совокупность подсистем, но может быть изучена благодаря социо-статистическим и психологическим методам. В любой информационной среде можно выделить отдельные ресурсы информации, созываемые ими информационные потоки. В качестве ресурсов могут выступать объекты, события,

явления и процессы окружающего мира. Их анализ строится на базе основных психических процессов человека (восприятия, внимания, памяти и т.д.) и совокупной базы знаний личности.

В ходе описанных процессов происходит взаимодействие всех информационных подсистем человека. Такой процесс, «инициируя изменение в одном информационном подпространстве, влечет за собой модификации в других, что вызывает трансформацию всей структуры информационного поля человека»⁵⁶.

Важно отметить, что структурная организация инфополя — залог правильного, здорового процесса построения взаимодействия человека и внешнего мира, она обеспечивает образование крепких социальных связей и коммуникаций, подтверждая тем самым свою значимость и созидательных характер. Процессы, происходящие с ИПЧ (увеличение/уменьшение объема, дестабилизации/поддержание длительного состояния постоянства) зависят от динамики социальной, интеллектуальной или иной деятельности человека.

Таким образом, пространство личности должно быть не только территорией существования человека, как пассивной единицы системы. В большей степени, оно должно быть сферой реализации желаний, потребностей, целей, задач. То есть, человек должен, всегда находится в процессе поиска, познания, напряжённости для достижения личностного

⁵⁶ Антошкин В.Н. Типологический анализ и повышение эффективности социального управления // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №6. С 5.

развития. Именно деятельность выступает причиной и главной движущей силой в освоении личностью той или иной информационной среды. Именно она представляет собой основу формирования и наполнения ИПЧ. По словам С. Н. Бухарина «информационное пространство человека репрезентируется его деятельностью, т. е. оно начинает проявляться, оформляться, строиться и развиваться в процессе и посредством деятельности»⁵⁷. Следовательно, проводя видовую классификацию деятельности и проводя анализ умений и навыков отдельной личности можно определить основные составляющие ее информационного поля.

Методы организации и собственно осуществление деятельности позволяют выявить границы информационного поля человека. Других способов выявления его в современной науке нет, так как оно представляет собой внутриличностные представление об окружающей реальности. И как в случаи с другими субъективными, индивидуальными восприятиями мы можем изучать информационное поле лишь по внешним коммуникативным и информационным проявлениям. И именно количественные исследования помогут получить наиболее репрезентативные данные об изучаемом объекте.

Таким образом, можно сделать вывод, что именно на основе деятельности как специфической человеческой формы активного отношения к окружающему миру, содержание которой составляет его целесообразное

57 Бухарин С. Н., Малков С. Ю. Основы теории информационного поля // Инноватика и экспертиза — 2014. — №12. — С. 131-147.

изменение и преобразование в интересах человека и строятся механизмы формирования информационного поля человека. Деятельность носит целенаправленный характер и направлена на достижение сознательно поставленной цели. Бесцельная активность не является деятельностью. Деятельность фиксирует в своем содержании акт столкновения целеполагающей свободной воли субъекта, с одной стороны, и объективных закономерностей бытия - с другой.

В разрезе социологического знания существует несколько видов различных критериев классификации деятельности. На основании особенностей проявления человеческой активности выделяют внешнюю и внутреннюю деятельность. Если внешняя связана с действиями с реальными предметами и сопровождается движением, усилием мышц и т.д., то внутренняя деятельность заключается в умственном труде человека. Количественная характеристика субъекта позволяет выделять индивидуальную и коллективную деятельность. Характер самой деятельности трактует ее градацию на репродуктивную и творческую. Репродуктивная заключается в работе по образцу, а творческая предполагает новаторство, отхождение от шаблонов и стандартов. Так же деятельность можно рассматривать в соотношении с общественным прогрессом и выделить реакционную и прогрессивную деятельность, кроме того можно углубить градацию рассмотрением деятельности в пределах разных социальных сфер - экономической, политической, социальной, духовной.

В онтогенетическом развитии человека обычно выделяются три ведущих вида деятельности: игра, учение, труд. В последнее время отдельно стали так же выделять общение и творчество.

На наш взгляд одной из самых полных и подходящих классификаций деятельности, с точки зрения рассмотрения ее как базиса информационного поля личности является градация на основе потребностей. Выделяют материальную (практическую) деятельность и духовную.

Практическая деятельность связана с созданием необходимых для удовлетворения человеческих потребностей вещей, материальных благ. Ее структуру составляют материально производственная деятельность, связанная с преобразованием природы и социально-преобразовательная, связанная с изменением социальных условий.

Духовная деятельность человека направлена на изменение индивидуального и общественного сознания. Она реализуется в сферах искусства, религии, научного творчества, в моральных поступках, организуя коллективную жизнь и ориентируя человека на решение проблем смысла жизни, счастья, благополучия. Духовная деятельность включает в себя деятельность познавательную (получение знаний о мире), ценностно-ориентировочную (определение норм и принципов жизни), прогностическую (выстраивание моделей будущего) и др.

Осваивая различные виды деятельности, человек постепенно продвигается в своем развитии.

Таким образом, делая отсылки к видам деятельности можно определить следующие каналы, способствующие увеличению количества информационных потоков, а значит и формированию информационного поля человека, т.е. те каналы, которые становятся причиной появления новых информационных источников. К ним относятся:

1. Профессиональная ориентация (углубление знаний в специализированных областях, оттачивание профессионального мастерства)

2. Образование (прохождение ступеней образования, самообразование, научная и исследовательская деятельность)⁵⁸

3. Искусство (чтение художественной литературы, кинематограф, живопись, музыка и т.д.)

4. Творчество (социальное, научно-техническое, художественное, изобретательское, музыкальное и т.д.)

5. Хобби и увлечения

6. Многообразные межличностные коммуникации

7. Новые технологии

8. Средства массовой информации

⁵⁸ Ершова Т. В., Зива С. В. Ключевые компетенции в цифровой экономике // Информационное общество. — 2018. — № 3. — С. 4–20.

9. Критические жизненные ситуации

10. Туризм

11. Миграции

12. Общественная деятельность и взаимодействие с социальными институтами

Можно заметить, что многие каналы построения и расширения информационного поля имеют коллективный характер. Это связано с тем, что новые социальные условия «порождают зависимость информированности одного человека от информации, приобретенной другими людьми»⁵⁹. Это порождает необходимость не только освоения навыков работы с поступающими данными, их обработкой, но и в умении использования накопленного социального знания и опыта, т.е. коллективного знания. Объединение этих двух основных направлений в становлении информационной компетентности человека легло в основу определения «информационная культура». Она во многом индивидуальна, но при этом продиктована общим состоянием социума. Именно информационная культура трактует механизмы формирования информационного поля отдельного человека.

При определении понятия «информационная культура» выделяются два аспекта: информологический и культурологический.

В рамках информологического подхода под

⁵⁹ Раецкая О. В. Социальные последствия информатизации // ПНиО. 2013. №1. С. 47-59.

информационной культурой подразумевается совокупность знаний, умений и навыков поиска, отбора, хранения, анализа информации, то есть всего, что включается в информационную деятельность, направленную на удовлетворение информационных потребностей. Информационная культура — это умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы.

При использовании культурологического подхода содержание понятия «информационная культура» расширяется, так как вся накопленная человечеством информация является достоянием мировой культуры. В таком плане информационная культура рассматривается как «способ жизнедеятельности человека в информационном обществе, как составляющая процесса формирования культуры человечества»⁶⁰.

Для свободной ориентации в информационном потоке человек должен обладать информационной культурой как одной из составляющих общей культуры. Информационная культура связана с социальной природой человека. Она является продуктом разнообразных творческих способностей человека и проявляется в следующих аспектах:

- в конкретных навыках по использованию технических устройств, от телефона до персонального компьютера и компьютерных сетей;

60 Виноградова Т.С. Информационная компетентность: проблемы интерпретации //Человек и образование. - 2012. - № 2. - С. 92-98.

- в способности использовать в своей деятельности компьютерную информационную технологию, базовой составляющей которой являются многочисленные программные продукты;
- в умении извлекать информацию из различных источников, как из периодической печати, так и из электронных коммуникационных систем, представлять ее в понятном виде и уметь эффективно использовать;
- во владении основами аналитической переработки информации;
- в умении работать с различной информацией;
- в знании особенностей информационных потоков в своей области деятельности.

Неотъемлемой частью информационной культуры является знание информационной технологии и умение применять ее в своей деятельности как для «автоматизации рутинных операций, так и для неординарных ситуаций»⁶¹, требующих нетрадиционного творческого подхода.

Основными факторами развития информационной культуры являются:

1. система образования, определяющая общий уровень интеллектуального развития людей;
2. информационная инфраструктура, определяющая возможности людей получать, передавать, хранить и использовать информацию;

⁶¹ Торрас-Кальво М.-К. Продвижение медиа- и информационной грамотности во всем мире: возможности плодотворного сотрудничества. – материалы Междун. конф. « Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. М.: МЦБС, 2013. – С.33-35.

3. развитие экономики страны, определяющей материальные возможности людей при использовании современных информационных технических средств: компьютеров, телевизоров, электронных средств коммуникации и т. п.

Информационная культура определяет во многом социальное развитие, которое в первую очередь завязано не на техническом прогрессе, а на качественных и количественных изменениях в информационно-коммуникационных взаимодействиях, происходящих, в том числе вследствие этого прогресса. В подтверждении этого А.И. Ракитов утверждал, что именно информационные революции с древнейших времен являлись знаковыми точками в истории человечества, каждая из которых ознаменовывала новую эпоху в жизни людей. В рамках этой идеи можно провести типологизацию информационной культуры, в основе которой лежит «вид информационных технологий»⁶²:

1. Устная речь
2. Письменность
3. Книгопечатанье
4. ИКТ

Так, информационная культура, основанная на устной речи, соотносится с архаическим цивилизационным этапом, а современный этап характеризуется информационной культурой компьютерных информационных технологий, которая определяет специфические черты информационной

⁶² Круль А.С. Типологический анализ как способ моделирования информационной структуры социальных систем // Вестник Карагандинского университета. 2012. №1. С. 87 - 92.

сферы и механизмы построения информационного пространства.

Несомненно, семья, школа и ближайшее окружение продолжают играть большую роль в становлении информационного пространства. Но если раньше их влияние распространялось как первичное ИПЧ, так и на приобретенное, то сейчас благодаря многообразию новых форм передачи информации, новых источников и их доступности они часто становятся «одними из». Сохраняется книжная культура и классическое искусство, при этом появляются новые виды искусства, которые порой много перенимают у своих предшественников. Формируются новые способы передачи, и обработки информации. Все эти изменения приводят к кардинальным внутриличностным изменениям.

Возникло новое экранное мышление, для которого характерно сращение логического и образного, понятийного и чувственно-наглядного. Вместо однозначного и однонаправленного потока информации от текста к культурному субъекту здесь возникли элементы диалога с экраном, что находит выражение, в частности, в компьютерных экзаменах, играх и т.д. Прежнее культурное достояние общества или индивида утратило свое значение именно с появлением массмедиа, как считает французский социолог А. Моль. При этом даже базовая система образования, принятая в обществе, также перестает играть прежнюю роль. В результате более или менее целостная система знаний и ценностей, составляющая мировоззрение и структуру личности, заменяется набором переменчивых

установок, на которые постоянно воздействуют средства массовой информации (СМИ).

Но наряду с массовой культурой, особую роль в формировании информационной культуры играют телекоммуникационные электронные технологии. Именно они создают техническую возможность для создания сверхнасыщенного информационного поля, которое практически повсеместно окружает современного человека, но, при всей его вседесущности, воздействие его носит скорее выборочный, адресный характер. В результате появления этих технологий происходит отход от централизованного распределения информации.

Таким образом, благодаря взаимодействию и массивами данных и базами знаний, качественно повышая уровень своих навыков и умений, формируя себя, как разностороннюю личность, а следовательно увеличивая массив доступных информационных каналов приводит к соучастию в становлении культуры информации и новой кибер реальности

ГЛАВА 2 Молодежь, как участник информационно-коммуникативных социальных взаимодействий

2.1. Социально-психологические особенности молодежи

Интерес к молодежи как социальной общности в социально-гуманитарном знании и конкретно в социологии начинает формироваться в эпоху индустриализации. Данному процессу способствовало увеличение роли образования в индустриальном обществе, благодаря чему продлился период перехода от детства к зрелости вплоть до 21 года.

Эпоха индустриального общества - это период зарождения молодежи как социальной общности, имеющей свою собственную аксиологическую систему и свою роль в процессе общественного воспроизводства, которая подчеркивалась важностью профессионального образования для молодежи, т. к. молодежь рассматривалась в качестве основной производственной силы.

Молодежь столкнулась с рядом новых процессов, происходящих в обществе, и начинает рассматриваться социологами в русле социальных перемен, где определяющую роль играют проблемы ценностных ориентаций молодежи, ее самоидентификация и процесс социализации молодежи.

В 20-30-х гг. XX в. сформировались теоретико-методологические основы классических теорий, своеобразно определяющих сущность молодежи. Систематизировав их, профессор В.А. Луков выделил три принципиально

различающихся подхода к определению сущности молодежи: социально-психологический, субкультурный и стратификационный, которые обнаруживаются и в современных научных работах, политических и правовых документах.

Так, стратификационный подход основан на демографических принципах условного деления общества на возрастные группы и представляет молодежь хронологически ограниченной возрастом социально-демографической группой, которая имеет специфичные социальные позиции, статус и роли, является объектом и субъектом процесса смены поколений.

Субкультурный подход выделяет молодежь в обществе как социокультурную группу со специфическим образом жизни, стилем поведения, культурными нормами, ценностями. Так, в работах Э. Шпрангера, М. Мида, Т. Парсонса, Т. Розака, Ч. Рейча и других ученых молодежь рассматривается через совокупность присущих ей культурных свойств и функций.

Социально-психологический подход представляет молодежь социальной группой, выделяемой в структуре общества по периоду возрастных гормональных перестроек организмов большинства людей, которые сопровождаются повышением их активности и социальной мобильности, стремлением к повышению социального статуса. При этом особое внимание уделяется психологическому состоянию человека, которое особым образом сказывается на его социальном поведении. Указанные личностные качества у

большинства людей проявляются в возрасте от 14 до 30 лет и могут выступать в качестве группообразующих признаков молодежи.

Теоретическую основу такого подхода создали труды Г. Стэнли Холла, К. Грооса, Ш. Бюлера, А. Фрейда, В. Райха, Э. Фромма, Э. Эриксона и других социальных психологов. В самом широком понятийном контексте они рассматривают молодежь как обширную совокупность групповых общностей, образующихся на основе возрастных признаков и связанных с ними основных видов деятельности. В более узком смысле, который свойственен научным работам социологического характера, молодежь понимается как социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей.

Этот подход нашел широкое применение и в российской науке, которая признает, что нижняя возрастная граница молодежи - 14 лет - может определяться усредненным возрастом наступления половой зрелости, а верхняя граница определяется в широком возрастном диапазоне в зависимости от многих качеств индивида, достижением его экономической самостоятельности, вступлением в семейно-брачные отношения и т.п. конкретных условий социализации.

В ходе накопления и систематизации знаний были сформированы различные подходы к изучению социально-психологических особенностей молодых людей: с позиции демографии, физиологии, психологии, социологии.

Демографические подходы к рассмотрению молодежи как особой части общества связаны с ее возрастной характеристикой. С точки зрения демографии именно она обуславливает социально-психологические особенности, специфику социального статуса, ролевые функции, социокультурное поведение, и процесс социализации.

Определение возрастных границ молодости до сих пор остается предметом научных дискуссий. На сегодняшний день существует множество теорий и схем возрастной периодизации молодежи, что отражает объективный факт многомерности и многовариантности человеческого развития, включающего в себя и онтогенез, и социализацию, и творческий жизненный поиск. Известный отечественный социолог И.В. Бестужев-Лада, говоря о проблеме определения демографических рамок молодежи, пишет: «Дело в том, что «молодежь» - не только и не столько возрастное понятие, сколько социальное и историческое». Так, В. Квин определяет границы молодости от 18 до 40 лет; Г. Крайг молодость включает в раннюю взрослость (20-40 лет), Всемирная организация здравоохранения определяет границы молодости от 18 до 44 лет. А.В. Толстых обозначает, что молодость охватывает период жизни от окончания юности (20-23 года) примерно до 30 лет, когда человек «более или менее утверждается во взрослой жизни». Русский статистик и демограф первой половины XIX в. А. П. Рославский-Петровский выделял молодежь, как людей в возрасте 16 - 30 лет.

В России в соответствии со Стратегией государственной

молодёжной политики в Российской Федерации, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 года N 1760-р к категории молодёжи в России относятся граждане России от 14 до 30 лет.

По причине достаточно широкого возрастного охвата Б.А.Ручкин предлагает при изучении молодежи с целью классификации и обеспечения более точного соотнесения результатов научных исследования выделять следующие периоды: подростки до 18 лет, молодёжь от 18 до 24, молодые взрослые от 25 до 30 лет. Это классификация является «усредненной» и наиболее часто используемой в современных научных трудах. Так же часто встречается разделение на раннюю юность, юность или раннюю зрелость (Брамли) и молодых взрослых или период ранней зрелости (Биррен), которое соответствует вышеуказанным возрастным промежуткам.

Молодежь становится пристальным объектом внимания и изучения во многом благодаря тому, что представляет собой наиболее активную, быстро развивающуюся и легко адаптирующуюся к новым условиям часть социума. Именно психофизиологические функции, которые достигают в этот период оптимума своего развития, обеспечивают эту уникальность.

Е.Ф. Рыбалко отмечает, что около 20-25 лет наблюдается оптимум цветовой чувствительности, остроты зрения, сенсомоторные реакции. Происходит общесоматическое развитие, достигает своего оптимума физическое и половое

созревание. Л.С. Выготский отмечал, что в подростковом возрасте происходит несовпадение во времени трех сторон развития: интеллектуального, полового и социального. Б.Г. Ананьев, так же указывая на несовпадение во времени наступления зрелости человека как индивида (физическая зрелость), как личности (гражданской зрелости), как субъекта познания и труда (умственная зрелость и трудоспособность) констатировал, что именно в период молодости происходит выравнивание темпов развития отдельных сторон личности. И хотя может сохраняться гетерохронность развития, согласно которой различные стороны личности развиваются независимо, но, тем не менее, в зависимости от жизненной позиции, стиля жизни, развитие будет преобладать в каком-то направлении. Кроме того отмечал, что продолжают активно развиваться интеллектуальные и вербальные функции.

Что касается развития познавательной сферы, то динамика и направление развития ее может быть как положительной, так и отрицательной, при достижении молодости (ранней зрелости) в значительной степени имеет индивидуально-ситуативную обусловленность. С. Пако считает, что в этом процессе участвуют внутренние и внешние факторы. К внутренним факторам относится одаренность индивида. У более одаренных индивидуумов интеллектуальный прогресс длительный, инволюция наступает позже и происходит медленнее, чем у менее одаренных. Внешние факторы – это социально-экономические и культурные условия. Так как после школы образование

носит не столько обязательную, сколько личностную обусловленность.

Развитие когнитивных функций в юности можно охарактеризовать с двух позиций:

1. количественная;
2. качественная.

И. В. Носко характеризуют их следующим образом: «Первая отражает тот факт, что юношеский интеллект более быстр, подвижен, эффективен, чем интеллект подростка. Качественные изменения – это сдвиги в самой структуре мыслительных процессов: важно не то, с какими задачами справляется юношеский интеллект, а то, каким образом он это делает».

Таким образом, в общепсихическом развитии молодых людей отличают определенные процессы:

- интенсивное развитие высших психических функций;
- активная социализация личности;
- становление личности в целом;
- становление всей интеллектуальной системы.

Однако в этом возрасте есть вероятность появления противоречия между возможностями и вероятностью их реализации. Вот как описывает названный процесс М. В. Буланова-Топоркова: «Непрерывно возрастающие творческие возможности, развитие интеллектуальных и физических сил, которые сопровождаются и расцветом внешней привлекательности, скрывают в себе и иллюзии, что это возрастание сил будет продолжаться «вечно», что вся лучшая жизнь еще впереди, что всего задуманного можно легко достичь».

В нейрофизиологических особенностях молодежи, которые находятся в тесной взаимосвязи с развитием центральной нервной системы, важнейшими являются:

1. наименьший латентный период реакций на какое-либо внешнее воздействие раздражителя;
2. оптимум отличительной и абсолютной чувствительности всех без исключения анализаторов;
3. наибольшая пластичность коры головного мозга и высокая гибкость в образовании сложных психомоторных и других навыков;
4. наибольший объем кратковременной памяти зрительной и слуховой модальности;
5. высокие показатели внимания;
6. оптимум развития интеллектуальных функций совпадает с периодом между 18 и 20 годами;
7. высокая скорость решения вербально-логических задач;
8. интенсивное развитие всех видов чувств, повышенная эмоциональная чувствительность (раздражимость) к различным обстоятельствам окружающей жизни.

Интеллектуальное развитие в юношеском возрасте характеризуется появлением нескольких новообразований:

1. развитие теоретического мышления: юноши часто задают себе вопрос «Почему?», при этом наблюдается особая критичность их отношения к себе, к преподавателям, а также содержанию тех знаний, которые они получают в процессе обучения.
2. Выраженная тяга к обобщениям или поиск новых принципов и закономерностей, которые стоят за частными

фактами. Однако часто в мышлении наблюдается сочетание тяги к «космическим» или глобальным обобщениям вместе с отсутствием метода и системы в получении знаний, разбросанностью.

3. Склонность к преувеличению собственных интеллектуальных способностей, а также силы собственного интеллекта, уровня самостоятельности, уровня знаний в совокупности с тягой к вычурной, показной интеллектуальности.

Понятие молодежи во многом основано на учете особенностей психологического развития человека. По данным ученых, к восемнадцатилетнему возрасту заканчивается формирование основных психофизических особенностей человека, а к 24 годам завершаются процессы роста в человеческом организме, и формируется социальный статус личности. Все это в совокупности, с одной стороны, отличает молодежь от других возрастных и социальных групп общества, а с другой, позволяет ей объективно занимать своеобразное место во всех сферах жизнедеятельности общества.

Для личности в период юности характерны определенные психологические особенности общения:

1. стремление удовлетворить ведущие социальные потребности (потребность в признании, самоутверждении, в приобретении нового опыта, в социальных контактах) посредством общения;

2. направленность на создание более зрелых отношений с взрослыми и сверстниками.

Именно в период юности личность впервые знакомится с

ощущением одиночества. Одиночество – достаточно распространенное ощущение и чувство среди современных юношей и девушек.

Одиночество в период юности может воздействовать как негативно, так и позитивно. На базе собственного исследования Е. В. Неумоева-Колчеданцева определила следующие негативные влияния одиночества на юношей:

1. создание дисбаланса в отношениях с группой сверстников, а также обеспечение определенных сложностей в отношении к себе;

2. оказание обесценивающего воздействия на самоотношение и отношение к своей жизни (жизнь – эмоционально пустая и бессмысленная), обеспечение возникновения сомнений в ценности собственной личности, ведение к выраженному самообвинению, в меньшей степени – усложнение самопринятия и снижение самоуверенности;

3. отрицательное воздействие на самовосприятие личности: снижение оценки умения контролировать события своей жизни, обуславливание восприятия себя как человека, которые не способен вызвать позитивные чувства у других людей, актуализация внутренних конфликтов личности;

4. негативное воздействие на характерологические особенности личности и выражение в поведении (фактор оппозиционного поведения и уступчивости, склонности к подчинению, неуверенности, консерватизму и эгоцентризму).

При этом она называет и позитивный потенциал одиночества, который определяется в «том, что оно является фактором низкой самопривязанности, т. е. своего рода индикатором неудовлетворенности человека своим положением, вызывает стремление соответствовать

идеальным представлениям о себе».

В психологическом плане молодость представляет собой период формирования характера и самоидентификации, что связано с формированием самосознания, мировоззрения, чувства ответственности.

Психология юношеского возраста — один из старейших разделов психологии развития. Благодаря многочисленным исследованиям и научным работам сформировано несколько концептуальных подходов к рассмотрению молодости, как объекта изучения:

1. Биогенетическая концепция (С.Холл, А. Гезелл, К.Конрад).

Детерминантой большинства процессов развития в период молодости являются биологические процессы, которые отличает ряд характеристик:

- мощный рост различных функций и способностей;
- достижение различными способностями и функциями организма наивысшего уровня.

Книгу Стэнли Холла «Инстинкты и чувства в юношеском возрасте» можно характеризовать как первое системное изложение теории молодежи, которая получила название социогенетическая модель. Согласно ей процессом развития человека управляют внутренние биологические факторы. В своей работе Холл говорил о психологии молодежи и ее отношении к антропологии, социологии, сексу, преступности, религии и образованию. В ней автор дал теоретическое осмысление возрастной группы молодежи как носительницы психофизических свойств молодости. Содержание

подросткового периода развития С. Холлом обозначается как кризис самосознания, Холл назвал этот период «буря и натиск», преодолев который, человек приобретает «чувство индивидуальности», что ознаменовывает наступление нового периода - юности, молодости. По мнению ученого он продолжается с 13-24 лет. Заслуга Холла состоит в том, что он впервые описал амбивалентность и парадоксальность характера юноши. Им, в частности, были выделены 12 антитез — противоречий, между которыми колеблется юность: чрезмерная активность сменяется упадком сил, неистовая веселость — унынием, самоуверенность — застенчивостью и трусостью, стремление к высокому — низменными страстями, общительность — потребностью в уединении и т. д. По Холлу, альтруизм и эгоизм в этом возрасте постоянно переходят друг в друга, живая любознательность легко сменяется «умственным равнодушием и сумасбродством», активность образного восприятия контрастирует с тягой к абстрактным рассуждениям.

Ученик С. Холла, известный американский психолог А. Гезелл (1880—1971) проводил лонгитюдное изучение с помощью повторяющихся срезов. «Рост» и «развитие» для Гезелла синонимы, обозначающие процесс прогрессивной дифференциации и интеграции способов поведения. Признавая факт культурных влияний, Гезелл подчеркивает, что «культура модулирует и канализирует, но не порождает этапов и тенденций развития». Как ни важно обучение и приобщение индивида к культуре, оно никогда не может пересилить влияние созревания. Юношеский возраст, т. е.

переход от детства к взрослости, продолжается, по Гезеллу, от 11 до 21 года. В 14 лет интроверсия сменяется экстраверсией, подросток экспансивен, энергичен, общителен, возрастает его уверенность в себе, а также интерес к другим людям и различиям между ними; он очарован словом «личность», любит обсуждать и сравнивать себя с другими, активно идентифицируется с героями кино и литературы, узнавая в них собственные черты. Сущность 15-летия, пишет Гезелл, невозможно выразить в единой формуле, так как быстро нарастают индивидуальные различия. Новообразования этого возраста — рост духа независимости, который делает отношения подростка в семье и в школе весьма напряженными, жажда свободы от внешнего контроля сочетается с ростом самоконтроля и началом сознательного самовоспитания. Это повышает ранимость подростка и его восприимчивость к вредным влияниям. В 16 лет снова наступает равновесие: мятежность уступает место жизнерадостности, значительно увеличивается внутренняя самостоятельность, эмоциональная уравновешенность, общительность, устремленность в будущее. Эти характеристики, по мнению ученого, сохраняются до завершения периода молодости, которое ознаменовывается наступлением кризиса среднего возраста.

К. Конрад последователь Э. Кречмера, автора “конституциональной психологии”, предположил, что характеристики, выдвинутые в рамках этой биогенетической концепции применимы и к возрастным стадиям. Предподростковый возраст с его бурными вспышками

является преимущественно «циклоидным» типом (человек легковозбудимый, непосредственный, крайне неустойчивый по настроению), а молодость с ее тягой к самоанализу — «шизоидным» (человек замкнутый, неконтактный, эмоционально скованный).

2. Концепция персонологической (личностной) ориентации (Э. Штрангер, Ш. Бюлер).

По мнению немецкого философа и психолога Эдуарда Шпрангера (1882—1963), автора книги «Психология юношеского возраста» (1924), главная задача психологии — познание внутреннего мира личности, тесно связанного с культурой. Юношеский возраст, который тянется у девочек с 13 до 19, а у мальчиков с 14 до 22 лет,— прежде всего стадия духовного развития, хотя оно и связано с комплексом психофизиологических процессов. Главные новообразования этого возраста, по Шпрангеру,— открытие «Я», развитие рефлексии, осознание собственной индивидуальности и ее свойств; появление жизненного плана, установки на сознательное построение собственной жизни; постепенное вращание в различные сферы жизни. Процесс этот идет изнутри вовне: от открытия «Я» к практическому включению в различные виды жизнедеятельности. Так же исследователь отмечал, что у 17—21-летних на первый план выступает «кризис оторванности», чувство одиночества и т.д. вызванные самоанализом и осознанием своего места в структуре социума.

Теория Шпрангера была существенно конкретизирована и развита Ш. Бюлер «Душевная жизнь юношества» (1922 г).

Исследовательница уделяет особое внимание разграничению биологического и культурного созревания, которые не совпадают ни по срокам, ни по содержанию. Связывая биологическое и культурное созревание с особенностями протекания психических процессов, Бюлер выделяет две фазы: негативную и позитивную. У большинства позитивная фаза выпадает на период молодости и характеризуется тем, что человек начинает ощущать близость с природой, по-новому воспринимать искусство, у него появляется новый мир ценностей, потребность в интимной человеческой близости, он испытывает чувство любви, мечтает. Возрастает интерес к собственной личности, обостряется чувство непохожести на других и как следствие чувство одиночества, поднимается проблема времени и скоротечности жизни, наблюдается поиск идеала и жажда любви.

3. Теория молодости как объекта психоанализа (З.Фрейд, Э. Эриксон).

Молодость с точки зрения психоанализа совпадает с началом финальной стадии становления личности. Мухина В. называет юность периодом, «когда человек может пройти путь от неуверенного, непоследовательного отрока, притязающего на взрослость, до действительного повзросления». На этом этапе человек выделяет те черты культуры и социума, с которыми он себя отождествляет, т. е. понимает себя как часть какого-либо сообщества, но при этом осознает и свою индивидуальность, то есть то, что отличает его от этой системы, от других ее представителей. При этом поведение человека в

значительной степени обусловлено тем, как он оценивает свои социальные роли, то есть тем, как он определяет себя.

1. С точки зрения психоанализа З. Фрейда феномен идентификации имеет чисто эмоциональный характер; является единственным механизмом формирования личности и во многом закладывается еще в детстве, когда ребенок, отождествляя себя с родителями, пытается «скопировать» их поведение и сформировать свое «Я». Юность характеризуют в качестве определенного этапа психосексуального развития, когда возникает потребность компенсации инстинктивной энергии либидо с помощью защитных механизмов Я. Проявлением борьбы тенденций между Я и ОНО выступает возрастающее беспокойство и увеличение конфликтных ситуаций. Однако в процессе установления новой гармонии ОНО и Я указанные конфликтные ситуации и беспокойство преодолеваются.

По В. Окум на этом этапе развитие молодого человека можно рассматривать в контакте 3-х самостоятельных систем, связанных с различными аспектами его Я »:

- Я как индивидуум
- Я как член семьи
- Я как работник

Э. Эриксон в своей психосоциальной теории выделяет периоды подростничества и юности, основной задачей которых является создания непротиворечивого образа самого себя в условиях множественности выборов и достижения идентичности. Окончательная выработка психосоциальной

идентичности – является главной характерной чертой периода молодости, т.е. человек осознает себя как единицу общества. По Эриксону молодость, как и другие переходные периоды, сопровождается характерным кризисом – кризисом достижения близости/изоляции. При этом важно заметить, что его продолжительность индивидуальна и может быть сильно растянута во времени, так как самоидентификация – одна из ведущих потребностей человека и пронизывает всю его жизнь.

4. Социально-психологические теории (К.Левин, Ж.Пиаже).

Курт Левин говорил о молодости, как периоде завершения подросткового кризиса. Скорость расширения жизненного пространства, по сравнению с подростковым периодом снижается и происходит в основном за счет профессиональной самоидентификации. Формируется база накопленных знаний о принципах и законах взрослой жизни, что влечет за собой смену характера планирования. Молодой человек начинает постепенно осознавать, что мир – это не только счастье и удовольствие. Начинается распад его детской веры и оптимизма. Подросток способен к планированию на годы вперед, у него появляются цели, планы, мечты, такой вид планирования больше сходен с идеализированным представлением о ходе жизни, тогда как планирование молодежи практически не отличается от планирования взрослого. Жизненный план возникает, с одной стороны, в результате обобщения целей, которые ставит перед собой человек, как следствие построения «пирамиды» мотивов, становления устойчивого ядра

ценностных ориентаций, которые подчиняют себе частные, преходящие стремления. С другой стороны — это результат конкретизации целей и мотивов. В период юности, как правило, закладываются и основы для формирования идентичности индивида как члена устойчивой пары.

Обращенность в будущее, как было сказано выше, становится основной направленностью индивида, а одной из главных проблем — выбор профессии, обретение своей идентичности, что превращается в «аффективный центр» жизненной ситуации, на котором концентрируется основная деятельность и интересы человека.

Молодость становится именно тем периодом во время, которого стираются грани между подростком и взрослым. Человек окончательно перестает быть ребенком и начинает выступать полноценным участником социальных процессов.

Психолог Жан Пиаже (1896—1980) сконцентрировал свое внимание на специфике мышления молодежи. Он отмечал, что к концу подросткового возраста общие умственные способности уже сформированы, однако на протяжении юности они продолжают совершенствоваться. Направленность на будущее, постановка задач профессионального и личностного самоопределения сказывается на всем процессе психического развития, включая и развитие познавательных процессов. Молодые люди приобретают метакогнитивные умения (такие, как текущий самоконтроль и саморегуляция), которые, в свою очередь, влияют на эффективность их познавательных стратегий. Совершенствуется владение сложными интеллектуальными операциями анализа и синтеза,

теоретического обобщения и абстрагирования, аргументирования и доказательства. Для юношей и девушек становятся характерными установление причинно-следственных связей, систематичность, устойчивость и критичность мышления, самостоятельная творческая деятельность. Возникает тенденция к обобщенному пониманию мира, к целостной и абсолютной оценке тех или иных явлений действительности. Ж. Пиаже констатировал, что «логика юношеского периода — это сложная когерентная система, отличная от логики ребенка; она составляет сущность логики взрослых людей и основу элементарных форм научного мышления». Описанные изменения когнитивных структур служат предпосылкой возникновения способности к интроспекции, к рефлексии. Собственные мысли, чувства, поступки индивида становятся предметом его мысленного рассмотрения и анализа. Другой важный аспект интроспекции связан со способностью различать противоречия между мыслями, словами и поступками, оперировать идеальными ситуациями и обстоятельствами. Появляются возможности для создания идеалов (семьи, общества, морали или человека), для сравнения их с реальной действительностью, для попыток их реализации. Молодые люди склонны к формулированию широких философских обобщений, к теоретизированию и выдвижению гипотез, часто на ограниченном фактическом основании, без знания предпосылок. В дальнейшем в молодости интеллектуальное развитие предполагает выход на качественно новый уровень, связанный с развитием творческих способностей и предполагающий не просто усвоение информации, а проявление интеллектуальной

инициативы и создание чего-то нового: речь идет о способности увидеть проблему, поставить и переформулировать вопросы, находить нестандартные, инновационные решения.

Таким образом, главными психическими приобретениями юношеского возраста выступают:

1. интенсивное становление мировоззренческой системы;
2. процесс активного развития самосознания;
3. последовательное вхождение или внедрение в разнообразные области человеческой жизни и деятельности;
4. установка на сознательное построение своей собственной жизни;
5. становление конкретных, четко обозначенных жизненных планов;
6. достаточно сформированное осознание личной индивидуальности.

С позиции социологии молодость рассматривается как определенный этап социализации, то есть переход от детства с его зависимостью к ответственной и самостоятельной деятельности взрослого, при этом детерминантой такой деятельности выступает общество.

Особенность молодежи, как социально-психологической группы заключается в ее субъективности. Так, в работах М. Карвата и В. Миляновского, отмечено, что она одновременно является и объектом, и субъектом социализации. Центральной становится способность к самореализации в результате собственной активности - сознательной, рациональной, самодеятельной. Поэтому проблема социальных потребностей молодежи и общественных условий

их реализации выходит на первый план.

С другой стороны, специфичность молодежи как социальной группы проявляется в том, что идентичность молодежи обуславливается «спецификой социального статуса и проявляется в том, что характеризующаяся промежуточным положением «между детством и взрослостью» являясь группой «неполного» вхождения в общество»⁶³. То есть молодой человек не играет больше роли ребенка и в то же время не является полноправным носителем ролей взрослых людей. Он находится как бы в стадии подготовки к полноценной общественной жизни. Молодежь отличает как неполная готовность к социальной практике, так и материальная и бытовая несостоятельность. В связи с этим, обладая всеми атрибутами больших социальных групп, молодежь в то же время не имеет социального статуса, присущего основным социальным группам.

При этом молодость в социальном плане четко связана с набором социальных задач, ролей и статусов. К ним, в частности, относятся получение образования, начало профессиональной деятельности, выбор спутника жизни и построение собственной семьи. Если детство в большей степени связано с обучением в школе, а взрослая жизнь - с профессиональной (трудовой) занятостью, то молодость является пограничной ступенью осознания себя как единицы социума.

⁶³ Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От мы-медиа к я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире //Вестник Моск. ун-та. - 2010. - № 1. - С. 3-21.

Б. Г. Ананьев в своей работе «К психофизиологии студенческого возраста» в качестве содержания периода молодости называет следующие процессы:

- формирование профессионального мастерства;
- консолидация и освоение многих социальных функций;
- воспитание общественного деятеля, специалиста и гражданина.

Указанные процессы составляют важный и особый для становления личности и общественного развития период жизни. Именно в молодом, студенческом возрасте люди овладевают системой социальных ролей взрослого человека в полной мере.

Период студенчества – центральный период становления интеллекта и характера, который детерминируют два процесса:

1. Трансформация мотивации, а также системы ценностных ориентаций в целом.
2. Активное формирование специальных способностей, связанных с профессионализацией.

В частности, эстонский социолог М.Х. Титма определяет сущность молодежи через ее интеграцию в общество путем самоопределения. Идея жизненного самоопределения как основной задачи молодого поколения реализуется в свободе выбора жизненного пути, которая предоставляется обществом и ограничивается только достигнутым уровнем общественного развития.

Значительное влияние на восприятие мира молодыми людьми оказывает окружающее их социальное пространство

(микро и макросоциум). Семья остается тем микросоциумом, где формируется первичные взгляды на все окружающие процессы, которые, в последствие, становятся базой для становления личности. Взаимодействие с родителями формирует психику и поведение молодого человека, таким образом, который подготавливает или не подготавливает его к жизни вне родительской семьи и к созданию собственной семьи.

При этом именно в юношеском и молодом возрасте практически полностью преодолевается свойственная предшествующим этапам психоонтогенеза психологическая зависимость от взрослых, происходит переоценка ценностей и утверждение самостоятельности личности. Ю.П. Гуцко, говоря о молодости, отмечает, что она характеризуется как «...устойчиво концептуальная социализация, когда вырабатываются устойчивые свойства личности». Именно в молодости стабилизируются все психические процессы, личность приобретает зрелый характер.

Согласно концепции Д.Б. Элькониной, одним из ведущих типов деятельности в этом возрасте становится общение со сверстниками. В это время легко образуются знакомства и выстраиваются дружеские связи, создаются семьи, становятся значимыми насыщенные коммуникации со сверстниками, в отношениях с которыми, наряду с сохранением коллективно-групповых форм общения, нарастает значение индивидуальных контактов и привязанностей. Становится актуальным поиск спутника жизни и единомышленников, возрастает потребность в сотрудничестве с людьми, укрепляются (или разрушаются)

связи со своей социальной группой.

Среди особенностей молодежного возраста выделяют:

- высокая интенсивность общения;
- устремленность к новым идеям и преобразованиям;
- повышенная восприимчивость и склонность к риску;
- противоречивость внутреннего мира;
- сложность нахождения своей самобытности и формирования индивидуальности.

В период юности возникают задачи выбора жизненных ценностей. Люди отличаются стремлением сформировать внутреннюю позицию по отношению к себе, к другим людям и к моральным ценностям. Именно в юности происходит поиск своего места среди категорий добра и зла. «Честь», «достоинство», «право», «долг» и другие, характеризующие личность категории, остро волнуют молодежь. В рассматриваемый период происходит расширение диапазона добра и зла до предельных границ, при этом человек испытывает свой ум и свою душу в диапазоне от доброго, возвышенного и прекрасного до злого, низменного и ужасного.

И.С. Кон отмечает, что «...ни на каком другом этапе человеческой жизни роль коллектива сверстников не бывает так велика, как в периоды юности и молодости».

Таким образом, можно говорить о том, что важную роль в социализации и формировании личности современных молодых людей имеют не только семья и система образования, но и общение со сверстниками, СМИ и так далее.

Специфика молодёжи заключается ещё и в том, что эта социальная группа является как пассивным объектом заботы государства, так и активным участником социальной жизни общества. С одной стороны, молодёжь выступает в качестве объекта воспитательно-культурной, образовательной опеки общества, а с другой — способна самостоятельно принимать ответственные решения и полноправно участвовать в общественной жизни. Такая социально-психологическая двойственность данной социальной группы, несомненно, оказывает влияние на восприятие молодежи как особой социальной группы.

Современная молодёжь с социально-психологических позиций — явление уникальное, сформировавшееся на стыке двух во многом противоречивых эпох — прошлой, советской социалистической и современной, связанной с процессом формирования рыночных отношений и перехода к постиндустриальному обществу. Сегодня происходит смена укладов, общество находится на новом витке своего развития.

Необходимо отметить, что постиндустриальное общество - это эпоха глобальных перемен, где главным продуктом и ресурсом производства является информация, а ведущая роль отводится высокопрофессиональным специалистам, владеющим большими объемами знаний и способными осваивать стремительно развивающиеся технологии.

В определении ведущей деятельности молодежного периода среди исследователей нет единства. Но стоит отметить, что многие ученые, такие как Шаповаленко И. П., В.Н. Колюцкий, И.С. Кон, И.Ю. Кулагина, Е.Е. Сапогова, Д.И.

Фельдштейн и др. сходятся во мнении, что характер развития молодежи определяют «труд и учение, как основные виды деятельности». Благодаря активному развитию названных видов деятельности молодёжь энергично осваивает социальные нормы отношений между людьми, а также сензитивно интериоризирует профессионально-трудовые умения. Это подтверждает то, что молодёжь – идеальный двигатель интенсивной информатизации социума и потребитель новшеств технологического процесса.

Учитывая характер становления молодежи как социальной группы постиндустриальной информационной реальности уже сегодня можно выделить несколько новых характеристик:

1. Социально-демографическая – наблюдается значительное социальное пролонгирование периода молодости.

2. Инновационные – молодёжь определяется как носитель, транслятор и главный потребитель интеллектуального ресурса общества.

Условия постиндустриального общества формируют ценность науки как главного фактора развития общества и его самосохранения. Молодёжь как социальная общность информационной реальности должна являться главным интеллектуальным и инновационным ресурсом, благодаря чему будет обеспечен высокий уровень ее интеграции в сферу науки и высоких технологий, а, следовательно, будет поддержан статус современных обществ как постиндустриальных

Молодежь как социально-психологическая общность постиндустриальной информационной реальности должна обладать рядом способностей:

- принимать критические решения;
- успешно осваивать большое количество информации;
- максимально быстро ориентироваться в любой ситуации;
- анализировать, проектировать и прогнозировать.

Социально-экономическое становление постиндустриальной цивилизации на современном этапе вызывает общественную потребность в «многомерных» творческих личностях и детерминирует коренной пересмотр взглядов на природу, общество, государство и человека.

3. Конфликтологические отношения индивида и общества – большое внимание уделяется исследованию склонности молодежи к девиантному и делинквентному поведению.

Социологи связывают маргинализацию молодежи с тем, что она оказалась в условиях продолжающейся ценностной нестабильности общественного сознания.

Сегодня молодым людям очень трудно выделить и усвоить нормы «взрослой» жизни. Отсюда — по мнению Е.И. Исаева, В.И. Слободчикова смятение, неуверенность в завтрашнем дне. Такой же позиции придерживается социолог В.Т. Лисовский: «Современная молодежь проходит свое становление в очень сложных условиях ломки старых

ценностей и формирования новых социальных отношений. Отсюда – растерянность, пессимизм, неверие в будущее, рассогласованность ценностных ориентаций». Именно эта социальная неопределенность и приводит к формированию нежелательных молодежных проявлений.

Кризис социальной идентичности стал ключевой социально-психологической характеристикой современной российской молодежи определяемой, с одной стороны, влиянием универсальной возрастной стадии психического развития, а с другой, следствием трансформации современного общественного сознания России.

Помимо политических и экономических причин ценностный кризис вызван еще и значительным ослаблением института семьи. Данные исследований В.Т. Лисовского свидетельствуют, что 68% молодых респондентов и 72% их родителей говорят о взаимном непонимании. При этом 69% молодых людей не хотят повторить жизненный путь своих родителей.

Следовательно, формирование личностных черт и характеристик происходит под воздействием существующих социально-исторических условий, социальной и культурной жизни современной молодежи, и их атрибутов – индустрии развлечений, проблемы свободного времени, рекламы, поведения потребителей, современных СМИ, Интернета, телевидения.

Государство не предоставляет почти никаких гарантий в настоящий период, поэтому успешность или неуспешность жизненного пути личности зависит от её собственных

усилий, от способности быстро адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам. Это явление, естественно, наложило отпечаток на процесс формирования молодёжи как определенного социального среза общества, обусловило большую вариативность в личном отношении молодых людей к сегодняшней жизни, привело к пересмотру молодёжью жизненных ценностей, собственных принципов.

Являясь достаточно большой социально-демографической группой, молодёжь занимает важное место в народном хозяйстве, в производстве и является, по сути, главным источником пополнения трудовых ресурсов. Обладая творческими способностями, находясь на этапе развития физических, умственных и социальных качеств, молодёжь выступает одним из носителей интеллектуального потенциала общества и имеет большую социальную и профессиональную перспективу. Она способна быстрее других социальных групп общества овладеть новыми знаниями, профессиями и специальностями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что молодёжь является специфической социальной общностью, которая включает в себе ряд социально-психологических и духовно-культурологических характеристик. Она предстает носителем интеллектуального потенциала, реализацию которого обуславливают особенности этапа исторического развития общества, характер социально-экономической системы, особенности классовой структуры, менталитет страны, а также различные геополитические изменения. Являясь залогом непрерывного развития и сохранения, а так

же благодаря функциям, которые молодежь выполняет в структуре общества, изучение ее социально-психологических особенностей становятся важнейшим направлением для научно-исследовательской деятельности.

2.2 Особенности молодежи, как субъекта социально-информационных взаимодействий

Каждого человека можно рассматривать как отдельный микросоциум, который в период молодости находится в стадии активного развития и рассвета. В контексте общесоциального и мирового развития в свете своих особенностей и широкого функционала человек является сложноустроенной единицей информационных взаимосвязей и мощнейшей системой сбора, систематизации, анализа и сохранения информации.

Высокая значимость молодежи, в качестве объекта рассмотрения общественно-информационных взаимодействий, по мнению Н.Ф. Головатого определена размером молодежи, как социально-демографической общности, что обуславливает ее значимость в экономике и народохозяйстве государства. Молодежь – носитель культуры и будущее интеллектуальной сферы. Кроме того является основным источником пополнения трудовых ресурсов, при этом наиболее качественным, т.к. обладает новыми знаниями, навыками, способна к обучению и трудоспособна, т.е. «молодежь имеет достаточно большую социальную и профессиональную перспективу»⁶⁴.

64 Головатый Н. Ф. Социология молодежи: Курс лекций. — К.: МАУП, 1999. — 224 с.

Множественные лонгитюдные экспериментальные исследования происхождения и становления процесса коммуникации у детей и молодежи проведенные российскими учеными, а том числе исследование М.И. Лисиной позволили определить, что потребность в коммуникации «возникает в ходе жизни и функционирует, формируется в жизненной практике взаимодействия индивида с окружающими людьми. Итог: общение является тем видом человеческой практики, в котором рождается внутренний мир; формируется сознание и самосознание; строится личность и происходит реальное развитие всех сторон его психики»⁶⁵.

Современная молодежь, в особенности в возрасте от 10 до 19 лет и относящиеся к поколению, которое родилось уже в мире Интернет и мобильных телефонов, представляют собой «информационных личностей». Под этой трактовкой следует понимать органическое включение в их внутренне устройство механизмов работы с большими данными, т.е. им не пришлось обучаться и привыкать, адаптироваться к новшествам, которые принес технологический процесс. Именно это и обуславливает их особенности и преимущество, по сравнению со старшими поколениями, делает их особым субъектом социально-коммуникационных взаимодействий и, соответственно, важным объектом изучения.

Становление особенностей информационных взаимодействий разных поколений, т.е. слияние

65 Лисина М.И. Формирование личности ребёнка в общении. СПб.: Питер, 2009.

информационной и поколенческой теорий произошло в начале двадцать первого века.

В контексте нашей работы и социологии знания под поколением понимается «социально-возрастная когорта, те, кто в результате близости дат рождения следует параллельно схожими этапами биологического развития и социально очерченного жизненного пути»⁶⁶.

С целью описания поколения, для выявления его основных характеристик «формативного периода»⁶⁷, Х. Беккер выдвинул ряд критериев. Рассматривая их видно, что состояние СМИ, институтов социализации и их набор, уровень культуры и культура, формирующаяся самими представителями поколения, а так же поведенческие шаблоны и норма-ценностная база занимают ведущие роли при анализе и разделении людей на поколения.

Ключевым, по мнению П.С. Макеева является процесс «равноправного взаимодействия между представителями двух и более поколенческих групп»⁶⁸. Именно в современном мире представители разных поколений взаимозависят друг от друга. Как и раньше старшее поколение транслирует свой жизненный опыт и формирует базу мировосприятия новых членов социума, обеспечивает передачу накопленных знаний.

66 Стригунов Ю.В., Петухов К.В. Ценностные ориентации в анализе межпоколенческих отношений современных россиян // Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. № 7. 2018 г. С. 79-83.

67 Becker Howard S. Outsiders: Studies In The Sociology Of Deviance Paperback — March 1, 1997. P. 230.

68 Макеев П.С. Межпоколенческий диалог: обзор теоретических подходов и концепций // Социальная политика и социология. 2012. № 2. С. 221-231.

Говоря о времени становления основных маркеров, определяющих деятельность, поведенческую и культурно-нравственную сторону поколения К. Манхейм, считал возраст 14-16 лет началом этого процесса, который завершается к 24-26 годам, «когда окончательно кристаллизуются общественно-политические взгляды»⁶⁹. К шестнадцатилетию складываются собственные нормы, ценности, стереотипы, установки, жизненные ориентиры, цели и желания. Представители нового поколения начинают активно вступать в общественную деятельность, проявлять интерес к политике и социальным проблемам, переосмысливать свой жизненный опыт и историю человечества, вырабатываются представления о системе необходимых действий для улучшения окружающего мира и обозначается роль отдельного индивида и собственная роль со всех процессах.

По мнению почетного работника сферы молодежной политики РФ и доктора педагогических наук С.Б. Цымбаленко, «уровень и стадию социального прогресса можно измерить определив место и роль подрастающего поколения в информационно-психологическом пространстве»⁷⁰. Это представляется возможным благодаря стремительному увеличению значимости информационно-коммуникативных процессов в модернизации современного общества.

Исследовательским центром международного проекта «Евразийский мониторинг» путем исследования более

69 Манхейм К. Консервативная мысль // Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994.

70 Цымбаленко С.Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека». Монография / С.Б. Цымбаленко; науч. ред. А. В. Гагарин. - Москва : РУДН, 2015. С. 118

полутора тысяч молодых людей было выявлено, что к 2010 году сформировалось и вступило в активное социо-информационное взаимодействие новое «цифровое», «медийное» поколение. Оно сформировалось на стыке поколений Y и Z, разделяемых по датам рождения и основным событиям, повлиявшим на их становление. Вычленение же «цифрового поколения» строится не столько на возрастной градации, сколько на личностных, социальных и коммуникационных особенностях. На сегодняшний момент все представители молодежи относятся именно к этой категории. «Они рождаются и живут в условиях интернет-коммуникации»⁷¹ и это является главным критерием их выделения из всей социальной совокупности. Цифровые технологии приходят в жизнь ребенка с первых лет жизни, часто именно эта сфера остается мало контролируемой со стороны взрослых, что порождает множество проблем: как физиологических, психологических, так и интеллектуальных, информационных. Ребенок, на которого обрушивается огромный информационный поток, значительная база знаний вынужден сам формировать механизмы работы с ними. И, как показывает изучение повзрослевших представителей медийного поколения, большинство из них делают это достаточно успешно, они могут помочь в выявлении эффективных способов работы с данными.

Интернет для молодежи представляет собой площадку, которая является продолжением межличностного общественного коммуникативного пространства.

⁷¹ Цымбаленко С.Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М.: НИИ школьных технологий, 2010.

Предположение о том, что Интернет сужает или даже полностью заменяет реальные коммуникации у современной молодежи является не более, чем распространенным мифом. Об этом говорят исследования каналов информации в структуре досуга. Виртуальное пространство служит молодежи в большей степени инструментом обеспечения реальных взаимодействий и коммуникаций, действенным инструментом поиска. Кроме того он способствует расширению жизненного пространства человека, так как стирает большое количество границ получения данных и знаний. Французский ученый, пропагандирующий необходимость развития и внедрения информационного образования Ж. Гоне подчеркивает: «глобальность и свобода выбора предоставляют возможность для бесконечного расширения знаний и контактов, но требуют для этого новых качеств и механизмов самоорганизации, самообразования»⁷².

В свете глобальных техно-социальных изменений любой человек должен обладать навыками и способностями, которые помогут ему не только быстро адаптироваться в сложившихся условиях, но и позволят качественно взаимодействовать с информационными потоками. Так, человек в информационном обществе «должен владеть навыками преодоления стереотипов мышления, развивать способности к адаптации в изменяющейся информационной среде; быть гибкой, мобильной, проявляющей проницательность, толерантной, творчески инициативной, конкурентоспособной личностью»⁷³.

72 Shuman H., Scott J. Generation and Collective Memories // American Sociological Review. 1989. P. 359-381.

73 Луков Вал. А., Луков С. В., Погорский Э.К., Тихомиров Д.А., Фальковская К.И. Государственная молодежная политика: российская и мировая практика реализации в

Одним из важнейших навыков стала способность самостоятельно приобретать систему необходимых предметных знаний для решения практических задач. Эта способность лежит в основе, как непрерывного образования, так и самообразования, ценность и необходимость которых отмечают многие ученые, объясняя это двумя основными факторами. Во-первых, стремительными изменениями всех сфер жизни общества: динамика преобразований в технологиях производства и связи, социальных и экономических структурах стала заметно опережать динамику смены человеческих поколений. Это означает, что в течение трудовой жизни большинству людей предстоит неоднократно осваивать новые технологии и виды деятельности, и постоянно повышать свою информационную культуру. И, во-вторых, тем, что информационное общество базируется на производстве нового знания, его широком распространении и потреблении.

И. М. Ильинский, будучи одним из самых крупных и авторитетных исследователей современной отмечал: «Давайте выделим два ведущих качества личности современной молодежи: ярко выраженный индивидуализм и эгоизм. Оба эти качества тесно связаны, можно сказать, что одно предполагает другое»⁷⁴. Помимо этого в одной из своих работ он обозначил важную черту молодежи медиа-поколения – отсутствие страха ошибки и осуждения общественности. Во многом молодые люди ориентированы на

обществе инновационного потенциала новых поколений: Концепция исследовательского проекта. - М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2011. - 40 с.

74 Ильинский, И. М. (2014а) «Знание — понимание — умение» как формула перспективной научной и образовательной политики // Знание. Понимание. Умение. №1. С. 5-17.

мнение узкого круга людей в который входят те, кто представляет авторитет для определённого рассматриваемого представителя молодежи.

Рассматривая значимые характеристики молодежи, как потребителя и транслятора информации в условиях современного общества важно отметить становление клип-культуры. Клип-культура формирует так называемое клиповое сознание, которая, согласно Тоффлеру, «не оставляет места рефлексии и воображению»⁷⁵. Многие педагоги и исследователи тенденций молодежной истории, а так же врачи исследующие работу мозга отмечают значительное падение умственных и творческих способностей у детей, которые с самого детства стали активными пользователями благ информационной революции. Кроме того преждевременное вхождение ребенка в киберреальность нарушает природные процессы познания им окружающей реальности, что негативно сказывается на его психике, памяти, креативном мышлении, способности сосредотачиваться. В этом видят причину распространения среди современных детей эффекта гиперактивности, который сейчас диагностируется у четырех из десяти детей, но отдельные признаки прослеживаются у каждого третьего ребенка.

Основные особенности молодежи, как субъекта информационных взаимодействий заключаются в следующем:

75 Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004 г. С. 261

- Представители современной молодежи трактуют информацию, как процесс коммуникаций, во время которого происходит обмен данными между участниками этого процесса. При этом источниками, пользующимися популярностью они считают средства массовой информации и телевидение. Но сами редко прибегают к их использованию.
- Молодежь ориентирована на получение учебной и научной информации в следствие того, что получение знаний, образование является их ведущей деятельностью.
- Визуализированная и звуковая информация более популярна и востребована в следствие более простого ее потребления.

В качестве недостатков, выявленных у молодежи двадцать первого века выделяют:

- 1) неспособность работать с объемной информацией
- 2) отсутствие или слабое проявление критического мышления и восприятия;
- 3) сложное принятие фактов, противоречащих их миропониманию;

- 4) сложность концентрации и рассеивание внимания;
- 5) не в состоянии использовать свой личный опыт и сведения из смежных областей.

ГЛАВА 3. Особенности общественно-информационного поля современной молодёжи

Нами было проведено исследование на тему «»в период в апреле – мае 2019 года по средствам метода анкетного Интернет-опроса населения при помощи Google Форм.

Формирование выборочной совокупности осуществлялось исходя из того, что генеральную совокупность составляет все жители г. Ярославля в возрасте от 15 до 25 лет. При разработке выборки учитывались следующие критерии: пол, возраст, уровень образования и род занятий. Ошибка выборки не превышает 5%.

На основе полученных данных, ответов и оценок были обозначены основные выводы исследования, практические рекомендации и возможные направления дальнейших исследований по данной тематике.

Программа социологического исследования на тему «Информационное поле молодежи»

Цель: детальное изучение состава информационного поля современной молодежи и факторов, воздействующих на него.

Задачи исследования:

1. Выявить наиболее востребованные ресурсы получения информации среди молодежи разных возрастов.
2. Выявить структурные элементы информационного поля молодежи.

3. Определить факторы, оказывающие наиболее сильное воздействие на информационное поле молодежи.

Для решения поставленных задач применялись следующие методы: анализ научной и научно-методической литературы, анкетирование, статистический анализ полученных данных.

Актуальность проблемы обусловлена:

В контексте современного российского общества умение находить, анализировать, и непосредственно оперативно использовать информацию в профессионально-трудовой, академической, культурно-досуговой деятельности становится неотъемлемым атрибутом построения повседневной жизнедеятельности человека.

Потребность социума в самоорганизации и сохранении стабильности, как залога дальнейшего существования и развития, является идейной основой информационной среды и обуславливает формирование составляющих ее компонентов, через которые в коллективном сознании отражается и интерпретируется событийная составляющая окружающей реальности. К этим компонентам, прежде всего, относится массив единых представлений о системе ценностей и базы нормотипических поведенческих реакций индивидов и социальных групп.

Под влиянием процессов глобализации, демократизации, динамичного технического прогрессирования и постепенного перехода общества на новую ступень развития происходит неизбежная переосмысление нормоценностной базы и вследствие этого информационная сфера функционирует в режиме постоянного изменения и корректировки. А главным

драйвером ее трансформаций является молодежь, которая первой начинает использовать новые механизмы работы с информацией в повседневной жизни. Кроме того, молодежь, как наиболее восприимчивая к изменениям часть социума является объективным индикатором общественно-информационных процессов. Именно она является одним из самых ярких участников наиболее активным потребителем информационных ресурсов.

Умение интерпретировать поступающую информацию, давать оценку ее достоверности в условиях современного мира становится обязательной составляющей жизни любого человека. И именно изучение механизмов формирования информационного поля нового поколения, особенностей существования в информационном пространстве и источников получения знаний среди представителей молодежной среды, как наиболее приспособленных и адаптированных к новшествам позволит выявить наиболее популярные и действенные тенденции в области массового информационного потребления.

Паспортичка выборки

Тип исследования: выборочное социологическое исследование.

Теоретический объект: информационное поле современной молодежи.

Эмпирическим объектом исследования является молодежь в возрасте от 15 до 25 лет.

Предмет исследования: содержание и механизмы формирования и информационного поля современной молодежи.

Метод исследования: анкетный опрос.

Инструментарий: анкета из 41 вопроса (Приложение 1), построенных с помощью различных методик. Кроме обычных закрытых и открытых вопросов использована техника семантического дифференциала; приведен ряд суждений, с которыми респондент может согласиться или не согласиться.

Статистический анализ полученных данных проведет при помощи программы IBM SPSS Statistics Campus Edition.

Выборка региональная, стратифицированная случайная, трехступенчатая, квотированная по полу, возрасту, ведущей деятельности.

Выборка репрезентирует молодежь в возрасте от 15 до 25 лет, проживающих на территории г. Ярославля в 2019 году.

Единицей отбора является индивид.

Объем выборочной совокупности: $n=280$

Этапы проведения исследования:

1. Разработка инструментария.
2. Сбор социологических данных.
3. Обработка полученных данных.
4. Анализ и интерпретация полученных результатов.

Тезаурус социологического исследования

Молодежь – “В соответствии с Постановлением “Об основных направлениях молодежной политики в Российской Федерации, к категории молодёжь в России относятся граждане от 14 до 30 лет”. В рамках данного исследования возрастные рамки были сужены: от 14 до 25 лет.

Информация — это вся совокупность сведений об окружающем нас мире, о всевозможных протекающих в нем процессах, принимаемая, передаваемая и сохраняемая устным, письменным или другим способом различными источниками: живыми организмами, электронными машинами и другими информационными системами.

Информационное пространство - непрерывно пополняющиеся и изменяющиеся неисчерпаемый внешний фон, который содержит в себе всевозможные объекты информационной сферы и служит источником получения знаний.

Информационное поле человека (ИПЧ) - это совокупность информационных ресурсов, механизмов их нахождения, расширения, анализа, а так же коммуникационные каналы и характерные модели поведения личности, как объекта информационного воздействия и источника информации, определяющие мировосприятие человека.

Коммуникация (от латинского слова — «обмен», «связь», «разговор») — обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее и преобразовывать.

Информационный поток - это циркулирующий в заданный момент времени по каналам массовых или межличностных коммуникаций неопределенное множество адресных и безадресных сообщений, оказывающих определенное психологическое, идеологическое или иное

воздействие на массовое сознание.

Информационный ресурс – совокупность данных, организованных и зафиксированных в любой форме на любом носителе.

Каналы (средства) информации и коммуникации — совокупность устройств, предметов или объектов, предназначенных для передачи информации от одного субъекта, именуемого источником, к другому, именуемому приёмником (аудитория).

Результаты социологического исследования

В анкетном опросе приняли участие 280 человек в возрасте от 15 до 25. Для дальнейшего анализа динамики изменений информационного поля, механизмов потребления и производства информации вся выборочная совокупность была разделена на две большие группы в соответствии с поколенческой теорией. Так респонденты в возрасте от 15 до 19 лет представители поколения Z составили 128 человек, а представители поколения Y, люди в возрасте от 20 до 25 составили 152 человека. Возрастное разделение респондентов иллюстрирует рисунок 1.

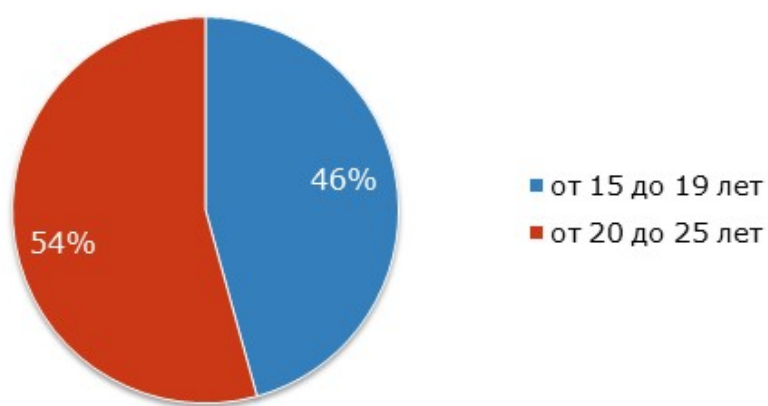
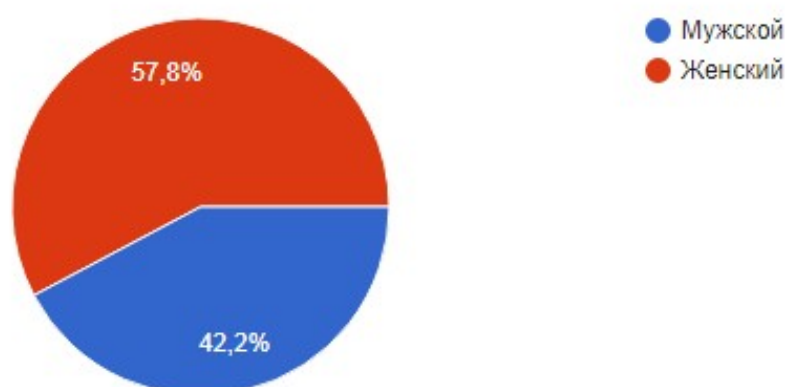


Рис.1 Распределение выборочной совокупности по возрастным интервалам, соответствующим поколениям X и Y (% от числа опрошенных)

Так как количественные отличия этих двух групп в контексте нашей выборки незначительны, мы сможем сопоставить результаты их ответов на поставленные вопросы и пронаблюдать сходства или различия данных групп. Именно эти две возрастные группы были выбраны в качестве объекта исследования, так как поколение X является пограничным звеном между другими социально-возрастными группами и «цифровым поколением» Y, которое с самых первых дней погружено в информационно-техническое пространство современности.

Половой состав так же является важнейшей характеристикой выборочной совокупности в контексте данного исследования, так как процессы мышления, поиска информации, мотивы ее передачи, а так же совокупность интересов, принципов и норм во многом определяется гендерной принадлежностью. В нашем случае мужчины составили 42,2% процента от всей выборки, а женщины

280 ответов



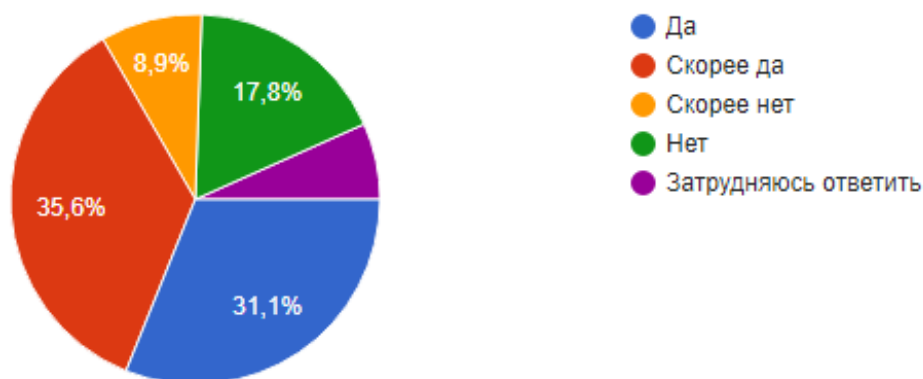
57,8% (рис. 2).

Рис.2 Распределение выборочной совокупности по половой принадлежности (% от числа опрошенных)

В процессе теоретического осмысления проблемы становления молодежи в условиях информационного поля современности нами было установлено, что информационное пространство и сама молодежь, как участник коммуникативных процессов, находятся в состоянии постоянного взаимодействия и взаимовлияния. Так как ключом к этим процессам представляется информация, в понимании ее с точки зрения субъективной осмысленности данных, важно было определить ее место в ценностной структуре молодежи. Так, на вопрос «Можно ли сказать, что кто владеет информацией - владеет миром» более половины (66,7%) дали положительный ответ (рис. 3). Это позволяет

сделать вывод о том, что для большинства молодых людей обладание информацией играет важную роль в процессе социального становления. Кроме того подобное отношение молодежи к достоверным данным свидетельствует об их

280 ответов



осознании существования разнице в доступе к этой информации, а значит и того, что современный социум стратифицирован вследствие и зависимости от этого факта.

Рис.3 Распределение ответов на вопрос: «Как вы думаете, можно ли сказать, что в кто владеет информацией - владеет миром?» (% от числа опрошенных)

На рисунке 4 проиллюстрировано, что половина (53,3%) опрошенных респондентов на вопрос «Можно ли считать российское общество - информационным?» отвечают «да» (11,1%) или «скорее да» (42,2%). При этом еще 15,6% участников опроса воздержались от ответа.

280 ответов

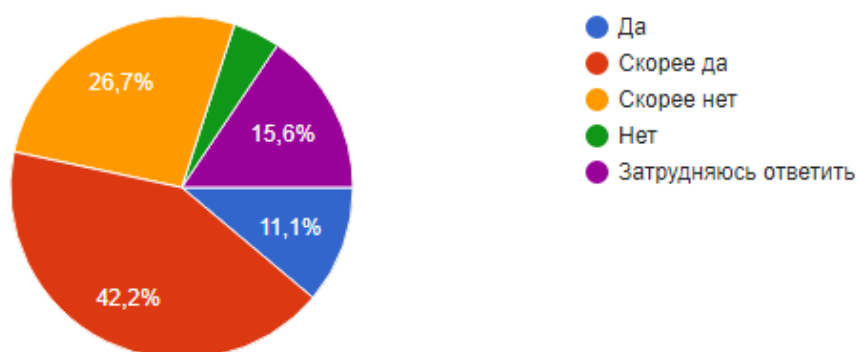


Рис. 4 Распределение ответов на вопрос: «Можно ли считать, что российское общество – информационное?» (% от числа опрошенных)

Это можно трактовать с двух сторон.

Во-первых, молодежь рассматривает российский социум, как прогрессивное общество, где в ее представлении увеличивается роль знаний и информации. Понимание «информационного общества» молодежью отражено на рисунке 5.

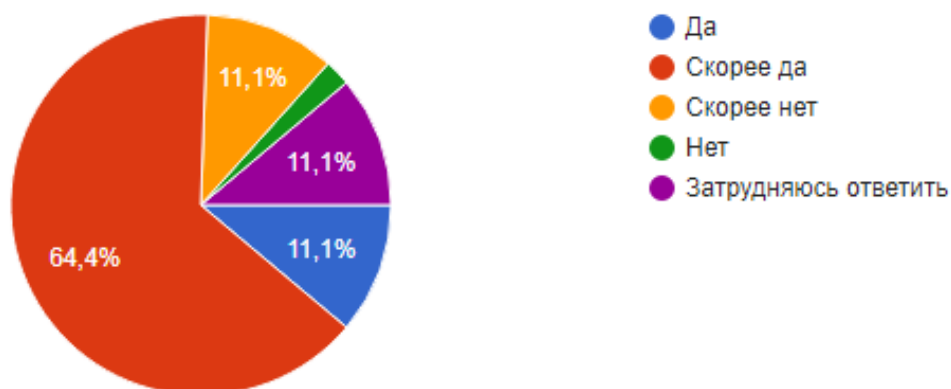
280 ответов



Рис. 5 Распределение ответов на вопрос: «Как вы считаете, какое из определений наиболее полно объясняет термин «информационное общество» (% от числа опрошенных)

Во вторых, большой процент не ответивших на вопрос о приобщении российского общества к информационному социуму говорит о том, что 15,6% молодых людей имеют поверхностные знания об информационном обществе и его

280 ответов



критериях.

Рис. 6 «Считаете ли Вы себя информационно-грамотным человеком» (% от числа опрошенных)

При этом значительная часть (64,4%) из числа принявших участие в исследовании полагает, что они, скорее всего, являются информационно-грамотными людьми, а восьмая часть все респондентов не сомневаются в этом и дают твердый положительный ответ (рис. 6).

Таблица 1. Таблица сопряженности вопросов: Считаете ли Вы себя информационно-грамотным человеком? и По Вашему мнению, можно считать, что российское общество – информационное?

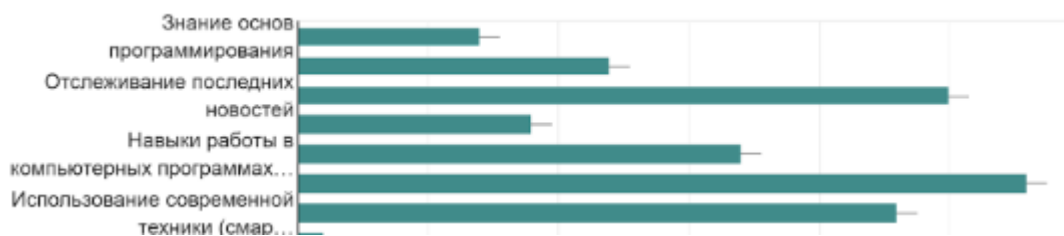
Таблица сопряженности Считаете ли Вы себя информационно-грамотным человеком? *
По Вашему мнению, можно считать, что российское общество – информационное?

	По Вашему мнению, можно считать, что российское общество – информационное?					Итого
	да	с ко рее	с ко рее нет	нет	затрудн яюсь	

			да			ответить	
Считаете ли Вы себя информационно-грамотным человеком?	да	20,5%	66,7%	6,4%			100,0%
	скорее да	11,8%	29,4%	47,1%		11,8%	100,0%
	скорее нет				16,3%	100,0%	100,0%
	нет					83,7%	100,0%
	затрудняюсь ответить		50,0%	50,0%			100,0%
Итого	8,3%	33,3%	37,5%	4,2%	16,7%	100,0%	

При этом при рассмотрении таблицы сопряженности (табл. 1) видно, что все респонденты, считающие себя скорее не грамотными в информационном аспекте, затруднились при ответе на вопрос можно ли считать российское общество информационным. Это свидетельствует об искренности респондентов, последовательности их ответов и низком уровне осведомленности молодежи в теоретических основах устройства современного социума. Вместе с тем, 57% из тех, кто считает себя -информационно грамотным (ответил «да» или «скорее да»), в большинстве своем (72,1%) являются людьми с неоконченным высшим или высшим образованием. Это говорит о том, что образование исполняет роль социального лифта, позволяя людям освоить навыки работы с информацией, как с ценнейшим ресурсом в условиях современного мира, позволяет комфортно и уверенно себя чувствовать в информационном пространстве. При этом формирование самоосознанности, как компетентного человека способствую личностному и профессиональному росту молодежи.

При оценке информационной грамотности молодежь в первую очередь обращает внимание на сформированность коммуникативных навыков межличностного общения (62,2%), знание и мониторинг последних новостей (55,6%) и



умение использовать современную технику (51,1%) – рисунок 7.

Рис. 7 Распределение ответов на вопрос: «Как вы думаете, что делает человека информационно-грамотным?» (% от числа опрошенных)

При этом 67 человек из всей выборочной совокупности на этот вопрос помимо предложенных вариантов ответа предлагали другие маркеры информационно-компетентного человека. При обобщении и анализе этих ответов было выделено две дополнительные характеристики: умение выделять из информационной среды необходимую информацию (46% из выбравших вариант ответа «другое») и общая эрудиция и разностороннее развитие в смысле осведомленности в различных сферах (29% из выбравших вариант ответа «другое»).

Современная молодежь слабо ориентируется в понятийном аппарате медиа сферы и теоретических основах вместе с тем она демонстрирует ряд практических качеств и навыков, характеризующих ее как опытного пользователя коммуникационных сетей, как в реальном, так и в виртуальном мире. В частности об этом свидетельствует наличие у респондентов критического мышления, которое

мы можем проследить в ответах на вопросы, связанные с необходимым количеством источников для формирования общих и широких представлений о том или ином факте или событии (рис.8). Подавляющее большинство опрошенных людей (71,1%) даже при формировании поверхностного мнения считают, что необходимо сопоставить данные по вопросу как минимум из 2-3 источников. Каждый пятый респондент считает, что этого недостаточно и только на основе 4-5 разных каналов можно говорить о какой либо достоверности факта.

280 ответов

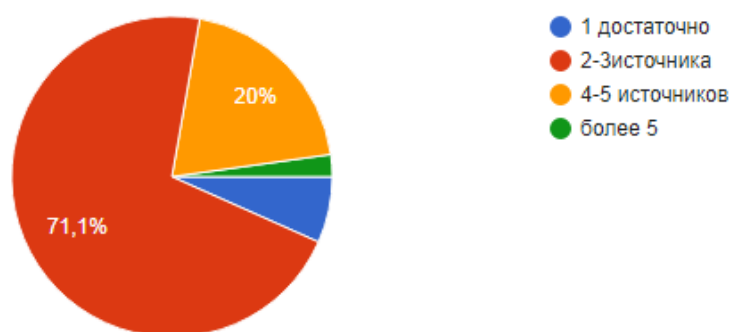


Рис. 8 Распределение ответов на вопрос: «Сколько на Ваш взгляд нужно источников, чтобы сформировать общее представление, о чем либо?» (% от числа опрошенных)

На рисунке 9 отражено, что больше половины респондентов (55,6%) при необходимости формирования детального и широкого представления, о чем либо, видят необходимость изучения большого количества обособленных друг от друга, альтернативных источников (более пяти).

280 ответов

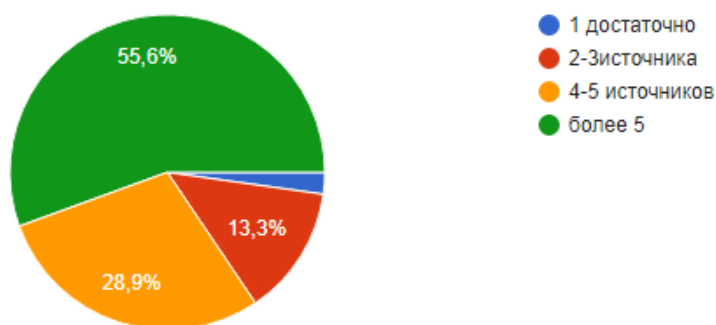
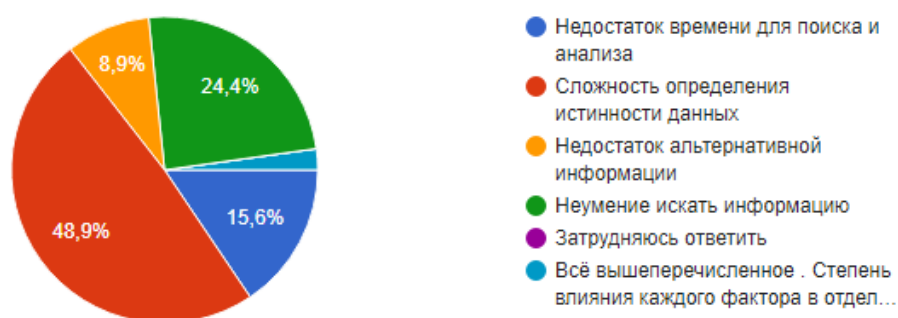


Рис. 9 Распределение ответов на вопрос: «Сколько на Ваш взгляд нужно источников, чтобы сформировать широкое представление, о чем либо?» (% от числа опрошенных)

Каждый шестой молодой человек (рис. 10), из всех прошедших опрос при ответе на вопрос о факторах, затрудняющих получение достоверной информации, как залога уверенности в своих действиях и поступках, рассматриваемых как результат воздействия этой информации, отмечал недостаток времени для поиска и анализа альтернативных данных. Это можно объяснить высокими темпами жизни современного общества и огромного потока данных, которые не позволяют современному человеку надолго сконцентрироваться на отдельном узком вопросе, не отстав при этом от общего движения. На первом месте среди вещей осложняющих поиск достоверной информации стоит сложность отделения истины от фейка, 48,9% от всей опрошенной массы молодежи отметили именно этот вариант. Во многом эта проблема

вызвана уже описанными ранее тенденциями информационно-социальной жизни: информационной неграмотностью большого числа молодых людей и скорее интуитивный или основанный на личном практическом опыте формат познания законов медиа среды и большой информационный поток, в котором часто сложно однозначно выявить ошибочную или преднамеренно ложную информацию, тем более не владея знаниями о механизмах ее создания, продвижения и определения.

Рис. 10 Распределение ответов на вопрос: «Что, на Ваш взгляд, затрудняет поиск достоверной информации?» (280 ответов)



затрудняет поиск достоверной информации?» (% от числа опрошенных)

Таким образом, можно сделать вывод, что первая гипотеза о том, что молодежь является в малой степени информированной как об информационном обществе, отдельных его составляющих частично подтверждена. Действительно, респонденты демонстрируют поверхностное понимание терминологии и низкое знание теории, связанной с информационным пространством, тем ни менее вследствие того, что они ежедневно погружены в эту среду, они приобретают качественные навыки работы с информацией в повседневной практической деятельности.

При рассмотрении набора источников, из которых

молодежь черпает повседневную информацию (рис. 11) видно, что чаще всего в этом качестве выступают социальные сети – их отметили 88,9% опрошенных респондентов. Это происходит из-за того, что соцсети представляют собой современные средства, ускоряющие и упрощающие процесс межличностной коммуникации, стирают пространственные границы и являются незаменимым инструментом трансляции информации по самым разнообразным тематикам. Родители, друзья и средства массовой информации так же являются популярными источниками пополнения информационного поля молодежи – 66,7% и 60% соответственно.

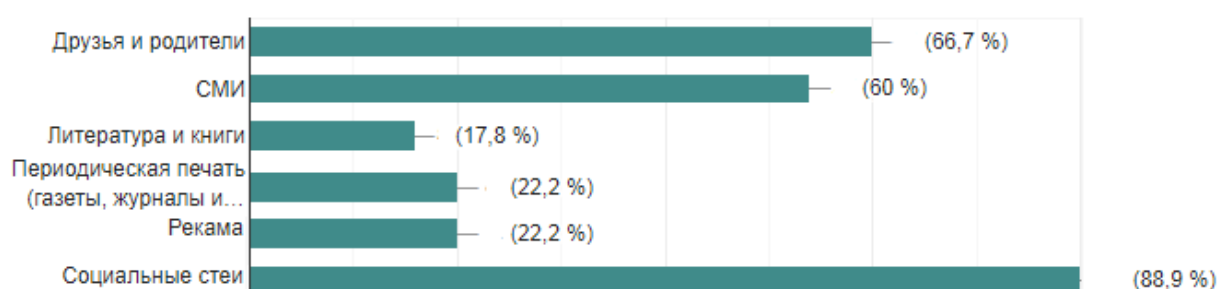


Рис. 11 Распределение ответов на вопрос: «Укажите, из каких источников Вы чаще всего получаете информацию?» (% от числа опрошенных)

Не смотря на то, что указанные каналы поступления информации являются наиболее активно применяемыми и занимают значительную долю ежедневной информационной нагрузки молодежи ни один из них не входит в число наиболее достоверных, по мнению большинства опрошенных (рис. 12). Социальным сетям доверяет каждый шестой респондент, но подавляющее большинство (71,1%) свое предпочтение отдает научной литературе – статьям, результатам исследований, учебным пособиям. На втором

месте по степени доверия находятся книги и литература (31,1%) и только после них следуют родители и друзья (24,4%). Наименьшим доверием у респондентов пользуется реклама и Интернет.

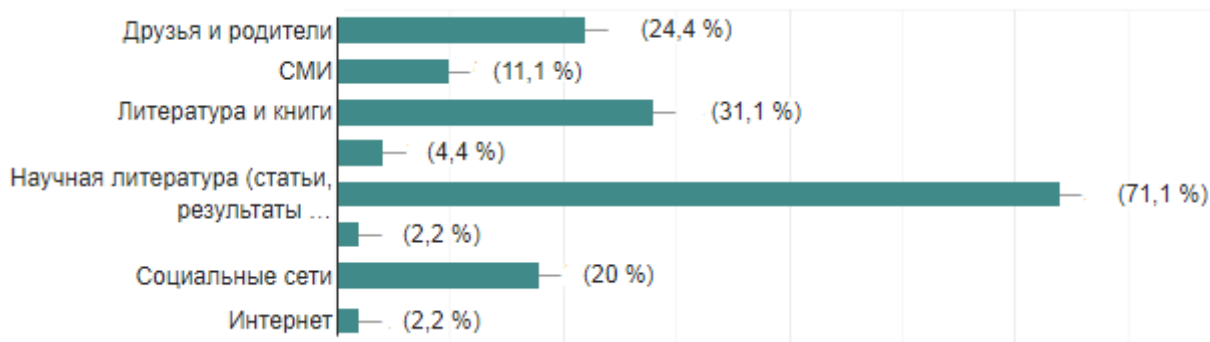
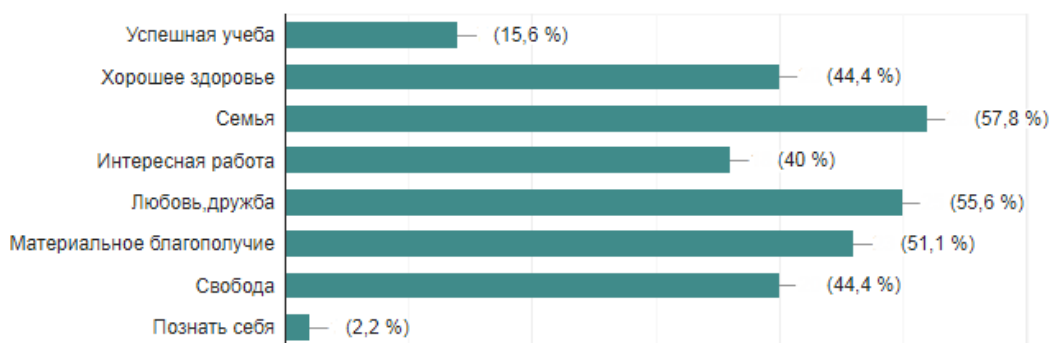


Рис. 12 Распределение ответов на вопрос: «Какие источники информации, по Вашему мнению, наиболее достоверны?» (% от числа опрошенных)

Поиск в Интернете становится привычным способом быстрого поиска информации. Популярность этого источника объясняется многообразием составляющих его возможностей, которые во многом способствуют

280 ответов



удовлетворению молодежных потребностей, определенных ценностями.

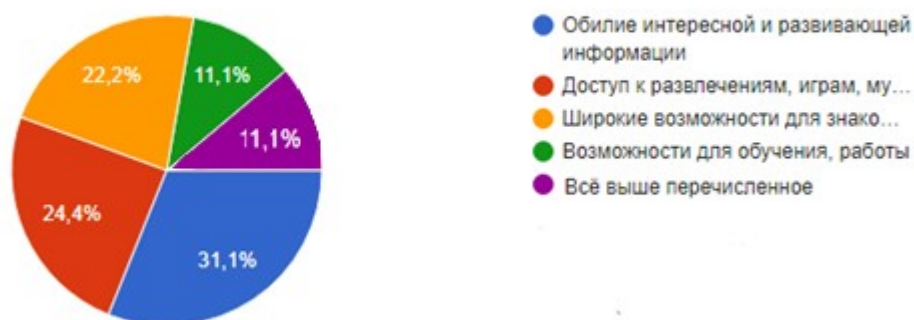
Рис. 13 Рейтинг важнейших ценностей опрошенной молодежи на основе ответов респондентов на вопрос «Что является для Вас главным

в жизни?»

Рис. 14 Распределение ответов на вопрос: «Что Вас привлекает в Интернете?» (% от числа опрошенных)

Как видно на рисунке 14 в первую очередь респондентов привлекает наличие огромного банка данных с интересной и развивающей информацией (31,1%). Это способствует удовлетворению потребности познания и во многом трактуется обучением, как ведущей деятельностью характерной для этого возраста. Значительное влияние на

280 ответов



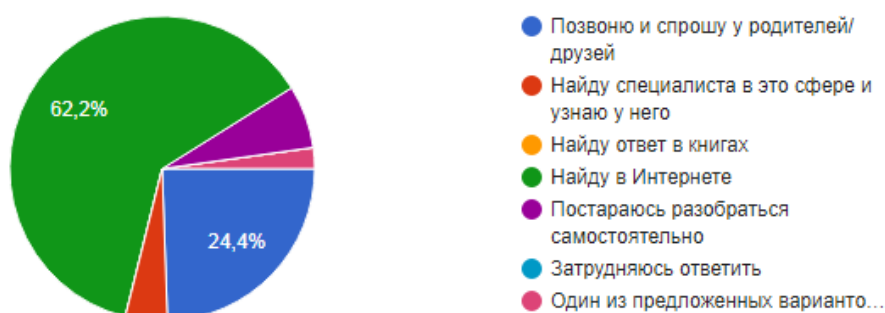
востребованность Интернета влияет наличие доступа к играм фильмам и другим развлечениям. То есть почти четверть (24,4%) современной молодежи используют возможности сети с целью обеспечения проведения своего досуга. Третьим по популярности является ответ «широкие возможности для знакомства и общения» это объясняется тягой молодежи к межличностным коммуникациям и формированию групп и сообществ.

При этом на вопрос «Если Вам срочно понадобится информация по бытовому вопросу, то, что Вы сделаете в первую очередь?» 62,2% от всех ответивших сначала постараются найти нужные данные в Интернете. Вторым по популярности стал вариант «спрошу у родителей или

друзей», так как именно это самые доступные и эффективные способы оперативного получения информации, которая требуется в повседневной жизни.

Рис. 15 Распределение ответов на вопрос: «Если Вам срочно понадобится информация по бытовому вопросу, то, что Вы сделаете в первую очередь?» (% от числа опрошенных)

280 ответов



Таким образом, на основе рис. 11, рис. 12, и рис. 15 можно сделать вывод, что гипотеза о том, что наиболее востребованными каналами передачи и поиска информации являются: «интернет» и «межличностные коммуникации» в ходе эмпирической проверки подтвердилась полностью.

Не смотря на то, что опрошенные респонденты (68,2%) 4-5 часов и более проводят в сети ежедневно, они сознают, что Интернет может негативно влиять на человека. На вопрос, «Какие угрозы, по Вашему мнению, существуют в современном Рунете?» 66 респондентов отметили кибермошенничество, 59 выбрали интернет-зависимость, 54 – кибербуллинг (травля в сети). Как видно на рисунке 15 многие варианты ответа набрали достаточно большой процент ответов. Это свидетельствует о том, что онлайн-среда не является безопасной и скрывает в себе множество

социальных, экономических и психологический угроз.

Рис. 16 Распределение ответов на вопрос: «Какие угрозы, по Вашему мнению, существуют в современном Рунете?» (% от числа опрошенных)

Так как для молодежи (51,1% от всей опрошенной совокупности) чрезвычайно важно материальное благополучие, как один из жизненных аспектов, достижение



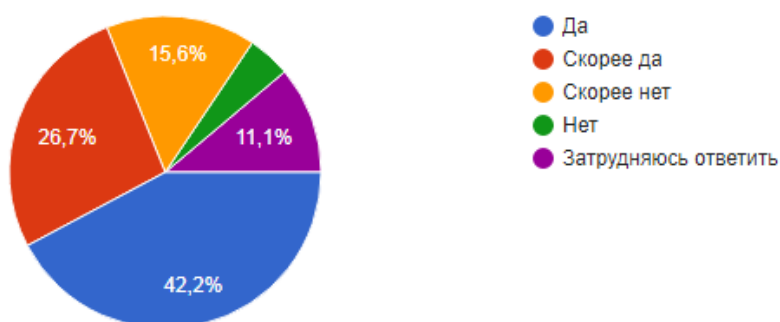
успеха в профессии становится областью повышенного внимания и интереса. На рисунке 17 видно, что, по мнению 68,9% участников опроса для достижения успеха необходимо обладать качеством оперативного принятия решений, 64,4% респондентов в равной степени отмечают важность формирования коммуникативных качеств и склонность к самообучению, как первостепенные личностные качества. При этом способность работать в режиме многозадачности и инициативность, по мнению молодежи не являются значимыми в условиях информационного социума.

Рис. 17 Распределение ответов на вопрос: «Какие из представленных

ниже качеств, по Вашему мнению, необходимы, что бы быть успешным в информационном обществе?» (% от числа опрошенных)

В условиях современного общества информация выступает не только главной ценностью, но и продуктом, товаром. Благодаря этому свойству кибер среда выступает площадкой, рынком данных и информационных услуг. И ответы респондентов позволяют сделать вывод, что молодежь

280 ответов



осознает это и вовлечена в информационно-экономические отношения.

Рис. 18 Распределение ответов на вопрос: «Может ли информация/авторское право на Ваш взгляд быть основным источников дохода?» (% от числа опрошенных)

Более того, как видно по диаграмме на рисунке 18 – 68,9% опрошенных людей полагают, что продажа информации и авторское право могут быть основным источником дохода.

На основе таблицы сопряженности по разделению выборочной совокупности по возрасту в соответствии с поколенческой теорией и вопросу, касающемуся различных способов получения знаний (приложение 2, табл. 2) нами была построена столбчатая диаграмма (рис. 19). На ней видно, что ведущие субъекты общеразвивающего

дополнительного образования, как источники формирования каналов информации и наполнения информационного поля молодежи изменяются с возрастом. Так, для поколения Y (20-25 лет) наиболее свойственно посещение центров обучения, библиотек, тогда как медиа-поколение Z (15-19 лет) в равной степени чаще всего прибегает к освоению полезных навыков под руководством близких, друзей и обучению с использованием специальных сайтов, приложений, программ. У молодежи в возрасте от 15 до 19 в отличие от поколения Y наблюдается более высокий уровень использования аудио и видео файлов для обучения. Это можно объяснить тем, что они являются аудиалами и визуалами, т.е. им легче усваивать информацию именно посредством этих форм представления данных.

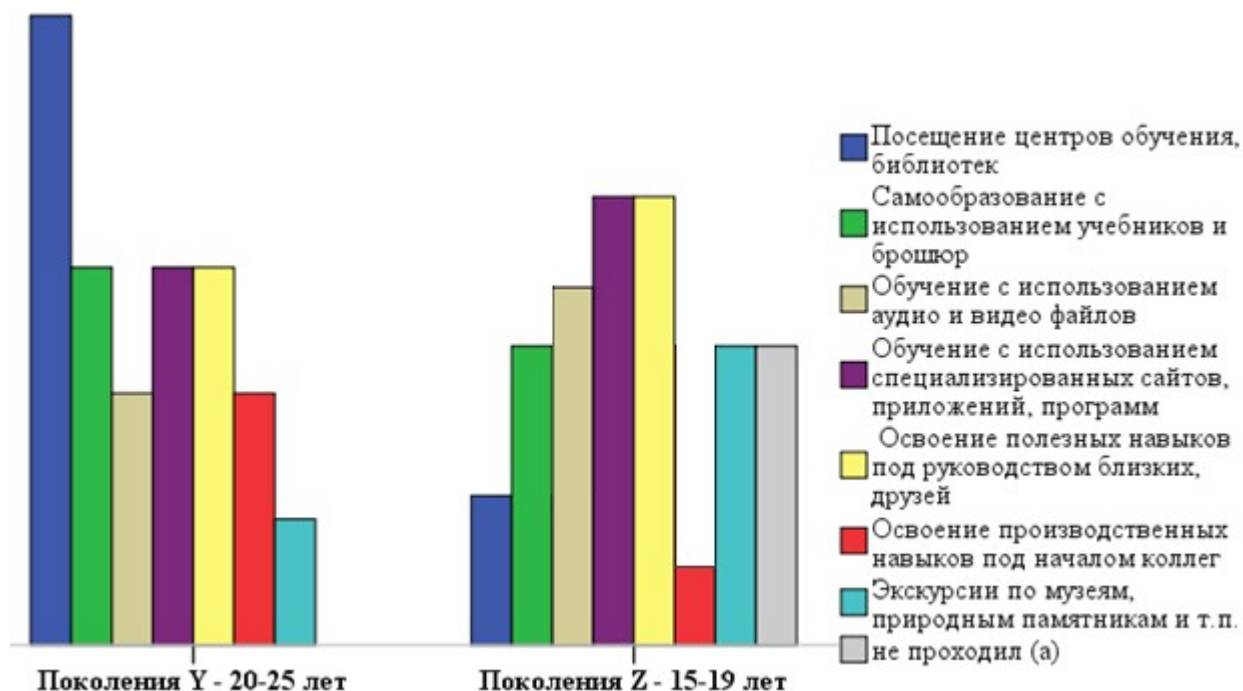


Рис. 19 Результаты таблицы сопряженности «Использовали ли Вы, какие либо другие способы получения новых знаний в течение последних 12 месяцев?» * Поколения

Сопоставление полученных результатов

Исследование молодежного медиа потребления является одним из приоритетных направлений изучения маркетинга, PR, банковской сферы, рекламной, радио и теле индустриях, молодежной политики, социологии. В конце 2016 года крупнейший транснациональный и универсальный банк России «Сбербанк» провел и опубликовал качественное исследование молодежи. Одним из основных рассматриваемых аспектов выступила обработка информации молодежью, ее принципы и особенности. Кибер реальность рассматривалась как базовая часть жизни молодых людей. В ходе теоретического осмысления проблемы мы так же пришли к выводу, что информационное пространство сегодня настолько сильно пересечено с реальностью, оказывая на нее сильнейшее влияние, что является неотъемлемой ее частью. Одним из выявленных факторов в отчете банка стала констатация того, что представители молодежной среды тотально следуют рекомендациям онлайн-СМИ. Наши данные говорят о том, что СМИ, Интернет и социальные сети составляют обыденное наполнение информационного поля молодежи, являются инструментом обучения, общения, знакомства, поиска необходимых данных. Но, вместе с тем, они не вызывают у респондентов доверия. Это позволяет предположить, что в случае потребности в получении качественных, достоверных данных молодежь будет искать другие каналы для ее получения.

Ярославским областным молодежным информационным центром в 2018 году был опубликован ежегодный сборник социологических исследований в молодежной среде, в котором были опубликованы результаты лонгитюдного социологического исследования «Информационные

потребности молодежи - 2018». Сравнивая аналогичные вопросы можно констатировать, что в результатах наблюдается множество совпадений и соответствий. Это вызвано пересечениями выборочной совокупности и говорит о том, что наша выборка репрезентативна и отсутствуют серьезные статистические искажения. В 2018 году Интернет (социальные сети, блоги, форумы) представлялись ведущим источником информации для молодежи. Эта тенденция сохранилась и на период весны 2019 года. Кроме этого в обеих работах отмечается, что самым популярным ресурсом в сети Интернет у молодых людей является социальная сеть «ВКонтакте», представляя собой уже общепринятую коммуникативную сеть. Это объясняется тем, что она удовлетворяет широкому спектру молодежных интересов и потребностей, а так же является площадкой для формирования сообществ и объединений.

Таким образом, благодаря сопоставлению полученных результатов с данными полученными в результате других опросов молодежи на близкую тематику, как качественного, так и количественного, можно сделать вывод о том, что полученные данные надежны. Они могут быть положены в основу других работ, служить теоретическим базисом, для изучения широкого спектра проблем молодежи в условиях современного общественно-информационного поля современности.

Рекомендации

Не смотря на большое количество практических навыков работы с информацией, молодежь продемонстрировала низкий уровень информационной компетентности. Вследствие этого следует проводить активную работу по

просвещению в области правового регулирования информационного пространства, информационной безопасности, теоретических основ и базовых определений в медиа сфере, вводить программно-технические курсы, способствовать становлению, продвижению и укреплению информационной культуры.

Необходимо способствовать расширению и качественному наполнению информационного поля личности. Для этого следует развивать сферы дополнительного образования и досуга. Делать их доступными широким массам молодежи. Важно вовлекать молодежь в новую для нее социально-полезную деятельность, обеспечивая тем самым формирование информационных каналов.

По итогам исследования было выявлено, что лучшим каналом информирования молодежи и распространению информации являются Интернет и непосредственные межличностные коммуникации.

Одним из важных направлений дальнейшей разработки проблемы является изучение механизмов и способов манипулирования молодежным сознанием, как способов внедрения в информационное поле личности. А так же изучение психологического влияния кибер реальности на человека.

Заключение

В данной работе была предпринята попытка произвести анализ молодежи как субъекто-объектой единицы в условиях общественно информационного поля. Главной целью являлось детальное изучение состава информационного поля современной молодежи и факторов, воздействующих на него. Для этого в первую очередь были рассмотрены теоретико-методологические основы изучения информационного поля. Рассмотрены подходы к определению этого понятия и его место в иерархии информационных структур современного социума. Изучен историко-социальный контекст возникновения информационного поля.

В рамках ВКР под информационным полем понималась совокупность информационных ресурсов, механизмов их нахождения, расширения, анализа, а так же коммуникационные каналы и характерные модели поведения личности, как объекта информационного воздействия и источника информации, определяющие мировосприятие человека. Был изучен и описан ролевой состав информационного поля, состоящий из субъектов, объектов информационного поля. В совокупности последних были выделены адресаты и источники информации. Проведено классифицирование информационного поля на первичное и приобретенное.

Рассмотрели молодежь в качестве потребителя информации и в роли транслятора. При этом, с целью оценки влияния современных технологий, последствий переплетения кибер среды с реальностью и результатов становления новой

медиа культуры вся выборочная совокупность была разделена по возрасту в соответствии с поколенческой теорией. Это позволило выявить различия в информационных предпочтениях, механизмах работы с данными между представителями поколения Y и «медиа поколением», то есть теми людьми, которые уже родились и социализировались в условиях развития и становления информационного пространства.

Удалось в результате эмпирического исследования выявить каналы информации, которые являются наиболее часто используемые молодежью и выявлены те, которые обладают большим уровнем доверия со стороны респондентов.

Список литературы и источников

Научная литература

1. Алексеев А. П. Рациональность аргументации в современных коммуникативных контекстах // Информационное общество. — 2013. — № 3. — С. 11-17.
2. Антошкин В.Н. Типологический анализ и повышение эффективности социального управления // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №6. С 5.
3. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От мы-медиа к я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вестник Моск. ун-та. - 2010. - № 1. - С. 3-21.
4. Бачило И. Л., Лопатин В. Н., Федотов М. А. Информационное право. М., 2001. С. 118.
5. Бех В.П. Философия социального мира: гносеологический анализ. Запорожье: «Тандем - У », 1999. - 284с.
6. Бухарин С. Н., Малков С. Ю. Основы теории информационного поля // Инноватика и экспертиза — 2014. — №12. — С. 131-147.
7. Бухарин С. Н., Малков С. Ю. Основы теории информационного поля // Инноватика и экспертиза — 2014. — №12. — С. 131-147.
8. Виноградова Т.С. Информационная компетентность: проблемы интерпретации // Человек и образование. - 2012. - № 2. - С. 92-98.

9. Гаспаров, Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования Текст. / Б.М. Гаспаров. М.: Новое литературное обозрение, 1996. -352 с.
10. Головатый Н. Ф. Социология молодежи: Курс лекций. — К.: МАУП, 1999. — 224 с.
11. Гудилина С.И., Медиаобразование 2015: Сб. трудов Всероссийского форума конференций «Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех» – М., 2015. – С. 87-92.
12. Гуревич И. М. Законы информатики – основа строения и познания сложных систем. М.: РИФ «Антиква», 2003. 176 с.
13. Ершова Т. В., Зива С. В. Ключевые компетенции в цифровой экономике // Информационное общество. — 2018. — № 3. — С. 4-20.
14. Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств - участников СНГ. М., 1998
15. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник. - Х.: КП «Городская типография», 2009. - С 297.
16. Ильинский И. М. «Знание — понимание — умение» как формула перспективной научной и образовательной политики // Знание. Понимание. Умение. №1. 2014 г. С. 5-17.
17. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 512 с.
18. Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государственное благосостояния : Финская

- модель / пер. с англ. А. Калинина, Ю. Подороги. М. : Логос, 2002. С. 224
19. Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. — 2008. — Вып. 2. — С. 23—26.
 20. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический проект, 2005.
 21. Клюканов И.Э. Коммуникативный универсум. – М.: Московская политическая энциклопедия, 2012. – 256 с.
 22. Ковалева Н. Н. Общая характеристика единого информационного пространства // Современное право. 2011. № 7. С. 38.
 23. Ковалева Н. Н. Объекты информационного пространства в структуре государственного управления в информационной сфере // Законы России : опыт, анализ, практика. 2012. № 6. С. 104.
 24. Колин К. К. Структура реальности и феномен информации // Открытое образование. 2008. № 5. С. 56–61
 25. Коркия Э. Д., Мамедов А. К. Когнитивный дискурс нового образования: информационное поле и акторы // Глобальный научный потенциал. — 2016. — № 2 (59). — С. 8–15.
 26. Круль А.С. Типологический анализ как способ моделирования информационной структуры социальных систем // Вестник Карагандинского университета. 2012. №1. С. 87 – 92.

27. Лазутина Г. В. Информационное поле страны как предмет медиаисследований // Актуальные проблемы медиаисследований - 2018. VII Международная научно-практическая конференция НАММИ: Материалы конференции. — Москва: Москва, 2018. — С. 101-102.
28. Лисина М.И. Формирование личности ребёнка в общении. СПб.: Питер, 2009.
29. Луков Вал. А., Луков С. В., Погорский Э.К., Тихомиров Д.А., Фальковская К.И. Государственная молодежная политика: российская и мировая практика реализации в обществе инновационного потенциала новых поколений: Концепция исследовательского проекта. - М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2011. - 40 с.
30. М. Кастельс Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе // Из-во: У-Фактория, 2004 г. С. 328
31. Макеев П.С. Межпоколенческий диалог: обзор теоретических подходов и концепций // Социальная политика и социология. 2012. № 2. С. 221-231.
32. Малков С. Ю. О рисках информационного общества // Информационное общество. — 2018. — № 2. — С. 19-24.
33. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. - М.: МИФИ, 2003. - С. 73.
34. Манхейм К. Консервативная мысль // Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994.
35. Мартынов, М. Ю. Социология массовой коммуникации: предмет и методы исследования : учеб. пособие / М. Ю. Мартынов, Е. В. Иванчихина ; Сургут.

- гос. ун-т. ХМАО – Югры. – Сургут : ИЦ СурГУ, 2008. – 159 с.
36. Назарчук А. В. Этика глобализирующегося общества. М., 2002. С. 207.
37. Науменко Т. В. Информационное/глобальное в понимании Мануэлем Кастельсом современного общества // Информационное общество. — 2018. — № 1. — С. 24-31.
38. Науменко Т. В. Многогранность информационного общества: теоретико-методологический анализ проблем // Информационное общество. — 2018. — № 2. — С. 1.
39. Ненашев А.И. Средства электронной коммуникации в структуре социума. Саратов: ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2008. 108 с.
40. Поппер К. Логика научного исследования: Пер. с англ. / Под общ. ред. В. Н. Садовского. — М.: Республика, 2004. — 447 с.
41. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации Текст. / Г.Г. Почепцов. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. - 656 с.
42. Проскурин С. А. Геополитическое измерение глобального информационного пространства // Геополитика: учеб. / под общ. ред. В.А. Михайлова. М., 2007.
43. Прохоров Е. П. П84. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров — 8 е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2011.
44. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник / М: Аспект Пресс, 2009. 351 с.

45. Раецкая О. В. Социальные последствия информатизации // ПНиО. 2013. №1.
46. Раецкая О. В. Социальные последствия информатизации // ПНиО. 2013. №1. С. 47-59.
47. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003.
48. Сороко, С. Архитектоника информационного пространства культуры / С. Сороко // Вести института современных знаний. – 2011. – № 1. – С. 69 – 73.
49. Стригунов Ю.В., Петухов К.В. Ценностные ориентации в анализе межпоколенческих отношений современных россиян // Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. № 7. 2018 г. С. 79-83.
50. Торрас-Кальво М.-К. Продвижение медиа- и информационной грамотности во всем мире: возможности плодотворного сотрудничества. – материалы Междун. конф. « Медиа- и информационная грамотность в обществах знания. М.: МЦБС, 2013. – С.33-35.
51. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004 г. С. 261
52. Туровский Р.Ф. Политическая регионалистика: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. С.15-29.
53. У. Эко Отсутствующая структура: Введение в семиологию// М: Из-во Симпозиум, 2006 г. С 544.
54. Фрейд З. Введение в психоанализ / Под ред. Е.Е. Соколовой и Т.В. Родионовой -- СПб.: Алетейя, 1999. – 200 с.

55. Цветков В.Я. Информационное пространство как ресурс познания // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 3-2. – С. 207-212.
56. Цымбаленко С.Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М.: НИИ школьных технологий, 2010.
57. Цымбаленко С.Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека». Монография / С.Б. Цымбаленко; науч. ред. А. В. Гагарин. – Москва : РУДН, 2015. С. 118
58. Шайхисламов Р.Б. Коммуникативное единство социокультурной системы. М.: Социально-гуманитарные знания, 2006.
59. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации: В 2-х ч. – Ч. I Техника и технология сбора и обработки информации. М., 2002.
60. Швецов А. Н. Пространственная организация «информационного общества» как предмет системного анализа и объект государственного регулирования // Регион: экономика и социология. 2012. № 4 (76). С. 344.
61. Ширин С. Фактор внешней среды в современной глобальной системе международных отношений // Международные процессы. — 2005. — Т. 3. — № 3(9).
62. Becker Howard S. Outsiders: Studies In The Sociology Of Deviance Paperback — March 1, 1997. P. 230.
63. Shuman H., Scott J. Generation and Collective Memories // American Sociological Review. 1989. P. 359-381.

Электронные источники

64. Болотнов Алексей Владимирович Информационное поле и его типы в медиакоммуникации: лингвистический аспект // Вестник ТГПУ. 2015. №9 (162). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-pole-i-ego-tipy-v-mediakommunikatsii-lingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 20.05.2019).
65. Зуев С. Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности). 2018 г. - URL: <http://future.museum.ru/part01/010601.htm> (дата обращения: 01.06.2019)
66. Попова В. О., Балезина Е. А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. №2 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sredstv-massovoy-informatsii-v-formirovanii-stereotipov-massovogo-soznaniya> (дата обращения: 30.05.2019).
67. Пядышева Тамара Геннадиевна Коммуникативное пространство текста массмедиа // Социально-экономические явления и процессы. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnoe-prostranstvo-teksta-massmedia> (дата обращения: 31.05.2019).
68. Пядышева Тамара Геннадиевна Методы влияния на общественное мнение // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2017. №4 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-vliyaniya-na-obschestvennoe-mnenie> (дата обращения:

31.05.2019).

Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. - М.: Прометей, 2005.

69. Рассолов И. М. Киберпространство и позитивное право // Рос. право в Интернете. 2010. № 1. URL: <http://www.rpi.msal.ru/prints/201001rassolov.html> (дата обращения: 19.05.2019).

70. Фомин А. А. Формирование информационного пространства в современной России: проблемы и перспективы // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 2. С. 192-195. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-2-192-195>

71. Шарков Ф. И., Юдина Е. Н. Регулирование отношений в современном медиапространстве // Коммуникология. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-otnosheniy-v-sovremennom-mediaprostranstve> (дата обращения: 09.06.2019).

Анкета

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в опросе и ответить на вопросы анкеты. Внимательно прочтите каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему. Выберите ответ, наиболее отвечающий вашему мнению, и укажите его. Просим отвечать искренне и работать самостоятельно. Ответы будут использованы в обобщенном виде. Анонимность гарантируется.

Заранее благодарим за сотрудничество!

1. Как Вы считаете, какое из определений наиболее полно объясняет словосочетание «информационное общество»?
 - 1- Я думаю, что мое будущее будет достаточно хорошим
 - 2- Общество, где большинство работают в сфере создания, переработки и реализации информации
 - 3- Ступень в развитии современной цивилизации, характеризующаяся увеличением роли информации и знаний в жизни общества
 - 4- Стадия технического прогресса, на которой большинство обладает гаджетами и устройствами для работы с информацией и доступа в Интернет

2. По Вашему мнению, можно считать, что российское общество – информационное?
 - 1- Да
 - 2- Скорее да
 - 3- Скорее нет
 - 4- Нет
 - 5- Затрудняюсь ответить

3. Как Вы думаете, можно ли сказать, что в «кто владеет информацией – владеет миром»?
 - 1- Да
 - 2- Скорее да
 - 3- Скорее нет
 - 4- Нет
 - 5- Затрудняюсь ответить

4. Что является для Вас главным в жизни? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- успешная учеба
- 2- хорошее здоровье
- 3- семья
- 4- интересная работа
- 5- любовь, дружба
- 6- семья
- 7- материальное благополучие
- 8- свобода
- 9- другое (что именно)_____

5. Считаете ли Вы себя информационно-грамотным человеком?

- 1- Да
- 2- Скорее да
- 3- Скорее нет
- 4- Нет
- 5- Затрудняюсь ответить

6. Как Вы думаете, что в первую очередь делает человека информационно-грамотным? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Знание основ программирования
- 2- Систематическое чтение
- 3- Отслеживание последних новостей
- 4- Знание методов манипулирования другими людьми
- 5- Навыки работы в компьютерных программах (не менее 10)
- 6- Развитие способностей общения с другими людьми (слушание, сопереживание, ораторское мастерство)
- 7- Использование современной техники (смартфонов, планшетов и т.п.)
- 8- Другое (что именно)_____

7. Какие из представленных ниже качеств, по Вашему мнению, необходимы, что бы быть успешным в информационном обществе? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Умения брать на себя ответственность
- 2- Умение оперативно принимать решения
- 3- Иметь высокие коммуникативные навыки
- 4- Креативность и творческий подход
- 5- Инициативность
- 6- Склонность к самообучению
- 7- Высокая программная грамотность
- 8- Другое (что именно)_____

8. Пользуетесь ли Вы социальными сетями на ежедневной основе (**каждый день**)?

- 1- Да
- 2- Нет

9. Расставьте социальные сети и мессенджеры по посещаемости Вами в порядке убывания от 1 до 7 Вами, где на первом месте будет стоять самая посещаемая:

Название социальной сети	Место
Одноклассники	
ВКонтакте	
Telegram	
Instagram	
Twitter	
Facebook	
YouTube	
Viber	
WhatsApp	
Skype	

10. Сколько часов в день Вы проводите в социальных сетях?
- 1- Менее 2 часов
 - 2- От 3 до 4
 - 3- От 5 до 6
 - 4- Более 6 часов
 - 5- Затрудняюсь ответить
11. Оцениваете ли Вы других людей по их профилям в социальных сетях, прежде чем начать общение/завести знакомство?
- 1- Да, я считаю, это многое говорит о человеке
 - 2- Да, ради интереса, но не придаю этому большого значения
 - 3- Нет, судить о человеке по его профилю - глупо
 - 4- Затрудняюсь ответить
12. Может ли информация/авторское право на Ваш взгляд быть основным источником дохода?
- 1- Да
 - 2- Скорее да
 - 3- Скорее нет
 - 4- Нет
 - 5- Затрудняюсь ответить
13. Зарабатывали ли лично Вы на рекламе в социальных сетях?
- 1- Да

- 2- Нет
14. Знаете ли Вы кто такие «инфлюенсеры»?
- 1- Да
2- Нет
15. Как Вы считаете, кто в наибольшей мере оказывает воздействие на мнение человека? (Отметьте **не более трех ответов**):
- 1- СМИ
2- Политики
3- Блогеры
4- «Рекламщики»
5- Бизнесмены
6- Родители
7- Друзья и близкое окружение
8- Учеба/работа
9- Медийные личности (актеры, певцы и т.п.)
10 - Другое (кто именно)_____
- 11 - Затрудняюсь ответить
16. Укажите, из каких источников Вы чаще всего получаете информацию? (Отметьте **не более трех ответов**):
- 1- Друзья и родители
2- СМИ
3- Литература и книги
4- Периодическая печать (газеты, журналы и т.п.)
5- Научная литература (статьи, результаты исследований и т.п.)
6- Реклама
7- социальные сети
8- Другое (что именно)_____
17. Какие источники информации, по Вашему мнению, наиболее достоверны? (Отметьте **не более трех ответов**):
- 1- Друзья и родители
2- СМИ
3- Литература и книги
4- Периодическая печать (газеты, журналы и т.п.)
5- Научная литература (статьи, результаты исследований и т.п.)
6- Реклама
7- социальные сети
8- Другое (что именно)_____
18. Если Вам срочно понадобится информация по бытовому вопросу, то, что Вы сделаете в первую очередь?

- 1- Позвоню и спрошу у родителей/друзей
- 2- Найду специалиста в это сфере и узнаю у него
- 3- Найду ответ в книгах
- 4- Найду в Интернете
- 5- Постараюсь разобраться самостоятельно
- 6- Другое (что именно)_____
- 7- Затрудняюсь ответить

19. Перед покупкой нового для Вас товара, где в первую очередь Вы узнаете отзыв о нем?

- 1- Позвоню и спрошу у родителей/друзей
- 2- Найду специалиста в это сфере и узнаю у него
- 3- Найду ответ в книгах
- 4- Найду в Интернете
- 5- Постараюсь разобраться самостоятельно
- 6- Другое (что именно)_____
- 7- Затрудняюсь ответить

20. Сколько на Ваш взгляд нужно источников, что бы сформировать:

	Достаточно одного	2-3	4-5	Больше пяти
20.1 - общее представление, о чем либо				
20.2 - широкое представление, о чем либо				

21. По каким сферам общественной жизни Интернет дает наиболее объективную, правдивую информацию? (Отметьте **не более трех ответов**)

- 1- О внутренней политике
- 2- О внешней политике
- 3- О экономике
- 4- О моде
- 5- О спорте
- 6- О мировых событиях
- 7- О жизни простых россиян
- 8- О науке технике, искусстве
- 9- Все вышеперечисленное
- 10 - Другое (что именно)_____
- 11 - Затрудняюсь ответить

22. Что, на Ваш взгляд, затрудняет поиск достоверной информации?

- 1- Недостаток времени для поиска и анализа
- 2- Сложность определения истинности данных

- 3- Недостаток альтернативной информации
- 4- Неумение искать информацию
- 5- Другое (что именно)_____
- 6- Затрудняюсь ответить

23. Согласны ли Вы с суждением: «В процессе обучения необходимо сократить объем информации, требующей запоминания, все уже давно есть в Интернете и все в любой момент можно найти»

- 1- Да
- 2- Скорее да
- 3- Скорее нет
- 4- Нет
- 5- Затрудняюсь ответить

24. Продолжите предложение «Работая с литературой я...»
(Отметьте подходящие для Вас ответы, но **не более трех**):

- 1- Всегда критически ее оцениваю
- 2- Принимаю на веру все, что написано
- 3- Чаще всего понимаю смысл написанного, а если не понимаю, постараюсь разобраться
- 4- Чаще всего НЕ понимаю смысл написанного, и НЕ стараюсь разобраться
- 5- Стараюсь иметь полное представление об интересующей меня теме
- 6- Стараюсь не вдаваться в подробности и иметь общие представления

25. Есть ли у Вас любимое дело, не связанное с учебой/работой?

- 1- Да
- 2- Нет
- 3- Затрудняюсь ответить

26. Каким видом деятельности Вы занимаетесь в качестве хобби? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Рисование/написание картин
- 2- Писательство (стихи, проза и т.д.)
- 3- Музыка и пение
- 4- Написание научных статей, книг и т.п.
- 5- Разработка инновационных продуктов (программирование, конструирование и т.п.)
- 6- Другое (что именно)_____

27. С какой целью Вы чаще всего используете Интернет?

(Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Общение с людьми
- 2- Поиск партнера (романтические отношения)

- 3- Игры
- 4- Чтение новостей, журналов, книг
- 5- Просмотр фильмов/видео
- 6- Прослушивание музыки
- 7- Поиск работы
- 8- Проявление политической/гражданской позиции
- 9- Дистанционное обучение
- 10 - Поиск информации
- 11 - Другое (что именно)_____

28. Что Вас привлекает в Интернете?

- 1- Обилие интересной и развивающей информации
- 2- Доступ к развлечениям, играм, музыке, фильмам
- 3- Широкие возможности для знакомства и общения
- 4- Возможности для обучения, работы
- 5- Другое (что именно)_____

29. Считаете ли Вы, что интернет может негативно влиять на человека?

- 1- Да
- 2- Скорее да
- 3- Скорее нет
- 4- Нет
- 5- Затрудняюсь ответить

30. Какие угрозы, по Вашему мнению, существуют в современном Рунете? (Отметьте **все подходящие варианты ответов**):

- 1- Интернет-зависимость
- 2- Создание «иллюзии реальности»
- 3- Пропаганда антиобщественных движений
- 4- Кибер-мошенничество (кража личных данных и т.п.)
- 5- Кибербуллинг (травля в сети)
- 6- Самоизоляция от общества
- 7- Снижение творческого и интеллектуального потенциала человека
- 8- Затрудняюсь ответить
- 9- Другое (что именно)_____

31. Проходили ли Вы в течение последних 12 месяцев обучение для получения дополнительных знаний? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Курсы по получению новой специальности
- 2- Семинары
- 3- Стажировки
- 4- Конференции

- 5- Курсы повышения квалификации
- 6- Тренинги
- 7- Кружки и секции (танцы, шитье, бокс и т.п.)
- 8- Частные уроки с преподавателем, инструктором
- 9- Школы (вождения, первой медицинской помощи)
- 10 - Другое (что именно)_____
- 11 - не проходил (а)

32. Использовали ли Вы, какие либо другие способы получения новых знаний в течение последних 12 месяцев? (Отметьте **не более трех ответов**):

- 1- Посещение центров обучения, библиотек
- 2- Самообразование с использованием учебников и брошюр
- 3- Обучение с использованием аудио и видео файлов
- 4- Обучение с использованием специализированных сайтов, приложений, программ
- 5- Освоение полезных навыков под руководством близких, друзей
- 6- Освоение производственных навыков под началом коллег
- 7- Экскурсии по музеям, природным памятникам и т.п.
- 8- Другое (что именно)_____
- 9 - не проходил (а)

33. Как часто в свободное время Вы:

	Очень часто	Часто	Трудно сказать	Не очень часто	Совсем не часто
Посещали театры, кино, спортивные мероприятия в качестве зрителя					
Посещали спортивные занятия (фитнес клуб, спортивный зал, бассейн)					
Смотрели телевизор					
Читали бумажные издания (книги, журналы, газеты)					
Слушали музыку, аудиокниги					
Встречались с друзьями					
Занимались творчеством, хобби					

34. Обсуждаете ли Вы в кругу своих друзей волнующие Вас социально значимые темы?

- 1- Да, часто
- 2- Да, время от времени
- 3- Да, редко
- 4- Практически не обсуждаю
- 5- Нет, никогда
- 6- Затрудняюсь ответить

35. Укажите три личности, которых Вы считаете самыми известными сегодня в России?

36. Укажите три события, которые произошли за последние 6 месяцев и особо привлекли Ваше внимание?

37. Какая информация представляет для Вас наибольший интерес? (отметьте **не более двух ответов**):

- 1- о том, чем я увлекаюсь
- 2- о том, как и где провести свободное время
- 3- о здоровье
- 4- связанная с учебной/работой
- 5- о мировых событиях
- 6- новости страны
- 7- региональные и местные новости
- 8- связанная с другими людьми, особенностями общения и т.д.
- 9- Другая (какая именно)_____

Сообщите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

38. Ваш пол: 1 - мужской 2 - женский

39. Ваш возраст_(укажите полное число лет)

- 40.
- 1- Неполное среднее
 - 2 - Среднее
 - 3 - Среднее специальное
 - 4 - Неоконченное высшее (не младше 3 курса)
 - 5 - Высшее (бакалавр)

- 6 - Высшее (магистр)
- 41.
- 1- Работаю
 - 2 - Учусь
 - 3 - Совмещаю работу и обучение
 - 4 - Нахожусь в декретном отпуске
 - 5 - Безработный
 - 6 - Другое (что именно)_____

***Спасибо за
сотрудничество!***

Приложение 2

Таблица 2. Таблица сопряженности Использовали ли Вы, какие либо другие способы получения новых знаний в течение последних 12 месяцев? И Распределение выборочной совокупности на основе поколенческой теории

% в Поколения				
		Поколения		Итого
		Y - 20-25 лет	Z - 15-19 лет	
Использовали ли Вы, какие либо другие способы получения новых знаний в течение последних 12 месяцев?	Посещение центров обучения, библиотек	26,3%	6,3%	17,1%
	Самообразование с использованием учебников и брошюр	15,8%	12,5%	14,3%
	Обучение с использованием аудио и видео файлов	10,5%	6,3%	8,6%
	Обучение с использованием специализированных сайтов, приложений, программ	15,8%	18,8%	17,1%
	Освоение полезных навыков под руководством близких, друзей	15,8%	18,8%	17,1%
	Освоение производственных навыков под	10,5%	12,5%	11,4%

	началом коллег			
	Экскурсии по музеям, природным памятникам и т.п.	5,3%	12,5%	8,6%
	не проходил (а)		12,5%	5,7%