

Информационная культура молодежи

Давлятова Е.В., Далимаева Е.О., Рудковский Э.И.

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова», Витебск

В современном мире все чаще речь идет о наступлении эры новой информационной культуры, о качественно новом уровне принятия, обработки, хранения и передачи информации. Необходимость формирования новой информационной культуры обусловлена, прежде всего, архитектурой глобализационных и информационных процессов. У человека в информационном обществе появляются как новые позитивные возможности, так и экзистенциальные риски. Происходят «отмена» культуры, традиционных ценностей, насилие над исторической памятью. Каналы соцсетей спекулируют на пошлости, жестокости, агрессии.

В этой связи возрастает роль информационной культуры, которая предполагает формирование навыков систематизации полученной информации, мировоззренческих ориентаций, определенного характера межличностных коммуникаций.

Статья содержит материалы социологического исследования данной проблемы. Полученные результаты позволят скорректировать работу по формированию информационной культуры студенческой молодежи.

Ключевые слова: *глобализация, информационное общество, информационная культура, традиционные ценности, культурная безопасность.*

(Искусство и культура. – 2022. – № 1(45). – С. 62–68)

Information Culture of Young People

Davliatova E.V., Dalimayeva E.O., Rudkovski E.I.

Education Establishment “Vitebsk State P.M. Masherov University”, Vitebsk

In the contemporary world more and more often the advent of a new information culture era, a qualitatively new level of taking, processing, storing and transferring information are spoken about. The necessity in shaping new information culture is due, first of all, to the architecture of globalization and information processes. The man in the information society has both new positive possibilities and existential risks. “Deleting” of culture, traditional values, violence over historical memory take place. Social network channels speculate over cruelty, aggression, everything which is commonplace.

Consequently, the role of information culture, which presupposes shaping the skills of systematization of the obtained information, world view landmarks, a certain kind of interpersonal communication, increases.

The article contains materials of a sociological study of the issue. The obtained findings will make it possible to set out work on shaping student youth information culture.

Key words: *globalization, information society, information culture, traditional values, cultural security.*

(Art and Cultur. – 2022. – № 1(45). – P. 62–68)

Современный мир кардинально отличается от всех предшествующих тем, что молодежь не просто формируется в нем, а формирует его. Лик современности во многом определяется молодежью.

Проблемы молодежи – это не только проблемы ее самой, но и всего общества, так как его будущее и воспроизводство зависит, прежде всего, от самой динамичной части населения.

Молодежь является одним из наиболее значимых ресурсов общества. Реформирование общественных структур может быть успешным лишь при активном участии молодежи в его реализации.

Цель исследования – анализ специфики информационной культуры молодежи в современных условиях.

Глобализация и духовная культура общества. Нельзя не отметить, что в нынешнем обществе наблюдается специфика взросления молодежи.

Процесс социализации личности проходит в принципиально новых общественных условиях, которых не знали предшествующие поколения. Речь прежде всего идет о противоречивых процессах глобализации, реалиях информационного общества. Очевидный плюс процессов глобализации заключается в том, что взаимозависимый мир открывает

Адрес для корреспонденции: e-mail: kfishn@vsu.by – Е.В. Давлятова

широкие перспективы для синергетической кооперации политических, экономических, научно-технических и гуманитарных усилий всего человечества при разрешении проблем планетарного масштаба.

Интенсификация международных контактов, в том числе (а может быть, и в первую очередь) на информационном интернет-уровне, позволяет заимствовать положительный опыт организации различных сфер жизнедеятельности не только, как было прежде, у территориально близких, но и очень далеких соседей. Глобализация усиливает основные параметры информационного общества. С другой стороны, она порождена нарастающей информатизацией. Здесь существует прямая и обратная связь. В конечном счете, архитектура информационного общества и глобализации тождественны. Постепенно формируется единое информационное пространство человечества.

Информационные процессы нельзя сводить к технологическим аспектам. Они имеют существенные социальные характеристики, которые проявляются в возрастающем влиянии информации на все стороны общественного организма, включая и образ жизни людей. Информационное общество через развитие социальных и экспертных сетей ведет к становлению и укреплению гражданского общества. Люди принимают все более активное участие в обсуждении общественных проблем, их экспертной оценке.

У человека в современном обществе появляются как позитивные возможности, так и новые экзистенциальные риски. Возникла загрязненная, если можно так сказать, информационная экосреда, в которой постоянно увеличиваются объемы фальшивок. На этом фоне происходит «отмена» культуры, ценностей и истории [1]. Самозваные «хозяева мира» предпринимают «погром» всего того, чем люди живут и руководствуются. Прежде всего подвергаются ревизии традиционные ценности. Никакие диктатуры прошлого не обладали такими возможностями воздействия на умы и души людей.

Соцсети насаждают «новый нетрадиционный тоталитаризм». Это «идеальный инструмент новой репрессивной машины» и площадка, где происходят виртуальное линчевание, травля и насилие. Информационные технологии стали одной из мощнейших индустрий мира, потеснив влияние известных промышленных магнатов.

Ряд функций государства взяли на себя те, кто владеет интернет-ресурсами.

Информационные технологии превращают общественные проблемы в управляемую

модель, но делают это, в отличие от науки, не с целью познания объективных процессов, а с целью манипуляции сознанием человека, десакрализации и дегуманизации мира. Культура отмены становится средством новой цензуры. Каналы соцсетей спекулируют на пошлости, жестокости, агрессии. Современный западный мир – это мир философской пустоты. Под лозунгом свободы идет борьба со свободой, людей лишают этой самой свободы.

Ведущаяся информационная война имеет своей целью уничтожение, реформатирование культурного кода противника, который играет не по правилам «реформирования» авторов этой войны. Начали с разрушения исторической памяти, культуры, традиций и дошли до церкви, до изменения пола.

А.А. Органов отмечает, что драматизм сложившейся ситуации обусловлен главным образом беспрецедентной в истории кратковременностью периода наступающих перемен, скачкообразным сжатием социального времени, что вывело хаос в привычную нам шкалу ценностей. По его мнению, во все эпохи шел отказ от привычных ценностей. Просто указанный процесс шел медленнее и не воспринимался алармистски [2]. Действительно, и в прошлые эпохи наблюдался отказ от устоявшегося, привычного. Но подобный процесс шел эволюционно, и важнейшие константы человеческого бытия сохранялись. Сегодня изменения происходят не волнообразно. Но это и тревожит: человечество может остаться без руля и ветрил и мы будем махать руками вслед уходящему «информационному поезду». «Голый» научно-технический прогресс без духовного сопровождения оборачивается так называемыми новыми гендерными и расовыми ценностями, доведенными до грани абсурда.

Объектом информационных атак является прежде всего молодежь, что не случайно. Молодежь – это не только шанс на будущее любого общества, но и его настоящее. Поэтому очень важно изучать ценностные ориентации молодого поколения, позволяющие судить о том, насколько критично оно относится к получаемой информации, каковы его предпочтения и насколько оно может определять содержание и основные черты будущего. Речь идет об информационной культуре молодежи.

Информационная культура. Информационная культура в узком смысле – это уровень организации информационных процессов, степень удовлетворения потребностей людей в информационном общении, уровень

эффективности создания, сбора, хранения, переработки и передачи информации.

В то же время это деятельность, направленная на оптимизацию всех видов информационного общения, создание наиболее благоприятных условий для того, чтобы ценности культуры были освоены человеком, вошли органично в его образ жизни [3, с. 143].

Современная молодежь живет в качественно новом социальном и информационном пространстве. Это наиболее активный «информационный потребитель». Как следствие, понятие «информационная культура» больше не является абстрактным и наполняется все более богатым содержанием.

Информационная культура предполагает формирование навыков систематизации полученной информации, умений отсеивать зерна от плевел. В противном случае индивид станет пленником фейковых новостей и лавинообразных информационных потоков. Другими словами, процесс социализации личности в нынешних условиях включает медиасоциализацию. Важно, конечно, чтобы медиасоциализация не вытесняла другие формы, направления и средства социализации. Речь, в первую очередь, идет о гуманитарной составляющей данного процесса, которая ведет к формированию социальной субъектности молодежи.

В ходе медиасоциализации многое меняется в образе жизни молодежи: структура свободного времени, формы образования, характер трудовой деятельности и межличностного общения.

Социологический срез информационной культуры. С целью выявления основных параметров информационной культуры студенческой молодежи нами было проведено социологическое исследование. Проведенный опрос показал, что для получения новостей молодежь чаще всего использует социальные сети (93,5%) и мессенджеры (67,1%). Чуть меньшая доля (57,1%) отметила вариант ответа «новостные сайты». Значительно изменились в сегодняшней молодежной среде роль и значение телевидения и традиционных СМИ (газеты, радио). Меньше трети опрошенных (30,4%) смотрят телевизор для получения новостей, и всего по 4,7% и 3,5% выбрали варианты «газеты» и «радио». Традиционные СМИ, как мы видим, уже утратили свою востребованность у молодежи.

Какими же мессенджерами и соцсетями пользуется молодежь? На первом месте находится социальная сеть ВКонтакте, в ней зарегистрированы 95,8% респондентов. На втором месте Instagram (91,8%), на третьем

Viber (90,5%), чуть отстал от него Telegram (88%). При этом из тех, кто указал, что они пользуются Instagram (96%), – девушки. А вот среди пользователей Telegram выше удельный вес мужчин: из 75 респондентов им пользуются 58 человек (77,3%). Среди же опрошенных девушек доля пользователей Telegram составляет 63%. В TikTok зарегистрировано 66,8% анкетированных. TikTok является в данном перечне самой молодой, но самой быстрорастущей социальной сетью. Ею пользуется две трети опрошенных, и сегодня все большую популярность набирает формат коротких обучающих видео, размещенных в данной социальной сети.

В Интернете больше всего молодежь интересуется музыка – на это указали 72,8% респондентов; на втором месте по популярности – «психология общения, отношения в семье, саморазвитие», которые интересуют чуть больше, чем 60% опрошенных; на третьем месте – «образование, воспитание детей и самообразование» – этим вопросам уделяют внимание 53,1% респондентов. На четвертом месте по популярности – реалити-шоу, их в социальных сетях и СМИ просматривает 40% респондентов. В то же время политикой интересуется лишь 26,9% опрошенных, по бытовым вопросам спрашивают совета у Гугла и социальных сетей 35,9% респондентов, путешествиями и происшествиями интересуются практически поровну – по 44%, новости шоу-бизнеса в сети ищут 23% респондентов. На последнем месте вопросы, связанные с религией, – всего 7% респондентов.

Одной из существенных проблем информационного наполнения социальных сетей являются фейки, распространению которых способствуют сами пользователи, которые нередко делают репост «интересной информации», не удосужившись проверить ее достоверность. Мы спросили у респондентов, проверяют ли они ту информацию, которой делятся на своих страницах в соцсетях. 71% респондентов ответили, что, увидев интересную информацию, они попытаются найти один заслуживающий доверия источник или проверить ее по нескольким сайтам, которым доверяют. Но 15% респондентов заявили, что, увидев интересную информацию, они сделают репост сразу, не проверяя источники и степень ее достоверности. Около 10% студентов указали на то, что они не делают репостов на своих страницах в социальных сетях, не делятся информацией или очень редко это делают. Несколько человек заявили, что будут проверять источники в зависимости от содержания интересной информации.

Чаще всего опрашиваемые репостят в социальных сетях понравившиеся цитаты и глубокие мысли – об этом заявили 52,6% респондентов. 46,4% публикуют на своих страницах развлекательную информацию, чаще всего это анекдоты, мемы или смешные видео, а 26,4% предпочитают публиковать полезную информацию – различного рода объявления, анонсы, рецепты или просьбы о помощи. Чуть больше пятой части опрошенных (22,4%) размещают в социальных сетях информацию о важных общественных событиях или делают репост заинтересовавших их новостей. 19% публикуют различного рода поздравления с праздниками. 13,2% анкетированных заявили, что они публикуют подробную хронику собственной жизни, размещая каждый день несколько постов с отчетами о своих прогулках, посещениях мероприятий, походов в гости или торговые центры и т.д.

Около 10% респондентов констатировали, что они ничего не размещают в социальных сетях. Незначительный процент (2,7%) указал, что они редко делятся какой-либо информацией и размещают в основном посты, связанные с какими-то значимыми для жизни событиями.

Социальные сети сегодня – это не только основной способ проведения досуга, но и виртуальное пространство, в которое переносятся, к сожалению, различного рода деструктивные проявления в общественной жизни. Мы поинтересовались, сталкивались ли респонденты с мошенничеством в социальных сетях. Самый частый вид мошенничества, с которым сталкивались респонденты, – это просьбы от имени друзей о переводе денег: об этом заявили 56,4% респондентов, еще 44,1% убеждены, что видели записи, которые содержат фейковые новости или недостоверную информацию. 35,4% утверждали, что их страницу взламывали и от их имени пытались обмануть друзей. Лишь 14,7% респондентов указали, что они не сталкивались с мошенничеством в социальных сетях.

Достаточно часто воспроизводится распространённая точка зрения о растлевающем влиянии Интернета на сознание молодежи. Мы решили уточнить у молодых людей, какое влияние, по их мнению, оказывает Интернет на существующую систему духовных ценностей. 17,5% респондентов согласились с тем, что наблюдается девальвация в духовных ценностях, обусловленная расширением интернет-пространства. 48,4% респондентов с этим согласны лишь отчасти. 26,2% констатируют, что происходящие изменения нельзя назвать девальвацией ценностей, просто «новые времена требуют новых ценностей»,

и 8% респондентов считают, что ценности трансформируются в лучшую сторону. 23,4% респондентов заявили, что их беспокоит проблема формирования у молодых клипового мышления и мозаичного мировоззрения, они считают эту проблему острой, поскольку у большинства мышление носит несистемный характер. 49,4% согласны с этим лишь отчасти, 24,2% респондентов считают, что клиповое мышление – это всего лишь способ адаптироваться к сегодняшней информационной среде. Около 5% анкетированных заявили, что их данная проблема не волнует, хотя и согласились с тем, что эта проблема существует в реальности. Один из респондентов написал, что не видит ценности в подобных моделях и не считает их состоятельными. 28,9% респондентов уверены, что подрастающее поколение под влиянием современного информационного пространства превращается в легко манипулируемую массу. 49,6% считают, что современное поколение является просто другим, отличным от предыдущих поколений, не лучше и не хуже. 13% убеждены, что социальные сети и сегодняшнее информационное пространство влияет на подрастающее поколение положительно и под их влиянием они становятся развитыми, знающими, легко адаптирующимися людьми. 6% думают, что подрастающее поколение не имеет ценностных тормозов, также часть респондентов выражает мнение, что нынешнее поколение является зависимым от гаджетов, потому что детей не учат фильтровать потребляемую информацию. Однако многие отвечающие, стремясь к объективности, указывают на то, что в изменении ценностей есть положительные и отрицательные стороны, нельзя говорить однозначно о каком-то одностороннем влиянии информационного пространства.

Молодежь противоречива: падают моральные ценности, но одновременно подрастающее поколение легко адаптируется к работе с новшествами. Есть и те, кто считают, что в какой-то мере люди, которые «зависают» в Интернете, разбираются во многих вещах лучше, чем те, которые не проводят там много времени. Один из респондентов заявил, что подрастающее поколение меняется не под влиянием социальных сетей или Интернета в целом, а основную вину за сегодняшнее состояние подрастающего поколения несет безответственность их родителей, учителей и людей, которые влияют на воспитание детей.

70,6% респондентов заявили, что они не сталкивались с попытками вовлечь их в деструктивные сообщества. 26,7% сталкивались

с подобными попытками иногда, и 2,7% студентов сталкиваются с данными попытками часто.

Наибольшее количество ответов поступило на вопрос относительно того, что необходимо сделать для улучшения нравственного здоровья общества. Почти половина анкетированных (48,5%) считает, что основная часть ответственности за нравственное воспитание детей лежит на их родителях и главное, что нужно сделать, это убедить в этом самих родителей. На втором месте вариант «ужесточить юридическую ответственность для тех, кто распространяет информацию, наносящую вред». С этим согласны 35,9% респондентов, еще 35% считают необходимым повысить эффективность воспитательной работы в учебных заведениях, 28,2% призывают повысить роль социально-гуманитарных дисциплин в учебном процессе школы и вуза, 23,4% предлагают изменить вещательную сетку телеканалов и ставить в прайм-тайм познавательные передачи и научные фильмы, а не развлекательное ток-шоу.

Каждый пятый респондент согласен с предложением о введении нравственной цензуры в СМИ. Каждый четвертый считает, что преподаватели должны больше внимания уделять педагогической культуре и этике. 13,5% утверждают, что всё бесполезно, общество деградирует. Поскольку вопрос предполагал возможность высказать свою точку зрения, а не только выбрать из предложенных вариантов ответа, поступило достаточно большое количество разнообразных предложений от студентов. Среди них: «необходимо учить детей гуманности», «учить более критически воспринимать информацию», «убедить в том, что абсолютно любые СМИ могут врать (не только иностранные, но и государственные)», «я считаю, что если так посмотреть, то во все времена были такие представители общества, которые были безнравственными и нездоровыми, но это не значит, что это нужно категорически исправлять, люди, их восприятие и реакции всегда будут разными и это создает баланс». Чаще всего студенты указывали на необходимость проводить просветительскую деятельность или вводить юридическую ответственность за хейт и буллинг в соцсетях.

В то же время некоторые респонденты убеждены, что «для нравственного здоровья общества молодежь должна получать реальную информацию, без пропаганды», «если молодежь не захочет сама, она никого не послушает, поэтому нужно говорить с нами напрямую», «человек сам формирует свое информационное поле, таким образом это становится личной ответственностью каждого».

Однако мораль, как известно, формируется под влиянием среды, социального окружения человека, и если оставить этот процесс без внимания, не пропагандировать здоровые ценности, патриотизм, уважение к правам других людей, сами собой подобные установки в сознании подрастающего поколения не возникнут. Многие утверждали, что не видят негативных тенденций: «не думаю, что общество деградирует, люди просто меньше запоминают и стали менее внимательными», «нравственное здоровье считаю адекватным», «демократия есть демократия». Один анкетированный написал: «Не понимаю смысла словосочетания “нравственное здоровье”, не понимаю как его “улучшить”. Считаю, что такой вопрос с такими вариантами ответа мог составить только поверхностный человек, который никогда не занимался моралью – разделом философии и не понимает, что такое метаэтическая и этическая позиции, и изначально не поставил под сомнение как минимум существование морали. Считаю причинами деградации общества его эгалитаризацию и исчезновение аристократии – прослойки, обладающей определенными признаками, создающей ценности».

На вопрос, следует ли ограничивать доступ к нежелательной информации и наказывать за ее распространение, 31% респондентов заявили, что необходимо и ограничивать, и наказывать. Практически столько же (31,4%) считают, что ограничивать доступ к нежелательной информации необходимо, а вот наказывать за ее распространение – нет. В то же время 29,2% убеждены, что нужно не ограничивать доступ, не наказывать за распространение, а лишь воспитывать, чтобы человеку было неинтересно. 5,7% заявляют, что наказывать нужно, а ограничивать – нет.

Некоторые студенты высказали собственные соображения по данному вопросу, например «чем больше дети будут знать об этом, тем лучше они будут понимать, что для них это значит», «в зависимости от того, для кого эта информация нежелательна: если это вредит отдельным людям или группам, то наказывать и ограничивать, если она просто никому не нравится, то ничего не делать», «ограничением должен заниматься суд, которому будет доверять общество», «ограничивать не нужно, каждый сам выбирает ту информацию, которой верить, и те источники, которым он доверяет». Несколько анкетированных обратили внимание на размытый характер критерия, указанного в вопросе, и задали уточняющие встречные вопросы: «Какая информация в вашем понимании является нежелательной?».

«Что такое нежелательная информация?» Небольшая часть опрошенных уверена, что «не существует нежелательной информации», «смотря что такое “нежелательная информация”», «я против запрета любой информации, так как это приводит к ее мифологизации и сакрализации, заставляет людей скрывать свои интересы, реальные взгляды».

80% респондентов заявили, что они довольны собственным опытом использования социальных медиа и их всё устраивает. 19% хотели бы получить дополнительные возможности и сервисы в соцсетях. 10,5% убеждены, что, как им кажется, они проводят в виртуальном мире слишком много времени. 7,7% респондентов хотели бы иметь меньше ограничений в социальных сетях.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы:

1. Основным источником новостной информации для молодежи являются социальные сети и мессенджеры. Снизилась роль традиционных СМИ: радио, печати, телевидения.

2. Большинство опрошенных в той или иной мере полагает, что Интернет оказывает влияние на девальвацию духовных ценностей (хотя треть анкетированных с этим не согласна), а также на формирование клипового мышления и мозаичного мировоззрения.

3. Беспокойство за нравственное здоровье общества проявляется в том, что респонденты предлагают различные варианты решения проблемы: ужесточение юридической ответственности, повышение эффективности воспитательной работы в учебных заведениях, роли социально-гуманитарных дисциплин, изменение вещательной сетки телеканалов, введение нравственной цензуры в СМИ.

Данные социологического исследования – это своеобразное зеркало современной молодежи, которое отражает уровень ее информационной культуры и социально-духовных притязаний. Отметим, что информационная культура не может не включать мировоззренческие элементы, а также характер коммуникации между членами того или иного сообщества. Безусловно, в молодежной среде информационные ценности имеют большой удельный вес. Но очень важно не ограничиваться ими. В противном случае возникает угроза формирования эдакого технократа, только применительно к информационному обществу. Речь, прежде всего, идет о том, что информационные ценности должны быть дополнены ценностями нравственными, гражданскими. Роль играет и формирование идеологических ориентиров.

Информационное пространство не может рассматриваться изолированно от общего пространства социализации человека, оно входит в общую структуру поля социализации [4, с. 48].

Посредством проведения исследования было установлено, что сущностной чертой информационной культуры сегодняшней молодежи выступает ее ярко выраженная развлекательная направленность, большая часть респондентов использует мессенджеры и социальные сети для проведения досуга, ищет в сети в первую очередь видео- и аудиоконтент. Только третья часть респондентов использует возможности Интернета для самообразования, при этом молодежь в первую очередь интересуется информацией, касающейся психологии внутреннего «Я» и налаживания межличностных отношений. Непопулярными и малоинтересными являются темы, связанные с политикой и религией. Специфическими чертами информационной культуры выступают запрос на фильтрацию контента и осознание необходимости изменить характер распространяемой через Интернет информации, при этом большая часть студентов выражает мнение, что порядок в этой сфере должен навести кто-то извне: государство, педагоги, общественность, сочетая авторитарные методы (запреты, цензуру, ужесточение наказаний) с просветительскими (пропаганда здоровых ценностей, усиление влияния среды, образования, семьи). Однако тревогу вызывает тот факт, что молодежь не ощущает себя субъектом возможных изменений, не осознает, что от их действий в первую очередь зависят безопасность виртуального пространства и его наполнение контентом, направленным на духовное развитие, а не на деградацию. Ведь достаточно лишь закрыть сайт с вульгарным и пошлым содержанием, не подписываться на так называемых «звезд», пропагандирующих безнравственное поведение, проверять информацию, прежде чем сделать репост. Отсюда вытекает высокая степень актуальности воспитательной работы, направленной на формирование конструктивной информационной культуры подрастающего поколения, развитие осознания того факта, что, только превратившись в активного субъекта, своими силами и действиями молодежь может уменьшить проявления тех тенденций, которые вызывают тревогу и у них самих, и у более зрелого поколения.

В современных условиях общество не может стабильно развиваться вне рамок определенной идеологии, национальной идеи, объединяющей людей. Идеология призвана определить горизонты развития общества,

предотвратить ценностный разрыв поколений. Ядром идеологии должно стать сохранение социума, традиционных ценностей, культурного кода, лежащего в основе его бытия. Карьерно-гедонистические ценности, «гендерная чума», идущие с Запада, – это не что иное, как размывание данных основ. Именно нынешняя битва за семью, детей, христианские ценности – это не просто вопрос о ценностях нашего народа, но и о его праве на существование в эпоху наступающего на Западе постгуманизма. Без осознания данной проблемы любой этнос обречен на поражение.

Заключение. Сегодняшнее информационное пространство – это очень динамичный и неоднородный феномен. Оно приобретает все новые формы, включает значительный сегмент отрицательной и разрушительной информации, которая часто сопровождается ростом бездуховности, формированием антиценностей в сфере культуры. Отказ от традиционных ценностей – это путь в никуда. Главные ресурсы и ценность успешного и динамичного развития общества – человеческий капитал, его качество. Информационную культуру общества, отдельного индивида нельзя мыслить в отрыве от мировоззренческих

предпочтений, ценностных ориентаций в сфере политики, нравственных позиций, важно не ограничиваться лишь сугубо технологическим ее контекстом. Преодоление рисков современных информационных технологий для духовной культуры общества возможно лишь при совместных усилиях органов государственного управления, учебных заведений, СМИ и общественных организаций. Следует помнить, что информационная культура неразрывно связана с информационной безопасностью и безопасностью культуры в целом как фактора сохранения идентичности нации, преемственности ее развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кривоносова, Е.Э. Информационное общество и трансформация ценностных измерений духовного мира человека / Е.Э. Кривоносова, Э.И. Рудковский // Ученые записки УО «ВГУ имени П.М. Машерова». – 2019. – Т. 29. – С. 77–82.
2. Органов, А.А. Культура в эпоху глобализационных перемен / А.А. Органов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.socio.nauki.ru>articles>. – Дата доступа: 26.12.2021.
3. Городнова, А.А. Развитие информационного общества / А.А. Городнова. – М.: Юрайт, 2017. – 235 с.
4. Лунева, Е.В. Молодежь в информационном обществе / Е.В. Лунева, К.А. Фомичев. – Курган: Изд-во Курганс. гос. ун-та, 2014. – 136 с.

Поступила в редакцию 06.01.2022