

9. Problems of socio-cultural modernization of Russian regions / Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences. Compilation, the total revision: N. Lapin, L. Belyaeva. M. : Academia, 2013. 416 p.

10. Pain E. A. Multicultural modernization: the evolution of theoretical perspectives // Social Sciences and Modernity. 2009. № 6. S. 37–54.

11. Region: the space of meanings and contents / D. Anoufrieв, A. Aryasova, E. Belikova, N. Doolina, E. Kargapolova, I. Naumov, V. Paramonova, M. Simonenko, V. Tokarev /under edition of N. Doolina, E. Kargapolova. Volgograd, Volgograd Scientific Publishing, 2013. 294 p.

12. Regions of Russia. The socio-economic indicators. 2010. Moscow, 2010. 996 p. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_14p/Main.html (access date 12–20 June 2011).

УДК 316.772.5

ЭЛЕКТРОННАЯ КУЛЬТУРА В РУСЛЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА

*Е. В. Каргаполова**, *С. В. Каргаполов***

**Астраханский инженерно-строительный институт (Россия)*

***ОАО «Россвик» (г. Астрахань, Россия)*

В статье исследуется электронная культура в русле коммуникативного подхода.

Ключевые слова: электронная культура, коммуникативный подход.

In this article we research the e-culture in way of the communicative approach.

Keywords: electronic culture, communication campaign.

Электронная культура может исследоваться в коммуникативном плане как основное средство трансляции информации в постиндустриальном, «информационном» обществе [1]. Как отмечает Н. Ю. Ключева, «коммуникация, опосредованная компьютером, является важным компонентом современной электронной культуры...» [2].

В классической пентаде Г. Лассуэлла в коммуникационном акте выделяются следующие составляющие: отправитель – канал – сообщение – получатель – эффект от сообщения [3]. Но, по мнению Н. Ю. Ключевой, «в цифровой культуре, «пост-интернет» эпохе, сообщение более не связано с отправителем, как это было в эпоху живого общения или даже рукописного письма» [2]. В этом случае, как отмечает исследователь, «единственным условием успешной коммуникации является само сообщение, его стиль, смысловая связанность, понимание целей и задач собеседника» [2].

Ж. Бодрийяр, называя современный коммуникативный процесс «антикоммуникацией», акцентировал изменение роли получателя, так как современные СМИ не предоставляют возможности для двустороннего общения [4]. Эту тенденцию выделяет также и М. Кастельс, который пишет о том, что «на данный момент СМИ представляют собой однонаправленную коммуникационную систему; поэтому реального процесса коммуникации как

взаимодействия передающей и получающей стороны при интерпретации сообщения нет» [5]. Реальный эффект от сообщения при отсутствии отправителя и получателя выявить становится также затруднительно.

Что касается сообщения, то рассуждая об информационной функции интернета, В. А. Емелин и А. Ш. Тхостов отмечают, что в непомерно расширяющемся хранилище, каким является интернет, все труднее найти необходимую информацию, «погребенную в залежах никем ни читанных и запыленных томов... В информационном поле интернета миф о Вавилонской башне обретает новое воплощение – от столпотворения людей мы приходим к столпотворению идей... Объем информации, содержащийся на страницах интернет, фактически сводит ее реальное содержание к минимальному значению... Интернет дал неограниченные возможности для творческой самореализации своих пользователей, каждый из которых может опубликовать на ее страницах свои тексты, фотографии, ссылки и другие материалы. Но такая практика самотиражирования имплицитно несет в себе опасность полного выхолащивания самой ценности текста: если публиковать можно все, что угодно, то теряется возможность найти в гиперпотоке информации нечто достойное внимания» [6]. Таким образом, создается иллюзия истинности текста, что приводит к нивелированию текста как ценности. Истинность даже самых популярных продуктов интернет весьма сомнительна. Так, например, в Википедии жизнеописание биографии антигероя Звездных войн генерала Гривуса снабжено большими подробностями, чем история генералиссимуса Суворова [6].

Что касается канала коммуникации в информационном обществе, такого, например, как интернет, то контент-анализ количества интернет-ссылок в поисковых системах (июнь 2012 г.) показывает, что наибольшее число документов непосредственно связано с информационными технологиями, и, в особенности, с самим интернетом (2384 упоминания). То есть, канал отдает приоритет самому себе. При этом деньги оказываются по числу упоминаний популярней любви и Бога (701, 691 и 260 упоминаний соответственно) [6].

Таким образом, процесс коммуникации в информационном обществе выглядит, по меньшей мере, странно: в нем остается канал, работающий, по сути дела, сам на себя (а это дисфункция социального института массовой коммуникации). Как отмечает С. Н. Большаков, «о реальной «массовой коммуникации» как составляющей информационного общества говорить пока еще рано» [7, с. 41].

В какой-то степени изложенные выше теоретические выводы подтверждаются результатами конкретного социологического исследования, проведенного под руководством и непосредственным участии авторов в мае 2014 г. методом анкетирования среди студентов Астраханского инженерно-строительного института (N = 300, среди них юношей – 55,5 %, девушек – 44,5 %) [результаты см., например: 8, 9]. В марте 2015 г. по этой же методике

были опрошены студенты Волгограда (N = 450, из них юношей – 58,4 %, девушек – 39,8 %).

По целям использования лидирует «бесцельный», наш взгляд, вариант ответа «для информации» (74,3 % выбравших вариант ответа «раз в день и чаще» в АИСИ и значительно больше – 82,1 % – в ВолгГТУ) (см. табл. 1). Интересно отметить, что этот вариант занимал первое место и в пилотажном опросе среди студентов АИСИ в 2007 г. (51,2 % опрошенных). И это в некоторой степени подтверждает пессимистический прогноз А. И. Воронова о рождении нового типа личности, в менталитете которого основным структурным компонентом будет идея наслаждения информацией [10].

На втором–третьем местах в этом ряду у студентов АИСИ варианты «для подготовки к учебным занятиям» (69,8 %) и «для общения» (67,8 %). Для сравнения: в 2007 г. только около 50 % студентов АИСИ выходили на сайты интернет для подготовки к учебным занятиям и при этом достаточно редко (только 14 % чаще 1 раза в неделю). У студентов ВолгГТУ вариант «для общения» вышел с небольшим отрывом на второе место (80,5 % и 79 % соответственно). И опять же обращает на себя внимание то обстоятельство, что студенты ВолгГТУ выбрали эти варианты значительно чаще, чем студенты АИСИ.

Далее в порядке убывания на четвертом месте расположился вариант ответа «для досуга» (64,1 % в АИСИ и 76,3 % в ВолгГТУ). У астраханцев на пятом и шестом местах следуют варианты «для работы» (57,1 %) и «для удовольствия» (51,4 %). У волгоградцев вариант «для удовольствия» располагается на пятом месте (60,4 %), а вариант «для работы» – на шестом (40,9 %).

На седьмом месте у астраханцев и волгоградцев вариант «для повышения профессионального уровня» (34,3 и 26,8 % соответственно), но астраханцы выбрали его чаще.

Студенты ВолгГТУ гораздо чаще, чем студенты АИСИ, пользуются один раз в день и чаще программами голосового общения (скайп и т. п.) (25 % против 15,1 %), совершают телефонные звонки через интернет (17,5 % против 10,2 %) и электронные платежи и покупки (12,2% против 6,1 %) и используют интернет «с научной целью» (20,1 % против 11 %).

Несколько больше у студентов АИСИ количество выборов варианта «для творчества (создания совместных произведений науки, литературы и искусства)» (14,7 % против 11,9 % соответственно).

Таблица 1

Цели и частота пользования Интернетом респондентами (% от опрошенных, 2014 г.)

<i>Ответы респондентов на вопрос «С какими целями и как часто Вы пользуетесь Интернетом?»</i>	<i>Студенты Астрахани</i>							<i>Студенты Волгограда</i>						
	<i>Раз в день и чаще</i>	<i>Раз в неделю</i>	<i>Раз в месяц</i>	<i>Раз в полгода</i>	<i>Реже чем раз в год</i>	<i>Затрудняюсь ответить</i>	<i>Отказ от ответа</i>	<i>Раз в день и чаще</i>	<i>Раз в неделю</i>	<i>Раз в месяц</i>	<i>Раз в полгода</i>	<i>Реже чем раз в год</i>	<i>Затрудняюсь ответить</i>	<i>Отказ от ответа</i>
Для работы	57,1	20,0	4,5	1,2	3,3	2,4	11,5	40,9	19,2	9,5	2,0	5,1	9,5	6,6
Для подготовки к учебным занятиям	69,8	18,4	5,3	4,1	0,0	1,2	1,2	79,0	16,4	2,0	0,7	0,0	0,4	0,4
Для информации	74,3	15,1	4,9	0,0	0,8	2,0	2,9	82,1	11,9	2,2	0,4	0,4	1,3	0,2
Для повышения профессионального уровня	34,3	32,2	13,9	3,7	1,2	5,7	9,0	26,8	31,9	15,9	4,2	3,1	8,6	3,3
Для досуга	64,1	16,7	8,2	1,2	2,0	1,2	6,6	76,3	14,8	3,3	0,9	0,2	1,3	0,4
Для общения	67,8	15,9	5,7	1,6	2,4	2,0	4,6	80,5	9,7	2,2	1,3	0,7	0,9	0,7
Для электронных платежей, покупок	6,1	19,2	29,4	12,7	13,1	7,3	12,2	8,6	19,9	35,8	13,1	8,2	7,7	2,9
Для творчества (создания совместных произведений науки, литературы и искусства)	14,7	12,2	18,4	6,9	15,1	17,1	15,6	11,9	13,9	14,6	15,5	13,5	20,1	5,8
Для удовольствия	51,4	17,6	8,6	1,6	3,7	7,3	9,8	60,4	18,4	6,6	1,5	0,7	7,1	2,2
С научной целью	11,0	15,5	6,9	6,1	4,5	11,4	44,6	20,1	29,6	23,5	4,9	4,6	8,8	5,1
Для вложения денег	2,9	5,3	9,0	6,9	11,0	15,9	49,0	4,2	8,0	15,9	9,5	18,6	27,9	10,8
Телефонные звонки через Интернет	10,2	13,1	10,6	9,8	7,3	6,9	42,1	17,5	24,6	19,5	7,3	11,9	10,8	4,4
Использование программы голосового общения (Skype и т. п.)	15,1	13,5	14,3	8,2	4,1	4,9	39,9	25,0	24,8	21,9	8,5	6,4	6,2	1,8

Таким образом, в информационном обществе происходит становление коммуникации при помощи электронных средств. И в повседневной жизни молодежь достаточно активно пользуется ими как достаточно простым, удобным и мобильным по скорости получения и передачи информации, совершения сделок инструментом. Но кроме этого мы можем наблюдать процесс вытеснения непосредственного межличностного общения, что создает дополнительные социальные риски. Выходом из сложившейся ситуации, по нашему мнению, представляется воспитание информационной культуры личности, которая может использовать информацию как средство достижения реальных социальных целей, реализуемых в реальной жизни, а не в виртуальном пространстве.

Список литературы

1. Москаленко Д. Н. Модернизация ценностей культуры в глобальном информационном пространстве // *Философские проблемы информационных технологий и киберпространства* : электронный научный журнал. 2012. № 1. С. 121–127. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsiya-tsennostey-kultury-v-globalnom-informatsionnom-prostranstve> (дата обращения: 29.04. 2015).
2. Ключева Н. Ю. Электронная культура и коммуникация // *Человек и культура*. 2014. № 6. С. 107–120. URL: http://www.e-notabene.ru/ca/article_14763.html (дата обращения: 29.04. 2015).
3. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // *PR-связь с общественностью. Хрестоматия* / М. М. Назаров. М. : Изд-во РГИУ, 2002. URL: <http://www.knigashop.ru/book/1324/> (дата обращения: 29.04.2015).
4. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. URL: http://www.gumerinfo/bogoslov_Buks/Philos/Vodr/Rekviem.php (дата обращения: 29.04.2015).
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ-ВШЭ, 2000. URL: lib.znate.ru/docs/index-274181.html (дата обращения: 12.04.2015).
6. Емелин В. А., Тхостов А. Ш. Вавилонская сеть: эрозия истинности и диффузия идентичности в пространстве интернета // *Вопросы философии*. 2013. № 1. С. 74–85. URL: http://vphil.ru /index.php?Itemid=52&id= 678&option=com_content&task=view (дата обращения: 30.04. 2015).
7. Большаков С. Н. О современном дискурсе глобального информационного общества // *Глобализация и проблемы мира: российский проект* : материалы Международной научной конференции. Санкт-Петербург, 19–20 ноября 2010 г. СПб. : Балт. гос. техн. ун-т, 2011. С. 40–42.
8. Каргаполов С. В. Менталитет молодежи региона в условиях информационной модернизации // *Социокультурные и природно-ресурсные факторы сбалансированности модернизации регионов России* : материалы X Всероссийской научно-практической конференции по программе «Социокультурная эволюция России и ее регионов», г. Пермь, 14–17 октября 2014 г. Пермь, 2014. С. 331–337.
9. Дулина Н. В., Каргаполов С. В. Интернет-культура и идентификационные практики личности // *Материалы научно-практической конференции Дыльновские чтения «Российская идентичность: состояние и перспективы»*. Саратов, 12 февраля 2015. Саратов, 2015. С. 30–33.
10. Воронов А. И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность» : дис. ... канд. филос. наук. СПб., 1999. URL: <http://www.dissercat.com/content/filosofskii-analiz-ponyatiya-virtualnaya-realnost#ixzz3btuIP1wI> (дата обращения: 25.04.2015).