

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.11

Правильная ссылка на статью:

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Сinyaков А. В., Азаров А. А. Влияние цифровых коммуникаций на формирование профессиональной культуры российской молодежи: результаты комплексного прикладного исследования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 228—251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.11>.

For citation:

Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Pyrma R. V., Sinyakov A. V., Azarov A. A. (2019) The impact of digital communication on Russian youth professional culture: results of a comprehensive applied study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 228—251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.11>.



Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Р. В. Пырма, А. В. Сinyaков, А. А. Азаров ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПЛЕКСНОГО ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПЛЕКСНОГО ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

THE IMPACT OF DIGITAL COMMUNICATION ON RUSSIAN YOUTH PROFESSIONAL CULTURE: RESULTS OF A COMPREHENSIVE APPLIED STUDY

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — доктор политических наук, доцент, профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия; главный научный сотрудник Института перспективных исследований, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru
<http://orcid.org/0000-0001-5549-8107>

Elena V. BRODOVSKAYA^{1,2} — Doctor of Political Sciences, Professor; Senior Researcher at Institute for Advanced Studies
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru
<http://orcid.org/0000-0001-5549-8107>

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

² Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — доктор социологических наук, доцент, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия
E-MAIL: an-doc@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2015-2349>

ПЫРМА Роман Васильевич — кандидат политических наук, заместитель руководителя и доцент Департамента политологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия
E-MAIL: pyrma@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

СИНЯКОВ Алексей Викторович — заведующий учебной лабораторией кафедры методологии социологических исследований, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
E-MAIL: alekssin@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-7117-4089>

АЗАРОВ Артур Александрович — кандидат технических наук, начальник отдела информатизации связи, Администрация Центрального района Санкт-Петербурга, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: artur-azarov@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3240-597X>

Anna Yu. DOMBROVSKAYA² — Dr. Sci. (Soc.), Associated Professor
E-MAIL: an-doc@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2015-2349>

Roman V. PYRMA¹ — Cand. Sci. (Polit.), Deputy Head at the Department of Political Science and Mass Communication
E-MAIL: pyrma@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

Alexey V. SINYAKOV³ — Head of Laboratory of the Sociological Research Methodology Department
E-MAIL: alekssin@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-7117-4089>

Arthur A. AZAROV⁴ — Cand. Sci. (Tech.), Head of Department of Informatization and Communication
E-MAIL: artur-azarov@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3240-597X>

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

² Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

³ Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

⁴ St. Petersburg Central District Administration, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Основная проблема предпринятого исследования состоит в определении масштаба, направленности и результативности воздействия цифровизации на формирование профессиональной культуры российской молодежи. Данное влияние изучается в контексте интенсификации информационных потоков в социальных медиа,

Abstract. The main problem of the research is to determine the scale, direction and effectiveness of the impact of digitalization on the formation of professional culture among Russian youth. This influence is studied in the context of the intensification of information flows in social media, the development of new formats and network communication

развития новых форматов и каналов сетевой коммуникации, взросления «поколения Z» (людей, рожденных в середине 1990-х годов и позднее), социализация и профессионализация которого проходит преимущественно в интернет-пространстве. Авторы ставят исследовательские вопросы, состоящие в выявлении соотношения роли социокультурной и цифровой сред в процессе формирования профессиональной культуры российской молодежи; сопоставлении значимости традиционных и цифровых каналов коммуникации, используемых молодым поколением РФ в процессе профессионализации; установлении специфики профессиональной и социокультурной адаптации в условиях интенсивного развития цифровых технологий; выявлении конструктивных и деструктивных эффектов цифровизации в процессе усвоения ценностей, норм, стратегий профессионального поведения; анализе формального и неформального цифрового пространства профессионального самоопределения и развития молодежи России.

Дизайн исследования основан на применении гибридной стратегии эмпирического анализа, совмещающей (1) массовый опрос в формате онлайн-анкетирования о наиболее значимых для российской молодежи каналах, форматах интернет-контента, технологиях его поиска, содержания наиболее востребованных молодежью интернет-ресурсов, связанных с профессиональным образованием и самообразованием; (2) экспертное интервью, обеспечившее получение данных о состоянии, тенденциях, перспективах влияния цифровизации образования на формирование про-

channels, the maturation of "generation Z" whose socialization and professionalization takes place mainly online. The authors raise questions consisting in identifying the relationship of the role of socio-cultural and digital environments in the formation of professional culture of Russian youth; comparing the importance of traditional and digital communication channels used by young Russians in their professionalization; establishing the specifics of professional and socio-cultural adaptation in the conditions of intensive development of digital technologies; identifying constructive and destructive effects of digitalization in the process of assimilation of values, norms, strategies of professional behavior; analyzing formal and informal digital space of professional self-determination and development among Russia's youth.

The design of the study is based on a hybrid strategy of empirical analysis combining (1) a mass survey in the form of online survey on the most important channels for Russian youth, online content formats and search technologies, the content of the most popular online resources related to vocational education and self-education; (2) an expert interview which provides data on the state, trends, prospects of the impact of education digitalization on the formation of youth professional culture, the destructive impact of the digital environment on the professionalization among young people, and the anti-destructive immunities; and (3) a hall-test which allows to identify the level of Russian youth ability to differentiate digital products, to assess their adequacy, completeness, objectivity, and social significance.

фессиональной культуры молодежи, деструктивном влиянии цифровой среды на профессионализацию молодого поколения, антидеструктивных иммунитетах; (3) холл-тестирование, позволившее выявить уровень сформированности у российской молодежи умения дифференцировать цифровые продукты, оценивать их адекватность, полноту, объективность, социальную значимость.

Ключевым результатом исследования стало сегментирование российской молодежи на «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов». Типология устанавливает зависимость между профессиональными, ценностными установками, стратегиями интернет-поведения, а также социально-демографическими характеристиками. Сфокусированность на осмысленном профессиональном выборе, активная, добровольная и прогрессивная профессионализация («идеалисты» и «прагматики») сопряжены с активной профессиональной интернет-коммуникацией, умением управлять рисками сетевого взаимодействия. Напротив, ригидность, вынужденность стратегии профессионального выбора («традиционалисты») коррелирует с фрагментарностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием сформированных антидеструктивных иммунитетов. Специфика характеристик профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации российской молодежи, особенностей их сетевых коммуникаций предопределила сущность систематизированных авторами антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде.

Ключевые слова: цифровизация образования, российская молодежь,

The key result of the study is the segmentation of Russian youth into the so-called "idealists", "pragmatists" and "traditionalists". The typology establishes the relationship between professional, value attitudes, online behavior strategies, as well as socio-demographic characteristics. A focus on conscious professional choice, active, voluntary and progressive professionalization ("idealists" and "pragmatists") is associated with active professional Internet communication, an ability to manage network interaction risks. On the contrary, rigidity and constraints in professional choice strategy ("traditionalists") correlate with the fragmentary nature of professional Internet communication and a lack of established anti-destructive immunities. Specific characteristics of professional, civil, socio-cultural adaptation of Russian young people and their network communications determine the nature of the anti-destructive immunities in digital environment.

Keywords: digitalization of education, Russian youth, professional culture,

профессиональная культура, цифровые и непрофессиональные компетенции, деструктивное влияние цифровой среды, антидеструктивные иммунитеты, массовый онлайн опрос, экспертное интервью, hall-тестирование

digital and professional competence, negative impact of digital environment, anti-destructive immunities, mass online survey, expert interview, hall-test

Благодарность. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Фининиверситету.

Acknowledgments. The article was prepared based on the results of the research carried out at the budget funds expense of the Financial University state task.

Цифровизация всего — глобальный тренд, отражающийся в первую очередь на рынке труда, на изменении спектра профессий и параметров профессиональной культуры в обществе. Новые поколения абитуриентов, студентов и выпускников находятся в принципиально иной ситуации, чем поколения их предшественников. Решающими условиями формирования профессиональной культуры молодежи являются изменения в системе профориентации, образования и сопровождения карьеры, интенсификация построения и развития соответствующих цифровых сред и их влияния на процесс профессиональной адаптации молодежи.

Мы исходим из того, что цифровая среда становится еще одним пространством, задающим профессиональные ориентиры, отношение к построению карьеры, представления о профессиональном будущем и продуктивных стратегиях поведения. При этом речь идет как о формальных, целенаправленно создаваемых цифровых средах, так и о неформальных каналах цифровых коммуникаций.

Базовый исследовательский вопрос заключается в установлении масштаба, направленности и результативности влияния цифровизации на формирование профессиональной культуры молодежи России.

Дополнительные исследовательские вопросы, заложенные в основу дизайна прикладного исследования, отражают поиск особенностей и коэволюционных взаимосвязей:

- социокультурной и цифровой сред в процессе формирования профессиональной культуры;
- традиционных и цифровых каналов коммуникации, используемых в процессе профессионализации;
- профессиональной и социокультурной адаптации в условиях интенсивной цифровизации;
- конструктивных и деструктивных эффектов цифровизации в процессе усвоения ценностей, норм, стратегий профессионального поведения;
- формальных и неформальных цифровых сред, образующих пространство профессионального самоопределения и развития.

В процессе конструирования дизайна исследования мы основывались на представлении о профессиональной культуре молодежи как о комплексе ценностей,

норм, стратегий профессионального поведения, формирующихся в процессе выбора профессии, обретения профессиональных компетенций и старта профессиональных практик в условиях реального рынка труда.

Начальными гипотезами исследования послужили следующие предположения:

- существует значительное влияние цифровой среды на формирование профессиональной культуры молодежи, конкуренция цифровой и социальной сред на этапе выбора профессии, масштабирование данного воздействия при выходе на рынок труда;
- влияние цифровой среды дифференцировано по своему масштабу, направленности и результативности в зависимости от стратегии профессиональной, гражданской и социокультурной адаптации, реализуемой различными группами российской молодежи;
- потребление интернет-контента российской молодежью в процессе формирования профессиональной культуры в существенной степени коррелирует с системой ценностных ориентаций, социальных установок и ожиданий ее представителей;
- адаптивность молодежи к условиям реального рынка труда связана с выбором стратегии интернет-поведения: чем такая стратегия умереннее и прагматичнее, тем более выражены характеристики добровольной, активной и прогрессивной профессиональной адаптации.

Теоретический фундамент исследования

Подходы к рассмотрению темы исследования заложены прежде всего в теории массовых коммуникаций. Концепция разрыва в знаниях или информационного дефицита объясняет происходящее разделение в обществе, усиление существующего неравенства по мере возрастания потоков информации в зависимости от уровня образования и социального статуса [Ball-Rokeach, DeFluer, 1976]. Концепция зависимостей строится на сочетании социологических и психологических оснований, определяя высокую зависимость от источника информации, удовлетворяющего потребности и способствующую социальной стабильности. Потребности носят сугубо личный характер, но обусловлены культурой и социальными условиями. Стремительные социальные перемены и острые конфликты увеличивают зависимость от массовых коммуникаций, принуждая к трансформации существующих институтов и переоценке убеждений. Эффекты массовой коммуникации состоят в совокупности следствий влияния: когнитивные (установки, представления, ценностные ориентации, «повестка дня»); аффективные (чувства обеспокоенности и страха, моральное состояние, общественное отчуждение); поведенческие (активизация деятельности; направление действий) [Ball-Rokeach, DeFluer, 1976]. Массовые коммуникации могут быть использованы в качестве инструмента убеждения для модифицирования внутренней структуры личности, воздействия на мотивы поведения, желаемые коммуникатором [DeFleur, Ball-Rokeach, 1989].

Концепции зависимости близка концепция полезности, которая делает акцент на выборе аудиторией материалов массовой коммуникации, удовлетворяющих потребности. Потребление, освоение информации зависит от индивидуальных интересов. Вероятность выбора определенного источника информации и сообщения

обусловлена потребностями индивида, которые, в свою очередь, предопределяют мотивы поведения (поиск информации, самоидентификация, социальное взаимодействие, развлечение) [McQuail et al., 1972].

В противовес позитивистским концепциям воздействия медиа сформировалась концепция ограниченных эффектов, постулирующая сдержанное влияние массовых коммуникаций на аудиторию. Психологические особенности индивида, социальная среда, демографические характеристики формируют личность, которая интерпретирует информационные сообщения, исходя из собственного мировоззрения и сознательных предпочтений. Массовые коммуникации подкрепляют идеи, которые становятся убеждениями. Лидеры общественного мнения, семья, социальное окружение оказывают более сильное влияние на личность. Аудитория не является пассивным объектом массовой коммуникации, ее характеризует избирательность информации — отдается предпочтение сообщениям, соответствующим их убеждениям и взглядам [Klapper, 1960].

Современные исследователи предпринимают попытку типологизировать эффекты медиакommunikаций. В контексте исследования особую важность представляют unplanned долгосрочные эффекты: 1) культурные и социальные изменения, отражающие трансформацию в структуре ценностей, образцах поведения и символических формах, присущих отдельным социальным группам; 2) социальный контроль, поддерживающий установление социального порядка и моделей поведения; 3) социализация, происходящая под влиянием медиа на процессы научения и принятия норм, ценностей и образцов поведения; 4) социальная интеграция сообществ, структурирующих общество по различным признакам; 5) определение реальности и конструирование смыслов, влияющих на способы познания и интерпретации социальной действительности; 6) замещение (вытеснение) медиапотреблением других занятий, в том числе профессиональной деятельности [McQuail, 2010].

Современные цифровые коммуникации обозначили особую значимость концепции подталкивающей информации, реализованной в таргетировании контента в цифровой среде. Подталкивание подразумевает «любой аспект процесса принятия решения, который побуждает людей изменять свое поведение определенным образом, не внося никаких ограничений в возможности выбора» [Талер, 2017]. Присущие людям когнитивные искажения, обусловленные ограниченной рациональностью, социальными предпочтениями и недостатком самоконтроля, оказывают воздействие на принятие индивидуальных решений [Талер, 2014], [Sunstein, 2015]. На практике метод подталкивающего воздействия находит применение, например, в повышении производительности труда сотрудников [Ebert, Freibichler, 2017], тогда как сама концепция подталкивающей информации встречает критику за применение методов манипулятивного воздействия в целях социальной инженерии. Вместе с тем идеи концепции получают развитие в технологиях убеждения, используемых в цифровой среде: поведение индивида обуславливается его мотивацией и способностями, а также информационными подсказками (импульсами) [Fogg, 2009].

Ряд исследователей рассматривают цифровые коммуникации в культурологическом ракурсе. Предметом их анализа стали не только явления возникшей ци-

фровой культуры, но и возрастающее влияние цифровых технологий на саму культуру [Соколова, 2012]. Цифровые коммуникации преобразовывают сферу медиа, создают новую среду обитания человека, часто называемую киберпространством. Компьютерные сети, новые медиа и виртуальная реальность перерабатывают структуру пространства, нивелируя дистанцию и саму его привычную физическую природу. Технологии искусственной жизни подходят к созданию возможной жизни («lifeasitcouldbe»), альтернативных экосистем и искусственных инвариантов эволюции. Цифровая культура рассматривается на уровнях, соответствующих различным объектам: материальным (артефакты), функциональным (институты), символическим (языки), ментальным (менталитет) и духовным (ценности) [Галкин, 2012]. Цифровизация понимается как маркер культуры, так как включает артефакты, а также означивание и коммуникации, которые разграничивают современный образ жизни от других [Gere, 2002].

В условия экспоненциального расширения влияния цифровизации обновленное содержание приобрела теория поколений [Howe, Strauss, 1991], [Howe, Strauss, 2007]. Стремительное развитие технологий приводит к различиям в условиях социализации разных когорт. Социологи отмечают образование разрыва между молодым поколением «цифровых аборигенов» (Digital Natives), выросшим в среде цифровых технологий, и старшим поколением «цифровых иммигрантов» (Digital Immigrants), родившихся до начала цифровой эпохи [Prensky, 2001a], [Prensky, 2001b]. Однако с течением времени границы между обозначенными поколениями начинают размываться, различие между цифровыми аборигенами и цифровыми иммигрантами теряет актуальность, но расширяются возможности взаимодействия между молодым и старшим поколениями. В использовании цифровых коммуникаций приобретает особое значение «цифровая мудрость» (digital wisdom), понимаемая как набор навыков эффективной деятельности в цифровой среде, позволяющих осваивать большие объемы информации, отбирать необходимые и достоверные данные. Объектом изучения становится, вне зависимости от поколения, цифровой человек (human digital), для которого цифровые коммуникации и технологии стали частью жизнедеятельности [Prensky, 2001a], [Prensky, 2001b]. Социологический подход в понимании поколений вызвал критику со стороны ряда психологов и физиологов, определяющих зависимость положительных и отрицательных эффектов влияния цифровых коммуникации от индивидуальных способностей и мотивации личности [Prensky, 2009].

Ряд исследований рассматривают особенности взаимодействия рынков труда и образования, которые обеспечивают потребность и подготовку молодых кадров [Small, Vorgan, 2009]. Авторы фиксируют появление новых смыслов в жизненных, образовательных и профессиональных стратегиях молодежи, вступающей в трудовую деятельность в условиях стремительных технологических изменений. На рынке труда открывается ряд новых специальностей и формируются новые критерии привлекательности профессий. Цифровые сервисы соперничают за влияние на молодежь с семьей и образовательными учреждениями [Новые смыслы..., 2015].

Российские научные школы, сформировавшиеся вокруг темы исследования, представлены следующими международными и всероссийскими проектами.

Во-первых, необходимо отметить исследование «Индекс цифровой грамотности» (ИЦГ), проводимое компанией РОЦИТ и НИУ ВШЭ, основано на концепции критического восприятия информации П. Гилстера [Gilster, 1997]. Авторы проекта трактуют цифровую грамотность как вовлеченность индивида в цифровую среду, подкрепленную наличием компетенций в области потребления, поиска и обработки, а также защиты информации [Давыдов, 2015]. Исследователи предложили четырехкомпонентную модель цифровой грамотности, основанную на бинарных оппозициях категорий «технично-технологическое» и «социогуманитарное», а также «возможности» и «угрозы» [Шарииков, 2016]. Результаты мониторингового исследования строятся на основании социологического опроса пользователей интернета и фиксируемых данных использования социальных медиа¹.

Во-вторых, обращает на себя внимание исследование уровня цифровой компетентности, включающей знания, умения, мотивацию, ответственность и безопасность школьников в возрасте 12—17 лет, а также их родителей².

В-третьих, в рамках Мирового интернет-проекта (World Internet Project) российская исследовательская команда дифференцировала интернет-стратегии пользователей в зависимости от интенсивности вовлеченности в интернет-коммуникацию, доминирующего типа потребляемого контента, уровня владения цифровыми компетенциями и степени сформированности установок на политический и гражданский онлайн-активизм на следующие типы: «Human digital» («Человек цифровой»), «Human pragmatic» («Прагматик»), «Human entertainment» («Человек релаксирующий»), «Human traditional» («Традиционалист»), «Non-user» («Непользователь») [Brodovskaya et al., 2016], [Nechaev et al., 2015].

Методы сбора и анализа информации

Дизайн исследования содержал следующие методы сбора эмпирической информации: массовый опрос в формате онлайн-анкетирования позволил определить наиболее значимые для российской молодежи каналы, форматы интернет-контента, технологии его поиска, содержание наиболее востребованных молодежью интернет-ресурсов, связанных с профессиональным образованием и самообразованием.

Блоки показателей, измеряемых в ходе массового опроса: стратегии профессиональной культуры российской молодежи; критерии, показатели профессиональных компетенций молодого поколения РФ; восприятие цифровых коммуникаций представителями «поколения Z»; надпрофессиональные и цифровые компетенции российской молодежи; стратегия интернет-поведения молодых российских пользователей, их стратегия управления интернет-рисками в цифровой среде.

Всероссийский массовый опрос 1500 респондентов был осуществлен в формате онлайн-анкетирования. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, гендерной и территориальной принадлежности. Ошибка выборки — 3 %.

¹ Индекс цифровой грамотности 2017. URL: <https://rocit.ru/uploads/769c4df4bc6f0bd6ab0fbc57a056e769b8be6bcf.pdf?t=1517847097> (дата обращения: 15.02.2019).

² Солдатова Г. У. Цифровое поколение 21 века: Интернет-социализация и профилактика в зоне рисков. URL: http://teacher.msu.ru/sites/default/files/resursy/Солдатова%20Г.У.%20Цифровое%20поколение%2021%20века_Интернет-социализация%20и%20профилактика%20в%20зоне%20рисков.pdf (дата обращения 15.02.2017).

Репрезентативность выборки была обеспечена следующими последовательными процедурами:

- расчет долевой представленности респондентов по признакам пола, возрастной категории (от 15 до 19 лет и от 20 до 24 лет) и территориальной принадлежности (по всем восьми федеральным округам) с использованием статистических данных о численности рассматриваемых социальных групп в России;
- соблюдение необходимых квот в ходе сбора данных онлайн-опроса (ассистенты-фасилитаторы целевым образом мотивировали подходящих по социально-демографическим признакам респондентов принять участие в онлайн-опросе);
- осуществление ремонта выборки по завершении формирования базы данных опроса;
- экспертное интервью обеспечило получение данных о состоянии, тенденциях, перспективах влияния цифровизации образования на формирование профессиональной культуры молодежи и процесс развития профессиональных компетенций.

Блоки параметров экспертного интервью: мотивационное сопровождение профессионального выбора молодежи РФ; наиболее развитые надпрофессиональные компетенции молодого поколения; специфика реализации российской молодежью цифровых компетенций в ходе профессиональной адаптации; характеристика деструктивного влияния цифровой среды на профессиональную культуру молодого поколения России; антидеструктивные иммунитеты в сетевом пространстве.

Экспертный опрос предполагал отбор трех групп экспертов — специалистов в области цифровизации образования по направлениям ГМУ, экономика и политология, объем выборочной совокупности — 30 экспертов.

Холл-тестирование позволило осуществить анализ влияния цифровизации образования на критическое мышление российской молодежи, умение ее представителей дифференцировать цифровые продукты, оценивать их адекватность, полноту, объективность, социальную значимость.

Холл-тестирование предполагало процедуру контролируемого наблюдения (сходного с процедурой лабораторного эксперимента) и было направлено на исследование уровня критического мышления и восприятия молодежью продуктов цифровых коммуникаций, способности их интерпретации, умений дифференцировать медиапродукты по целям, задачам, социальной значимости. Выборочная совокупность холл-тестирования — 90 представителей российской молодежи (девять групп по десять человек), отобранные методом целевого отбора, с учетом представленности в выборке представителей всех гендерных групп, студентов, обучающихся на экономическом, политическом, управленческом направлениях. Независимой переменной холл-теста было наличие доступа к глобальной сети. Зависимой переменной служила компетенция участников холл-теста, связанная со спецификой проявления ими критического мышления в отношении продуктов цифровых коммуникаций. Задание холл-тестирования состояло в необходимости выполнить поиск и систематизацию информации, касающейся предметной сферы будущей профессии участников (учебный кейс).

Результаты экспертного опроса и холл-тестирования были обработаны с помощью качественных методик контент-анализа: методов поиска общего, дискурс-анализа, обоснованной теории.

В ходе анализа данных массового опроса применены методы К-средних кластерного анализа SPSS Statistics 24.0 и корреляционного анализа.

Логику изложения результатов исследования подчиним следующей последовательности итогов изучения влияния современных цифровых технологий на формирование профессиональной культуры молодежи РФ:

- описание кластеров российской молодежи, дифференцированной по типам профессиональной, социокультурной, гражданской адаптации, характеристикам интернет-поведения;
- эффекты деструктивного воздействия цифровой среды на формирование у российской молодежи стратегий профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации.

Кластеры российской молодежи, дифференцированной по типам профессиональной, социокультурной, гражданской адаптации и характеристикам интернет-поведения

Наиболее значимые взаимосвязи были получены в результате сегментирования респондентов по типу профессиональной культуры и соответствующих им стратегиям Интернет-поведения, социально-культурной адаптации и гражданского активизма.

Параметры кластеризации:

- осознанность выбора профессии;
- мотивы выбора профессии;
- готовность к демонстрации гибермобильной стратегии профессионального поведения;
- самооценка сформированности надпрофессиональных и цифровых компетенций;
- масштаб потребления интернет-контента;
- сформированность антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде;
- отношение к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма;
- доминирующие ценностные ориентиры;
- социально-демографические характеристики.

На рис. 1 представлена схема типологизации респондентов, устанавливающая взаимосвязь профессиональной культуры представителей молодого поколения РФ и специфики стратегии применения ими цифровых коммуникаций.

К типу «идеалисты» относятся 28% от общего числа опрошенных. Для них характерны осознанность профессионального выбора; ориентация на потребности и состояние рынка труда; высокий уровень самооценки профессиональных и надпрофессиональных компетенций; высокий уровень самооценки владения цифровыми компетенциями; установки на обучение в течение всей жизни и на трудовую мобильность; ориентация не только на статус, но и на содержание труда; представители данного типа являются носителями цифровой культуры.



Рисунок 1. Удельный вес представителей различных типов профессиональной адаптации российской молодежи — «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

Осознанность профессионального выбора как интегральный показатель складывается из нескольких параметров: осознание важности информации о сущности будущей профессии, востребованности профессии на рынке труда во время выбора направления подготовки и после окончания ссуза/вуза; о том, кто конкретно является работодателем; какие личностные и профессиональные качества можно приобрести по окончании вуза (на рис. 5 представлено среднее значение данного интегрального показателя для всех типов российской молодежи). Самооценка надпрофессиональных компетенций включает средние значения самооценки респондентов по ряду общепрофессиональных компетенций (лидерских, научно-исследовательских, коммуникационных и т. д.), самооценка цифровых компетенций включает средние значения самооценки респондентов по ряду компетенций в сфере создания, поиска, обмена, анализа цифровой информации, обеспечения ее безопасности; позитивное отношение к онлайн практикам — интегральный показатель, отражающий среднее значение долей молодежи разных типов с положительным отношением к политическим, гражданским, религиозным, социокультурным и проч. сетевым практикам. 70,2% «идеалистов» заявили об исключительной важности информации о сущности выбранной профессии, что в среднем на 10% выше аналогичного показателя у представителей других типов, 64,3% считают значимыми сведения о необходимых личностных характеристиках для будущей профессии (это в среднем на 25% выше значения аналогичного показателя у принадлежащих к другим группам). Однако лишь 39,3% «идеалистов» выражают заинтересованность в информации о том, кто является их работодателем по окончании обучения в вузе.

Самооценка надпрофессиональных компетенций также служит обобщенным показателем, включающим следующие параметры: способность к лидерству, работу в команде, различные техники научно-исследовательской работы, проявление критического, системного, творческого мышления, коммуникационную грамотность и т. д. (рис. 5 показывает среднее значение этого параметра для выделенных типов респондентов).

Самооценка цифровых компетенций — еще один интегральный показатель, использованный для характеристики взаимосвязи цифровизации и реализуемых опрошенной молодежью стратегий профессиональной адаптации. В состав этого сложного показателя входит самооценка компетенций, связанных с созданием, хранением, обменом, размещением информации в сети, а также обеспечением информационной безопасности в процессе интернет-коммуникации (на рис. 5 аккумулированы средние значения данного показателя у всех выявленных в исследовании типов российской молодежи). Наиболее высокие показатели данного интегрального признака характерны для самооценки «идеалистами» такой своей компетенции, как подкованность в сфере цифровых технологий (48,5 % представителей этой группы оценили сформированность этой компетенции на высший балл). 63,1 % «идеалистов» позитивно оценивают свою способность к применению цифровых технологий для создания новых идей, возможностей, ресурсов для общества, 52,4 % — свое умение получить новые знания посредством цифровых образовательных технологий и 45,2 % — способность обеспечивать необходимый уровень безопасности в цифровой среде.

Важная интерпретация стратегии интернет-поведения рассматриваемого типа была получена в результате экспертного опроса: «...основным элементом влияния на профессиональную культуру выступает обширная, многоуровневая, коммуникационная сеть Интернет. Распределенность связей, возможность коммуницировать с любым уровнем контактов (начиная от друзей и коллег, заканчивая топ-руководителями как бизнес-сферы, так и государственной среды) позволяют молодежи получать практические навыки в абсолютно любое время, в любом возрасте и в любом количестве. Это дает им возможность легко переходить на следующий уровень своего профессионального развития».

«Идеалисты» ориентированы на использование этих преимуществ цифровой среды, их отличает интенсивное и конструктивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры.

Профессиональную адаптацию «идеалистов» характеризует добровольная, активная, прогрессивная стратегия (см. рис. 2).

«Идеалисты» имеют сформированные антидеструктивные иммунитеты, они предпочитают правовую и технологическую стратегию управления рисками в цифровой среде. Примечательно, что почти каждый десятый представитель данного типа (9,5 %) ориентирован на обращение в правоохранительные органы при возникновении проблем с кибербезопасностью, и значительно более половины (57,1 %) «идеалистов» усиливают обеспечение безопасности гаджетов при появлении любой проблемы в сетевом пространстве.



Рисунок 2. Характеристика типов профессиональной адаптации российской молодежи

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы отличается преимущественно позитивным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма (см. рис. 3). Они демонстрируют ценности общечеловеческой морали и установку на реализацию своего творческого потенциала.

Отношение к онлайн-практикам — важный показатель, имеющий интегральную характеристику и складывающийся из параметров отношения респондентов к различным типам онлайн-сетевой активности: построение бизнеса онлайн, электронное голосование, государственные услуги онлайн, народная сетевая журналистика, политические онлайн-шоу, дебаты, баттлы, цифровое добровольчество и волонтерство и т. д., всего 15 видов гражданских, экономических, политических и социально-культурных практик (см. рис. 3). Примечательно, что среди «идеалистов» существенно больше, чем среди представителей других типов, респондентов, позитивно оценивающих развитие онлайн-сетевых форм добровольческих/волонтерских организаций (65,5%), развитие онлайн-сетевых форм протестных движений (40,0%), народную онлайн-журналистику (46,4%), государственные услуги онлайн (73,8%), развитие онлайн-банкинга (54,8%).



Рисунок 3. Характеристика гражданской адаптации «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

Для «идеалистов» характерны интенсивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры, интенсивная вовлеченность в профессионально ориентированную интернет-коммуникацию (см. рис. 4); преимущественно городской стиль жизни, высокий и средний социальный статус, техническая и гуманитарная направленность образования. Чаще всего «идеалисты» — жители Центрального и Южного федеральных округов.

На рис. 5 представлено распределение частоты репрезентации части показателей профессиональной культуры, социально-культурной адаптации, гражданского активизма и интернет-поведения у представителей выделенных кластеров респондентов.

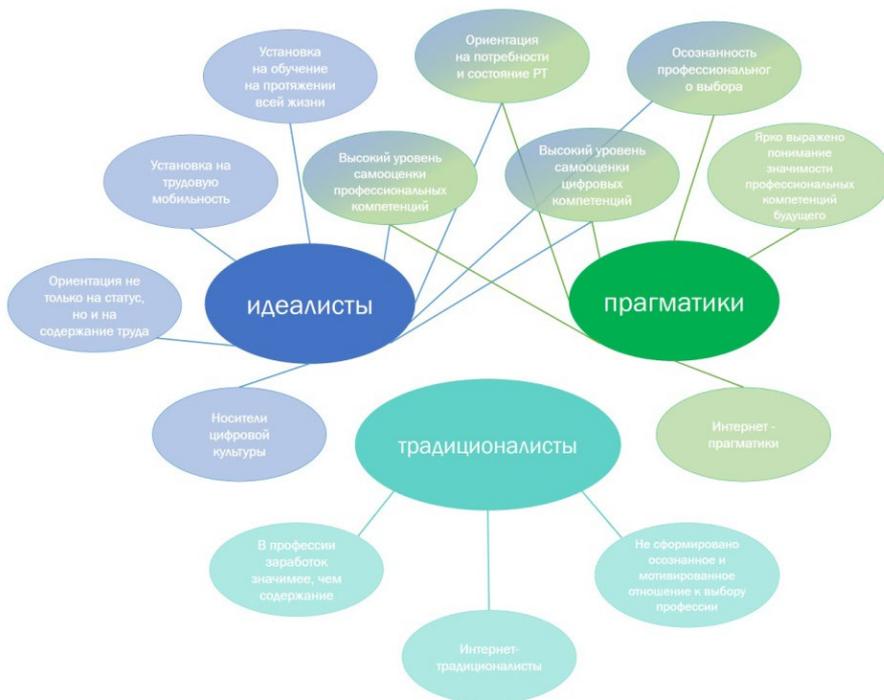


Рисунок 4. Характеристика стратегии интернет-поведения «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

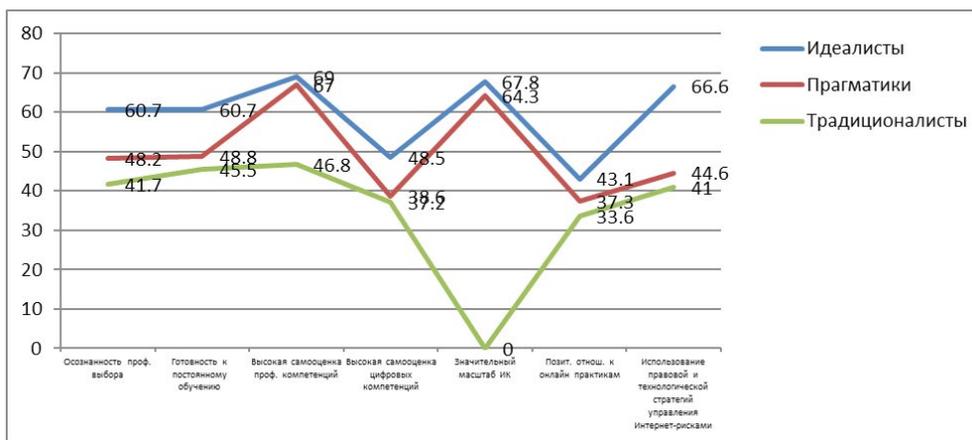


Рисунок 5. Частота репрезентации показателей профессиональной культуры, социально-культурной адаптации, гражданского активизма и интернет-поведения «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов», в %

«Прагматики» — численно наиболее весомая группа в молодежной среде (40 % от общего количества опрошенных). Параметры выбора ими профессии таковы: ориентация на рынок труда, самооценка профессиональных и цифровых компетенций модально совпадает с «идеалистами», но менее выражена; понимание значимости профессиональных компетенций будущего (см. рис. 1).

Большинство (56,2 %) «прагматиков» считают важной информацию о характеристиках выбранной профессии, около половины (47,9 %) уверены в значимости сведений о необходимых личностных характеристиках для будущей профессии. Существенно отличает «прагматиков» от представителей других типов профессиональной адаптации более серьезное отношение к представлению о том, кто является потенциальным работодателем: 47,2 % молодежи, принадлежащей к рассматриваемому типу, связывает свой профессиональный выбор с особенностями конкретного рабочего места после получения диплома об образовании.

Для «прагматиков» характерно умеренное и конструктивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры. Представители данного типа оценивают свою подкованность в сфере цифровых технологий в среднем на 3,5 балла из 5 возможных. Наиболее высокое значение самооценки респондентов, принадлежащих к данному типу, характерно для такой цифровой компетенции, как умение эффективно находить информацию и данные для обучения и профессии (51,2 %). Принявшие участие в экспертном интервью специалисты сходятся во мнении, что *«цифровые коммуникации следует рассматривать не только как источник профессиональной и образовательной информации для молодежи, они становятся необходимым элементом образа жизни молодежи, причем для многих — едва ли не самым важным источником обновления социального опыта, ресурсом социализации, социокультурной и гражданской адаптации»*.

Так же как и предыдущий тип, «прагматики» реализуют добровольную, активную, прогрессивную стратегию профессиональной адаптации (см. рис. 2).

У данного кластера частично сформированы антидеструктивные иммунитеты, его представители реализуют микросоциальную и технологическую стратегии управления рисками в цифровой среде (см. рис. 5). «Прагматики» довольно часто ориентируются на помощь ближайшего окружения при возникновении проблем в ходе сетевой активности (63,6 %), вместе с тем совокупно 91,7 % представителей данного типа после появления подобных проблем усилили обеспечение безопасности гаджета и стали более избирательно подходить к выбору интернет-ресурсов.

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы характеризуется преимущественно позитивным и нейтральным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма, интериоризацией ценностей общечеловеческой морали (см. рис. 3). Заметно более негативно «прагматики» относятся к таким онлайн-сетевым практикам, как развитие цифровых форм коммуникации с представителями религиозных организаций (нейтральное и негативное отношение выражают совокупно 86,6 %) и чипирование граждан для идентификации личности (91,7 %). Вместе с тем у «прагматиков» наиболее часто проявляется положительное отношение к творческой самореализации онлайн (75,2 %).

Подобно «идеалистам», представители данного типа характеризуются интенсивным применением цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры, активной вовлеченностью в профессионально ориентированную интернет-коммуникацию, преимущественно городским стилем жизни, высоким и средним социальным статусом, технической и гуманитарной направленностью образования (см. рис. 4). «Прагматики» проживают в основном в Центральном, Южном и Северокавказском федеральных округах.

«Традиционалисты» составляют около трети (32 %) от общей численности респондентов (см. рис. 1). У них не сформировано осознанное и мотивированное отношение к выбору профессии. Для них в профессии заработок значимее, чем содержание. Лишь 41,2 % «традиционалистов» считают важным поиск информации о характеристиках профессии в процессе профессионального выбора; еще меньше (37,9 %) осознают значимость сведений о специфике индивидуальных качеств, необходимых для выбранной профессии; лишь 41,1 % сфокусированы на оценке востребованности выбранной профессии на рынке труда в момент поступления и по его окончании, и только 37,2 % отдают себе отчет в том, кто их потенциальный работодатель.

Представители данного типа — интернет-традиционалисты. Им свойственно игнорирование применения цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры. Среди параметров, образующих интегральный показатель самооценки «традиционалистами» цифровых компетенций, наиболее низкие значения имеют следующие: получение новых знаний посредством цифровых образовательных технологий (59,9 % представителей этого типа невысоко оценивают владение данной компетенцией), разработка цифровых инструментов и технологий для обучения, исследований, построения карьеры (63,7 %), а также взаимодействие и сотрудничество в цифровой среде (63,3 %).

В ходе экспертного интервью ведущие специалисты в сфере цифровизации так обозначили проблему той части молодежи, которая не освоила основные цифровые технологии, входящие в число надпрофессиональных компетенций: *«Те, кто оказывается не в состоянии самостоятельно осваивать профессиональные программные системы, не смогут получить существенные преимущества в освоении профессиональных компетенций и поиске желаемой работы»*. Молодежь, принадлежащая к этому кластеру, демонстрирует вынужденную, пассивную, регрессивную стратегию профессиональной адаптации (см. рис. 2).

Для «традиционалистов» характерна несформированность антидеструктивных иммунитетов, у них отсутствуют умения управления рисками в цифровой среде. Характерно, что более половины молодежи, принадлежащей к рассматриваемому типу (55,8 %), при возникновении проблемы в цифровой среде ограничиваются обращением к ближайшему окружению, а каждый пятый представитель данного типа (20,0 %) вовсе предпочитает проигнорировать любую проблему, возникающую в процессе интернет-коммуникации.

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы характеризуется преимущественно нейтральным и негативным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма (см. рис. 3). Наиболее показательные значения параметров, входящих в данный

интегральный показатель, сформированный из средних величин, отражающих отношение «традиционалистов» к онлайн-сетевым практикам, следующие: негативное или нейтральное отношение к развитию онлайн-банкинга — совокупно 60 %, к развитию бизнеса онлайн — 45,3 %, к государственным услугам онлайн — 40 %, к народной онлайн-журналистике — 60 %, к политической рекламе в период избирательных/политических кампаний — 85,7 % (средний показатель интегрального позитивного отношения «традиционалистов» ко всем онлайн-практикам показан на рис. 5).

«Традиционалистам» свойственны фрагментарная вовлеченность в интернет-коммуникацию, «догоняющий» тип интернет-коммуникации. Это преимущественно сельская молодежь, большей частью феминная гендерная группа; как правило, их характеризует невысокий социальный статус; естественнонаучный, медицинский, военный профили образования (см. рис. 4). «Традиционалистов» больше всего в Дальневосточном, Сибирском, Приволжском и Уральском федеральных округах.

Таким образом, в ходе кластеризации базы массового опроса российской молодежи выявлена зависимость между профессиональными, ценностными установками, стратегиями интернет-поведения, а также социально-демографическими характеристиками. Ориентация на осмысленный профессиональный выбор и интенсивное формирование профессиональных компетенций сопряжено с активной профессиональной интернет-коммуникацией, умением управлять рисками сетевого взаимодействия. Напротив, ригидность стратегии профессионального выбора коррелирует с фрагментарностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием сформированных антидеструктивных иммунитетов и, соответственно, наибольшим риском испытать негативное, деструктивное воздействие цифровой среды (см. рис. 2).

Эффекты деструктивного воздействия цифровой среды на формирование у российской молодежи стратегий профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации

В качестве дополнения к результатам массового опроса представим результаты экспертного интервью о негативном влиянии цифровых технологий, предопределяющем дисфункциональность процесса формирования у молодежи профессиональной культуры.

Отрицательные эффекты влияния цифровых коммуникаций на профессиональную адаптацию молодежи были структурированы в результате обработки и интерпретации данных экспертного интервью. Ответы, полученные от ведущих специалистов в сфере цифровизации образования и ее роли в формировании профессиональной культуры молодежи, позволили определить три направления негативного влияния цифровых технологий на профессиональную адаптацию молодого поколения.

Первый эффект — эффект когнитивной редукции — состоит, по мнению экспертов, в не критическом отношении к интернет-контенту (феномен несформированности у молодежи критического мышления по отношению к сетевым данным, проблеме отбора качественной и достоверной информации в глобальной сети); поверхностности восприятия информации, необходимой для профессиональной

деятельности. К этой же группе деструктивных воздействий цифрового пространства эксперты отнесли неспособность молодежи к работе с большими массивами данных; отсутствие компетенций, связанных с преодолением состояния информационной перегрузки/информационного избытка.

Причину возникновения когнитивной редукции эксперты усматривают в нескольких обстоятельствах: увеличении объема циркулируемой информации в глобальной сети, невозможность/сложность ее освоения и обработки, отягощающаяся в условиях поликоммуникативности, не позволяющей сосредоточиться на важной информации (рассредоточенности и потери сегментов информации из-за мультиканальности ее получения). Когнитивную редукцию эксперты связывают с формированием у молодежи фрагментарности сознания, несистемности видения явлений (феномене концентрации внимания на деталях в ущерб видения общей картины), неспособностью понять печатный текст, неготовностью к самостоятельному мышлению с опорой на собственные знания и компетенции.

Подтверждение экспертных оценок было получено при анализе результатов холл-тестирования. В ходе обработки данных карточек наблюдения за выполнением участниками холл-теста учебных кейсов установлено, что среднее число интернет-ресурсов, которые использовали испытуемые для выполнения учебного кейса, составило 2,5 (и варьировало в пределах от одного до пяти наименований). Такое незначительное число задействованных участниками холл-теста источников для систематизации информации указывает на их неготовность к серьезной работе по поиску, обработке и структурированию информации.

Кроме того, анализ данных ассесмента (качественные данные ассесора в карточке наблюдения за испытуемыми) свидетельствуют также о доминировании в среде экспериментируемых явления запоминания места хранения информации, но не ее содержания, то есть неспособности к содержательному анализу найденных сведений, неготовности к пересказу и пониманию больших отрывков текста. Это можно объяснить снижением общей и профессиональной эрудированности, глубинных теоретических знаний молодого поколения в связи с привычкой полагаться на интернет при поиске информации.

Второй блок деструктивных эффектов, выявленный по итогам анализа данных экспертного интервью, — явление цифрового алармизма и игромании. Эксперты назвали следующие проявления этого феномена: несформированность навыков управления рисками интернет-коммуникации; податливость манипуляциям массового сознания в новых медиа; перевод фокуса внимания в виртуальную среду (уход от объективной реальности); стремление к фальсификации информации, используемой обучающимися; отрицательное влияние платных онлайн-курсов низкого качества; учащение психозов, связанных с перегрузками и отсутствием личного информационного пространства; негативный эффект от распространения псевдонаучных знаний и сложность их верификации; смещение жизненных ценностей, их «искусственность» в связи с явлением «жизнь напоказ» («just for show life»); распространенность неконструктивного, зачастую социально опасного эпатажа; незаконное размещение личных данных, интернет-фишинг (интернет-мошенничество), онлайн игровая зависимость, неспособность отличить реальность от виртуального пространства.

Показательной иллюстрацией одного из проявлений цифрового алармизма — податливости манипуляциям массового сознания — оказалась установленная в ходе холл-тестирования ориентированность доминирующей части испытуемых на популярность и частоту просмотров интернет-ресурсов. Другими словами, в ущерб качеству, социальной значимости и содержанию источника участники холл-теста были готовы довериться сведениям интернет-ресурса по единственному критерию — его популярности в глобальной сети. Это означает неспособность значительной части испытуемых осознанно, осмысленно обосновать выбор использованного источника информации.

Третья группа деструктивных воздействий, выделенная по данным экспертного интервью, — эффекты коммуникативной деструкции. Согласно мнению экспертов, это влияние состоит в потере навыков межличностных деловых коммуникаций, стирании границ, барьеров, уважительности общения, снижении уровня глубины коммуникации и неразвитости эмоционального интеллекта, распространенности проблем с социальной адаптацией в условиях цифровизации жизненного пространства.

В ходе обработки результатов наблюдения за выполнением учебного кейса испытуемыми в рамках холл-теста выявлено, что ни один из участников в процессе построения своей профессиональной траектории не воспользовался возможностью интерактивного общения, деловой коммуникации с людьми, располагающими необходимыми сведениями для выполнения учебного кейса. Таким образом, налицо не только несформированность у испытуемых компетенции комплексного видения алгоритма решения профессиональной задачи, но и неготовность к реализации коммуникативных компетенций.

Логичным продолжением эффекта коммуникативной деструкции эксперты считают эффект атрофии профессиональной среды, норм и ценностей. Ведущие специалисты в сфере цифровизации образования видят этот эффект в неспособности «поколения Z» к выстраиванию долгосрочных отношений в профессиональной сфере; исчезновении ряда традиционных профессий в цифровом обществе; отсутствии единого ценностного пространства общечеловеческих ценностей, духовных ориентиров, явлении «морального испарения» в цифровой среде.

Одним из проявлений данного эффекта, выявленного по результатам обработки данных экспертного интервью, следует считать установленную в ходе холл-тестирования молодежи установку на постоянное отвлечение внимания на социальные сети, даже в ходе выполнения учебного кейса. Это говорит о смещении приоритетов участников, размытости у них понятия приоритетной позиции, ответственного задания.

Заключение

Эмпирический анализ показал дифференцированность воздействия цифровой среды по своему масштабу, направленности и результативности у разных типов российской молодежи, выделенных по стратегиям профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации и специфике интернет-поведения. Сфокусированность на осознанном профессиональном выборе и активное развитие профессиональных компетенций коррелируют с активной профессиональной интернет-коммуникацией,

умением регулировать риски онлайн-интеракций. Напротив, ригидность, пассивность профессионального выбора взаимосвязана с мозаичностью, разрозненностью, несистемностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием развитых антидеструктивных иммунитетов и, соответственно, наибольшим риском испытать отрицательное влияние цифрового пространства.

В результате анализа выявлено, что воздействие цифровых компетенций на формирование профессиональной культуры молодежи неравномерно по содержанию и интенсивности. Это проявляется в существовании трех базовых стратегий профессиональной, гражданской и социокультурной адаптации молодежи, характерных для «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов».

Наиболее адаптированы к рынку «прагматики»: они нацелены на освоение профессиональных компетенций будущего, довольно умеренны в интернет-потреблении, умеют управлять интернет-рисками. Молодежь, принадлежащая к данному типу, усвоила ценности профессиональной культуры, соответствующие неопределенности рынка: готовность к широкому выбору потенциальных профессий, принятие вероятности работы не по выбранной специальности; установка на обучение в течение всей жизни.

Наименее адаптивны «традиционалисты». Для них характерна несформированность профессиональной культуры: неосознанность профессионального выбора, неготовность к продолжению обучения в процессе трудовой деятельности, неразвитость антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде.

Средняя степень адаптивности отличает «идеалистов», которым свойственны сформированность ценностей профессиональной культуры, установка на обучение в течение всей жизни, активная стратегия использования цифровых технологий в процессе профессионализации. Вместе с тем для них характерно демонстрируемое во время поступления и обучения в вузе игнорирование значимости кондиций рынка по выбранному направлению подготовки.

Список литературы (References)

Галкин Д. В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 11—16.

Galkin D. (2012) Digital Culture: Methodological Issues of Cultural Dynamic Research: From Digital Automatic Machines to Technical-Biocreatures. *International Journal of Cultural Research*. No. 3. P. 11—16. (In Russ.)

Давыдов С. Г., Логунова О. С. Проект «Индекс цифровой грамотности»: методические эксперименты // Социология: 4М. 2015. № 41. С. 120—141.

Davydov S., Logunova O. (2015) "Digital literacy index" project: Methodological experiments. *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling (Sotsiologiya 4M)*. No. 41. P. 120—141. (In Russ.)

Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования / Д. Л. Константиновский, М. А. Абрамова, Е. Д. Вознесенская, Г. С. Гончарова, В. Г. Костюк, Е. С. Попова, Г. А. Чередниченко. М. : ЦСП и М, 2015.

New Meanings in Educational Strategies of Youth: 50 Years of Research. (2015) D. L. Konstantinovskiy, M. A. Abramova, E. D. Voznesenskaya, G. S. Goncharova, V. G. Kostiuik, E. S. Popova, G. A. Cherednichenko. Moscow: CSP & M. (In Russ.)

Талер Р. От Homo economicus к Homosapiens // Логос. 2014. № 1 (97). С. 141—154.
Thaler R. (2014) From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Logos*. No. 1 (97). С. 141—154. (In Russ.)

Талер Р., Санстейн К. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. М. : ООО «Манн, Иванов и Фербер». 2017.
Thaler R. (2017) Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. M.: Mann, Ivanov and Ferber. (In Russ.)

Соколова Н. Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 6—9.

Sokolova N. L. (2012) Digital Culture or Culture in the Digital Age? *International Journal of Cultural Research*. No. 3. P. 6—9. (In Russ.)

Шариков А. В. О четырехкомпонентной модели цифровой грамотности // Журнал исследований социальной политики. 2016. Т. 14. № 1. С. 87—98.

Sharikov A. V. (2016) Digital literacy: a Four-component model. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 14. No. 1. P. 87—98. (In Russ.)

Ball-Rokeach S., DeFleur M.L. (1976) A Dependency Model of Mass Media Effects. *Communication Research*. Vol. 3. No. 1. P. 3—21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>.

Brodovskaya E., Dombrovskaya A., Synyakov A., Batanina I. (2016) Online Social Activity in Latin America (Mexico, Chile and Uruguay) and Russia: Cross-National Research. In: Chugunov A., Bolgov R., Kabanov Y., Kampis G., Wimmer M. (eds) *Digital Transformation and Global Society. DTGS2016*. Communications in Computer and Information Science. Vol 674. Springer, Cham. P. 26—34. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49700-6_4.

DeFleur M. L., Ball-Rokeach S. J. (1989) *Theories of Mass Communication*. 5th edition. New York, N.Y.; London: Longman. 1989.

Ebert Ph., Freibichler W. (2017) Nudge Management: Applying Behavioural Science to Increase Knowledge Worker Productivity. *Journal of Organization Design*. Vol. 6. No. 4. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0014-1>.

Fogg B. J. (2009) A Behavior Model for Persuasive Design. In: *Proceeding Persuasive '09 Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*. Article No. 40. <https://doi.org/10.1145/1541948.1541999>.

Gere C. (2002) *Digital Culture*. London: Reaction Books.

Gilster P. (1997) *Digital Literacy*. N.Y.: Wiley.

Howe N., Strauss W. (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow&Company.

- Howe N., Strauss W. (2007) *Millennials go to college* (2nd ed.). Great Falls, VA: LifeCourse Associates.
- Klapper J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- McQuail D., Blumler J. G., Brown J. (1972) *The Television Audience: A Revised Perspective*. In: McQuail D. *Sociology of Mass Communication*. Middlesex, England: Penguin Books Ltd. P. 135—165.
- McQuail D. (2010) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Nechaev V. D., Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Y. (2015) Perception of Political Subjectivity on the Internet: Results of the Cross-National Cluster Analysis in the USA, United Kingdom, Mexico, Sweden, Russia, China, the Republic of South Africa. *Asian Social Science*. Vol. 11. No. 7. P. 269—277.
- Prensky M. (2001a) Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, Vol. 9. No. 5. P. 1—6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>.
- Prensky M. (2001b) Digital Natives, Digital Immigrants Part 2. *On the Horizon*. Vol. 9. No. 6. P. 1—6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>.
- Prensky M. (2009) H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*. Vol. 3. No. 1. URL: <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol5/iss3/1> (accessed: 12.09.2017).
- Small G. W., Vorgan G. (2009) *IBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York: Harper.
- Sunstein C. R. (2015) *Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations*. *Forthcoming in Yale Journal on Regulation. Discussion Paper No. 809. 01/2015*. Harvard Law School, Cambridge.