

Таким образом, институциональные преобразования жилищно-строительного комплекса на данный момент не привели к появлению полноценных игроков на рынке жилья. Что касается покупателей жилья и потребителей жилищно-коммунальных услуг, то это произошло в результате сложившегося противоречия между ростом цен на жилье и тарифы ЖКХ; в де-

ятельности же частных строительных компаний и поставщиков услуг ЖКХ наблюдаются признаки дисфункции социального института. Для повышения эффективности управления этим процессом требуется социальная репликация в данном секторе экономики путем воссоздания государственных предприятий строительного комплекса.

Список литературы

1. Белкина Т. Д., Минченко М. М., Ноздрин Н. Н., Протокалистова Л. В., Щербакова Е. М. Мониторинг состояния и проблем развития городов России в годы реформ // Проблемы прогнозирования. 2011. № 2. С. 83–102.
2. Жилищное хозяйство и бытовое обслуживание населения в России. М., 2008.
3. Левашов В. И. Трансформация жилищно-коммунальной сферы современной России: состояние и пути оптимизации. Социологический анализ : дис. ... д-ра соц. наук. М., 2004.
4. Любовный В. Я., Сдобнов Ю. А. Города России: тенденции, проблемы, возможные пути развития и совершенствования управления // Сборник материалов по проблемам развития городских агломераций в странах СНГ к научно-практической конференции «Научные и практические аспекты формирования городских агломераций». М. : Минрегионразвития, 2011. С. 10–21.
5. A practical guide for conducting housing profiles. UN-Habitat, 2011. 100 p.
6. Tibaijuka A. K. Building Prosperity. The Centrality of Housing in Economic Development. London : UN-Habitat, 2009. 289 p.
7. Чебогарев И. В. Государственная жилищная политика трансформируемой России: социологический анализ (на примере Сахалинской области) : автореф. дис. ... канд. соц. наук. М., 2012.
8. Конфуций. Изречения. Книга песен и гимнов. М., 2006.
9. Goodwin R. M. The non-linear accelerator and persistence of business cycles // Econ. 1991. № 19. P. 1–17.
10. Weidlich W. Physics and social – the approach of synergetics // Phys. Repts. 1991. V. 204. № 1. P. 1–169.
11. Ануфриев Д. П. Жилище как элемент социально-экономической системы региона (опыт прикладного исследования) // Вестник МГСУ. Научно-технический журнал по строительству и архитектуре. 2014. № 2. С. 187–196.
12. Ануфриев Д. П. Управление строительным комплексом как социально-экономической системой: постановка проблемы // Промышленное и гражданское строительство. 2012. № 8. С. 8–10.
13. Новые конструкции и технологии при реконструкции и строительстве зданий и сооружений / под общ. ред. Д. П. Ануфриева. М. : Ассоциация строительных вузов, 2013. 208 с.
14. Регион: пространство смыслов и содержания / Д. П. Ануфриев, А. Ю. Арясова, Е. О. Беликова, Н. В. Дулина, Е. В. Каргаполова, И. Н. Наумов, В. А. Парамонова, М. А. Симоненко, В. В. Токарев ; под ред. Н. В. Дулиной, Е. В. Каргаполовой. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2013. 294 с.
15. Современный российский регион: оценка состояния и тенденции развития / Д. П. Ануфриев, А. Ю. Арясова, Л. В. Боронина, Е. С. Дегтярева, Н. В. Дулина, С. В. Каргаполов, Е. В. Каргаполова, Н. А. Овчар, В. В. Токарев. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2012.

© Д. П. Ануфриев

Ссылка для цитирования:

Ануфриев Д. П. Региональный жилищно-строительный комплекс: проблемы эффективного управления // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия : научный журнал / Астраханский инженерно-строительный институт. Астрахань : ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2015. № 2 (3). С. 23–28.

УДК 316.72

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И МЕНТАЛИТЕТ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

С. В. Каргаполов

Астраханский государственный университет

В статье представлен опыт изучения проблемы влияния информационной культуры на менталитет современной молодежи на основе теоретического анализа, а также результатов эмпирических исследований.

Ключевые слова: информационная культура, менталитет, молодежь.

INFORMATION CULTURE AND MENTALITY OF MODERN YOUTH

S. V. Kargapolov

Astrakhan State University

On the basis of theoretical analysis and empirical research the paper reviews the experience of studying the influence of information culture on the mentality of modern young people.

Keywords: information culture, mentality, youth.

В современном общественном сознании не до конца исследованным остается вопрос о степени и возможных последствиях влияния на сознание,

менталитет высоких технологий, информатизации и виртуализации социальной жизни. Особенно это касается современной России, в кото-

рой разрушены традиционные нормы и стандарты, а новая, устойчивая система ценностей не предложена. Происходящие в стране социокультурные изменения в краткие сроки привели к резкому смещению приоритетов, в результате чего в различных социальных группах трансформируются сложившиеся ранее ценностные представления, выстраивается новая система ценностей, диалектически связанная с переживаемым культурно-историческим этапом. В этой ситуации «электронное» пространство, существующее практически бесконтрольно, может стать существенным, иногда практически единственным (в условиях трудовой сверхзагруженности родителей) фактором формирования менталитета современной молодежи.

Сущность категории «информационная культура» возможно исследовать через определение смысла понятия «информация», которое было введено в науку в 1928 г. Р. Хартли и понималось им как мера «количественного измерения сведений, распространяемых по техническим каналам связи» [1, с. 28]. Соответственно, под информационной культурой можно понимать не столько специализированную форму культуры (так как любая форма культуры строится на информационных процессах), сколько важную эвристическую характеристику культуры с «точки зрения кумулируемой, обрабатываемой и транслируемой в ее рамках информации» [2]. Как отмечает М. Кастельс, информация является интегральной частью всякой человеческой деятельности [3].

В 1948 г. К. Э. Шенноном было предложено качественно новое понимание феномена информации. Как отмечает А. Черных, «под информацией Шеннон предложил понимать не любые сообщения, но лишь те, что уменьшают у потребителя неопределенность» [4, с. 13]. Подобная трактовка информации существенно отличается от ее понимания среднестатистическим современным потребителем, который считает информацией весь лавинообразный, хаотичный, раздробленный поток сообщений. Определение информации, предложенное Л. В. Бaeвой, по сути, аналогично шенноновскому: «...информация – есть субстанциальная способность объектов (бытия в целом) к сохранению и передаче (во времени и посредством развития) главного содержания процессов существования и взаимодействия» [5]. Но у Шеннона ключевой в определении информации является фраза «УМЕНЬШЕНИЕ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ», а у философа Л. В. Бaeвой «ГЛАВНОЕ содержание существования и взаимодействия».

Подобное понимание информации определяет сущность понятия «информационная

культура» в русле философского подхода как важнейшего компонента духовной культуры личности, социальных групп и общества в целом в работах А. Д. Урсула [см., например, 6]. Фундаментальный характер информационной культуры как принципиально новой технологической базы духовной и социальной модернизации информационно-индустриального общества подчеркивается А. И. Ракиловым [7].

По мнению Е. А. Кусовой, «представляя собой важнейший сегмент культуры эпохи информатизации, информационная культура, вместе с тем, пронизывает все остальные культурные фрагменты, функционирование которых в наше время невозможно вне зависимости от информационной культуры» [8, с. 54]. В этом же контексте авторы монографии «Социокультурное пространство региона: методология исследования» в русле социокультурного подхода классифицируют информационное поле как «глобальный феномен, пронизывающий все социокультурное пространство», как средство обеспечения связи между всеми социокультурными полями пространства, осуществляемыми с участием человека по каналам коммуникации, выступающими проводниками информации [9, с. 63].

По мнению Н. А. Овчар, именно через информационное поле реализуется вся совокупность сформулированных Т. Парсонсом функций социальной системы – целеполагания, жизнеобеспечения, интеграции, взаимодействия [10, с. 28]. А информационная среда является одним из важнейших факторов, которые обуславливают «формирование позитивного социального самочувствия, характеризующегося стабильно позитивным восприятием действительности, устойчивой совокупностью ценностных ориентаций, чувством общности, удовлетворенностью своим социальным статусом, уровнем дохода и т. п.» [11, с. 41].

Авторы подчеркивают, что основной характеристикой (параметром) информационного поля является механизм социокультурной преемственности [9, с. 68]. Таким образом, информационное поле «стягивает» социокультурное поле общественной системы – как в пространстве, так и во времени.

Как и электронная культура, понятие информационной культуры рассматривается с точки зрения компетентностного подхода как «умение адекватно формулировать свою потребность в информации; эффективно осуществлять ее поиск; умение перерабатывать информационные ресурсы и создавать новые; умение адекватно отбирать и оценивать информацию; наличие компьютерной грамотности» [12]. Подобное понимание представлено также в работах Г. Г. Воробьева, А. П. Ершова [13, 14].

В рамках аксиологического подхода информационная культура исследуется как ценностные элементы мотивационно-смысловой сферы личности в ее взаимодействии с информационной средой [см., например, 15].

К. К. Колин определяет информационную культуру в русле системной парадигмы как «подсистему культуры, которая формируется под воздействием процесса информатизации общества и включает в себя все многообразие результатов деятельности человека в информационной сфере общества, а также средства, виды и технологии этой деятельности» [16, с. 6]. Также им выделены основные компоненты информационной культуры, такие как «информационные качества человека, формируемые у него в течение жизни и профессиональной деятельности... (информационная культура личности, информационная и компьютерная компетентность и грамотность, а также информационное миропонимание и мировоззрение); многообразие предметов новой информационной культуры – материальных, духовных и художественных...; новые способы деятельности человека в информационной сфере; новые виды и формы информационных коммуникаций» [16, с. 6].

По мнению Е. А. Кусовой, информационная культура – «это элемент культуры, представляющий специфический способ человеческого существования в правовой сфере, способы правового регулирования информационных отношений, формы взаимодействия субъектов информационных отношений, их социально-психологическое отношение к явлениям правового порядка» [8, с. 55].

Информационная культура, как и электронная культура, частью исследователей изучается как исторический этап развития культуры и связывается с феноменом постиндустриального общества, в котором приоритетной является обработка информации с помощью электронных средств, а не материальное производство [см., например, 2, 8, 16, 17]. Но, в отличие от понятия «электронная культура», которое является характеристикой только современного общества, категория «информационная культура» может рассматриваться не только как конкретный социально-исторический феномен, определенный условиями научно-технического прогресса, а фундаментальная, надэсторическая категория «деятельностной инфраструктуры, пронизывающей все эпохи и цивилизации, все сферы человеческой деятельности и все ступени развития человека как социального существа» [1, с. 28]. Так, например, в рамках коммуникативного подхода понятия «реальность» и «информация» вообще отождествля-

ются. При этом информация как сообщения, сведения, передаваемые людьми друг от друга устным, письменным или иным способом, связывается исключительно с коммуникативной деятельностью.

Иллюстрацией к вышесказанному являются компоненты информационной культуры, среди которых «аудиовизуальная культура, логическая культура, семиотическая культура, понятийно-терминологическая культура, технологическая культура, коммуникационная культура, сетевая культура, которые в своем единстве формируют ценностное отношение к информации» [18, с. 149]. И, таким образом, в самом широком смысле под информационной культурой понимается «специфическая форма организации и направленности всей культуры общества в целом» [19], «достигнутый уровень организации информационных процессов, степень удовлетворенности людей в информационном общении, уровень эффективности создания, сбора, хранения, переработки, передачи, представления и использования информации, обеспечивающей целостное видение мира, предвидение последствий принимаемых решений» [1, с. 38].

Может ли электронная культура стать фактором изменения глубинных, «ядерных» структур менталитета и какое поколение начнет этот процесс? О том, что этот процесс начался, свидетельствуют данные социологических исследований. Как отмечают Е. Г. Ефимов и И. А. Небыков, возрастная группировка является одной из базовых характеристик, определяющих взаимодействие в социальных сетях [20, с. 75]. То есть наблюдается существенная дифференциация в использовании электронных коммуникаций по возрастным группам даже в количественных, статистических показателях. Так, например, в среднем по России в 2006–2007 гг. пользовались компьютером 69 % опрошенных, Интернетом – 49 % [21, с. 80]. По данным опроса молодежи Московской области в 2012–2013 гг., количество компьютеров в доме приближается к количеству телевизоров: «почти у трети опрошенных имеется по два устройства в квартире. Три компьютера у одной пятой опрошенных, а три телевизора – у каждого третьего. Один компьютер у каждого пятого, и только у каждого десятого – один телевизор. У 90 % опрошенных есть возможность пользоваться безлимитным Интернетом. Это позволяет проводить в нем гораздо больше времени и скачивать желаемое количество информации» [22, с. 707–709].

Как отмечают М. А. Головчин и Т. С. Соловьева, из опрошенных молодых людей г. Вологды

только каждый десятый достаточно часто посещает библиотеки. Чтению книг посвящают свое свободное время только 11 % опрошенных, а общению с ближайшим окружением – 86 %. Ресурсы Интернета в учебной деятельности использует 89 % старшекурсников. Интернет как источник реализации творческих способностей и интересов используются ими в меньшей степени. Так, среди обучающихся большую популярность имеют сайты рефератов (66 %), чем электронные библиотеки, образовательные порталы, книжные интернет-магазины (24 %). Услуги музеев, как и библиотек, маловостребованны среди молодежи. Никогда их не посещал в среднем каждый пятый опрошенных, а среди учащихся НПО – 36,5 % [23, с. 99–100]. По данным опроса, проведенного среди молодежи г. Саратова А. Д. Хлебожаровым, доступ к сети Интернет в 2013 г. имели 98,5 % опрошенных. Подавляющее большинство использовало сети для общения (54,3 %) [24, с. 283]. Результаты приведенных выше исследований свидетельствуют о том, что молодежь гораздо чаще пользуется ресурсами электронных технологий, чем среднестатистический россиянин. Причем посещаемость традиционных культурно-массовых учреждений, наряду с домашним телепросмотром, начинает уступать Интернету.

По данным опроса 2014 г. в Астраханской области¹, среди источников получения информации у студентов Интернет не просто лидирует, а более чем в два раза обгоняет телевидение (90,6 % против 44,9 %), на третьем месте родственники, друзья, коллеги (37,1 %), на четвертом – книги (24,1 %). Радио указали только 9,4 % опрошенных, профессиональные и научно-популярные журналы – лишь 5,7 % [более подробно см.: 25, 26]. По результатам другого социологического исследования в Астраханской области (2009 г.) видно, что семья находится на первом месте среди кругов взаимопонимания (71,9 %), но в качестве источника информации родственников, друзей и коллег выбирают только 37,1% опрошенных [27, с. 88]. Безусловно, эти два вопроса заданы в разное

время, с различными целями, разным аудиториям, сформулированы по-разному, поэтому ответы на них возможно сравнивать лишь условно. Но разница более чем в два раза в выборе межличностного круга взаимопонимания в пользу электронных технологий очевидна и нуждается в дальнейшем исследовании. Возможно, что в условиях трудовой сверхзанятости родителей, пытающихся хоть как-то просто прокормить семью, дисфункции воспитания в образовательных учреждениях зачастую ребенок или подросток остается наедине с «голубым экраном» или сетью Интернет.

Результаты анализа социологического исследования «XIV зимняя Олимпиада и XI зимняя Паралимпиада глазами россиян, Сочи-2014» в какой-то степени подтверждают высказанное предположение². Так, в рейтинге средств массовой информации, откуда респонденты черпали информацию об Олимпиаде, телевидение оказалось на первом месте (71,6 % волгоградской аудитории и 77 % астраханской аудитории), на втором – Интернет (50 % и 48 % соответственно), и только на третьем – друзья, родные, знакомые (16,8 % и 22,3 % соответственно). Живое общение пока уверенно (с большим отрывом от последующих позиций рейтинга) удерживает в этом рейтинге третью позицию. Но при этом нельзя не заметить, что для астраханцев ценность межличностного круга взаимопонимания гораздо выше, чем для волгоградцев. Это подтверждается ответами респондентов на вопрос об аудитории обсуждения новостей Олимпиады (см. данные, представленные в таблице). Основными аудиториями обсуждения событий Олимпийских игр стали друзья и семья. Но среди астраханцев семья как аудитория обсуждения новостей Олимпиады оказалась на первом месте (60,9 %), у волгоградцев – на втором (63 %). Таким образом, молодежь Астрахани является в большей степени носителем «крестьянского» типа менталитета, чем волгоградцы [см. 28–30].

По результатам опроса 2014 г. молодежи Астраханской области по частоте использования

¹ Социологического исследование проведено под руководством и при непосредственном участии автора статьи в мае 2014 г. методом анкетирования среди студентов Астраханского инженерно-строительного института (N = 300, среди них мужчин – 55,5 %, женщин – 44,5 %).

² В статье используются некоторые результаты социологического исследования «XIV зимняя Олимпиада и XI зимняя Паралимпиада глазами россиян, Сочи-2014», организованного и проведенного Российским обществом социологов в марте-апреле 2014 г. среди студентов страны (руководитель проекта и разработчик инструментария – Е. Н. Икин-грин, заслуженный деятель науки ХМАО-Югры, кандидат социологических наук, доцент факультета физической культуры и спорта Нижневарттовского государственного университета). Опрос проведен в 36 городах страны,

на вопросы анкеты ответили студенты 45 учебных заведений – вузов и техникумов. Всего опрошено около 2500 человек. В Астрахани было опрошено 299 студентов Астраханского инженерно-строительного института (АИСИ). В Астрахани исследование проводилось под руководством и при непосредственном участии автора. Кроме того проведен вторичный анализ «волгоградской» части массива (N = 268 чел.) Доступ к массиву разрешен руководителем социологического исследования по Волгоградской области, доктором социологических наук, профессором, заведующей кафедрой «История, культура и социология» Волгоградского государственного технического университета Н. В. Дулиной. Осуществлен сопоставительный анализ «астраханской» и «волгоградской» части массива.

первые три места занимают мобильный телефон, интернет и компьютер (93,9, 91,8 и 86,1 % выбравших вариант «раз в день и чаще» соответственно). На четвертом месте – соцсети, которые раз в день и чаще посещают уже 74,7 % молодых людей. Существенно уступает электронное правительство (студенты зачастую вообще не знали, что это такое. Отсюда, вероятно, более 40 % затруднившихся и отказавшихся ответить). Электронными платежами и сеансами голосового общения пользуются при этом более 50 % опрошенных при частоте в основном раз в месяц и раз в неделю.

Таблица
Аудитории обсуждения событий
на Олимпиаде в Сочи

| С кем Вы чаще всего обсуждали события на Олимпиаде в Сочи? | % от числа ответивших | |
|--|-----------------------|---------------|
| | Студенты ВолгГТУ | Студенты АИСИ |
| С друзьями | 71,4 | 57,9 |
| С коллегами по работе, одноклассниками | 21,8 | 31,8 |
| С родными (семьей) | 63,0 | 60,9 |
| С соседями | 3,4 | 4,0 |
| С преподавателями | 3,4 | 9,4 |
| С другими людьми | 0,4 | 0,3 |
| Ни с кем не обсуждал | 6,9 | 8,0 |
| Затрудняюсь ответить | 2,2 | 1,7 |

Примечание: сумма превышает 100 %, поскольку один опрошенный мог дать несколько ответов одновременно. Среднее число ответов на одного опрошенного 1,7 для Волгограда и 1,8 для Астрахани.

Что касается электронного правительства, то ответы демонстрируют последствия тенденции к развлекательности в СМИ в противовес реальному политическому участию. «Интернет существенно влияет на формирование социального пространства, настраивая коммуникативное поле взаимодействия граждан в рамках межличностной, внутригрупповой и массовой коммуникации. Глобальная информационная сеть открывает широкие возможности для диалога власти и общества в сети с целью содействия привлечению граждан к процессу принятия решений, их участию в управлении и развитии процесса демократизации... Процесс

информатизации, с одной стороны, дает импульс к возрастанию степени зрелости общественных отношений, открытости общественного устройства, действенности общественного мнения, с другой – предоставляет возможности для манипуляции общественным сознанием» [31, с. 134–135]. Интернет становится средством политической манипуляции.

Как следствие, подчеркивает В. Е. Семенов, у большинства молодых людей формируется «мозаично-эkleктический псевдоменталит, то есть отсутствие какой-либо более или менее четкой, логичной картины мира, системы мировоззрения, явные противоречия в сознании» [32, с. 23]. И этот вывод подтверждается эмпирическими социологическими и социально-психологическими исследованиями молодежи, проведенными НИИ комплексных социальных исследований СПбГУ в 1999–2006 гг. в Петербурге, Ленинградской области и других регионах.

Если В. Е. Семенов, оценивая происходящие процессы информатизации, употребляет понятие «псевдоменталитет», то С. Ю. Хлыстунов подчеркивает, что с помощью существующей инфраструктуры электронного пространства обеспечивается функционирование «глобальных механизмов ментальной деконструкции, с помощью которых в сознании молодежи насаждается новая гедонистическая и индивидуалистическая система ценностей, потребностей и, как следствие, стиль жизни, неадекватный российским условиям. В данном случае индустрия зрелищ с ее соблазнами массовой культуры и элитарного стиля жизни становятся по отношению к российскому населению, и особенно молодежи, эффективным инструментом, стимулирующим моральную и интеллектуальную деградацию» [33, с. 4–5].

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. Калимуллин Д. Д. Электронная культура как компонент информационной культуры личности // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 3. С. 27–32.
2. Левит С. Я. Культурология XX века. Энциклопедия : в 2 т. СПб. : Университетская книга, ООО «Алетейя», 1998. URL: <http://psylib.org.ua/books/levit01/txt045.htm> (дата обращения: 23.04.2015).
3. 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).
4. Черных А. Мир современных медиа. М. : Изд. дом «Территория будущего», 2007. 312 с.
5. Баева Л. В. Электронная культура: опыт философского анализа // Вопросы философии. 2013. № 5. URL: http://vphil.ru/mdex.php?option=com_content&task=view&id=753 (дата обращения: 14.04.2015).
6. Урсул А. Д. Проблема информации в современной науке: Философские очерки. М. : Наука, 1975. 290 с.
7. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции. М. : Политиздат, 1991. 286 с.
8. Кусова Е. А. Некоторые подходы к обоснованию актуальности формирования информационной культуры на современном этапе развития общества // Приднепровские социально-гуманитарные чтения. Материалы Бердянской сессии I Всеукраинской научно-практической конференции с международным участием : в 5 ч. Днепропетровск : ТОВ «Иновация», 2012. Ч. 5. С. 53–56.

9. Социокультурное пространство региона: методология исследования / Н. В. Дулина, О. В. Естрина, Т. И. Игнатенко, Н. А. Овчар, М. М. Самчук, О. И. Ситникова. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2011. 132 с.
10. Овчар Н. А. Информационное пространство Нижневолжского региона: проблемы морфологии // Человек, культура, общество: межвуз. сб. науч. тр. Волгоград : Волгоградский гос. техн. ун-т, 2008. Вып. 6. С. 27–34.
11. Овчар Н. А. Влияние информационного пространства на социальное самочувствие населения // Известия Волгоградского государственного технического университета : межвуз. сб. науч. ст. № 9 (572). Волгоград, 2009. Сер. Проблемы социально-гуманитарного знания. Вып. 6. С. 39–42.
12. Семенюк Э. П. Информатика: достижения, перспективы, возможности / отв. ред. А. Д. Урсул. М. : Наука, 1988. 176 с.
13. Воробьев Г. Г. Твоя информационная культура. М. : Молодая гвардия, 1988. 303 с.
14. Ершов А. П. Школьная информатика в СССР: от грамотности к культуре // Информатика и образование. 1987. № 6. С. 3–11.
15. Первин Ю. А. Информационная культура и информатика: слитно или отдельно? // Информатика и образование. 1995. № 3. С. 11–14.
16. Колин К. К. Информационная культурология: философские и научно-методологические основания изучения и развития информационной культуры человека и общества // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2013. № 9. С. 4–13.
17. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века. М. : АСТ, 2011. 669 с.
18. Шилова О. Н. Информационная культура в профессиональной подготовке современного педагога // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Сер. Психолого-педагогические науки (педагогика, теория и методика обучения). 2004. №4 (9). С. 149–158.
19. Лопатина Н. В. Информатизация культуры: современные проблемы и перспективы // НТИ. Сер. 1. Организация и методика информационной работы. 2010. № 5. С. 13–17. URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2011/01/2011-01_r_dek-s9.htm (дата обращения: 23.04. 2015).
20. Ефимов Е. Г., Небыков И. А. Возможности использования теории П. Сорокина в анализе социальных групп в социальных интернет-сетях // Известия Волгоградского государственного технического университета : межвуз. сб. науч. ст. № 3 (90). Волгоград, 2011. Сер. Проблемы социально-гуманитарного знания. Вып. 10. С. 74–78.
21. Лапин Н. И., Беляева Л. А. Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация – 2010). М. : ИФ РАН, 2010. 111 с.
22. Крошилин С. В., Медведев Е. И. Информационно-коммуникационные технологии и экономика знаний // Эволюция регионов России и стратегии их социокультурной модернизации : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. По прогр. «Социокультурная эволюция России и ее регионов», г. Вологда, 23–26 октября 2013 г. : в 3 ч. Вологда : ИСЭРТ РАН, 2013. Ч. 3. С. 706–712.
23. Головчин М. А., Соловьева Т. С. Влияние социокультурных и образовательных характеристик на интеллектуальный потенциал молодежи (на примере г. Вологды) // Социокультурная динамика регионов в условиях финансово-экономического кризиса : сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции 7–9 октября 2010 г., Ульяновск. Ульяновск : Изд-во УлГУ, 2010. С. 94–101.
24. Хлебозаров А. Д. Общественное мнение молодых саратовцев о пользовании интернет-сетями // Материалы научно-практической конференции Дыльновские чтения «Повседневная жизнь россиян: социологический дизайн». Саратов : Изд-во ООО «Издат. центр «Наука», 2014. С. 282–285.
25. 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.
26. 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 г. Саратов, 2015. С. 30–33.
27. Социокультурный портрет Астраханской области. Опыт социологического, экономического и политологического анализа / Е. В. Каргаполова, А. Ю. Арясова, Т. Ю. Гречкина, Л. А. Лебединцева, Ю. И. Убогович. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2010. 307 с.
28. Современный российский регион: оценка состояния и тенденции развития / Д. П. Ануфриев, А. Ю. Арясова, Л. В. Боронина, Е. С. Дегтярева, Н. В. Дулина, С. В. Каргаполов, Е. В. Каргаполова, Н. А. Овчар, В. В. Токарев. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2012. 185 с.
29. Каргаполов С. В., Каргаполова Е. В. Астраханская область: менталитет населения в культурном ландшафте региона // Новые проблемы социокультурной эволюции регионов. VII Всероссийская научно-практическая конференция по программе «Социокультурная эволюция России и ее регионов». 12–15 октября 2011 г. Казань : КНИТУ, 2011. С. 237–245.
30. Дулина Н. В., Каргаполов С. В., Каргаполова Е. В. Менталитет молодежи в условиях социокультурной модернизации // Модернизация полиэтничного макрорегиона и сопредельных государств: опыт, проблемы, сценарии развития : материалы Всероссийской научной конференции (г. Ростов-на-Дону, 18–19 сентября 2014 г.) / отв. ред. акад. Г. Г. Матишов. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮНЦ РАН, 2014. С. 41–47.
31. Арефьева А. И., Погорельченко Л. Ф., Песков А. Е. Влияние интернета на процессы, происходящие в обществе и политике // Социокультурные исследования : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 18–19. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2013. С. 134–139.
32. Семенов В. Е. Проблемы воспитания российской молодежи и средства массовой информации // Ценностно-нравственные проблемы российского общества: самореализация, воспитание, средства массовой информации. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2008. С. 23–33.
33. Хлыстунов С. Ю. Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. Саратов, 2008. 39 с.

© С. В. Каргаполов

Ссылка для цитирования:

Каргаполов С. В. Информационная культура и менталитет современной молодежи // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия : научный журнал / Астраханский инженерно-строительный институт. Астрахань : ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2015. № 2 (3). С. 28–33.