

Оригинальная статья

УДК 316.6; 316.7

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-5-98-116>

Цифровая культура личности как фактор социально-психологической безопасности цифрового пространства

Мария Евгеньевна Кудрявцева^{1✉}, Анна Валентиновна Пряхина²

¹Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия,

²Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

¹✉ mashutka331@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9289-7454>

²anniva2001@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6846-8740>

Введение. Цель статьи заключается в актуализации проблемы развития мировоззренческих трансформаций современного общества, детерминированных новой цифровой реальностью, а также определении феномена цифровой культуры личности, его социально-психологических функций в цифровом обществе, фиксации структуры и содержания каждого из компонентов.

Методология и источники. В своих размышлениях авторы опирались на труды исследователей О. А. Гримова, В. И. Пржиленского, Е. О. Труфановой, Л. В. Баевой, И. И. Горловой, А. Л. Зорина, Г. В. Солдатовой, А. Ю. Квитко, Р. В. Беляева и Е. И. Григорьевой, М. И. Царевой и др. Проведенное эмпирическое исследование носило зондажный характер и рассматривалось как предварительное, лишь намечающее пути возможного более глубокого и полноценного исследования. Таким образом, в статье используются ценностный и социально-психологический подходы. Анализ цифровой культуры личности с позиций ценностного подхода дает возможность определить критерии оценки результатов, реализуемых в цифровом пространстве социальных практик человека. Использование социально-психологического подхода дает возможность определить цифровую культуру личности в контексте таких феноменов, как социализация и самоидентификация личности.

Результаты и обсуждение. Правомерность цифрового мира как иного «модуса бытия» и пространства для самовыражения признают в первую очередь представители младшей возрастной группы, что является тревожным симптомом. Однако больший уровень ответственности в реальной жизни по сравнению с цифровой, который признают представители всех возрастных групп, все-таки позволяет говорить об определенной выраженности онтологического компонента. Также авторы выявили определенную выраженность информационного и коммуникативно-этического компонентов цифровой культуры личности.

Заключение. Дальнейшее исследование, опирающееся на полученные в данной работе самые общие результаты, может быть посвящено более глубокому погружению в отдельные аспекты выделенных авторами компонентов цифровой культуры личности, изучению цифровой культуры отдельных возрастных групп, определению связи между цифровой культурой личности и ее профессиональным поведением и ряду других вопросов.

© Кудрявцева М. Е., Пряхина А. В., 2023

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Ключевые слова: цифровая культура личности, информация, социальные коммуникации, социальная психология, культура

Для цитирования: Кудрявцева М. Е., Пряхина А. В. Цифровая культура личности как фактор социально-психологической безопасности цифрового пространства // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 5. С. 98–116. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-5-98-116.

Original paper

Digital Culture of the Individual as a Factor in the Socio-Psychological Safety of the Digital Space

Maria E. Kudryavtseva^{1✉}, Anna V. Pryakhina²

¹*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia,*

²*Saint Petersburg State Economic University, St Petersburg, Russia*

^{1✉}*mashutka331@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9289-7454>*

²*anniva2001@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6846-8740>*

Introduction. The purpose of the article is to actualize the problem of the development of ideological transformations of modern society, determined by the new digital reality, as well as to determine the phenomenon of digital personal culture, its socio-psychological functions in a digital society, fixing the structure and content of each component.

Methodology and sources. In their reflections, the authors relied on the works of the following researchers O.A. Grimov, V.I. Przhilensky, E.O. Trufanova, L.V. Baeva, I.I. Gorlova, A.L. Zorin, G.V. Soldatova, A.Yu. Kvitko, R.V. Belyaev and E.I. Grigorieva, M.I. Tsareva, etc. The empirical research carried out in the article was of a probing nature and was considered as preliminary, only outlining the paths of a possible deeper and more complete study. Thus, the article uses value and socio-psychological approaches. Analysis of a person's digital culture from the standpoint of a value approach makes it possible to determine criteria for assessing the results of human social practices implemented in the digital space. The use of a socio-psychological approach makes it possible to determine the digital culture of an individual in the context of such phenomena as socialization and personal self-identification.

Results and discussion. The most obvious discrepancies in the results of the questionnaire survey of different age groups were in those answers that were intended to determine the presence of an ontological component of a person's digital culture. The legitimacy of the digital world as a different "mode of being" and a space for self-expression is recognized primarily by representatives of the younger age group, which is an alarming symptom. However, the greater level of responsibility in real life compared to digital life, which is recognized by representatives of all age groups, still allows us to speak about a certain expression of the ontological component. Also, the authors reveal a certain severity of the informational and communicative-ethical components of the digital culture of the individual.

Conclusion. A more in-depth study, reliably obtained by the authors of the most general results, could be devoted to a deeper immersion in the development of individual aspects of individual authors of the components of the personality of digital culture, the study of the digital culture of individual age groups, the determination of connections between the personality of digital culture and its professional behavior and a number of other issues.

Keywords: digital personality culture, information, social communications, social psychology, culture

Цифровая культура личности как фактор социально-психологической безопасности цифрового пространства
Digital Culture of the Individual as a Factor in the Socio-Psychological Safety of the Digital Space

For citation: Kudryavtseva, M.E. and Pryakhina, A.V. (2023), "Digital Culture of the Individual as a Factor in the Socio-Psychological Safety of the Digital Space", *DISCOURSE*, vol. 9, no. 5, pp. 98–116. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-5-98-116 (Russia).

Введение. Самые серьезные мировоззренческие проблемы современного мира, затрагивающие человеческое бытие, оказываются сегодня связанными с новой цифровой реальностью, все прочнее входящей в нашу жизнь. С нашей точки зрения, именно этот вызов, эта повестка, а не расовая, экологическая, гендерная, обладают сейчас наибольшей актуальностью в силу того, что касается самого онтологического статуса человека как разумного существа, а в перспективе – общественного развития в целом.

Сфера цифровых коммуникаций стабильно расширяется. Как показывают исследования, в России за год число пользователей возросло с 124 млн до практически 170 млн, на конец 2022 г. их стало около 90 % населения страны (сравните с населением планеты, где количество пользователей насчитывает около 60 %) *. Вместе с тем в России все еще наблюдается определенный цифровой «разрыв»: неравномерным является применение компьютерных технологий, включая использование гаджетов, смартфонов, по регионам, по социальным стратам. Так, молодые люди в России и странах Европейского союза как цифровые пользователи одинаково активны, а для более взрослой (от 55 лет) целевой аудитории ЕС по сравнению с Россией цифры увеличиваются вдвое.

Цифровая реальность, оказывая влияние на самоидентификацию человека и его культурную социализацию, все более обуславливает многообразные процессы социального взаимодействия и социальную динамику культуры в целом. Эта обусловленность свидетельствует об актуальности изучения процессов и инструментов эффективного и экологичного взаимодействия человека с цифровой реальностью как серьезной социологической проблемы.

В новой антропотехнической реальности, характеризующейся ростом социального расщепления, причем уже не столько по имущественному и образовательному принципу, сколько по принципу мотивов социального поведения и поведенческих моделей, «массовый человек» по сути дела обречен на постепенную интеллектуальную и духовную деградацию, отягощенную при этом растущей радикализацией социально-политических и социокультурных противостояний. Совершенно очевидно, что такая ситуация опасна и для общества, и для физического существования человека.

Представляется, что важным социально-психологическим инструментом, способным ограничить этот опасный социально-психологический процесс, является феномен цифровой культуры личности, проявляющейся в различных ситуациях многообразной деятельности человека в сетевом пространстве.

Цель статьи – определить феномен цифровой культуры личности, его социально-психологические функции в цифровом обществе, его структуру и содержание каждого из компонентов; обосновать с помощью эмпирического исследования актуальность феномена цифровой культуры личности и необходимость ее развития.

* www.trashbox.ru; www.ferra.ru

Методология и источники. В статье используются ценностный и социально-психологический подходы. Анализ цифровой культуры личности с позиций ценностного подхода дает возможность определить критерии оценки результатов, реализуемых в цифровом пространстве социальных практик человека. Использование социально-психологического подхода дает возможность определить цифровую культуру личности в контексте таких феноменов, как социализация и самоидентификация личности.

Вопросы природы и организации цифрового пространства, так же, как и социально-психологические и социокультурные проблемы «цифрового» существования человека, являются отчасти оторефлексированными в современной науке, что, однако, не исключает ни новых путей их постановки, ни новых подходов к их решению.

О. А. Гримов определяет цифровую реальность как «формируемый новейшими эмерджентными технологиями многоуровневый ландшафт современности» [1, с. 42]. К числу данных новейших технологий автор относит также использование искусственного алгоритма, био- и нейротехнологии, виртуальную и дополненную реальности. Указанного достаточно, чтобы стало очевидным, насколько проблематичным и рискованным для личности является ее пребывание в такой среде. В. И. Пржиленский отмечает, что эффекты возрастающей связи цифровых сетей затронули мышление человека, его тело и его восприятие собственного тела: «Сжатие пространства и времени обернулось расширением человека, что можно считать иным модусом человеческого бытия, порождаемым новой реальностью» [2, с. 75].

Е. О. Труфанова вводит понятие «распределенного» человека, рассматривая это как вызов целостности человека, позволяющей ему быть самостоятельным ответственным субъектом: «Homo digitalis, будучи человеком “распределенным”, выходит за пределы телесных ограничений, частично утрачивая связь с теми ценностями, которые были сформулированы в ту эпоху, когда единственным выходом за пределы тела было воображение человека [3, с. 373]. Н. И. Петев, размышляя над возможностями цифровой среды по формированию личности и наполнению ее новым содержанием, отмечает, что «благодаря мифотворческим тенденциям цифрового пространства создается совершенно иная, а часто и радикально противоположная изначальной, личность. В ней вакуум заполнен таким содержанием, которое актуально для конкретного индивида» [4, с. 81]. Опасность для личности, с точки зрения философа, состоит еще и в том, что в цифровом пространстве «утверждается идентичность потенциального и реального», а также исключается прошлое, «как рудимент», а вместо этого возникает патологическая, практически навязчивая и невротическая заикленность на новаторстве [4, с. 82, 85].

Вопросы цифровой культуры как атрибута и характеристики цифрового пространства также являются отчасти оторефлексированными в научной литературе. Ученые отмечают, в частности, ее симулятивный характер, так, в определении Л. В. Бaeвой, цифровая культура выступает как «сфера деятельности человека и ее результаты, связанные с созданием цифровых объектов и феноменов, симуляций объектов “живой” культуры, виртуальных пространств, процессов и явлений, созданных с помощью информационных технологий» [5, с. 89]. Культуросберегающим информационным технологиям посвящена также статья А. В. Пряхиной [6].

И. И. Горлова и А. Л. Зорин, размышляя о социальной роли цифровой культуры, говорят об амбивалентности цифровизации, «способной, с одной стороны, выступать в качестве объединяющего и интегрирующего начала, а, с другой, – порождающей в современном обществе еще большие формы несправедливости и неравенства, вызывающие невиданные ранее конфликты и разломы» [7, с. 8]. Существуют также работы, в которых цифровая культура рассматривается в психолого-педагогическом аспекте как среда, формирующая поведенческие модели и ценности молодого поколения. Л. Н. Мешкова, признавая большой потенциал цифровой среды как творческой лаборатории для подростка, тем не менее отмечает, что мозаичное освоение культуры, характерное для человека, пребывающего в цифровой реальности, может сказываться на его культурной идентичности: «Гипертекстовое пространство культуры может вести к так называемой “гибридной идентичности”, когда индивид строит свою культурную идентичность, усваивая культурные коды не только своей родной культуры» [8, с. 184].

Заслуживает отдельного интереса доклад профессора кафедры психологии личности МГУ им. М. В. Ломоносова Г. В. Солдатовой «Личность и информация в цифровом мире». Автор вводит понятие цифровой социальности, причем в качестве инструмента ее измерения предлагает понятие «гиперподключенности» человека, который всегда пребывает в сети и «на связи». Эту «смешанную совмещенную реальность, а также техносистему» Солдатова рассматривает как «технологическую достройку современного человека» [9]. Также есть работы, посвященные информационной культуре личности, феномен которой начал изучаться уже довольно давно, так, следует отметить статьи А. Ю. Квитко [10], Р. В. Беляева и Е. И. Григорьевой [11], М. И. Царевой [12]. В общем и целом, авторы сходятся в том, что информационная культура личности – это многоаспектный и многокомпонентный феномен, включающий в себя целый ряд базовых когнитивно-мотивационных характеристик личности. Завершая обзор источников, необходимо отметить, что работ, посвященных феномену именно цифровой культуры личности как атрибута и характеристики человека, нам обнаружить не удалось, что обуславливает научную актуальность нашего исследования.

Гипотеза исследования. Понятие цифровой культуры личности в рабочем порядке можно было бы определить как культуру личности в аспекте ее реализации в цифровом пространстве. Очевидно, однако, что такое определение является неполным и требует конкретного содержательного наполнения, которое мы и попытаемся представить далее.

В соответствии с нашей гипотезой цифровая культура личности, в нашем понимании, интегрирует три компонента: онтологический, информационный и коммуникационно-этический. Наличие онтологического компонента означает, что человек правильно понимает онтологическую сущность цифровой реальности и свое нахождение в ней, информационный компонент связан с культурой использования информации, обращающейся в цифровом пространстве. Коммуникационно-этический компонент предполагает культуру сетевого общения, сориентированность его на объединение социальных групп.

Онтологический компонент цифровой культуры дает человеку возможность обрести точку опоры, обеспечить его личностную целостность, его подлинную идентичность. Ощущение, а потом и осознание своей подлинной идентичности не позволяют человеку игнорировать тот факт, что настоящая реальность располагается за пределами цифрового мира.

Осознание этого предела влечет за собой принятие личностью некоторых обязательств, обусловленных реализацией своей ответственности перед другими людьми и обществом в целом, ответственности, актуальной в первую очередь в пространстве реальной жизни. Инновационные технологии для этого могут использоваться исключительно инструментально (так, вполне возможно, что с помощью сетевого взаимодействия можно организовать волонтерскую группу для помощи нуждающимся).

«Иной модус» человеческого бытия, порождаемый цифровой реальностью, где для человека существуют опасные возможности распадаться на множество «субличностей», строить «гибридную идентичность», смешивать в своем сознании потенциальное и реальное, не предполагает осмысления им моделей мышления и поведения в категориях единой целостной ответственности личности за свои поступки. Точнее сказать, сама эта ответственность является неполной, «распределенной» по тем отдельным идентичностям, которые циркулируют в цифровом пространстве, и не предполагает того неизбежного реального жертвования своими интересами, которого требует от человека реальная ответственность.

Осознание человеком неподлинности виртуального мира предохраняет общество от обострения разнообразных конфликтов, которые возникают в ситуациях радикальной поляризации взглядов. Дело в том, что инновационные технологии дают возможность пользователю получать в первую очередь ту информацию, которую он предпочитает и на которую сориентирован, отнимая у него при этом возможность и желание интересоваться другими взглядами, способствующими расширению картины мира. Человек, владеющий цифровой культурой, отдает себе отчет в том, что реальность, познаваемая им в цифровом мире, – это исключительно реальность медиа.

Понятие информационного компонента цифровой культуры личности, который, как уже было сказано, дает возможность наиболее эффективно использовать информацию, включает в себя несколько аспектов. Во-первых, это аспект поиска и фильтрации информации. Дело в том, что оба указанных процесса требуют немалого интеллектуального напряжения. У человека же, находящегося в цифровом пространстве, может сложиться в сознании иллюзия легкости и необременительности поиска и обнаружения в сети любой необходимой информации, стоит только четко сформулировать тему или проблему и воспользоваться услугами интеллектуального алгоритма. Но это если и справедливо, то лишь по отношению к внешнему, поверхностному уровню информации. Искусственный интеллект обеспечивает только формальный путь поиска и фильтрации информации по ключевым словам и может пройти мимо того, что могло быть обнаружено путем «бокового» мышления, улавливающего неотчетливые моменты путем ассоциативного метафорического мышления. Традиционные методы поиска литературы, не предполагавшие использования интеллектуального алгоритма, допускали определенный элемент стихийности, что повышало шанс неожиданных находок, новых ракурсов постановки задач и нестандартных решений. Дело в том, что любая интеллектуальная деятельность человека является творческим процессом на всех ее этапах, даже на этапе поиска информации и постановки задачи.

Человек, обладающий цифровой культурой, в идеале, принимая во внимание все возможности и преимущества искусственного интеллекта, воспринимает его лишь как первую ступень поиска нужной информации.

Конечно, и на последующих ступенях могут быть использованы возможности искусственного алгоритма, здесь принципиально важным является только то, что человеку необходимо актуализировать свои собственные способности и возможности, как интеллектуальные, так и творческие.

Другим важным моментом является все более остро встающий вопрос аутентичности и верифицированности полученной информации. Активно расширяющаяся сеть, все большее ее информационное наполнение ведет к тому, что вопрос ее истинности становится все более проблемным.

В контексте размышлений о цифровой культуре можно утверждать, что указанная проблема может быть решена наличием у человека, входящего в сеть, развитого критического мышления и высокого культурно-образовательного уровня. Недостаточность образования и культуры ведет к опасности появления своеобразного «интеллектуального филистерства», при котором человек, обходя вниманием вопросы аутентичности источника и находясь в плену иллюзии своей осведомленности, считает допустимым публично рассуждать обо всем, о чем ему хочется.

Во-вторых, важным аспектом работы с информацией является ее истолкование и оценка. У человека, который входит в цифровое пространство, обладающее определенной спецификой своих коммуникаций, должна быть хорошо развита интерпретационная способность.

Е. В. Горина и Э. А. Лазарева отмечают, что сложное поле сетевого пространства складывается из множества иногда принципиально разных субдискурсов, находящихся во взаимодействии, которое авторы называют «когнитивным взаимодействием» [13, с. 48]. Кроме того, Е. В. Горина, рассуждая о манипулятивном потенциале конституирующих признаков Интернета, говорит о креолизации виртуального сообщения, что делает его более эффективным: «Элементы разных знаковых систем позволяют не только передать факты, но и сформировать к ним отношение, подчеркнуть особые ракурсы, важные для восприятия авторской мысли» [14, с. 35]. Таким образом, интерпретация зачастую оказывается уже частью сообщения, и, что самое печальное, личная интерпретационная активность человека становится ненужной, а соответствующая способность ослабевает. Между тем сохранить и развить эту способность в статусе важного компонента цифровой культуры личности мы считаем исключительно важным. Сущностной характеристикой этого компонента в новых цифровых условиях должна стать, на наш взгляд, способность отслеживать намеренность, запланированность взаимодействия субдискурсов, нацеленного на достижение манипулятивного эффекта.

Серьезной проблемой цифрового пространства является опасность размывания в нем базовых эстетических, а сейчас уже и этических категорий человеческого бытия. Тенденциям полной безоценочности и релятивизма способствуют в современном мире в первую очередь глобализм и потребительская идеология, но также и безудержная цифровизация жизни.

Между тем информационная культура как часть общей цифровой культуры личности подразумевает способность к оценке информационного сообщения. Присваиваясь человеком, включаясь в структуру уже имеющегося у него знания, новая информация приобретает личный характер и оценивается с той или иной степенью осознанности. Избыточность

информации цифрового пространства снижает возможность такого присвоения, вырабатывая поверхностный безоценочный взгляд, переносимый с цифрового также и на реальный мир. Человеку же, для того чтобы не погрузиться в полный мировоззренческий, этический и эстетический хаос, необходимы представление об объективной истине, определенные ориентиры. Если в предыдущую эпоху такие ориентиры были слишком жесткими, то в цифровом мире они грозят исчезнуть совсем.

Коммуникационно-этический компонент цифровой культуры личности, как уже было сказано, связан с культурой сетевого общения. Виртуальное пространство, открывая человеку действительно бескрайние возможности коммуникации, ослабляет и рвет реальные, живые человеческие связи, «превращая людей в одинокие интерактивные существа, ретрансляторы сообщений, утрачивающие собственное “я” и растворяющиеся в Сети, подтверждая идею постмодернистской смерти субъекта» [15, с. 36]. Такое саморастворение в сети ведет к снижению ответственности за свои слова или другие послания, которые в сетевом пространстве воспринимаются как серьезные поступки. Наиболее драматичной эта проблема видится в ситуации межгрупповой и межкультурной напряженности и противостояния, которые в настоящее время имеют тенденцию к усугублению.

Растущее умножение числа коммуникационных актов зачастую осуществляется за счет нивелирования их содержания и смыслов, цифровая коммуникация все более состоит из самопредставления и эмоциональных выплесков, являющихся инструментами демонстрации своего мнения по некоторому вопросу, причем совершенно безразлично по какому, неважно, является ли он вопросом о военно-политических решениях или правах гомосексуалистов. В таком случае необходимыми оказываются внутриличностные механизмы, дающие возможность удерживать человека от избыточной коммуникации. Актуализировать такие механизмы могут ценностные и волевые образования личности, способные оценить в каждом конкретном случае этическую необходимость войти в коммуникацию или воздержаться от нее. Это касается также и вопроса творческой реализации человека и его ответственности перед обществом за продукты своей деятельности, остающиеся после него в цифровом пространстве, а следовательно, и в общественном сознании. Главным коммуникационно-этическим критерием морального выбора при этом является возможность консолидации общественных групп – как внутренней, так и внешней (разумеется, за исключением тех редких случаев, когда это является невозможным в силу принципиальных ценностных расхождений).

Мы предположили, что в целом можно говорить о наличии цифровой культуры личности в современном российском обществе, о выраженности в той или иной степени всех трех рассмотренных выше компонентов.

Учитывая большую приверженность к взаимодействию с цифровой реальностью более молодых групп населения, мы предположили, что важным фактором цифровой культуры личности является возраст респондентов. При этом чем моложе респондент, тем более он готов признать правомерность цифрового пространства как «иного модуса бытия» со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Для того чтобы получить возможность проведения соответствующего эмпирического исследования, после рассмотрения компонентов цифровой культуры личности необходимо

решить вопрос о том, что может выступить в качестве показателя их наличия или отсутствия в структуре личности.

Таким показателем прежде всего мы считаем осознание человеком тех рисков онтологического, информационного и коммуникационно-этического характера, которые сопутствуют его нахождению в сетевом пространстве. Ответственное отношение человека к отмеченным выше возможным рискам, как представляется, определяет некоторые модели его поведения.

Индикатором осознания опасности неразличения настоящей и иллюзорной реальности цифрового мира может выступить, во-первых, отношение к ценностям этого мира как к инструментальным, а не терминальным. Во-вторых, таким индикатором можно считать осознание разницы в степени ответственности человека, пребывающего в реальном или, с другой стороны, сетевом пространстве. В-третьих, индикатором будет понимание имеющейся в сети опасности сужения картины мира и радикального противостояния взглядов. В плане эмпирического исследования проблема идентичности представляется одной из наиболее сложных из-за проблематичности самой природы понятий «идентичность» и «гибридная идентичность». Вероятно, индикатором в данном случае будет представление человека о том, какая из его онлайн- или офлайн-ролей предоставляет ему ощущение наибольшей полноты личностного самовыражения.

Если говорить об отслеживании информационного компонента цифровой культуры личности, то индикаторами могут выступать, во-первых, понимание сложности серьезного поиска аутентичной информации в Интернете, понимание проблематичности и неоднозначности помощи, которую могут оказывать в этом случае интеллектуальные алгоритмы; во-вторых, осознание опасности манипулирования интерпретациями одной и той же информации; в-третьих, осознание важности использования объективных этических и эстетических критериев для оценки феноменов цифрового мира.

При отслеживании коммуникативно-этического компонента индикаторами, с нашей точки зрения, будут служить, во-первых, способность человека отдавать себе отчет в мотивах, побуждающих вступать в сетевую коммуникацию; во-вторых, способность отказываться от такой коммуникации, в том числе и от желания в ней творчески самовыражаться; в-третьих, признание ценности объединяющего эффекта коммуникации в цифровом пространстве.

Учитывая сложность и многоаспектность поставленной нами проблемы, необходимо отметить, что описанное в данной статье эмпирическое исследование носило зондажный характер и рассматривалось нами как предварительное, лишь намечающее пути возможного более глубокого и полноценного исследования. Оно предполагало изучение мнений трех возрастных групп респондентов: 18–25 лет (55 чел.), 26–45 лет (37 чел.), старше 45 лет (34 чел.). Всего было опрошено 126 чел.

Результаты и обсуждение. Представим результаты проведенного исследования.

Первая группа вопросов была сформулирована в соответствии с нашей гипотезой о наличии онтологического компонента цифровой культуры личности, связанного с пониманием онтологической сущности цифрового мира и себя в нем. Ответы на вопросы этой группы распределились следующим образом (рис. 1–5).

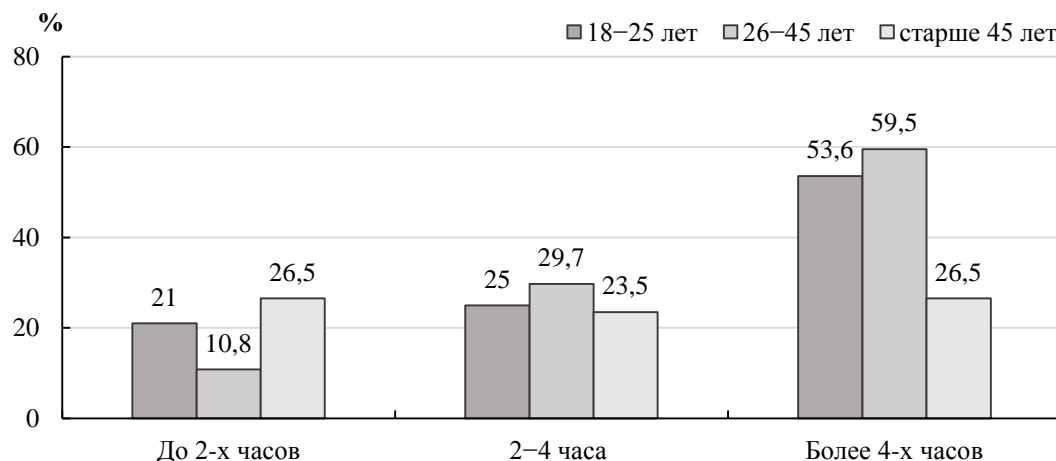


Рис. 1. Сколько часов в сутки приблизительно вы проводите в цифровом пространстве?
Fig. 1. Approximately how many hours a day do you spend in the digital space?

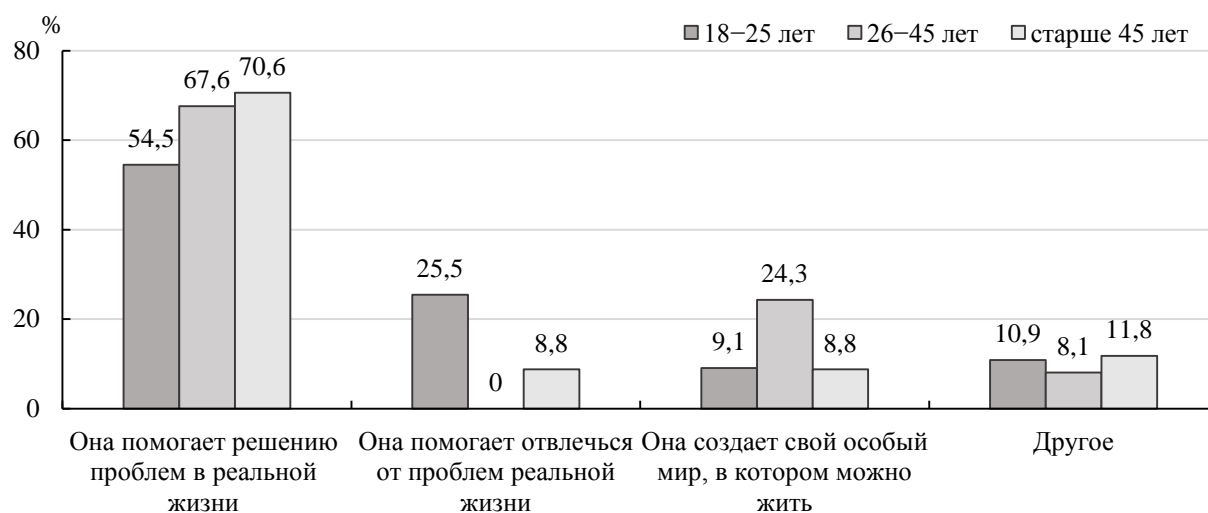


Рис. 2. Как вы думаете, в чем смысл цифровой (Интернет) коммуникации?
Fig. 2. What do you think is the meaning of digital (Internet) communication?

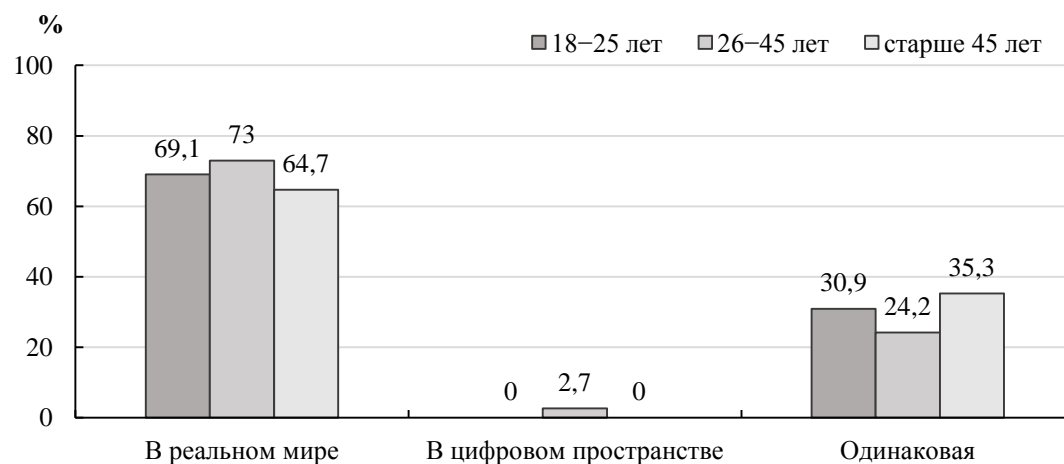


Рис. 3. Как вы считаете, где более высокий уровень ответственности человека:
в цифровом пространстве или в реальном мире?

Fig. 3. Where do you think there is a higher level of human responsibility: in the digital space or in the real world?

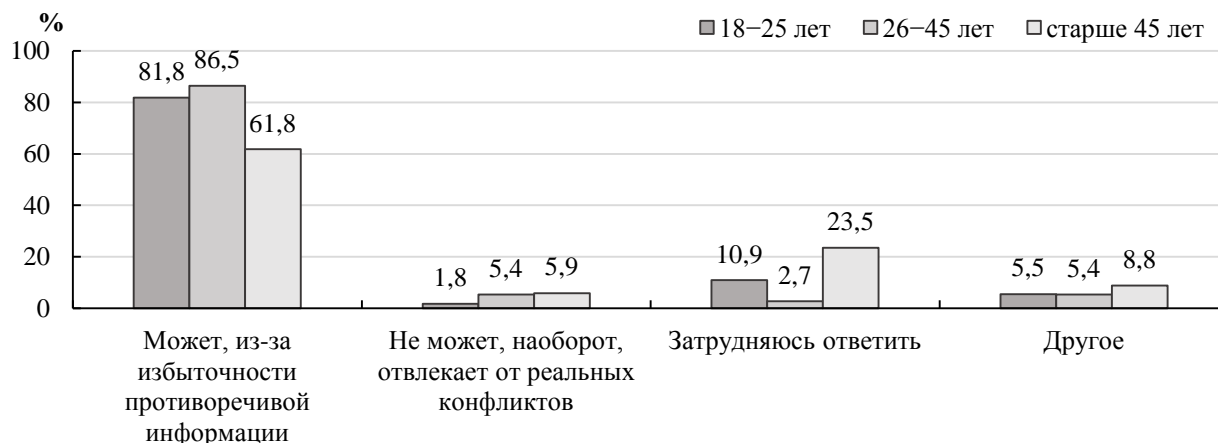


Рис. 4. Может ли, по вашему мнению, цифровая коммуникация быть причиной обострения конфликтов?
Fig. 4. Do you think digital communication may be causing conflicts to worsen?

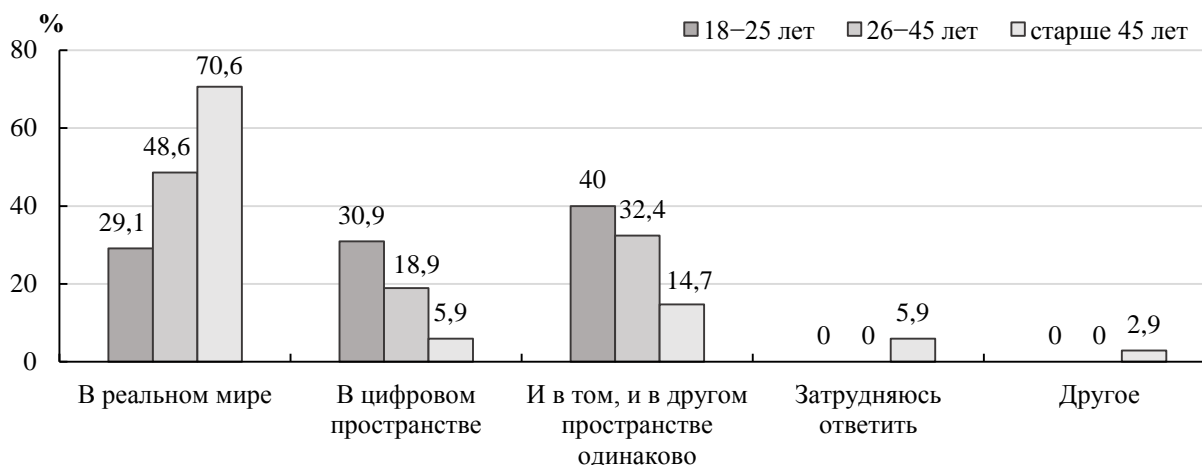


Рис. 5. Где вы чувствуете большую полноту самовыражения: в цифровом или в реальном мире?
Fig. 5. Where do you feel more self-expression: in the digital world or in the real world?

Наибольшее количество времени – более 4-х часов (рис. 1) проводят в цифровом пространстве представители средней возрастной группы респондентов (59,5 %). Не намного меньший процент и в самой молодой группе (53,6 %).

Определенное расхождение наблюдается между молодой группой и двумя другими при ответе на вопрос о том, в чем состоит смысл цифровой коммуникации: большее количество респондентов старшей группы видят этот смысл в помощи решению проблем реальной жизни (70,6 %, рис. 2). Обращает на себя внимание довольно большой процент респондентов младшей группы, которые считают, что цифровая коммуникация отвлекает от проблем реальной жизни (25,5 %), и также довольно большой процент (24,3 %) респондентов средней группы, считающих, что цифровая коммуникация создает свой особый мир, в котором можно жить. Особенно тревожно, с нашей точки зрения, признание правомерности нового особого «модуса бытия», в который можно погрузиться сначала убегая от нерешаемых проблем реальной жизни, а потом и как в самодостаточную жизнь. Характерно, что желание отвлечься от проблем реальной жизни, имеющее нулевой показатель в средней возрастной группе, в определенной степени характерно для респондентов старшей группы (8,8 %).

Относительно осознания уровня ответственности в реальном и виртуальном мире (рис. 3) результаты показали, что наибольшую ответственность в реальном мире признают представители средней возрастной группы (73 %), однако именно в ней оказались и те, кто считает, что более высокий уровень ответственности – в цифровом пространстве. Отметим, однако, что большинство представителей всех групп считают, что более высокий уровень ответственности у человека все-таки в реальном мире.

Также большинство респондентов всех трех возрастных групп признает, что цифровая коммуникация может быть причиной обострения конфликтов из-за избытка противоречивой информации (рис. 4). Однако наибольший процент тех, кто затруднился с ответом, отмечается в старшей группе (23,5 %), а наименьший – в средней группе (2,7 %), что, возможно, объясняется более интенсивной, чем у старшей группы, социально-цифровой коммуникацией, с одной стороны, и большей по сравнению с младшей группой способностью к рефлексии этой коммуникации, с другой.

Наибольшая разница в ответах разных возрастных групп респондентов обнаружилась в вопросе о том, где они чувствуют большую полноту самовыражения: в реальном или цифровом мире (рис. 5). Вполне ожидаемо большую полноту самовыражения в реальном мире по сравнению с цифровым пространством ощущают представители старшей группы (70,6 %), в цифровом пространстве – только 5,9 % из них. Представители младшей группы в большинстве своем ощущают полноту выражения в обоих пространствах (40 %) и в цифровом пространстве (30,9 %). Средняя же группа занимает в этом отношении промежуточное положение, что видится вполне логичным. Результаты ответов младшей группы на этот вопрос вполне коррелируют с результатами ее ответов на вопрос о смысле цифровой коммуникации, что подтверждает осознанность ответов респондентов и, как уже отмечалось, не может не вызывать тревогу таким смещением акцентов с реальной на виртуальную жизнь, провоцирующую распадение человека на субличности и замену его подлинной идентичности на гибридную.

Вторая группа вопросов была сформулирована в соответствии с нашей гипотезой о наличии информационного компонента цифровой культуры личности, связанного с поиском, истолкованием, а также этической и эстетической оценкой информации, циркулирующей в цифровом пространстве. Ответы на вопросы этой группы распределились следующим образом (рис. 6–8).

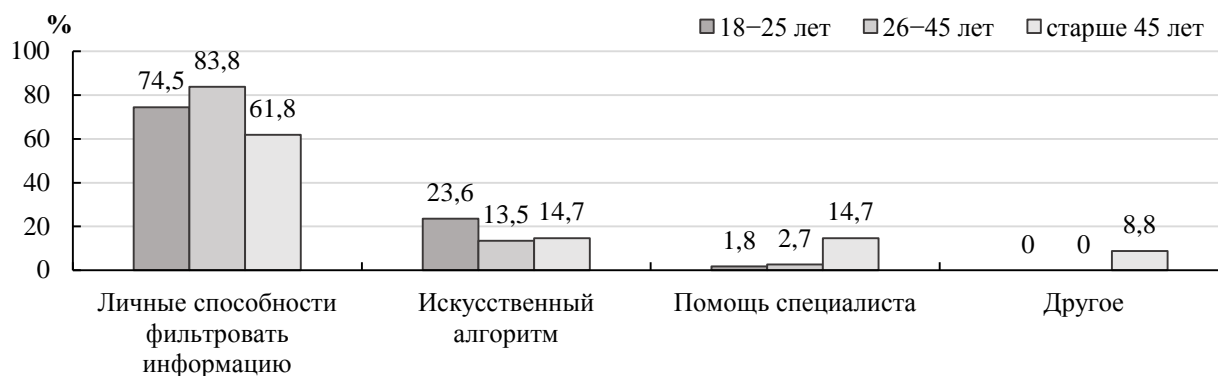


Рис. 6. Как вы считаете, что может обеспечить эффективность поиска нужной информации в Интернете?
Fig. 6. What do you think can ensure the effectiveness of searching for the necessary information on the Internet?

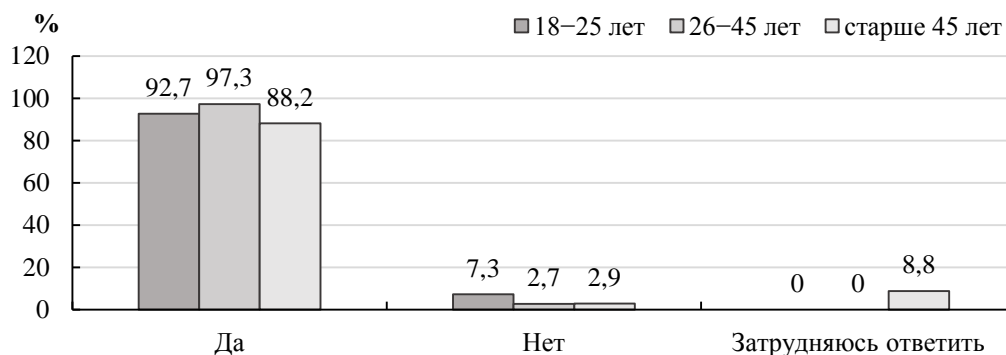


Рис. 7. Как вы считаете, осуществляется ли в цифровом пространстве попытка манипулирования информацией?

Fig. 7. Do you think there is an attempt to manipulate information in the digital space?



Рис. 8. Как вы считаете, существуют ли объективные этические и эстетические критерии оценки информации в цифровом пространстве?

Fig. 8. Do you think there are objective ethical and aesthetic criteria for evaluating information in the digital space?

Большинство респондентов всех групп справедливо считает, что обеспечить поиск нужной информации в интернет-пространстве смогут в первую очередь личные способности человека фильтровать информацию (рис. 6). Однако это большинство в разных возрастных группах распределилось по-разному, причем наименьшим этот процент (61,8 %) был в старшей группе, а наибольший (83,8 %) – в средней, что, вероятно, связано с большей уверенностью в своих возможностях взаимодействия с цифровым миром именно у людей среднего возраста. Расчет на помощь искусственного алгоритма в поиске информации самый высокий в младшей группе (23,6 %), а самый высокий расчет на помощь специалиста – в старшей группе (14,7 %), что вполне ожидаемо в связи с возрастающей от поколения к поколению тенденцией все больше полагаться на цифровые технологии и все меньше ориентироваться на профессиональный опыт старшего поколения.

Опасность манипулирования информацией в цифровом пространстве осознается абсолютным большинством респондентов из всех опрошенных групп, только четыре человека из младшей группы и по одному из двух других отрицают такую опасность, и несколько человек старшей группы затруднились с ответом, что вполне объяснимо возможной невключенностью человека старшего возраста в такого рода проблематику (рис. 7).

Результаты ответов на вопрос о существовании в цифровом пространстве объективных этических и эстетических критериев оценки информации были следующими (рис. 8). Так,

признает объективность критериев приблизительно треть респондентов из всех опрошенных групп (с небольшим перевесом младшей группы – 38,2 %). Относительность же этических и эстетических критериев оценки информации цифрового мира менее всего готова принять младшая группа и более всего – средняя. Примечательно, что в средней группе меньше всего оказалось тех, кто затруднился с ответом на этот вопрос. Такой сравнительно высокий процент респондентов всех групп, не признающих необходимость объективной оценки феноменов цифрового мира, представляется тревожным симптомом современности, хотя и ожидаемым в эпоху релятивизма и безоценочности.

Третья группа вопросов была сформулирована в соответствии с нашей гипотезой о наличии коммуникативно-этического компонента цифровой культуры личности, связанного с мотивами вступления в цифровую коммуникацию, творческого в ней самовыражения или, наоборот, отказа от него, а также с признанием или непризнанием ценности объединяющего эффекта коммуникации в цифровом пространстве. Ответы на вопросы этой группы распределились следующим образом (рис. 9–12).

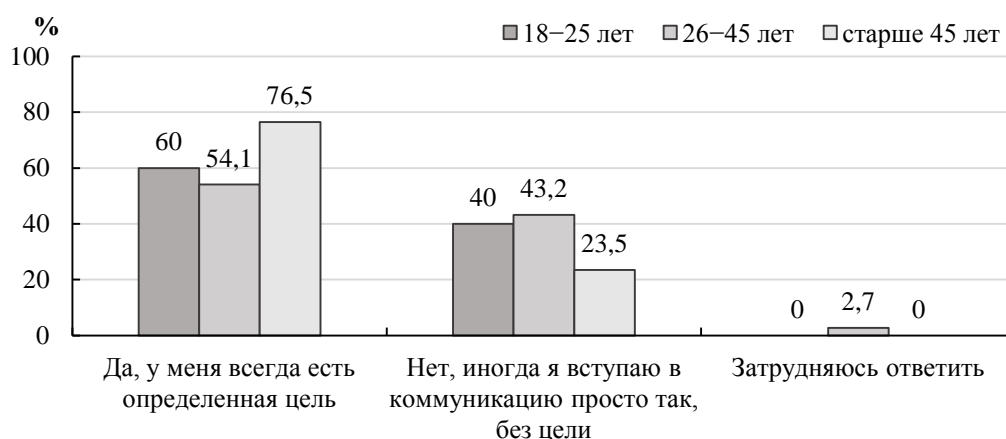


Рис. 9. Всегда ли вы точно знаете, для чего вступаєте в коммуникацию в цифровом пространстве?

Fig. 9. Do you always know exactly why you are communicating in the digital space?

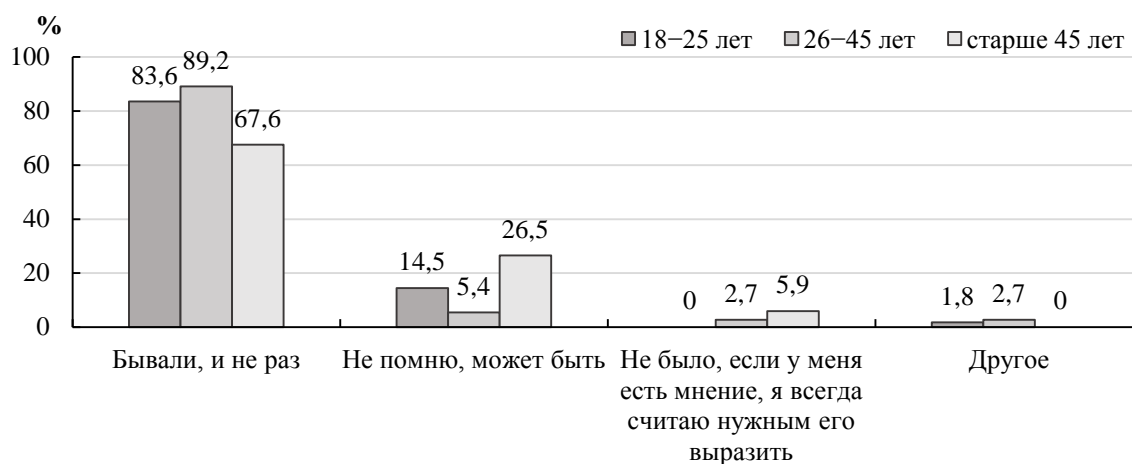


Рис. 10. Бывали ли у вас случаи, когда вы осознанно по каким-либо причинам отказывались от выражения своей позиции в Интернете?

Fig. 10. Have you ever had a time when you consciously refused to express your position on the Internet for some reason?



Рис. 11. Бывают ли у вас случаи, когда вы осознанно отказываетесь от размещения в Интернете какого-либо своего творческого продукта?

Fig. 11. Do you ever have cases when you consciously refuse to post any of your creative products on the Internet?

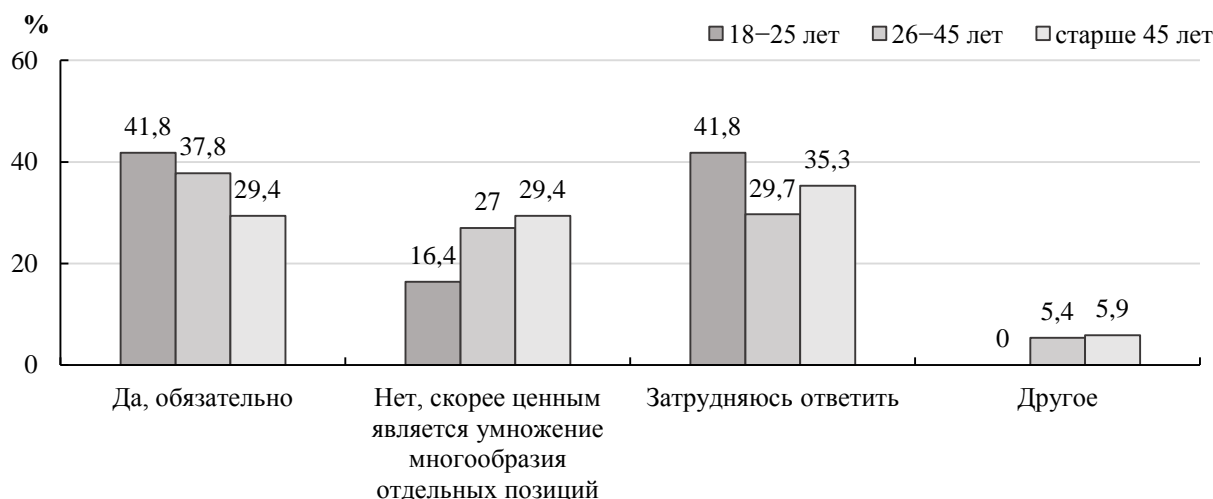


Рис. 12. Как вы считаете, является ли объединяющий эффект важным для цифровой коммуникации?

Fig. 12. Do you think the unifying effect is important for digital communication?

В соответствии с нашими ожиданиями, наибольший процент респондентов, хорошо понимающих, зачем они в данный момент вступают в коммуникацию (рис. 9), оказался в старшей группе (76,5 %), а наибольший процент тех, кто вступает в коммуникацию без какой-либо определенной цели, был в младшей и средней возрастных группах (40 и 43,2 % соответственно). Такая немотивированная цифровая коммуникация, являясь показателем несформированности коммуникативно-этического компонента цифровой культуры личности, косвенно свидетельствует к тому же и о слабости онтологического компонента: цифровой мир затягивает человека в непрерывную нецелесообразную и потому безответственную коммуникацию. В этом смысле старшая группа респондентов находится в более выгодной ситуации, поскольку у нее в силу возраста привычка к «цифровому существованию» сформирована в меньшей степени.

Случаи осознанного отказа от выражения своей позиции в Интернете признает за собой большинство всех возрастных групп респондентов (рис. 10), несколько меньший по сравнению с двумя младшими группами (83,6 и 89,2 %) процент респондентов старшей группы

(67,6 %), возможно, объясняется низкой, опять-таки в силу возраста, включенностью в социальные сети. Стремление же непременно выразить свое мнение присуще лишь одному респонденту из средней возрастной группы и двум из старшей.

Сомнение в ценности своего творческого продукта в большей степени присуще представителям младшей группы (73,7 %) и в наименьшей степени – представителям старшей группы (38,2 %), однако в этой группе было также и большое число тех, кто затруднился с ответом на данный вопрос (29,4 %), и лишь один человек из этой группы всегда стремится дать продуктам своего творчества широкую известность (рис. 11). Другие, не предусмотренные ответы на этот вопрос, в таком же количестве данные представителями старшей группы, в основном варьировали варианты отказа от размещения своего творческого продукта. Все это в общем говорит об определенной ответственности за свое творческое самовыражение в сети, присущее всем трем возрастным группам.

Относительно вопроса об объединяющем эффекте цифровой коммуникации сложилась следующая картина (рис. 12): более 80 % респондентов младшей группы разделились в равных долях (по 41,8 %) на тех, кто признает объединяющий эффект, и тех, кто затрудняется с ответом. В средней и старшей группах более трети респондентов затруднились с ответом, а остальные разделились во мнении на две противоположные точки зрения (хотя в средней группе было больше тех, кто все-таки признает в цифровой коммуникации важность объединяющего эффекта).

Заключение. Подводя общий итог, можно отметить следующее:

- наиболее очевидные расхождения в результатах анкетного опроса разных возрастных групп оказались в тех ответах, которые были призваны определить наличие онтологического компонента цифровой культуры личности. Правомерность цифрового мира как иного «модуса бытия» и пространства для самовыражения признают в первую очередь представители младшей возрастной группы, что является тревожным симптомом. Однако больший уровень ответственности в реальной жизни по сравнению с цифровой, который признают представители всех возрастных групп, все-таки позволяет говорить об определенной выраженности онтологического компонента;

- опасность возникновения гибридной идентичности, спровоцированной погружением в цифровое пространство, в большей степени присуща младшей группе и в меньшей степени – старшей, средняя группа занимает промежуточное положение;

- при ответе респондентов на вопросы второго блока, призванные определить наличие информационного компонента, расхождения между разными возрастными группами оказались не слишком большими и в целом продемонстрировали осознание необходимости личного интеллектуального усилия при поиске и фильтрации информации в цифровом пространстве, что свидетельствует об определенной выраженности информационного компонента цифровой культуры личности. Также об этом говорит понимание опасности манипулирования информацией, присущее абсолютному большинству респондентов всех возрастных групп;

- однако относительно необходимости использования в цифровом пространстве объективных этических и эстетических критериев отмечен довольно высокий процент респондентов всех возрастных групп, которые не признают необходимость объективной оценки

феноменов цифрового мира, что связано, скорее всего, с общей тенденцией к релятивизму безоценочности, что снижает уровень выраженности информационного компонента цифровой культуры личности;

– коммуникативно-этический компонент цифровой культуры личности в большей степени характерен для старшей возрастной группы респондентов и в меньшей степени – для младшей группы, представители которой чаще вступают в немотивированную цифровую коммуникацию;

– всем трем группам респондентов присуща определенная степень ответственности (хотя и не всегда отрефлексированной, о чем свидетельствует большое количество тех, кто затруднился с ответом) за свое самовыражение в цифровом пространстве, в том числе творческое. Все это позволяет говорить об определенной выраженности коммуникативно-этического компонента цифровой культуры личности;

– относительно наличия объединяющего эффекта цифровой коммуникации можно сказать, что составить единое представление по ответам опрошенных респондентов не удалось, для этого потребуются дополнительные исследования.

Как показало исследование, в соответствии с нашей гипотезой цифровая культура личности, представленная во всех трех своих компонентах, является выраженной лишь в определенной степени (большей или меньшей в зависимости от возраста респондентов). Это свидетельствует об актуальности ее развития, растущей по мере развития цифровых технологий и вовлечения в них подрастающего поколения.

Мы считаем, что дальнейшее исследование, опирающееся на полученные нами самые общие результаты, может быть посвящено более глубокому погружению в отдельные аспекты выделенных нами компонентов цифровой культуры личности, изучению цифровой культуры отдельных возрастных групп, определению связи между цифровой культурой личности и ее профессиональным поведением и рядом других вопросов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гримов О. А. Цифровая реальность: социальная онтология и методология эмпирического изучения // Сложность. Разум. Постнеклассика. 2019. № 3. С. 42–50. DOI: 10.12737/article_5dbaa8bf81fe27.51109106.
2. Пржиленский В. И. Понятие цифровой реальности: значение и смысл // Философия науки и техники. 2021. Т. 26, № 2. С. 68–80. DOI: 10.21146/2413-9084-2021-26-2-68-80.
3. Труфанова Е. О. Человек в цифровом мире: «распределенный» и целостный // Вестн. Перм. ун-та. Философия. Психология. Социология. 2021. № 3. С. 370–375. DOI: 10.17072/2078-7898/2021-3-370-375.
4. Петев Н. И. Цифровое пространство как стимул формирования индивидуализации и самоопределения // Векторы благополучия: экономика и социум. 2021. № 1 (40). С. 79–96. DOI: 10.18799/26584956/2021/1(40)/1071.
5. Баева Л. В. Развитие системы электронной культуры и дифференциация современного социогуманитарного знания // Философские науки. 2018. № 6. С. 83–99. DOI: 10.30727/0235-1188-2018-6-83-99.
6. Пряхина А. В. Медиапроекты как культуросберегающая коммуникационная технология // Обсерватория культуры. 2022. Т. 19, № 3. С. 247–255. DOI: 10.25281/2072-3156-2022-19-3-247-255.
7. Горлова И. И., Зорин А. Л. Цифровая культура в информационном обществе // Культурное наследие России. 2020. № 2. С. 3–9. DOI: 10.34685/НН.2020.29.2.001.

8. Мешкова Л. Н. Цифровая культура и цифровое поколение: основные направления взаимодействия // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2020. Т. 9, № 3А. С. 178–188. DOI: 10.34670/AR.2020.96.97.021
9. Солдатова Г. В. Личность и информация в цифровом мире // Психологическая газета. 05.01.2022. URL: <https://psy.su/feed/9604/> (дата обращения: 10.07.2023).
10. Квитко А. Ю. Информационная культура личности // Научные ведомости БелГУ. Философия. Социология. Право. 2010. № 2 (73). Вып. 11. С. 162–168.
11. Беляев Р. В., Григорьева Е. И. Информационная культура личности: ведущие методологические подходы // Вестн. МГУКИ. 2016. № 2 (70). С. 92–96.
12. Царева М. И. Формирование информационной компетентности при подготовке будущих педагогов // Высшее образование сегодня. 2017. № 9. С. 30–33.
13. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Когнитивное взаимодействие и когнитивное столкновение в Интернете // Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. Т. 110, № 1. С. 48–55.
14. Горина Е. В. Манипулятивный потенциал конституирующих признаков Интернета // Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. Т. 126, № 2. С. 29–39.
15. Соловьева Л. Н. Современный человек как субъект новой коммуникативной реальности // Общество: философия, история, культура. 2017. № 12. С. 34–37. DOI: 10.24158/fik.2017.12.7.

Информация об авторах.

Кудрявцева Мария Евгеньевна – доктор педагогических наук (2009), доцент (2008), профессор кафедры связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Проф. Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 170 научных публикаций. Сфера научных интересов: психология и педагогика творческого развития взрослого человека, воспитание эстетического вкуса, свобода личности в медиапространстве, экзистенциальные вопросы.

Пряхина Анна Валентиновна – кандидат философских наук (2006), доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета, ул. Садовая, д. 21, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: коммуникации, коммуникации в арт-сфере, социальные, культурные и цифровые аспекты развития современного социального коммуникационного пространства.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 07.07.2023; принята после рецензирования 18.09.2023; опубликована онлайн 20.11.2023.*

REFERENCES

1. Grimov, O.A. (2019), "Digital reality: social ontology and methodology of empirical study", *Complexity. Mind. Postnonclassic*, no. 3, pp. 42–50. DOI: 10.12737/article_5dbaa8bf81fe27.51109106.
2. Przhilenskiy, V.I. (2021), "The concept of digital reality: meaning and significance", *Philosophy of science and technology*, vol. 26, no. 2, pp. 68–80. DOI: 10.21146/2413-9084-2021-26-2-68-80.
3. Trufanova, E.O. (2021), "Human in the digital world: "distributed" and integral", *Perm University Herald. Series Philosophy. Psychology. Sociology*, no. 3, pp. 370–375. DOI: 10.17072/2078-7898/2021-3-370-375.
4. Petev, N.I. (2021), "Digital space as an incentive for the formation of individualization and self-determination", *J. of Wellbeing Technologies*, no. 1 (40), pp. 79–96. DOI: 10.18799/26584956/2021/1(40)/1071.

5. Baeva, L.V. (2018), "The Development of E-Culture and Differentiation of the Modern Social Sciences and Humanities", *Philosophical Sciences*, no. 6, pp. 83–99. DOI: 10.30727/0235-1188-2018-6-83-99.
6. Pryakhina, A.V. (2022), "Media projects as a culture-saving communication technology", *Observatory of culture*, vol. 19, no. 3, pp. 247–255. DOI: 10.25281/2072-3156-2022-19-3-247-255.
7. Gorlova, I.I. and Zorin, A.L. (2020), "Digital culture in the information society", *Cultural Heritage of Russia*, no. 2, pp. 3–9. DOI: 10.34685/HI.2020.29.2.001.
8. Meshkova, L.N. (2020), "Digital culture and digital generation: main directions of interaction", *Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being*, vol. 9, no. 3A, pp. 178–188. DOI: 10.34670/AR.2020.96.97.021.
9. Soldatova, G.V. (2022), "Personality and information in the digital world", *Psikhologicheskaya gazeta*, 05.01.2022, available at: <https://psy.su/feed/9604/> (accessed 10.07.2023).
10. Kvitko, A.Yu. (2010), "Personal Information Culture", *Belgorod State Univ. Scientific bulletin. Philosophy, Sociology, Law*, no. 2 (73), iss. 11, pp. 162–168.
11. Belyaev, R.V. and Grigorieva, E.I. (2016), "Personal information culture: leading methodological approaches", *Bulletin of the Moscow state Univ. of culture and arts*, no. 2 (70), pp. 92–96.
12. Tsareva, M.I. (2017), "Formation of information competence in the preparation of future teachers", *Higher education today*, no. 9, pp. 30–33.
13. Gorina, E.V. and Lazareva, E.A., (2013), "Cognitive interaction and cognitive clash on the internet", *Izvestia Ural Federal Univ. J. Ser. 1: Issues in Education, Science and Culture*, vol. 110, no. 1, pp. 48–55.
14. Gorina, E.V. (2014), "Manipulative potential of constituent characteristics of the internet", *Izvestia Ural Federal Univ. J. Ser. 1: Issues in Education, Science and Culture*, vol. 126, no. 2, pp. 29–39.
15. Solovieva, L.N. (2017), "Modern man as a subject of the new communicative reality", *Society: philosophy, history, culture*, no. 12, pp. 34–37. DOI: 10.24158/fik.2017.12.7.

Information about the authors.

Maria E. Kudryavtseva – Dr. Sci. (Pedagogy, 2009), Docent (2008), Professor at the Department of Public Relations, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 170 scientific publications. Area of expertise: psychology and pedagogy of creative development of an adult, education of aesthetic taste, personal freedom in the media space, existential issues.

Anna V. Pryakhina – Can. Sci. (Philosophy) (2006), Associate Professor at the Department of Communication Technology and Public Relations, Saint Petersburg State Economic University, 21 Sadovaya str., St Petersburg 191023, Russia. The author of 100 scientific publications. Area of expertise: communications, communications in the art sphere, social, cultural and digital aspects of the development of modern social communication space.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 07.07.2023; adopted after review 18.09.2023; published online 20.11.2023.*