

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»**

На правах рукописи

Пинская Маргарита Владимировна

**ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
КУЛЬТУРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ**

24.00.01 – теория и история культуры

**Диссертация на соискание ученой степени
кандидата культурологии**

Научный руководитель:
Павелко Надежда Николаевна,
доктор культурологии, профессор

Симферополь – 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ.....	16
1.1. Студенческая субкультура как субъект интернет-коммуникации.....	16
1.2. Интернет-коммуникация в России в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов.....	33
1.3. Интернет-коммуникация в коммуникативной модели культуры профессиональной самореализации студентов.....	52
1.4. Обобщающие выводы к первой главе.....	70
ГЛАВА 2. ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ СТУДЕНТОВ РОССИИ В ПРАКТИКЕ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ.....	80
2.1. Ресурсы Рунета в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов.....	80
2.2. Анализ контентного содержания сайтов учебных учреждений высшего образования Краснодарского края.....	96
2.3. Интернет-коммуникация в практике профессиональной самореализации студентов Краснодарского края.....	111
2.4. Обобщающие выводы ко второй главе.....	119
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	126
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	138
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	175

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена научной и практической необходимостью философского и культурологического осмысления многогранной проблемы отечественной культуры, связанной с быстротекущими социальными процессами, развивающимися под воздействием новейших информационно-коммуникационных технологий и определяющими как современный социально-экономический климат, так и перспективную социокультурную ситуацию. Культура профессиональной самореализации студентов, с одной стороны, связана с оценкой продуктивности высшей школы как образовательной системы, с другой, – позволяет прогнозировать и целенаправленно регулировать тенденции социальных отношений динамичного субкультурного образования, каким является сегодня студенчество. От того какие ценностные ориентации вырабатывают студенты в процессе профессиональной самореализации во многом зависит характер будущих производственных, политических, правовых отношений, будущее науки и образования, и, в конечном итоге, характеристики российской культуры XXI века.

Межпредметный характер проблематики интенсивно развивающейся интернет-коммуникации студентов как фактора развития культуры профессиональной самореализации формируется на стыке социологии, педагогики, психологии и ряда других смежных дисциплин и требует философско-культурологического осмысления накопленного теоретического и эмпирического опыта. Интернет-коммуникация становится сегодня одним из серьезных социокультурных факторов, формирующих культуру профессиональной самореализации студентов, приобретая ведущее значение в сфере студенческой субкультуры. В этой связи актуально осмысление роли информационно-коммуникационных технологий в современной культуре, в образовательной среде высшей школы, а так же целей и методов их использования. В данном контексте выбранный нами аспект исследования

ориентирован на проблематику «постиндустриального», «информационного» общества или «общества знания», сформированную в трудах современных зарубежных и отечественных философов, социологов, педагогов и культурологов.

Процесс информатизации общества сопровождается модернизацией прежних ценностных систем, появлением и развитием новых принципов деловой культуры, в том числе культуры профессиональной самореализации. Интенсивно меняющиеся условия развития культуры профессиональной самореализации студенчества ставят перед высшей школой новые задачи, от решения которых зависит степень регулируемости социокультурных процессов в студенческой среде.

Таким образом, актуальность исследуемой темы в прикладном аспекте состоит в том, что необходимо культурфилософское обобщение опыта ряда смежных наук в областях изучения молодежи и студенчества, проблематики социальной коммуникации и информационно-коммуникационных технологий в рамках анализа роли интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студенчества, представляющей собой сложный динамично развивающийся срез отечественной культуры, для прогнозирования и проектирования на научной основе интернет-коммуникации профессионального сообщества и студентов. В теоретическом фундаментальном плане речь идет о раскрытии ресурсного потенциала интернет-коммуникации в сфере прогнозирования и планирования тенденций и факторов развития отечественной культуры, современного российского социокультурного пространства.

Исследование соответствует п. 1.1. «Взаимоотношение универсального и локального в культурном развитии», п. 1.9. «Историческая преемственность в сохранении и трансляции культурных ценностей и смыслов», п. 1.14. «Возникновение и развитие современных феноменов культуры», п. 1.15. «Роль культурного наследия в жизнедеятельности общества», п. 1.18. «Культура и общество», п. 1.24. «Культура и коммуникация», п. 1.29. «Культурная политика общества, национальные и региональные аспекты культурной политики», п. 1.32.

«Система распространения культурных ценностей и приобщения населения к культуре» паспорта специальности 24.00.01 «Теория и история культуры» (культурология).

Степень научной разработанности проблематики высока в плане теоретических оснований изучения культуры профессиональной самореализации студентов, прежде всего в педагогике, в плане изучения современного медийного пространства и использования информационно-коммуникационных технологий в педагогической практике. В культурологии в рамках изучения социокультурной и межкультурной коммуникации, а так же различных аспектов развития медиакультуры и в смежных дисциплинах: в социальной философии, в социологии, в социальной и когнитивной психологии, в когнитивной и исторической лингвистике, в педагогике, – сформирован значительный по объемам литературы теоретический задел для изучения обозначенной темы. Между тем предмет нашего внимания прежде отдельно не обозначался, а поскольку представляет собой динамично развивающийся аспект современной культуры, требует постоянного научного мониторинга и раскрытия новых подходов при обобщении накопленного опыта. Таким образом, нельзя считать тему нашего исследования достаточно разработанной. Она представляет собой новейшую сферу теоретической и прикладной культурологии в силу интенсивности развития интернет-коммуникации, в том числе и в сфере развития культуры профессиональной самореализации студентов.

В настоящей диссертационной работе мы опираемся на разработанность культурологического аспекта феномена молодежной субкультуры в работах зарубежных и отечественных ученых: Д. Рисмена [252-255], Д. Хэбдиджа [250], М. Брейка [249], С.И. Левиковой [105], В.Р. Дольник [76], Е.Л. Омельченко [152] и др. Сформированные в науке представления о молодежной субкультуре с опорой на положения диссертационной работы И.М. Сотникова [202] позволили нам выделить и рассмотреть феномен студенческой субкультуры, как части молодежной среды и охарактеризовать специфику интернет-коммуникации в различных субкультурных социальных группах студентов.

Важное место в нашей работе занимает историко-культурологическое содержание исследований отечественных историков, педагогов, социологов, политологов раскрывающее эволюцию студенчества России с конца XIX века и по настоящее время (С.Е. Цыганаш [237], П.В. Краснов [101], А.В. Сотникова [203] и др.), а так же раскрытие проблематики современной трансформации ценностных ориентаций студенчества (А.Н. Смирнова [195], В.Н. Филянова [224] и др.).

Структуру студенческой субкультуры и специфику ее интернет-коммуникации позволяют рассмотреть социологические исследования П. Бурдье [26], Э. Гидденса [44], П. Бабочкина [10], И.М. Сотникова [202], философско-культурологическое осмысление проблем студенческой молодежи культурологов, педагогов и психологов Н.Н. Павелко [157, 158], Л.В. Мосиенко [145] и др.

На стыке педагогических и культурологических подходов изучения медиакультуры сформировалось отдельное направление исследований проблематики медиаобразования, отраженное в большом количестве прикладных и фундаментальных исследований. Однако комплексно интернет-коммуникация как фактор развития культуры профессиональной самореализации студентов на примере отношения студентов к этой форме социального взаимодействия и реализации образовательными учреждениями информационного потенциала интернет ресурсов с культурологических позиций мало изучена.

В определении социокультурного значения предмета исследования важна разработанность теории коммуникации в трудах Р. Барта [11], Ж. Бодрийяра [20-23], П. Бурдье [26], Г.Г. Почепцова [187], А.В. Соколова [197] и др., а так же проблематики, связанной с развитием информационно-коммуникационных технологий в социальной философии (Е.В. Поликарпова [185], Э. Тоффлер [215, 216] и др.), в педагогике и психологии (И.А. Буйковская [27], А.А. Маркина [129] и др.).

На формирование общесистемного философско-культурологического подхода повлияли работы Г. Зиммеля [87], Г.-Г. Гадамера [42], М.М. Бахтина [12-14], А.Д. Похилько [186], В.Г. Торосьяна [213, 214], теоретико-информационная

парадигма Г.А. Голицына [48-55], В.М. Петрова [160-163], концепции «постиндустриального общества» (Е.В. Поликарпова [185], Э. Тоффлер [215] и др.).

Анализ многочисленных источников и литературы подтверждает актуальность и межпредметную характеристику выбранной нами темы, указывает на ее место в современном дискурсе по проблемам изучения и развития отечественной культуры, системы высшей школы, социального регулирования и социокультурного строительства.

Объектом диссертационного исследования является современная отечественная культура профессиональной самореализации студентов как элемент социокультурного пространства современной высшей школы России.

Предметом выступает интернет-коммуникация отечественных студентов в аспекте развития культуры профессиональной самореализации.

Цель исследования – культурологический анализ интенсивности использования ресурсного потенциала интернет-коммуникации профессионального сообщества и студентов для прогнозирования и проектирования на научной основе факторов социокультурного развития на примере моделирования одного из сегментов социокультурной реальности: культуры профессиональной самореализации студентов.

Согласно паспорту специальности 24.00.01 «Теория и история культуры» ВАК МОН РФ в диссертации исследуются процессы функционирования духовной культуры в обществе, тенденции социокультурного развития различных социальных групп общества, в частности студенческой и молодежной субкультур. Кроме того исследуется информационная политика учреждений высшего образования в Интернете, отраженная на их официальных сайтах, и ее роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов. Интернет-коммуникация студентов рассматривается нами как важный фактор формирования и развития духовной культуры наиболее активной части общества, влияющий на текущую и перспективную социокультурную ситуацию.

В области истории, искусствоведения, культурологии мы касаемся проблем

механизмов взаимодействия ценностей и норм в культуре, факторов развития культуры, соотношения культуры и субкультуры, региональных, возрастных и социальных ориентаций студенчества в сфере культуры, соотношения культуры и коммуникации, вопросов культурной политики общества. В социологии культуры нас интересуют теоретические исследования средств массовой коммуникации, социология формирования духовной культуры личности, проблемы прогнозирования, проектирования и регулирования социокультурных процессов на прикладном уровне, исследование процессов оптимизации социокультурного воздействия на личность и превращение ее в субъект социально-культурного творчества, механизмы постижения ценностей культуры с учетом специфики общечеловеческих, национальных, региональных особенностей жизненной среды, социологические проблемы реализации созидательного потенциала духовной культуры, механизмы создания, освоения, сохранения, распространения и воспроизведения ценностей культуры, социологический анализ удовлетворения и обогащения духовно-эстетических интересов и потребностей студенчества, анализ путей оптимизации деятельности социокультурных институтов в лице учреждений высшего образования.

Для достижения поставленной цели нами сформирован **комплекс исследовательских задач**:

1. Рассмотреть студенческую субкультуру в российском обществе как субъект интернет-коммуникации.
2. Описать интернет-коммуникацию в России в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов.
3. Охарактеризовать современную интернет-коммуникацию профессионального сообщества и студентов как социокультурное явление: в рамках теоретической концепции культуры профессиональной самореализации студентов как элемент социокультурного пространства современной России обозначить роль, специфику и тенденции развития в ней интернет-коммуникации.
4. Проанализировать ресурсы российского сегмента Интернета, участвующие в формировании культуры профессиональной самореализации

студенчества, на примере анализа сайтов ВУЗов Краснодарского края выявить роль информационной политики учебных заведений в Интернете в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студенчества.

5. Путем опроса студенчества провести социологическое исследование, демонстрирующее влияние интернет-коммуникации на развитие культуры профессиональной самореализации студенчества.

6. Обобщить результаты исследования и обосновать факторальное значение интернет-коммуникации студентов для развития их культуры профессиональной самореализации как сегмента социокультурного пространства современной России.

Основными источниками теоретической части диссертации послужили монографии, научные статьи и диссертационные исследования отечественных и зарубежных ученых: Л.В. Мосиенко [145], И.М. Сотникова [202], В.Н. Филяновой [224], Н.Н. Павелко [157, 158], С.Е. Цыганаш [237], Н.Н. Ерохиной [87], Е.Л. Омельченко [152], Т.Б. Щепанской [242, 243], Г.А. Голицына [48-55], А.Я. Флиера [226-229], Х.-Г. Гадамера [42] и др.; произведения отечественной художественной литературы: И.С. Тургенева [217], Ф.М. Достоевского [77], Н.А. Островского [155], Л.Н. Толстого [211-212], Н.В. Гоголя [45], А.С. Пушкина [188], А.Н. Островского [154].

Источниками методического инструментария практической части стали методические пособия и аналитические работы В.М. Петрова [161, 162], О.Т. Манаева [126], В.А. Мансурова [127], И.М. Сотникова [202], А.В. Соколова [197], а эмпирическую базу исследования составили контентные электронных ресурсов Интернета МГУ, СПбГУ, НГУ, сайтов образовательных учреждений высшего образования Краснодарского края, электронных каталогов учебных заведений России, сайтов интерактивных кадровых агентств, официальных сайтов государственных учреждений России.

Теоретико-методологическая база нашей диссертации сложилась в результате осмысления: 1) определения культуры Ю.М. Лотмана [119] как системы ненаследственной информации, 2) выделенного социокультурного

феномена молодежной субкультуры в работах Д. Рисмена [253-255], Д. Хэбдиджа [250], М. Брейка [249], С.И. Левиковой [105], В.Р. Дольник [76], Е.Л. Омельченко [152] и др., 3) определения студенческой субкультуры и ее дифференцированности в диссертации И.М. Сотникова [202], 4) сложившихся представлений о принципах социокультурной динамики в работах П. Бурдьё [26], Э. Гидденса [44], П.А. Сорокина [199, 200], Г.А. Голицына [48-55], В.М. Петрова [160-163], 5) развивающейся теории социальной коммуникации в трудах Г.Г. Почепцова [187], А.Н. Кочетова [100], А.В. Соколова [197] и др.

Философское основание изучения факторального значения интернет-коммуникации в культуре профессиональной самореализации студентов сложилось в результате осмысления информационной научно-философской парадигмы Г.А. Голицына [48-55], В.М. Петрова [160-163], концептов культурологической педагогики Н.Н. Павелко [157, 158], социокультурной автономности сознания А.Д. Похилько [186], диалогичности культуры М.М. Бахтина [12-14], постиндустриального «общества знания» (Е.В. Поликарпова [185], Э. Тоффлер [215] и др.), в конструкте позитивного воздействия современных информационно-коммуникационных технологий Е.В. Поликарповой.

Общая научно-исследовательская схема диссертации строится на осмыслении межпредметного научно-философского дискурса, развивающегося в рамках обсуждения проблем инкультурации личности в современной культуре, в аспекте обозначенного предмета исследования.

Основными в исследовании являются: общесистемный философско-аналитический метод и культурологический метод контент-анализа средств интернет-коммуникации.

Кроме того решение поставленных задач потребовало целого комплекса научных методов:

- раскрытие содержания исследования предполагает общесистемный философский и комплекс культурологических (историко-культурный, историко-текстовый, проблемно-хронологический) методов анализа;

- работа с источниками потребовала использования тематической, генеральной, цепной и перекрестной выборки;
- понимание отличительных черт исследуемых социокультурных концептов в отечественной и зарубежной культурологии потребовали сравнительно-исторического и аналитического методов;
- для формирования представлений о роли интернет-коммуникации в развитии культуры профессиональной самореализации студенчества на современном этапе потребовался метод социологического опроса, а для описания его результатов аналитические и интерпретативные методы;
- раскрытие содержания источников различного дисциплинарного профиля диктует применение общенаучных методов обобщения и систематизации сведений, традиционного метода диалектического анализа и специфического интерпретативно-герменевтического культурологического метода.

Научная новизна результатов проведенной исследовательской работы состоит в создании авторской теоретической концепции культуры профессиональной самореализации студентов, позволяющей прогнозировать и проектировать факторы социокультурного развития, в собранной уникальной эмпирической базе (данные опросов и статистика массива контента информационных ресурсов Интернета), в авторизованном культурологическом методе контент-анализа информационных ресурсов Интернета как средств коммуникации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Студенчество можно рассматривать как некоторую социокультурную систему, как студенческую субкультуру, повседневным окружением которой являются молодежная культура, научное и профессиональное сообщество как институты социокультурного пространства. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной культуры ее институциональность в сфере деятельности учебных заведений. Дифференциация студенческой субкультуры как социального образования на социальные группы по стилю жизни и отношению к образовательной деятельности позволяет выделить специфические особенности

интернет-коммуникации отдельных групп. В отечественной художественной культуре традиционно культивируется один из выделенных нами стилей жизни (стиль «идеалистов» по И.М. Сотникову), остальные в художественных произведениях (литература, театр, кино) рассматриваются критически, что обуславливает ведущую роль стиля жизни «идеалистов» в социальной самоорганизации студенческой субкультуры и ее интернет-коммуникации.

2. Мы отмечаем как позитивный потенциал интернет-коммуникации в плане возможности ее использования для реализации информационной политики образовательных учреждений в направлении проектирования социокультурной реальности путем управления развитием культуры профессиональной самореализации студентов, так и потенциал формирования факторов риска в случае неконтролируемого ее развития. Этот факт подчеркивает важную социальную роль информационной политики образовательных учреждений, возможность и необходимость максимального воздействия с ее помощью на развитие положительных тенденций в развитии культуры профессиональной самореализации студентов путем управления их интернет-коммуникацией. В этой связи предложенная концепция культуры профессиональной самореализации студентов может использоваться для мониторинга текущей ситуации и прогнозирования перспективных тенденций.

3. Современные исследования в области социальной коммуникации и интернет-коммуникации в образовательной среде учебных заведений позволяют сформировать теоретическую концепцию культуры профессиональной самореализации студентов, в рамках которой интернет-коммуникация является ведущим фактором развития. Данная концепция позволяет анализировать и обобщать собранные эмпирические данные, осуществляя научный мониторинг культуры профессиональной самореализации студентов, выявлять роль высших учебных заведений в проектировании тенденций развития социокультурного пространства регионов России и страны в целом.

4. Интенсивно развивающийся коммуникационный потенциал сайтов образовательных учреждений высшего образования России в настоящее время

слабо ориентирован на формирование и развитие культуры профессиональной студентов, что в плане управления этим быстротекущим социальным процессом, определяющим как современный социально-экономический климат, так и перспективную ситуацию, представляет определенную управленческую проблему в сфере формирования информационной политики учебных заведений в Интернете. Контент сайтов учреждений высшего образования России нуждается в коррекции в аспекте выработки стратегий информационной политики с учетом уставных целей учреждений и реализации информационно-коммуникационного потенциала Интернета в направлении развития культуры профессиональной самореализации студентов, что позитивно повлияло бы на решение текущих и перспективных задач социокультурного развития российского общества.

5. Культура профессиональной самореализации студентов современной России опирается на деятельность активных социальных групп студенческой субкультуры (по И.М. Сотникову: «идеалисты», «прагматики» и «карьеристы»), составляющих большую часть количественного состава студенчества (по нашим данным 76 % студентов учреждений высшего образования Краснодарского края), что является позитивным условием ее дальнейшего развития и базовым фактором управляемости этим социокультурным пространством. Активные социальные группы студенческой субкультуры в совокупности влияют на популярность информационного контента Интернета в студенческой субкультуре и молодежной среде, генерируя важнейшие для управления этой средой ценностные критерии.

6. В ходе исследования мы приходим к выводу, что уровень культуры профессиональной самореализации студенческой субкультуры зависит от ориентации студенчества на генерируемые научным и профессиональным сообществом ценности, следовательно, качество интернет-коммуникации студенчества в аспекте развития культуры профессиональной самореализации зависит от качества управления образовательными учреждениями собственным контентом в Интернете. Интернет-коммуникация студентов в аспекте развития культуры профессиональной самореализации представляет собой важнейший фактор социокультурного развития общества и может использоваться в качестве

рычага управления социальными процессами и реализации в этой сфере государственной политики. Не до конца раскрытый потенциал интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов требует дальнейшего изучения и научного мониторинга.

Теоретическое и научно-практическое значение результатов проведенных нами исследований состоит в том, что они существенно углубляют представления об интернет-коммуникации как факторе развития культуры профессиональной самореализации студентов, открывают дополнительные перспективы в изучении быстротекущих культурных процессов и использования научных методов прогнозирования и проектирования перспективной социокультурной ситуации.

Теоретические выводы, сделанные на основе изучения интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов, методологически значимы для расширения представлений о взаимосвязях пространства ненаследственной информации с пространством социальных институтов, опосредованного динамикой ценностей. Экспликация в культурологическую и междисциплинарную научную дискуссию проблем интернет-коммуникации в аспекте ее факторального значения для развития культуры профессиональной самореализации студентов, раскрывает перспективы исследования и использования позитивного влияния современных информационно-коммуникационных технологий на социокультурные реалии современного общества.

Теоретическая концепция культуры профессиональной самореализации студентов позволяет наблюдать интенсивное развитие интернет-коммуникации студентов с профессиональным сообществом на примере реализации коммуникативного ресурса официальных сайтов учреждений образования.

Научно-практическое значение результатов состоит в том, что накопленный методологический опыт, может применяться в построении образовательными учреждениями своей информационной политики в Интернете и использоваться при реализации задач региональной и общенациональной политики в сфере

культуры и образования. Разработанные в ходе исследования аналитические методы позволяют осуществлять текущий мониторинг интенсивности реализации коммуникативного ресурса официальных сайтов учреждений образования в сфере развития культуры профессиональной самореализации студентов, а так же могут быть применены для анализа соответствия контента официальных сайтов уставным целям образовательных учреждений и выявления приоритетов их информационной политики в Интернете.

Апробация основных результатов научной работы осуществлялась в ходе обсуждения на кафедре технологий сервиса и деловых коммуникаций Негосударственного аккредитованного некоммерческого частного образовательного учреждения высшего образования Академия маркетинга и социально-информационных технологий (г. Краснодар), на 7-ти международных, 5-х всероссийских на 9-и региональных и межрегиональных научных конференциях. Результаты и выводы диссертационного исследования опубликованы в виде 16 статей общим объемом 16,775 печатных листов в научных изданиях различного характера, в том числе 4 статьи в изданиях, рецензируемых ВАК РФ. А также в ходе учебного процесса в филиале Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Российского государственного социального университета в г. Анапе Краснодарского края и в рамках развития интернет-коммуникации студенчества посредством экспериментального сайта «Объединенная молодежь», в практике организации и проведения 4-х студенческих научно-практических конференций.

Структура работы подчинена логике научного поиска и последовательного изложения его результатов в соответствии с поставленными целью и задачами. Диссертационное исследование общим объемом 192 страницы состоит из введения, двух глав, имеющих по 4 раздела, заключения, списка использованных источников и литературы, состоящего из 360 статей, монографий, учебников, справочников, диссертаций, авторефератов и источников в сети Интернет, а так же 8-ми приложений, включающих 17 страниц.

ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ

1.1. Студенческая субкультура как субъект интернет-коммуникации

Характеристика интернет-коммуникации как неотъемлемой составляющей современной социальной коммуникации во многом зависит от социальной составляющей субъектов взаимодействия и их жизненных интересов. Ведущим субъектом интернет-коммуникации в интересующем нас аспекте выступает студенческая субкультура. Выделение студенческой субкультуры как социокультурного явления из молодежной среды представляет собой одну из задач нашего исследования. Следует охарактеризовать студенческую субкультуру как самостоятельную социальную единицу и элемент современной отечественной культуры. Во многом эта характеристика будет предопределять специфику коммуникативного взаимодействия, что позволит описать роль интернет-коммуникации студенчества в развитии культуры профессиональной самореализации.

Традиционно в социологической и культурологической литературе феномен субкультуры связывают с протестными общественными движениями в молодежной среде, в асоциальной воровской среде, в узкопрофессиональной замкнутой среде корпоративной культуры (Д. Рисмен [252-255], Д. Хэбдидж [250], С. Левикова [105], В. Дольник [76], Е. Омельченко [152], А. Тарасов [208] и др.). Именно протестная характеристика социального явления послужила основой его феноменологического определения американским социологом, психологом и культурологом Дэвидом Рисменом в 1950 г. [252] и английским медиаведом Диком

Хэбдиджем [250].

Авторство термина «субкультура» приписывается американскому социологу Д. Рисмену (1950), который относил к субкультуре группы людей, избирающих отличительные от доминирующей культуры ценности. Уже в понимании Д. Рисмена раскрывается двойная характеристика феномена субкультуры: с одной стороны (социологическая характеристика) – это социальная подсистема, группа людей, объединенных некоторыми общими интересами, с другой (культурологическая характеристика) – это система ценностей, влияющих на образ жизни, художественные вкусы, моду, нормы социального поведения (и пр.) некоторой социальной группы. Обращение социологов к изучению субкультуры во второй половине XX века было продиктовано обострением социальных отношений между молодежью и представителями старшего поколения. Основной характеристикой обозначенного социокультурного феномена является процесс критической переоценки частью социума ценностей доминирующей культуры [252, р. 34].

Д. Хебдидж один из первых на основе типологизации субкультурных явлений обращает внимание на ведущее значение стиля жизни, оказывающего воздействие на развитие норм социального поведения, на эволюцию художественной, производственной и потребительской культуры. Концепт стиля жизни Д. Хебдиджа выступает в качестве основания конструирования индивидом социокультурной реальности и самоидентификации в ней. Эти процессы определяют многообразие и параллельное развитие различных стилевых направлений (субкультурных феноменов), которые интегрируются в общекультурном пространстве на основе общих доминирующих, наиболее распространенных, ценностных ориентаций личности [250].

М. Брейк сводит понятие субкультуры к комплексу этических норм, способствующему сохранению некоего образа и стиля жизни в обществе [249, р. 8]. Понимание М. Брейка социальной роли субкультуры, как некоторой экспериментальной лаборатории по выработке новых норм социального поведения и развитию сложившихся этических норм, раскрывает взаимосвязь

динамики общекультурных и субкультурных процессов.

В зарубежной социологии, в социальной антропологии, в социальной психологии, в теории межкультурной коммуникации к началу XXI века закрепляется общесистемное понимание феномена субкультуры, охватывающее явления не только молодежной культуры. Под субкультурой понимают феномен автономной социальной среды, развивающийся под влиянием различных факторов в рамках общего социального пространства: выделяют этнические субкультуры в рамках культуры мегаполиса, конфессиональные, профессиональные, субкультуру богемы (художественной элиты) и мира преступных группировок, субкультуру заключенных в местах исполнения наказания, фэндомов (от англ. *fandom* – фанатство) [204] и пр.

В научной культурологической литературе за термином «субкультура» закрепляется как абстрактное понятие некоторой подсистемы в рамках доминирующей культурной системы [105], так и более конкретное понимание культур отдельных социальных образований [149], перешедшее из социологии.

В свете концепта культурного артефакта А.Я. Флиера [226] современные отечественные культурологические исследования субкультуры можно классифицировать по предмету: исследования субкультуры как некоторой абстрактной формы культуры [198, 203] и исследования субкультур как отдельных конкретных социальных явлений, социальных структур (артефактов) [202, 208, 210].

А.Я. Флиер дает следующее определение культурного артефакта – «интерпретативное воплощение какой-либо формы культурной в конкретном материальном продукте, поведенческом акте, социальной структуре, информационном сообщении или оценочном суждении. Всякая культурная форма как образец решения задачи по удовлетворению какой-либо групповой или индивидуальной потребности (интереса) людей может быть реализована во множестве артефактов культурных, представляющих собой практические акции и их материализованные результаты (продукты), в том числе интеллектуальные, образные и т. п. по удовлетворению соответствующей потребности» [226].

Культурный артефакт создается и реконструируется в постоянно меняющихся условиях при обстоятельствах, никогда не бывающих идентичными тем, при которых возникла исходная культурная форма.

Исходная культурная форма понимается как некий образец, абстрактный образ. А всякий культурный артефакт воспроизводит ее вариативно настолько, насколько условия его реализации отличаются от условий генезиса формы.

Отдельной статьей в том же источнике А.Я. Флиер определяет культурную форму как «совокупность наблюдаемых признаков и черт всякого культурного объекта (явления), отражающих его утилитарные и символические функции, на основании которых производится его идентификация и атрибуция» [227].

Так Н.Н. Ерохина [81], изучая пространство молодежной субкультуры, создает некий абстрактный социосемиотический конструкт, позволяющий раскрыть специфику и эволюцию культурной коммуникации в молодежной среде. Этот абстрактный конструкт раскрывает одну из сторон субкультуры как культурной формы.

В то же время Н.Н. Ерохина обращается к социосемиотическому изучению феноменов молодежных субкультур и субкультурных практик. И здесь молодежные субкультуры выступают как социальные образования в конкретном социокультурном контексте, то есть как вариативные воплощения образа субкультуры, как конкретные артефакты.

Разграничение понятий субкультуры как культурной формы и как культурного артефакта методологически крайне важно.

Как культурная форма предмет нашего внимания (студенческая субкультура) имеет глубокие онтологические корни, уходящие за пределы осевого времени в практику древнегреческих философских школ и жреческих образовательных институций древнего мира. С древнейших времен культивируется сакральный священный образ познавательной деятельности и противоречивый образ обладателя тайнами знания: жрец, знахарь, ведун, звездочет, волшебник, маг, лекарь, колдун, философ, алхимик, чародей и пр. Арабское, китайское и европейское средневековье – три параллельно развивающиеся культуры,

самостоятельно формирующие практики социализации исследовательских и образовательных институций. Появление университета связано с европейским средневековьем. Однако можно смело утверждать, что основа образовательной практики, выраженная в самостоятельном исследовании, изучении истинности какого-либо постулата, в осмыслении истины, в апробации и совершенствовании практических навыков, развивалась тысячелетиями. Таким образом, изучение студенческой субкультуры как формы культуры позволяет нам выявлять наиболее общие особенности данного феномена, нашедшие отражение на различных этапах его эволюции.

Как культурный артефакт студенческая субкультура всегда представляет собой срез конкретных социокультурных условий своего бытования. Социологические исследования российского студенчества, изучение артефактов молодежной культуры, факторов социального развития интересующего нас предмета раскрывают с различных сторон студенческую субкультуру как вариативное отражение в пространстве истории культуры культурной формы. И могут представлять интерес не только в современной педагогической и исследовательской практике, но и, в качестве эмпирического материала, для анализа данной формы культуры, как в ближайшей, так и в отдаленной перспективе.

В отечественной науке сложилось неоднозначное понимание феномена студенческой субкультуры.

В советской партийно-государственной, а соответственно и научной, терминологии закрепилось понятие студенческой молодежи [237], в противовес понятию «рабочая» или «пролетарская» молодежь. Данный концепт используется в историческом контексте [101], в социологических исследованиях (А.В. Сотникова [203], Е.В. Петрушина [164], В.Г. Тихонов [210], Т.В. Жукова [84] и др.), в педагогических (Т.А. Райкина [189], А.В. Фатов [221] и др.) и политологических [4] аспектах.

Кроме того в современных исследованиях различного профиля мы встречаем понятия студенческой среды (И.Н. Медведева [135]), студенческого

сообщества (А.А.Ситнова [193]), студенчества (А.Н.Смирнова [195], С.Н. Флюгов [230] и др.).

Терминологические различия не мешают нам сделать вывод, что в различных источниках по существу рассматривается одна и та же форма отечественной культуры, отраженная в социальной дифференциации общества. Кроме возрастного признака часть общества, формирующая социальную основу обозначенной культурной формы, выделяется основным видом деятельности, связанным с получением знаний в формализованных институтах среднеспециального и высшего образования, радикализмом политических убеждений, инновационным переосмыслением ценностей доминирующей культуры и рядом других признаков, традиционно отличительных в определении молодежной субкультуры.

Так В.Н. Филянова [225], обосновывая термин «политическая субкультура учащейся молодежи», опираясь на работы М.М. Рубинштейна, З.А. Чекина, П.А. Сорокина, раскрывает социальные причины появления в России субкультуры учащейся молодежи на рубеже XIX-XX веков: кризис семьи как института социализации молодежи и становление институтов отечественной системы образования, компенсирующих образовавшийся вакуум. Анализируя многочисленные источники, характеризующие «брожение умов» в среде студенческой молодежи (С.С. Татищев, Ф.А. Гиляров, А.И. Георгиевский, К.П. Победоносцев, В.В. Розанов, Л.А. Тихомиров и др.), В.Н. Филянова выявляет дифференциацию российской молодежи конца XIX века. «Брожению умов» подвержена дворянская и разночинская молодежь, оторванная от семьи в угоду просвещению. Крестьянская и пролетарская молодежь конца XIX века формируется в лоне семьи и церковной (христианской, исламской, буддистской и пр.) общины и остается политически нейтральна вплоть до событий 1905 г., когда оторванная от семьи пролетарская молодежь России становится движущей силой революции.

Выделяя стержень субкультуры учащейся российской молодежи конца XIX века, В.Н. Филянова обращается к характеристике студенчества авторами «Вехи»

(1909 г.): «Авторы сборника, ... пытавшиеся осмыслить почти вековой путь русской интеллигенции к революции, выделили стержень субкультуры – систему убеждений и верований. Учащаяся молодежь как «квинтэссенция интеллигенции» сравнивалась с «монастырем», «орденом крестоносцев», с «сектой»... В призыве авторов сборника к интеллигенции и учащейся молодежи измениться, пока не произошел крах государства, – из антигосударственной и антипатриотической стать государственной, из антирелигиозной – «действительно культурной» и воцерковленной, из духовно-высокомерной и нетерпимой – «истинно гуманной», – очевидны те черты, которые виделись в ней главными для авторов сборника» [225, с. 9].

Мы можем констатировать, что уже на рубеже XIX-XX веков культура российской учащейся молодежи, проявляет некоторые общесистемные признаки молодежной субкультуры. Из чего можно сделать вывод, что студенчество в российской культуре представляет собой формирующее ядро молодежной культуры. Главным социокультурным фактором формирования и развития студенческой субкультуры в российском обществе явилась отечественная система учреждений высшего образования. Многочисленные ВУЗы России конца XIX века сосредотачивали оторванную от традиционных форм социализации (семья, церковная община) разночинскую молодежь в крупных городах, создавая условия существования новой социальной общности. На основе инновационного переосмысления ценностей доминирующей культуры (смесь европейского просвещения и патриотического концепта служения отечеству) новая социальная общность формировала собственные идентификационные признаки. Среди определяющих признаков можно выделить радикализм идей в сфере самореализации, который опирался на критическую оценку общественно-политического устройства и культурного наследия России.

Культура профессиональной самореализации студентов представляет собой аспект бытования *студенческой субкультуры*. Понятие «студенческая субкультура», уже в аспекте современных социальных процессов, обосновывает так же И.М. Сотников [202].

И.М. Сотников в своей работе «Дифференциация студенческой субкультуры в современном российском обществе», опираясь на социологические исследования, проводит структурно-содержательную операционализацию понятия «студенческая субкультура», согласно которой определяет студенческую субкультуру как «корпоративную культуру молодых людей, обучающихся в высшей школе, системообразующим элементом которой является отношение студентов к образованию, закреплённое в их стиле жизни» [202, с. 8].

Под отношением к образованию, в данном исследовании, следует понимать форму социальной активности (социальной практики) представителей студенческой субкультуры, «в ходе которой субъекты образовательного процесса, используя ресурсы институтов образования и других институтов культуры, в повседневной деятельности воспроизводят, развивают и формируют новые модели образовательных отношений, изменяя и преобразуя тем самым самих себя» [202, с. 10]. Описанную форму социальной активности, опираясь на концепции «габитуса» П. Бурдьё и «структуриации» Э. Гидденса, Сотников определяет как образовательную практику [202, с. 7].

Основные положения концепции «жизнеспособного поколения» (П. Бабочкин и др.) взяты И.М. Сотниковым для анализа жизненных стратегий (стиля жизни) представителей студенческой субкультуры. Именно в рамках жизненных стратегий, по мнению автора, происходит закрепление системообразующего элемента данной субкультуры [202, с. 14].

Опираясь на результаты многочисленных социологических исследований отечественных ученых, И.М. Сотников утверждает, что трансформация старых и появление новых образовательных практик приводит к дифференциации студенческой субкультуры на субкультурные группы, характеризующиеся различной степенью активности реализуемых ими образовательных практик, различной активностью жизненных стратегий [202, с. 10].

Важно отметить, что современная наука сформировала представление об общей ведущей деятельности студенческой субкультуры в сфере самореализации – реализация образовательной практики, которая подразумевает самореализацию

студентов не только в рамках учебного процесса ВУЗа, но и во всех сферах и институтах социализации молодежи в современном обществе.

Л.В. Мосиенко, изучив генезис понятия «субкультура», вводит в обиход понятие пространства университетской молодежной субкультуры [145]. Университетская молодежная субкультура понимается автором как межкультурное социально-историческое образование, как некая культурная форма, развивающаяся в ореоле университетской институциональности. Межкультурный аспект, выделяемый Л.В. Мосиенко, связан с распространением университета как образовательного социального института в культурном пространстве большинства стран мира. Между тем университетская молодежная субкультура трактуется как наиболее значительный и формообразующий элемент молодежной субкультуры.

Целью глубокого анализа университетской молодежной субкультуры Л.В. Мосиенко является структурирование пространственно-временной модели ценностного самоопределения студентов в пространстве данной субкультуры, как формы комплексного педагогического воздействия. На данном этапе нашего исследования для нас представляет особую ценность не столько прикладное педагогическое значение работы Л.В. Мосиенко, сколько раскрытие автором своих позиций концепта студенческой субкультуры как теоретического понятия.

Синергетический метод культурологического исследования позволяет нам синтезировать разнопрофильные наблюдения феномена студенческой субкультуры на основании понимания эволюции культурной формы, реализующейся в области социальных отношений. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной субкультуры ее формальная опосредованность и определенность сферой деятельности учреждений высшего образования. Молодежь, институционально неорганизованная образовательными учреждениями, подвержена влиянию динамики множества разнонаправленных быстротекущих процессов и ее социальная автономия строится в большой степени на противопоставлении групповых ценностных ориентаций ценностному базису студенческой субкультуры, последовательно развивающемуся в социокультурном историческом контексте. Таким образом, студенческая субкультура может рассматриваться нами

как культурная форма, эволюция которой определяет направления развития молодежной субкультуры.

Терминологическое разнообразие, выявленное нами в ходе исследования, может трактоваться как использование синонимичных понятий. Студенчество, студенческая молодежь, студенческая среда, студенческое сообщество, учащаяся молодежь, университетская молодежная субкультура – суть выражения разноплановых проявлений студенческой субкультуры, которая как форма культуры нуждается в рамках нашего исследования в дополнительном определении.

Студенческая субкультура как форма культуры представляет собой элемент глобального культурного пространства (подсистему), организованный общей формой социальной активности части общества, а именно – реализацией образовательной практики, направляемой социально формализованными образовательными учреждениями.

Кроме того, студенческую субкультуру в ряде случаев мы можем рассматривать в качестве культурного артефакта, закрепленного в интерпретативных воплощениях студенческой субкультуры как культурной формы в социальной структуре, в различных формах коммуникации, в развивающихся семиотических системах, в конкретных поведенческих актах, в информационных сообщениях и оценочных суждениях, синтезирующихся в форме образа или стиля жизни, в индивидуальных или групповых жизненных стратегиях. Так в качестве артефакта отечественной культуры мы можем рассматривать пример студенчества отдельного отечественного учреждения высшего образования или группы современных учебных заведений, исторические проявления студенческого движения в конкретном историко-культурном контексте. Одновременно мы имеем основания рассматривать артефакты студенческой субкультуры как проявления эволюции глобального культурного пространства и в срезе современной социокультурной ситуации, и в историческом контексте.

В интересующем нас аспекте мы определяем культуру профессиональной самореализации студентов как комплекс наиболее активных образовательных

практик студенческой субкультуры, связанных не только с развитием определенных профессиональных качеств как ценностных характеристик результатов социальной активности студентов, но и сопровождающих эти практики ценностных этических норм. Таким образом, мы определяем культуру профессиональной самореализации студентов как элемент профессиональной культуры, отличающийся от остальных тем, что он лежит в основании остальных элементов профессиональной культуры, если структурировать эту отрасль культуры по профессиональным критериям: все профессионалы высшей квалификации вышли и выходят из студенческой субкультуры, следовательно, изначально являются носителями культуры профессиональной самореализации студентов.

В этой связи, предпринятые И.М. Сотниковым исследования социальной дифференциации студенческой субкультуры, представляют особый интерес.

В своей работе И.М. Сотников утверждает, что «дифференциация студенческой субкультуры проявляется в формировании в рамках единой студенческой субкультуры отдельных субкультурных групп, отличающихся друг от друга пониманием ценности высшего образования, которое определяет их стиль жизни и влияет на формирование жизненных стратегий» [202, с. 7].

Опираясь на общее основание (отношение к ценности высшего образования) в своей работе И.М. Сотников выделяет пять субкультурных групп [202, с. 10]:

1. «Идеалисты» – субкультурная группа, характеризующаяся определением ценности высшего образования как самостоятельной культурной ценности.

2. «Прагматики» – субкультурная группа, характеризующаяся определением ценности высшего образования как инструмента, интенсифицирующего приобретение материальной выгоды, материального благополучия и других культурных ценностей.

3. «Карьеристы» – субкультурная группа, характеризующаяся определением ценности высшего образования как обязательного условия

достижения наивысшего (из возможных) общественного положения.

4. «Поплавки» – субкультурная группа, характеризующаяся определением ценности высшего образования как общепринятой нормы самоидентификации в окружающей их социальной атмосфере.

5. «Случайные» – субкультурная группа, характеризующаяся неопределенностью ценности высшего образования, несформулированностью и неосознанностью данной ценности.

Соответственно автор формулирует пять различных стилей жизни в рамках студенческой субкультуры и пять жизненных стратегий, характеризующих различные субкультурные группы. В результате И.М. Сотников выстраивает пять различных комплексов профессиональной и жизненной самореализации студентов, выражаемой в закономерной опосредованности: субкультурная группа «идеалистов» → активный и осознанный характер реализации нормативных и инновационных образовательных практик → ориентация на стратегию успеха, предполагающую достижение лично и социально значимых целей социально одобряемыми средствами; группа «прагматиков» → выборочно активный характер реализации нормативных образовательных практик, связанных с выбранной специализацией → ориентация на стратегию благополучия, предполагающую достижение личных целей нормативными средствами; «карьеристов» → выборочная активность в отдельных образовательных практиках и повышенная активность в общественной жизни учебных учреждений → ориентация на жизненную стратегию благополучия, предполагающую пограничные, не всегда одобряемые обществом средства достижения целей; группа «поплавков» → так называемый «ситуационно активный» стиль жизни, предполагающий избирательную и частичную активность освоения отдельных образовательных практик → жизненная стратегия «проб и ошибок», опытная апробация различных стратегий; «случайных» → пассивный стиль жизни, отсутствие заинтересованности в обучении, ориентация на ненормативные образовательные практики → реализуют жизненную стратегию выживания, приспосабливаются к складывающимся социальным условиям.

Интересно, что в отечественной классической художественной литературе, в драматургии и в кинематографе, – в различной степени получили отражение все пять обозначенных комплексов в виде специфических образных сфер различных персонажей.

Наиболее широкое отражение находит сложный и противоречивый образ идеалиста: Евгений Васильевич Базаров (И.С. Тургенев) [217], Лев Николаевич Мышкин (Ф.М. Достоевский) [77], Павел Корчагин (Н.А. Островский) [155] и др. Остальные жизненные стратегии традиционно классиками освещаются критически, отрицательно или, часто, в сатирической форме: прагматическая семья Василия Курагина (Л.Н. Толстой) [211],[212], карьерист Павел Иванович Чичиков (Н.В. Гоголь) [45], поплавок Петруша Гринев (А.С. Пушкин) [188], случайный Миша Бальзаминов (А.Н. Островский) [154] и т. д.

Отечественная классическая литература не только отражает некоторые архетипы социального поведения, но и дает им нравственную оценку. Сколь бы противоречивы порой не были образы идеалистов, они противопоставлены всем остальным, вынуждены терпеть моральные и иные формы притеснения и свершать высоконравственные поступки, а порою и подвиги ценою собственного благополучия и даже жизни. Физическая гибель, героическая смерть идеалиста часто в отечественной классике противопоставлена бессмысленной и безнравственной, благополучной, лишней и пустой жизни представителей остальных жизненных стратегий. Отечественная классика не только отражает обозначенные жизненные стратегии, но и культивирует в положительных образах одну из них.

Приведенное наблюдение может стать предметом отдельного литературоведческого или семиотического анализа, что не входит в задачи нашего исследования. Отметим только, что выверенная опытным путем И.М. Сотниковым дифференциация студенческой субкультуры заслуживает доверия и может быть использована нами в ходе исследования интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов. Нам представляется методически оправданным рассмотрение специфики интернет-

коммуникации студентов с позиций дифференциации студенческой субкультуры И.М. Сотникова.

Кроме того, опираясь на опыт И.М. Сотникова [202], мы можем теоретически предположить ряд особенностей интернет-коммуникации студентов в области самореализации соответственно их дифференциации по субкультурным группам. Пять различных групп проявляют пять различных комплексов профессиональной и жизненной самореализации. Следовательно, интернет-коммуникация студентов может быть рассмотрена и классифицирована на основании соответствия тех или иных характеристик тем или иным образовательным практикам, стилям жизни и жизненным стратегиям. Так мы можем предположить различные характеристики различных субкультурных групп при самоподготовке.

Для «идеалистов» будет характерен глубокий анализ рекомендованной для самоподготовки литературы и источников, в том числе поиск необходимого материала и первоисточников в Интернете. Перекрестный анализ различных источников по заданной теме и просмотр источников по смежной тематике, а также обращение, при наличии выбора, к медиаисточникам, ознакомительный просмотр медиа и видео презентаций, рефератов и пр. Дополнительной мотивацией для «идеалистов» будут проблемно-исследовательский и проектный подходы освоения материала.

«Прагматики» ограничатся наименьшим количеством источников. Приоритет Интернета будет рассматриваться как альтернатива, позволяющая экономить ресурс времени. А, следовательно, основными будут реферативные источники, краткие и сокращенные описания. Очевиден приоритет хрестоматии и специализированной учебной литературы перед первоисточником. Дополнительной мотивацией для «прагматиков» будет прикладное значение изучаемого материала и проектный подход.

«Карьеристы» будут заинтересованы в глубоком изучении материала при наличии мотивации общественной оценки их достижений на семинарах, конференциях или в публикациях. В противном случае материал для

самоподготовки может вовсе не изучаться.

«Поплавки» отдадут предпочтение популярной литературе, медиа и видео презентациям, скорее обратятся к экранизации классической литературы, нежели к первоисточнику. Их выборочный интерес будет мотивироваться не столько учебным процессом, сколько соответствием изучаемого материала основным семиотическим категориям престижа, моды и поверхностного расширения тезауруса.

«Случайные» постараются избежать нагрузки по саморазвитию, ограничиваясь минимальными представлениями о сути поставленных задач. Интернет, скорее всего, будет использоваться бессистемно.

Интересно отметить, что наличие в Интернете огромного числа удобных для плагиата и вторичной переработки цифровых текстов, создает благоприятные условия для отказа от создания собственных текстов студентами. Только группа идеалистов имеет внутреннюю мотивацию обращения к первоисточникам, а, следовательно, мотивирована на использование конспекта как формы образовательной практики в самостоятельной работе. Для остальных субкультурных групп необходимы дополнительные мотивации для отказа от плагиата в письменных работах. Конспект заменяется компиляцией фрагментами готовых текстов. Эта практика не требует фундаментального осмысления содержания компилируемых источников. Если учесть немногочисленность группы идеалистов, можно говорить об отмирании образовательной практики конспектирования и о трансформации ее в компиляционную практику.

Таким образом, проведенная И.М. Сотниковым субкультурная дифференциация имеет методическое значение в нашей работе: позволяет проанализировать особенности трансформации образовательных практик студентов при использовании ими информационных технологий в сфере профессиональной самореализации. Кроме того, мы имеем основания под профессиональной самореализацией студентов понимать комплекс наиболее активных образовательных практик студенческой субкультуры, формирующихся и модернизирующихся студентами самостоятельно и направленных на реализацию

накопленного ими общекультурного и узкопрофессионального опыта.

Следовательно, культура профессиональной самореализации студентов формируется как ценностно ориентированный комплекс наиболее активных образовательных практик студенческой субкультуры, духовные и материальные условия, а так же результаты их реализации. Современная культура профессиональной самореализации студентов включает в себя как традиционные, так и нетрадиционные (новые и модернизированные) образовательные практики.

Культура профессиональной самореализации студентов опирается на наиболее активные субкультурные группы «идеалистов», «прагматиков» и «карьеристов», которые в своей образовательной практике транслируют и генерируют необходимые для функционирования студенческой субкультурной системы ценности. Однако, пассивные субкультурные группы «поплавков» и «случайных» в отдельных случаях могут представлять подавляющее большинство по количественной численности. Что будет сказываться на интенсивности развития коллективных форм образовательных практик.

Важнейшим обобщающим анализ приведенных источников выводом является утверждение, что мы имеем основания рассматривать студенческую субкультуру как феномен отечественной культуры и субъект социальной коммуникации, в том числе и средствами Интернета.

Иными словами, мы можем рассматривать студенчество в качестве субъекта интернет-коммуникации в аспекте развития его профессиональной культуры. При этом следует учитывать его современную социальную структуру, образующуюся из пяти групп, отличающихся стилем жизни и способами использования интернет-коммуникации.

Студенчество можно рассматривать как некоторую социокультурную систему, как студенческую субкультуру, средовым окружением которой являются молодежная субкультура, научное и профессиональное сообщество как части социального пространства. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной субкультуры ее формальная опосредованность и определенность сферой деятельности учебных заведений. Дифференциация студенческой субкультуры как

социального образования на социальные группы по стилю жизни и отношению к образовательной деятельности позволяет выделить специфические особенности интернет-коммуникации отдельных групп. В отечественной художественной культуре традиционно культивируется один из выделенных нами стилей жизни, стиль «идеалистов» (по И.М. Сотникову [202]), что обуславливает его ведущую роль в социальной самоорганизации студенческой субкультуры и ее интернет-коммуникации.

1.2. Интернет-коммуникация в России в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов

В аспекте изучения проблематики интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов нам необходимо рассмотреть информационно-коммуникационные технологии как системный элемент современной социокультурной реальности. Важно разобраться: следует ли разграничивать понятия *интернет-коммуникации* и *информационно-коммуникационных технологий* (ИКТ), если да, то на каких основаниях; опосредована ли интернет-коммуникация развитием ИКТ, или наоборот; какие проблемы в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов решаются современными технологиями, а какие возникают и пр. На наш взгляд, очерченный проблемный подход позволит в общих чертах обрисовать положение интернет-коммуникация в России в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов на современном этапе, раскрытое в многочисленных источниках различных направлений.

Термин «информационно-коммуникационные технологии» (ИКТ) вошел в обиход в отечественной науке и педагогике вслед за понятием информационных технологий (ИТ или IT, от англ. *information technology*) и понимается как совокупность методов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение и отображение информации с целью снижения трудоемкости ее использования, а также для повышения ее надежности и оперативности [68].

В отечественной литературе обращает на себя внимание огромный спектр методических разработок в области прикладного применения информационно-коммуникационных технологий в образовательной среде, начиная с методик для дошкольных образовательных учреждений (В.М. Матюх [132] и др.). Различным

направлениям использования ИКТ в общеобразовательных школах посвящены работы И.А. Буяковской [27], А.А. Маркиной [129], А.А. Статуева [205] и др.

Освещены некоторые аспекты развития ИКТ в СУЗах и ВУЗах Е.И. Бобровой [17], И.И. Бобровой [18], Н.В. Бобровой [19], С.Н. Исаковой [86], А.В. Гребенщиковой [60], Н.А. Ершовой [82], Е.В. Захаровой [86], И.В. Усковым [220], Т.Б. Ивановой [90], Т.А. Ивановой [89], А.К. Гараевой [43] и др.

Обращает на себя внимание в отечественной науке акцент на изучение прикладного значения информационно-коммуникационных технологий в сфере образования. Но встречаются и работы фундаментального значения.

Так И.Н. Федоренко [223] рассматривает ИКТ как фактор воспроизводства социальной структуры современного общества, пересматривая опыт Д. Белла, А. Турена, З. Бжезинского, И. Масуда, Д. Стоуньера, Э. Тоффлера, М. Маклюэна, М. Кастелса и др.

Воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека в плане конструирования индивидом социальной реальности с позиций социальной философии рассматривает Е. В. Поликарпова [185], опираясь на разработку отдельных аспектов темы в трудах Э.М. Андреева, Дж. Ваттимо, Б. Киви, Г.И. Колесниковой, Е.С. Коноплева, И.А. Мальковской, Б. Маркова, М.Р. Радовеля, С.П. Расторгуева, Э. Тоффлера, У. Эко и др.

Широта и многоаспектность проблематики информационно-коммуникационных технологий говорит о ее актуальности во многих отраслях общественной жизни. Процессы, происходящие в обществе под влиянием бурно развивающихся ИКТ, с середины прошлого века стали предметом пристального внимания ученых различных отраслей знания.

В рамках предложенных социологических концепций (Ю. Хаяши, Й. Масуда, Д. Белл, П. Дракер, М. Постер, М. Кастельс, Т. Стоуньер, Элвин и Хейди Тоффлер, Ф. Фукуяма, Ф. Хайек) информационное общество рассматривается как модель развития социальных связей, формирование которой происходит с использованием достижений вычислительной техники и

информационно-коммуникативных технологий. Новый подход к пониманию основных спецификаций переработки обществом информации и знаний определяет условия изменения государственной политики наиболее развитых стран в области информатизации и компьютеризации основных сфер жизни, а также вектор движения и содержательную сторону основных процессов глобализации политики, мировой экономики и социокультурных факторов развития. Революционные изменения и масштабное наращивание информационно-коммуникационных технологий сегодня определяют специфику современной социокультурной реальности.

И.Н. Федоренко, проводя социологические исследования (2007), выделяет наиболее общие положения концепций информационного общества [223]:

1. фактором, определяющим социальные отношения, становится инновационное теоретическое знание. Знание вытесняет труд и капитал в его социальной роли, информация обретает экономические и социальные функции капитала. Центральное место в социальной организации завоевывает университет как центр производства, переработки и накопления знания. Промышленная корпорация теряет ведущую управленческую роль;

2. определяющим фактором социальной дифференциации становится уровень знаний, а не собственность. Профессиональная структура сменяет классовую стратификацию;

3. симбиоз социальной организации и информационной технологии. Социальные процессы становятся программируемыми и управляемыми новыми информационными технологиями;

4. в секторе услуг в экономике обособливается и растет новый четвертый сектор – информационный бизнес.

Проанализировав собственные эмпирические исследования на примере развития информационно-коммуникационных технологий в Санкт-Петербурге, И.Н. Федоренко верифицирует гипотезу: «Распространение и использование информационно-коммуникационных технологий способствует воспроизводству сложившейся социальной структуры и образцов поведения современного

общества», – и указывает на обнаруженные им следствия развития ИКТ:

7. в удовлетворении потребностей социальных субъектов наиболее приоритетными становятся формы, опосредованные использованием информационно-коммуникационных технологий;

8. использование информационно-коммуникационных технологий приобретает характер безусловной социальной ценности, образца поведения и фактора социальной идентификации [223].

Е.В. Поликарпова, изучая воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека в плане конструирования индивидом социальной реальности (2011), обобщает с позиций социальной философии опыт ряда дисциплин, коснувшихся предмета ее исследования, таких как: кибернетика, социология, политология, психология, биология, журналистика, экономическая наука. Анализируя обозначенные смежными дисциплинами проблемы, Е.В. Поликарпова обнаруживает, что наиболее интенсивно развиваются информационно-коммуникационные технологии, направленные на подавление индивидуальности и на подчинение массового сознания [185].

В руках транснациональных корпораций ИКТ становятся орудием конкурентной борьбы и социального управления во благо собственных интересов. Политическая элита использует ИКТ в борьбе за власть и расширение геополитических зон влияния. В результате на рубежах столкновения глобальных и региональных интересов разворачиваются информационные войны, в которых ИКТ выступает в качестве оружия массового поражения. В результате «в теоретической мысли внимание акцентируется на распространении алармистского катастрофического сознания» [185].

Е.В. Поликарпова в своей работе задается целью – разработать социально-философскую концепцию позитивного воздействия современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека: «Таким образом, направление в теоретической мысли, связанное с алармистским, катастрофическим подходом к современным глобальным проблемам, характеризует сложившуюся ситуацию как «кризис кризисов», оно считает одним

из таких кризисов глобальные риски, обусловленные развитием новых ИКТ (искусственного интеллекта и др.) С нашей позиции, эти глобальные риски несут с собой и возможности позитивного использования воздействия современных ИКТ на сознание человека» [185].

Анализируя природу сознания человека, Е.В. Поликарпова выявляет, как при помощи ИКТ осуществляется интериоризация информации, как происходит ее превращение в знание, которое посредством экстериоризации и конструирует социальную реальность.

Конструирование социальной реальности автор раскрывает при помощи целостной модели человека, как комплекса из шести систем обработки информации: сенсорная, моторная, когнитивная, аффективная, стилевая и ценностная.

Из анализа роста объема перерабатываемой и генерируемой социумом информации, Е.В. Поликарпова делает вывод о стремительном переходе современного общества к концепту «общества знания», в котором «информационно-коммуникационные технологии играют значительную, в большинстве случаев решающую роль в жизнедеятельности человека, в том числе в его ценностной ориентации. В результате их воздействия на человека в его сознании формируется та или иная модель окружающего социального мира, которая, в свою очередь, используется для конструирования социальной реальности» [185].

В этой связи необходимо отметить некоторые позиции зарубежной и отечественной философии культуры.

Так Х-Г. Гадамер вслед за М. Хайдеггером актуализирует проблему *культуроформирующего разговора* [42, с. 72-91]. Будь то разговор с самим собой, с Богом, читателя с писателем или наоборот, или же телефонные переговоры двух домохозяек, – важен, по мнению философа, феномен взаимного проникновения и взаимообогащения комплексов культурных ценностей собеседников. Гадамер указывает, что порою за внешней атрибутикой коммуникации (например, произнесение слов участниками телефонной беседы или потока информации с

телевизионного экрана) скрывается отсутствие коммуникации, люди продолжают осуществлять действия, обслуживающие коммуникацию, вне коммуникации как бы по инерции, автоматизировано. А продолжительные непродуктивные «коммуникативные» (в данном случае в кавычках) действия приводят к неспособности к разговору. И, как результат, прогресс информационно-коммуникационных технологий не ведет к развитию культуры личности, а наоборот приводит к самоизоляции обыденного сознания, к его конфронтации с себе подобными, к конфронтации с обществом и его культурным наследием.

Х-Г. Гадамер указывает, таким образом, на проблему отторжения индивидуумом информационной среды и, как результата, отчуждения личности. Философ обнаруживает рубежи обыденного сознания, за которыми оно (сознание) выключается из информационно-коммуникационной технологической цепочки, отключая собственный коммуникационный потенциал. Мы наблюдаем реакцию обыденного сознания на информационное воздействие, напоминающую пассивную защитную реакцию – своего рода симуляцию действия в бездействии.

Еще ранее М.М. Бахтин [12], обозначив проблему научно-теоретического дискурса («И в результате встают друг против друга два мира, абсолютно не сообщающиеся и не проницаемые друг для друга: мир культуры и мир жизни...»), раскрывает этическую, нравственную значимость коммуникации. Понимание, обретение смысла в процессе коммуникации, по Бахтину, равнозначно поступку, целенаправленному действию, приводящему к реализации ценности культуры как таковой и, одновременно, к созиданию жизни. *Поступок*, в контексте рассуждений философа, – это и субъективная мысль, и реальное свершаемое действие одного коммуниканта (участника процесса коммуникации) по отношению к другому или другим. Вне *поступка*, как вне коммуникации, не происходит ценностной оценки ни окружающей жизни, ни культуры, ни самости индивидуума. Получается, что человек и не живет вовсе, если каждодневно не совершает *поступок*. Он попросту ни в ком не отражается, не обнаруживает своего присутствия, если не участвует в *диалоге*. Культура, по мнению Бахтина, становится реальностью, жизнью, только в *диалоге*, и только в *диалоге* человек

способен проявить свою человечность. М.М. Бахтин, по существу, предпринимает попытку формулировки собственной этической нормы, раскрывающей ценность общения как такового и в форме научного дискурса, и плане повседневного общения, и в аспекте обращения к культурному наследию. Неординарность философского подхода Бахтина раскрывается в понимании коммуникации как этической среды самосовершенствования и самореализации личности. Социокультурная коммуникация с этих позиций может быть понята как процесс самопознания себя в другом.

В своей работе «Социокультурная автономность сознания: философско-антропологическое измерение» (2007) А.Д. Похилько рассматривает конструкт автономности индивидуального сознания, как неперемное условие социальной коммуникации. По мнению ученого, диалектическая природа релевантности сознания проявляется в единстве двух функций – интеграции индивидуальных смыслов и дифференциации общественных ценностей через нормы группового поведения [186].

А.Д. Похилько акцентирует внимание на ценности личностной автономии, как на условии интериоризации информации и ее преобразовании в личностные ценностные категории, которые и формируют принципы восприятия и конструирования личностью социокультурной реальности. В рамках философии личности автор делает вывод: «Индивидуальные и уникальные чувства сжаты в общественных ценностях (семантических универсалиях), но индивидуальное сознание сущностно социально. Оно не только является плохой выборкой из совокупной памяти общественной культуры, но и интегратором личностного бытия, источником и генератором ценностей. В этом контексте приобретают значение понятия *диалога* и *встречи*. *Встреча* рассматривается нами как фундаментальная форма живой социальности, подлинное основание автономности сознания индивида. В это основание уходит вопрос о соотношении и взаимосвязи, «диалектике» «общественного» и «индивидуального» сознания. Концепты «общественное сознание» и «индивидуальное сознание» возможны лишь как выражение моментов процесса, стадий функционирования социальной

информации в социуме» [186, с. 282-290].

Рассмотренные нами источники, позволяют сделать вывод, что современные информационно-коммуникационные технологии являются сегодня системообразующим элементом социокультурной реальности. Однако в рамках культурологического подхода мы не можем не учитывать ряд проблемных фундаментальных вопросов, связанных с репрезентацией новой технологизированной социокультурной реальностью накопленного ранее этического опыта.

ИКТ создают условия для манипуляции общественным сознанием путем трансформации ценностных ориентаций личности. В этой атмосфере обостряется проблема сохранения личностью традиционных общечеловеческих ценностей: ценность человеческой жизни, ценность свободы личности (в том числе информационной), ценность самоидентификации личности (в том числе гендерной, культурной, национальной, профессиональной). Наконец, формулируемая на пересечении философии культуры и философии личности этическая ценность *Разговора* (Гадамер), *Диалога* (Бахтин), *Встречи* (Похилько), как ценность самореализации и самосохранения культуры.

Следовательно, в аспекте изучения роли интернет-коммуникации в развитии культуры профессиональной самореализации студентов необходимо акцентировать внимание, в том числе, на особенностях трансляции и трансформации студенческой субкультурой традиционных этических норм, на формировании ценностных личностных ориентаций, на формирование представлений о ценности информации и культурного наследия. Тем более, что напрашивается вывод, что интернет-коммуникация в развивающейся теории коммуникации является определяющей спецификацией современной социальной коммуникации.

А.В. Соколов [197], определяя место социальной коммуникации в общем концепте культуры, представляет эволюцию культуры как социально-коммуникационную эволюцию: «...культура = культурное наследие + культурная деятельность. Культурная деятельность, в свою очередь, является суммой:

творчество (создание культурных ценностей) + **социальная коммуникация** (хранение и распространение созданных ценностей) + **практическое использование** (освоение) этих ценностей. Таким образом, социальная коммуникация – необходимый аспект, неотъемлемая часть культуры, и эволюция человеческой культуры есть в то же время социально-коммуникационная эволюция» [197, с. 6].

Кроме того, А.В. Соколов представляет эволюцию культуры в виде пяти стадий, где неизменно присутствуют коммуникационные аспекты, выстраивая собственную периодизацию истории культуры: «0. **Пракультура** ... I. **Археокультура** ... II. **Палеокультура** ... III. **Неокультура** ... IV. **Постнеокультура**» [там же].

А.В. Соколов отмечает на всех стадиях эволюции культуры **закономерность**: «Совершенствование коммуникационных средств сопровождалось общественным прогрессом (иногда даже предопределяло его), а общественный прогресс, в свою очередь, стимулировал развитие коммуникации» [там же].

Автор так характеризует современный этап развития культуры: «...это компьютеризированный мир с мультимедийными глобальными коммуникационными каналами и с культурным наследием, хранящимся в распределенной памяти компьютерных сетей. ...это время господства электронных коммуникаций, вытеснивших документную коммуникацию на периферию общественной жизни» [там же].

Из определения современного этапа развития культуры А.В. Соколова вырисовывается значение интернет-коммуникации как современной коммуникативной технологии, обеспечивающей альтернативный документной коммуникации способ освоения культурного наследия.

Н.В. Шашкова [240] выделяет три исторических типа коммуникационной культуры общества.

«Словесность – такой уровень коммуникационной культуры, когда все культурные смыслы передаются в социальном пространстве и времени

посредством устной коммуникации.

Книжность – такое состояние культуры, когда основные (не все!) культурные смыслы передаются посредством документной коммуникации.

Мультимедийность достигается, когда основные культурные смыслы передаются посредством электронной коммуникации» [240, с. 4-5].

Далее автор утверждает: «Типы коммуникации в обществе совпадают с основными периодами развития социума» [там же].

И Н.В. Шашкова, и А.В. Соколов вслед за Г. Тардом, Дж. Мидом, П.А. Сорокиным, Г. Блумбером определяют социальную коммуникацию в качестве процесса, формирующего социокультурную реальность. Оба автора используют метод культурологического обобщения достижений отдельных отраслей знания (история, социология, психология, лингвистика, философия и др.), в результате чего предлагают собственную интерпретацию периодизации истории культуры, опирающуюся на исторические спецификации трансляции культурных смыслов.

Позиции ученых во многом схожи, но разнятся в критерии перехода к новому этапу развития культуры. Если Соколов полагает, что новый этап наступил, поскольку электронные средства вытесняют документную (письменную) коммуникацию на задний план, то Шашкова в качестве критерия использует средства трансляции основных культурных смыслов и, соответственно, полагает, что мультимедийная коммуникационная культура только начинает формироваться, а переход к ней – дело будущего.

На наш взгляд критерий, выбранный Н.В. Шашковой, не совсем корректен. Поскольку в истории культуры мы наблюдаем наслоение различных типов коммуникации. Каждый новый способ трансляции культурных смыслов не исключает, а дополняет прежние. Так, устная культура не исчезает, а продолжает развиваться под воздействием письменности. А сегодня мы можем наблюдать эволюцию письменной культуры под воздействием электронных средств коммуникации. Кроме того, мы можем утверждать, что мультимедийная коммуникационная культура доминирует на интегрированном межкультурном

пространстве наиболее развитых стран, поскольку критерием развитости становится собственное телекоммуникационное пространство страны, так же как раньше наличие или отсутствие письменности определяло уровень цивилизованности народа.

Таким образом, мы утверждаем, что современная студенческая субкультура формируется и развивается в атмосфере глобальной мультимедийной коммуникационной культуры и современные информационно-коммуникационные технологии являются одним из системообразующих факторов социокультурной реальности, интегрирующим трансляционные возможности и устно-речевых (словесных), и письменных (книжных) форм культуры. Одновременно, учитывая обозначенные философией культуры проблемы коммуникации, мы констатируем, что информационно-коммуникационные технологии должны пониматься как некоторый комплекс, включающий в себя не только совокупность методов и программно-технических средств, но и способы трансляции этических норм, программирующих поведение человека не только в специфической информационной среде, но и по отношению к внешнему миру и к себе подобным.

Обобщая научные представления о современном этапе развития социальной коммуникации, мы выделяем основную характерную черту – использование форм машинной обработки и трансляции информации.

По существу интенсивно развивается специфическая форма машинной (или технической) коммуникации (машина – машина), характерной чертой которой является отсутствие качественной оценки информации: машинная обработка всегда лишь количественная, смысловые и ценностные характеристики различным объемам информации придает человек, как неперемное звено новых информационно-коммуникационных связей. Машина позволяет человеку оперировать (получать, обрабатывать, генерировать) с большими объемами информации. Что в итоге включает в социальную коммуникацию огромные информационные потоки. И количественно большие информационные потоки становятся неперемным условием социальной коммуникации.

Раскрывая этапы формирования научных представлений о природе

социальной коммуникации, А.В. Соколов отмечает переломный момент ее эволюции, связанный с «информационным кризисом» второй половины XX века: когда объемы накопленной информации превосходили технологические возможности ее переработки [197, с. 10].

Современная научная информационная парадигма позволяет рассматривать прогресс человеческой цивилизации как исторический процесс накопления информации. Упомянутый Соколовым информационный кризис явился логическим следствием развития коммуникации, логическим этапом цивилизационного прогресса. Появление и развитие современных информационных технологий, в этой связи, следует рассматривать как непереносимое условие дальнейшей прогрессии цивилизации. Но эти же технологии, как следствие, становятся фактором развития социальной коммуникации, формируя условия социализации индивида в обществе.

Анализируя распространение и использование информационно-коммуникационных технологий в сфере управления системой образования Санкт-Петербурга, И.Н. Федоренко отмечает, что использование информационно-коммуникационных технологий приобретает характер безусловной социальной ценности, образца поведения и фактора социальной идентификации, в удовлетворении потребностей социальных субъектов наиболее приоритетными становятся формы, опосредованные использованием информационно-коммуникационных технологий [223].

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии становятся не только условием социальной коммуникации, но и идентифицирующим социальным критерием, влияющим на социальную дифференциацию общества.

Различные социальные группы могут иметь различные коммуникационные потребности [197, с. 189-193] и, соответственно, различным образом могут использовать потенциал информационно-коммуникационных технологий. А.В. Соколов выделяет три вида коммуникационных потребностей: абсолютные (биогенные и социогенные потребности, вытекающие из биопсихологической природы человека), вторичные (обусловленные профессионально-

производственной и досуговой деятельностью людей) и спонтанные (в рамках социологии культуры получившие терминологическое определение как культурные потребности) [197, с. 184-189].

Мы можем логически заключить, что биопсихологическая природа человека будет влиять на специализацию информационно-коммуникационных технологий по возрастному и половому признакам. А технологии, в свою очередь, будут усиливать половозрастную социальную дифференциацию. Таким образом, абсолютные коммуникационные потребности в свете усиления социальной роли информационно-коммуникационных технологий усиливают общественную дифференциацию по половозрастным признакам. Примером развития указанной тенденции может считаться маркетинговая дифференциация целевой аудитории Интернета производителями интерактивных услуг.

Вторичные коммуникационные потребности изначально опираются на сложившиеся профессиональные дефиниции социальной дифференциации.

Так А.В. Соколов выделяет три целевых социальных группы, особенно заинтересованных в коммуникационном обслуживании: *«руководители (менеджеры) всех уровней, осуществляющие руководство отдельными коллективами или обществом в целом; ученые, ведущие постоянный диалог с коллегами посредством специальной коммуникации; инженеры, разрабатывающие новую технику»* [197, с. 189].

На этом общем классификационном уровне информационно-коммуникационные технологии уже используются различным образом в силу различных спецификаций коммуникационных потребностей. И если учесть воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирование социальной реальности, рассмотренное Е.В. Поликарповой [185], то можно говорить об интенсивно развивающихся процессах конструирования параллельных социокультурных реальностей, сосуществующих в едином информационном и временном континууме. С полной уверенностью можно констатировать, что интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий создает условия сосуществования руководителей,

ученых и инженеров в трех различных социокультурных реальностях.

Спонтанные коммуникативные потребности А.В. Соколов делит на три группы:

«СИ1. Потребность в освоении культурного наследия, в том числе – потребность в непрерывном образовании;

СИ2. Потребность в самостоятельном духовном творчестве, реализуемая в художественной самодеятельности, техническом конструировании, литературном сочинительстве и т. д.;

СИЗ. Потребность в самопознании и саморазвитии, вплоть до реинкарнации, телепатии, ясновидения, экстрасенсорной диагностики и лечения.

История показывает, что прогресс человеческой культуры обеспечивается самопроизвольно возникающими и развивающимися спонтанно личностными потребностями; отсюда его замысловатость, противоречивость, непредсказуемость» [197, с. 189].

Основной отличительной чертой спонтанных коммуникационных потребностей А.В. Соколов определяет их непрофессионализм и непосредственность (случайность) возникновения и реализации. Однако это не умоляет их социального значения. Образующиеся в результате реализации спонтанных потребностей коммуникации благодаря интенсивному развитию информационно-коммуникационных технологий приобретают столь массовый характер, что можно говорить об их ведущей культуросозидающей роли.

Примером социокультурной созидающей роли спонтанных коммуникационных потребностей в молодежной субкультуре может служить феномен *фендома*, объединяющий и дифференцирующий спортивных и музыкальных фанатов, литературных (*толкиенисты*), игровых (*геймеры*) и пр. Объемы перерабатываемой благодаря информационно-коммуникационным технологиям информации в рамках реализации случайных коммуникационных потребностей прогрессируют, закрепляясь в ценностных личностных ориентациях, в стилях жизни и, в конечном итоге, новых артефактах и формах культуры.

Таким образом, развитие информационно-коммуникационных технологий ведет к формированию многомерности социокультурной реальности. Информационно-коммуникационные технологии благодаря наращиванию объемов перерабатываемой с их помощью информации становятся фактором параллельного развития культурных подсистем в рамках единого информационного и временного континуума, в рамках глобального культурного пространства.

Эта социальная роль информационно-коммуникационных технологий по-новому актуализирует проблематику теории и практики межкультурной коммуникации. Многомерность социокультурной реальности благодаря интернет-коммуникации создает условия индивидуализации автохтонной личностной культуры, что является фактором усиления роли феномена, который в рамках теории межкультурной коммуникации обозначен как «очуждение» [78].

П.Н. Донец пишет: «Коммуникативные последствия соприкосновения с чужим в МКК могут быть обозначены как *«очуждение»*. Очуждение может охватывать практически все факторы коммуникации и основываться на всех измерениях «чужого». Наглядно оно может быть представлено как смещение конфигурации коммуникативных факторов относительно их нормального положения в актах внутрикультурной коммуникации» [78, с. 192].

Мы наблюдаем, как информационно-коммуникационные технологии одновременно являются и фактором глобализации культурных процессов, и фактором столь же масштабных процессов локализации форм конструирования социокультурной реальности.

Используя концепцию генезиса исторического развития А. Тойнби, мы можем сказать, что информационно-коммуникационные технологии не только глобализуют цивилизацию, но и порождают внутренний «вызов» глобальной современной цивилизации в форме феномена *очуждения*. От того, как скоро современная цивилизация сформирует адекватный «ответ», зависит, согласно теории А. Тойнби, время перехода нашей цивилизации на новый этап (виток) развития.

Выражаясь образно, современные информационно-коммуникационные технологии выступают в роли инструмента нового вавилонского столпотворения, и одновременно фактором процесса рассеяния языков.

В аспекте изучения интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов необходимо учитывать сложную, многофункциональную, во многом противоречивую роль современных информационно-коммуникационных технологий.

Студенческая субкультура мощный генератор новых культурных смыслов. Современный студент находится в полисемантическом окружении нескольких социокультурных реалий, в сфере ситуативного очуждения.

По словам П.Н. Донца ситуативное очуждение, «очуждение в сфере *Ситуация_x – Ситуация_y* проявляется, в основном, в локальной и темпоральной дезориентации, а также в неверных реакциях на ситуации, требующие разрешения» [78, с. 193].

Опираясь на дифференциацию И.М. Сотникова [202, с. 10], мы можем утверждать, что субкультурные подгруппы «поплавков» и «случайных» постоянно переживают в студенческой субкультуре ситуативное очуждение, что объясняет их ценностную дезориентацию.

В указанном аспекте практика межкультурной коммуникации в студенческой субкультуре приобретает первостепенное значение фактора развития культуры профессиональной самореализации.

Давая оценку проанализированных в интересующем нас аспекте источников и литературы, следует выделить важность для методологической основы нашего исследования социологических наблюдений И.Н. Федоренко, теоретической модели конструирования социокультурной реальности Е.В. Поликарповой, концепта автономности сознания А.Д. Похилько, общей теории социальной коммуникации А.В. Соколова, теории межкультурной коммуникации П.Н. Донца. Опираясь на перечисленные исследования, мы можем определить роль информационно-коммуникационных технологий в современном обществе и интернет-коммуникации в России в аспекте развития культуры профессиональной

самореализации студентов.

Обобщая роль информационно-коммуникационных технологий в современном обществе как фактора развития социокультурной реальности, мы можем выделить ряд наиболее важных для развития культуры профессиональной самореализации студентов моментов.

В различных отраслях знания и учебных дисциплинах информационно-коммуникационные технологии имеют большое прикладное значение. Из наблюдений И.Н. Федоренко мы можем сделать вывод, что распространение и использование информационно-коммуникационных технологий способствует воспроизводству сложившейся социальной структуры и образцов поведения современной студенческой субкультуры; в удовлетворении потребностей студентов наиболее приоритетными становятся формы, опосредованные использованием информационно-коммуникационных технологий; использование информационно-коммуникационных технологий приобретает характер безусловной социальной ценности, образца поведения и фактора социальной идентификации.

Современные информационно-коммуникационные технологии являются сегодня системообразующим фактором конструирования индивидом социокультурной реальности. Информационно-коммуникационные технологии становятся не только условием социальной коммуникации, но и идентифицирующим социальным критерием, влияющим на социальную дифференциацию общества. Появление и развитие современных информационных технологий следует рассматривать как неперенное условие дальнейшей прогрессии цивилизации. Они становятся фактором развития социальной коммуникации, формируя условия социализации индивида в обществе. Развитие информационно-коммуникационных технологий ведет к формированию многомерности социокультурной реальности. Информационно-коммуникационные технологии благодаря наращиванию объемов перерабатываемой с их помощью информации становятся фактором параллельного развития культурных подсистем в рамках единого

информационного и временного континуума, в рамках глобального культурного пространства. Информационно-коммуникационные технологии не только глобализуют цивилизацию, но и порождают внутренний «вызов» глобальной современной цивилизации в форме коммуникативного феномена очуждения.

Наиболее ценным теоретическим заключением, на наш взгляд, является определение социальной ценности концепта автономии сознания А.Д. Похилько.

В свете проведенного анализа социальной роли информационно-коммуникационных технологий, мы можем обозначить социальный феномен автономного сознания в качестве коммуниканта. Не только индивид в его биопсихологической природе вступает в коммуникацию, и не столько социальная форма личности, являющаяся продуктом коммуникации, но некоторая атомарная дефиниция сознания, носителем которой является индивид.

Данное заключение позволяет нам рассматривать процесс формирования культуры профессиональной самореализации студентов, как процесс автономизации сознания каждого студента, результатом которого становится способность индивида актуализировать все свои личностные качества в образовательной и профессиональной практике.

Культура профессиональной самореализации студентов формируется как ценностно ориентированный комплекс наиболее активных образовательных практик студенческой субкультуры, духовные и материальные условия, а так же результаты их реализации. Культура профессиональной самореализации студентов представляет собой аспект бытования студенческой субкультуры. Современная культура профессиональной самореализации студентов включает в себя как традиционные, так и нетрадиционные (новые и модернизированные) образовательные практики. Под воздействием информационно-коммуникационных технологий происходит трансформация ценностных ориентаций в рамках образовательных практик. И это становится ведущим фактором динамики культурных процессов, в том числе и в рамках культуры профессиональной самореализации студентов.

В результате мы приходим к выводу об определяющей роли интернет-

коммуникации в развитии культуры профессиональной самореализации студентов в современной России. При этом мы отмечаем как позитивный потенциал интернет-коммуникации в плане возможности ее использования для реализации информационной политики образовательных учреждений в направлении проектирования социокультурной реальности путем управления развитием культуры профессиональной самореализации студентов, так и потенциал формирования факторов риска в случае неконтролируемого ее развития. Этот факт подчеркивает важную социальную роль информационной политики образовательных учреждений, возможность и необходимость максимального воздействия с ее помощью на развитие положительных тенденций в развитии культуры профессиональной самореализации студентов путем управления их интернет-коммуникацией.

1.3. Интернет-коммуникация в коммуникативной модели культуры профессиональной самореализации студентов

Интернет-коммуникация сегодня является неотъемлемой частью социальной коммуникации в современном российском обществе. Опираясь на теорию коммуникации Г.Г. Почепцова [187], общую теорию социальной коммуникации А.В. Соколова [197] и разработку основ теории коммуникации Н.В. Шашковой [240], мы можем дать общую характеристику интернет-коммуникации как социокультурному явлению. Кроме того, необходимо учитывать междисциплинарный характер проблематики интернет-коммуникации, в частности внимание к проблематике психологов и педагогов: Е.П. Белинской [16], А.Е. Войскунского [34, 35], Н.А. Воробьевой [36], Т.И. Густомясовой [68], А.Е. Жичкиной [83] и др. В свете выводов предыдущих разделов просматривается необходимость рассмотрения теоретических оснований коммуникативной модели культуры профессиональной самореализации студентов, в которой интернет-коммуникация играет определяющую роль. Построение теоретической концепции коммуникативной модели позволит проанализировать собранные нами эмпирически сведения и оценить факторное значение интернет-коммуникации для развития культуры профессиональной самореализации студентов в данной теоретической модели.

Методологической основой построения нашей концепции является разработка общей теории социальной коммуникации А.В. Соколовым [197] в плане структуры коммуникативных связей.

Разработанность понятия студенческой среды как социокультурного пространства студенческой субкультуры позволяет нам говорить о специфике данного социокультурного явления в плане особенностей формирования ценностных ориентаций личности, которые, в свою очередь, могут иметь

дифференцированную специфику, согласно дифференциации студенческой субкультуры, осуществленной И.М. Сотниковым [202]. Прогнозировать тенденции развития интернет-коммуникации в студенческой среде нам позволяют общие тенденции развития информационно-коммуникационных технологий в современном обществе, раскрытые в работах Е.В. Поликарповой [185], И.Н. Федоренко [223], И.В. Ускова [220], а так же в ряде диссертационных работ, посвященных различным профильным направлениям развития информационно-коммуникационных технологий.

Целесообразно выделить студенческую субкультуру как социокультурный феномен из системы молодежной субкультуры не только как элемент молодежной среды, но и как системообразующее ядро данной системы.

Выделяя студенческую субкультуру в качестве *субъекта группового коммуникационного взаимодействия* (термин А.В. Соколова [197, с. 52]), мы можем выявить ряд субъектов, вступающих во взаимодействие со студенческой субкультурой на различных уровнях.

Спецификой коммуникационного взаимодействия студенческой субкультуры как группового субъекта является способность контактировать на всех уровнях коммуникации: микро, миди и макро, – а так же осуществлять взаимодействие с групповыми и массовыми формами коммуникации.

Если говорить о соотношении молодежной субкультуры (МС) и студенческой (СС), то можно наблюдать три варианта коммуникативного взаимодействия: $МС=СС$, $МС\rightarrow СС$ и $СС\rightarrow МС$, – в которых управленческие роли коммуниканта постоянно переходят от одной группы к другой. Фактором, влияющим на управленческую роль группы, по Соколову, является способность генерировать и транслировать ценностно-смысловые категории коммуникативного взаимодействия.

Взаимодействие между социальными группами А.В. Соколов относит к виду миди-коммуникации. Кроме молодежной субкультуры студенческая субкультура взаимодействует с научным сообществом, с управленческим аппаратом системы просвещения, а так же ориентирована на взаимодействия с

профильными профессиональными сообществами. Если учесть так же принцип современной социальной стратификации по образовательному цензу, который регламентирует пополнение группы руководителей, то очевидно явное преимущество студенческой субкультуры перед нестуденческой молодежью в возможности коммуникативного взаимодействия на миди уровне.

Так же проявляется специфика студенческой субкультуры в плане интернет-коммуникации, в которой реализуются не только спонтанные формы коммуникации, присущие молодежной субкультуре в целом, но и вторичные профессиональные формы.

В этой связи мы можем говорить об управленческой роли некоторой части студенческой субкультуры, генерирующей смыслы и в большей степени ориентированной на миди-коммуникацию с профессиональными социальными группами. Если коммуникация с другими группами является источником смыслов для выделяемой элиты студенческой субкультуры, то можно говорить об управлении студенческой субкультурой, которая, в свою очередь, являясь ядром молодежи, способна направляюще воздействовать на развитие молодежной субкультуры и общества в целом. Теоретически путем определения источника жизненных смыслов и ценностей мы можем выделять управленческую элиту в рамках различных социальных групп.

Важнейшим критерием определения управляющего коммуниканта является, таким образом, его способность генерировать и транслировать жизненные смыслы и ценности.

Культура профессиональной самореализации студенчества развивается от выбора специальности абитуриентом при поступлении в учебное заведение к реализации себя как специалиста по окончании обучения. Исходя из указанной логики, смысловые и ценностные ориентации субкультурных групп с активной жизненной стратегией формируются во взаимодействии с состоявшимися в профессиональном смысле социальными группами (к примеру: выделенные Соколовым менеджеры, ученые и инженеры). Группы же с пассивной жизненной стратегией либо ориентированы на подражание активным и более успешным,

либо дезориентированы.

Идея Е.В. Поликарповой [185], раскрывающая продуктивный потенциал информационно-коммуникационных технологий в реализации концепта общества знания, опирается на планомерное целенаправленное развитие управленческой вертикали в рамках научных и образовательных институтов. Однако если управленческая элита перестает транслировать жизненные смыслы и ценности, на миди уровне коммуникационное взаимодействие может менять полярность. Обнаруживается биполярная флуктуация социальной информации, замеченная авторами системно-информационного концепта культуры (Г.А. Голицин, В.М. Петров) [48, 49].

В нашем случае субкультурные группы с активной жизненной стратегией, теряя ценностные ориентиры в рамках коммуникации с профессионально состоявшимися группами, обращаются к сверстникам из иных групп, пытаясь восполнить смысловой вакуум. И в таком варианте развития студенческая субкультура теряет свою определяющую самобытность (организованность вокруг учреждений образования) и приобретает общие характеристики с массовой молодежной культурой, подчиняется ей. Если учесть условие массовости молодежи по сравнению со студенчеством, ориентация студенческой субкультуры на ориентиры массовой молодежной субкультуры в ущерб элитарным ценностям профессиональной культуры, данный процесс можно назвать массовизацией сознания в противовес автономизации. Если автономию сознания воспринимать как безусловную ценность культуры профессиональной самореализации студенчества, то обратный процесс массовизации сознания следует рассматривать как разрушение ценности данной культуры.

Элитарность и массовость – два полюса биполярной системы культуры с точки зрения системно-информационной парадигмы. Флуктуация информационных потоков между обозначенными полюсами воспринимается с учетом накопленного многочисленного эмпирического опыта исследованиями в области культурометрии в качестве закономерности. Интенсивность элитаризации либо массовизации колеблется с заметной периодичностью, как в

художественной, так и в социальной жизни общества. В аспекте культуры профессиональной самореализации студентов обозначенная закономерность будет проявляться как фактор интенсивности или стагнации развития.

Рассмотрим роль интернет-коммуникации в биполярной модели культуры профессиональной самореализации студентов.

С точки зрения социальной дифференциации студенческой субкультуры мы можем выделить приоритетные направления использования возможности интернет-коммуникации различными группами.

Безусловно, все группы будут использовать интернет-коммуникацию в плане развития спонтанных взаимодействий. Но часть студентов в образовательной практике будут ориентироваться на взаимоотношения с профессиональной научной средой. И, исходя из характеристики жизненных стратегий различных групп студенческой субкультуры, научная среда будет привлекать, прежде всего, идеалистов. Прагматиков привлечет среда узких профессиональных интересов, карьеристов – среда управленцев, политиков, общественных деятелей. В рамках спонтанных взаимодействий останется интернет-коммуникация ситуативно очужденных поплавок и случайных, что сближает эти группы с нестуденческой молодежью.

Наиболее массовой формой интернет-коммуникации в современной студенческой среде остаются спонтанные взаимодействия, направленные на удовлетворение вторичных спонтанных коммуникационных потребностей. Что характеризует изучаемую нами субкультуру и как элемент массовой культуры: современный студент поневоле является продуктом массовой культуры.

Предложения интернет-индустрии в этом направлении не только удовлетворяют спрос, но и стимулируют его специфическими продуктами, не имеющими аналогов в иных технологиях коммуникации. Это такие продукты как: чаты, онлайн-игры, блоги, форумы, открытые и закрытые виртуальные сообщества (в том числе социальные сети) с целым комплексом наиболее популярных информационных услуг. Интернет практически поглотил телевидение, радио, прессу, предлагая информационные контенты этих

коммуникационных каналов не только в реальном времени, но и в ретроспективе, не только в региональном или национальном масштабе, но и в глобальном.

При этом явными преимуществами интернет-каналов перед другими коммуникативными каналами можно назвать: мобильность, поликонтентность, мультимедийность, информационную актуальность.

Информационная актуальность каналов интернет-коммуникации – весьма специфическая особенность. Актуальность информации традиционных СМИ базируется на иных ценностных характеристиках, нежели актуальность информации в Интернете, в силу определения ими конечного потребителя информации лишь в качестве пассивного реципиента. Пользователь Интернета – активный коммуникант, регулирующий самостоятельно степень актуальности доступной информации, исходя из собственных интересов.

Исходя из общей характеристики молодежной субкультуры, как наиболее мобильной части общества, не трудно предположить, что перед другими техническими каналами коммуникации Интернет в молодежной среде имеет приоритет.

Если радио на сегодняшний день опережает Интернет в мобильности и оперативности информации, в масштабности аудитории, то интернет-коммуникация берет свое в области специфической актуальности, нацеленности на индивидуальность потребителя. Здесь в предпочтении именно интернет-коммуникации играет роль протестная характеристика молодежной аудитории, которая в большей степени индивидуализирована, нежели может предложить усредненное своим форматом радио.

Важнейшими особенностями интернет-коммуникации являются ее многофункциональность и мультимедийность. Что позиционирует это средство коммуникации как альтернативу некоторым другим видам взаимодействия в рамках социальной коммуникации. Заменяя собой сложившиеся традиционные формы взаимодействия, интернет-коммуникация создает новые условия личностного развития, образовательных практик, профессионального роста и самореализации.

А.В. Соколов так пишет о современных коммуникационных средствах: «Характерная особенность современных коммуникационных средств в том, что они оказывают воздействие не на отдельные органы чувств, а на *всю нервную систему* человека. Окружающая реальность снова предстает в своей живой конкретности, а человек получает иллюзию соучастия в текущих событиях. К людям возвращается «сенсорный баланс» эпохи дописьменной коммуникации. Электронные технологии общения способствуют слиянию мифологического (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира, создают предпосылки для целостного развития личности» [197, с. 210].

Вместе с тем, раскрывая психологические барьеры электронных средств коммуникации, А.В. Соколов [197, с. 214] выделяет три наиболее существенных фактора изменения личностных качеств людей экранной культуры: ослабление внимания, снижение интеллектуальной восприимчивости, мозаичность индивидуальной памяти. «В результате человек читающий лучше подготовлен к творческой и коммуникационной деятельности, он более полноценен социально и богат духовно, чем люди «облученные телевидением» [197, с. 214]. Далее [197, с. 216-226] автор отдельно рассматривает некоторые возможности Интернета в области коммуникации, обращая внимание не только на положительных сторонах, но отмечая и проблемные вопросы, такие как феномен Интернет-зависимости, отсутствие правовой и этической определенности, столкновение экономических, политических, идеологических интересов пользователей глобальной Сети.

Рассматривая особенности интернет-коммуникации в среде студенческой субкультуры, мы можем предполагать, что культура профессиональной самореализации будет формироваться не во всех социальных группах. Для групп с активными жизненными стратегиями (идеалисты, прагматики, карьеристы) возможности интернет-коммуникации могут стать инструментом интенсификации их профессионального роста и личностного развития. Что же касается поплавок и случайных, то эти группы скорее будут еще больше дезориентированы в образовательной среде, поскольку интернет-коммуникация ими будет

восприниматься не как инструмент образовательной практики, а в качестве альтернативной среды социализации, то есть, грубо говоря, будет использоваться не совсем по назначению.

Н.В. Шашкова, анализируя специфику коммуникации в Интернете, акцентирует внимание на гипертекстовой особенности возможной организации виртуальной информации: «Гипертекст – это совокупность содержательно взаимосвязанных знаков, где от каждого знака в процессе чтения можно перейти не к одному единственному, непосредственно следующему за ним, а ко многим другим, так или иначе связанным с данным. Таким образом, воспроизводится многомерность человеческого мышления, и значит, смысловая коммуникация получается более полной и точной, чем в случае линейного письма. Для моделирования многомерных связей между знаками требуется виртуальное пространство, которое создается современными компьютерными системами. Причем, в гипертекст в качестве смысловых элементов могут включаться не только отдельные слова, фразы или документы, но и изображения, музыкальное сопровождение – все средства мультимедиа. В итоге человек из читателя превращается в пользователя мультимедийной культуры, оперирующей письменной и устной речью, изображениями любых видов, кино- и видеороликами, таблицами и схемами, созданными по его требованию. Гипертекстовые языки применяются в системе Интернет, но широкое их распространение – дело будущего» [240, с. 15-16].

В целом не оспаривая характеристику гипертекста, здесь мы можем возразить Н.В. Шашковой. Мы имеем огромное количество примеров гипертекстовых языков в искусстве модерна и постмодерна. Рубеж XIX и XX веков был ознаменован только в русской культуре творчеством А.Н. Скрябина (с его цветной и этической трактовкой музыкального звука), И.Ф. Стравинского (с его гипертекстовыми полистилистическими мотивными цитатами), В.В. Кандинского (с его концепцией музыкальной формы в живописи), целой плеядой литературных символистов. Не смотря на идеологический тоталитаризм советской художественной культуры, а может быть благодаря ему, массовое

сознание советского человека было приучено читать между строк. О чем говорит, к примеру, народная примета советского времени: «По радио передают классическую музыку – значит: умер кто-то из больших начальников»?

Массовое сознание людей XX века во всем мире было подготовлено художественной и политической культурой к восприятию гипертекста задолго до Интернета. Поэтому появление World Wide Web с его гипертекстовой спецификой, может восприниматься как закономерное следствие развития гипертекстовых языков.

Примером широкого распространения гипертекстовых языков могут служить сленги, мода и символика современных субкультур, традиция экранизации литературных шедевров, появление жанра перфоманса и пр.

Другое дело, что гипертекстовые источники и языки пока еще не являются нормативными в образовательных практиках. Однако, предполагая разнородность студенческой субкультуры, необходимо учитывать поликонтентность коммуникативных потребностей субкультурных групп. Речь идет о том, что разные субкультурные группы ориентированы на различные ценностные характеристики содержания образовательных технологий. Одинаковое содержание может по-разному пониматься. В этой связи гипертексты Интернета могут иметь большую образовательную и развивающую ценность для студенческой субкультуры, чем традиционные формы лекций консервативных педагогов.

Обращение психологов к изучению влияния интернет-коммуникации на психические особенности, формирующиеся в результате активной замены этой формой коммуникационного взаимодействия традиционных социальных межличностных связей, раскрывает неоднозначную роль Интернета в становлении личностных качеств.

Так А.Е. Жичкина, изучая взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста (2001 г.), приходит к выводу: «Активность в действии в Интернет-коммуникации связана с особенностями самокатегоризации пользователей: чем меньше в идентичности выражена

социально-ролевая составляющая, тем выше показатели активности в действии» [83, с. 179]. При этом автор утверждает отсутствие взаимосвязи Интернет-зависимости от стажа пользователя.

В аспекте сделанных А.Е. Жичкиной наблюдений, мы можем указать на субкультурные группы с пассивными жизненными стратегиями (поплавки и случайные), которые попадают в своеобразную группу риска Интернет-зависимости. Мы можем обозначить, по крайней мере, три фактора сопутствующих такому риску: 1) слабо выраженная социально-ролевая идентичность в студенческой субкультуре, 2) ориентация на удовлетворение спонтанных коммуникативных потребностей в Интернете, 3) возрастающая в рамках образовательного процесса ситуативная очужденность представителей этих субкультурных групп.

Проанализированные нами источники позволяют теоретически обозначить специфику современной интернет-коммуникации в студенческой среде и проследить некоторые тенденции ее развития, что, в свою очередь, помогает определиться с методами исследования практик профессиональной самореализации студентов России в интересующем нас аспекте и выстроить коммуникативную модель культуры профессиональной самореализации студентов.

Ведущей специфической особенностью студенческой интернет-коммуникации на современном этапе социокультурного развития России остается разнородность используемого контента, интенсивность его развития и слабая управляемость процесса профессиональной самореализации студенчества. При этом существуют факторы, позволяющие наблюдать тенденции к изменению ситуации.

Прежде всего – фактор организации студенческой субкультуры вокруг формализованных образовательных учреждений позволяет предполагать, что развитие интернет-коммуникации студенческой субкультуры со своими *alma maters* ведет к возможности создания интерактивных рычагов управления спонтанными процессами профессиональной самореализации студентов.

Учитывая этот фактор, нам необходимо рассмотреть уровень готовности образовательных учреждений к развитию форм интернет-коммуникации со своими студентами. Здесь нам поможет обобщенный опыт контент- и интент-анализа коммуникативного взаимодействия.

Важнейшей задачей исследования практик профессиональной самореализации студентов России в интересующем нас аспекте, в этой связи, является контент- и интент-анализ электронных ресурсов (сайтов) отечественных учреждений высшего образования на предмет их обращенности к студенчеству и учета ими интересов студентов в плане профессиональной самореализации.

Подобный анализ позволит нам определить: готовы ли отечественные ВУЗы к управляющей роли в направлении развития культуры профессиональной самореализации студентов в рамках интернет-коммуникации. Здесь основным критерием мы считаем способность генерировать учебными заведениями ценностные ориентации профессионально развивающейся личности. Такая способность, по мнению А.В. Соколова, отличает коммуниканта (отправителя, передатчика информации) от реципиента (адресата, приемника) [197, с. 26-27]. Таким образом, степень управляемости студенческой субкультурой зависит от качества и объема генерируемых направляющими институтами ценностных ориентаций, что и должно в ближайшей перспективе определять информационную политику образовательных учреждений России, если они намерены сохранять за собой управленческий статус в области развития культуры профессиональной самореализации студентов.

Следующий фактор – научно-теоретическая разработанность проблематики связанной с вопросами управления социокультурными процессами и аккумуляция разработок именно в руках профессорско-преподавательского состава учебных заведений. Здесь мы наблюдаем колоссальный потенциал реализации накопленного теоретического багажа в практике путем формирования и развития информационной и культурной политики. Изучая содержательную сторону сайтов учебных заведений, мы можем выявить в какой мере имеющийся потенциал используется на текущий момент.

Немаловажным фактором развития культуры профессиональной самореализации студентов является то, что студенческая субкультура может при определенных условиях представлять собой направляющее ядро молодежной субкультуры в целом. И интенсивное расширение отраслей студенческой интернет-коммуникации на современном этапе социокультурного развития России усиливает управленческую роль студенческой элиты (активных социальных групп студенчества) в определении направлений модернизации коммуникационных процессов.

В этой связи дальнейшие исследования интернет-коммуникации в практике развития культуры профессиональной самореализации студентов целесообразно проводить с учетом дифференциации студенческой субкультуры на социальные группы, опираясь на социологические исследования И.М. Сотникова [202].

Кроме факторов положительного развития (эволюции) культуры профессиональной самореализации студентов существуют и серьезные негативные факторы, своеобразные *факторы риска*, способные влиять посредством тех же технологий на развитие перспективной ситуации.

Социальные потрясения первых десятилетий XX века в России, связаны не только с проблемами в модернизации системы государственного управления, с просчетами во внешней и внутренней политики николаевского правительства, но и с коренными изменениями ментальности наиболее социально активных слоев населения. Разрушение систем ценностей церковной православной общины, семьи, институтов просвещения, привело к ситуации, когда ценностные ориентации личности массово генерировались во всей своей противоречивости неуправляемыми революционно настроенными энтузиастами-просветителями. Традиционные для патриархальной Российской Империи ценностные ориентиры соседствовали с множеством иных, часто диаметрально противоположных маяков добродетели. Роль университетской молодежи начала XX века, формирующейся отечественной студенческой субкультуры, в развитии «брожения умов» можно сравнить с катализатором химических реакций. В стенах институтов просвещения формировались и развивались идейные аппозиции, родственные лишь в

осознании необходимости коренных социальных изменений, но противостоящие друг другу в осмыслении фундаментальных категорий бытия, таких как: добро и зло, благо, сила и власть, насилие и терпимость, свобода и др.

Можно смело утверждать, что гражданское противостояние российского общества начала XX века первоначально случилось в умах пассионариев, направленных друг против друга в силу противоположных ценностных ориентаций, а за тем реализовалось в братоубийственных технологиях самореализации и выживания одних за счет жизни и благополучия других. На примере «брожения умов» начала XX века, мы можем наблюдать как люди, говоря на одном языке, перестают слышать и понимать друг друга. И есть основания предполагать, что это явилось следствием разнонаправленности просвещения масс социальной элитой российского общества того времени.

Интенсивно развивающиеся сегодня информационно-коммуникационные технологии усиливают тенденцию к социальной дифференциации общества в целом и студенческой субкультуры в частности. Что следует считать серьезным фактором риска.

Кроме того, интернет-коммуникация обостряет проблематику межкультурных связей. На это обратили внимание, как отечественные ученые, так и ученые Украины [61, 62, 247]. Процесс взаимодействия культур, ведущий к их унификации, вызывает у некоторых наций стремление к культурному самоутверждению и желание сохранить собственные культурные ценности. Целый ряд государств и культур демонстрирует свое категорическое неприятие происходящих культурных изменений. Процессу открытия культурных границ они противопоставляют непроницаемость своих собственных и гипертрофированное чувство гордости своей национальной самобытностью. Различные общества реагируют на влияния извне по-разному. Диапазон сопротивления процессу слияния культур достаточно широк: от пассивного неприятия ценностей других культур до активного противодействия их распространению и утверждению. Поэтому мы являемся свидетелями и современниками многочисленных этнорелигиозных конфликтов, роста националистических настроений,

региональных фундаменталистских движений. Что привносит в глобальное пространство Интернета асоциальное содержание, скрыто и открыто пропагандирующее нетерпимость, экстремизм, терроризм и пр.

Многоязычный, многоязыковой и поликультурный контекст глобального информационного пространства Интернета при его максимальной доступности является фактором риска для формирующейся дезориентированной в ценностном самоопределении личности. Здесь мы еще раз акцентируем внимание на проблематике самоидентификации личности при выборе ценностных ориентаций. Особое значение этот фактор риска имеет для пассивных социальных групп студенческой субкультуры «поплавков» и «случайных».

Невозможно обойти стороной и фактор столкновения глобальных корпоративных и политических интересов в информационном пространстве Интернета.

Современные технологии информационных войн рассчитаны не только на дезинформацию противника, но и на дезинтеграцию и дезактивацию его ресурсов, одним из которых является социальная и социокультурная составляющая.

В аспекте рассмотрения современной студенческой интернет-коммуникации актуальна проблема ориентации активных социальных групп студенческой субкультуры на отечественные национальные интересы, раскрывающиеся в направленности профессиональной самореализации студентов на отечественный рынок труда, на решение отечественных экономических, социальных и социокультурных проблем, на развитие отечественной науки. При этом речь не идет о развитии концепта изоляционизма. Мы имеем в виду необходимость воспитания личности, осознающей ценность собственной автономии и возможность ее реализации в системе, социальной единицей которой она является. В этой связи исследования А.Д. Похилько [186], Е.В. Поликарповой [187], И.Н. Федоренко [223], И.В. Ускова [220], Н.Н. Павелко [158], О.А. Грива [61] и ряда других отечественных и зарубежных ученых можно рассматривать в качестве теоретической базы конструкта коммуникативной модели отечественной культуры профессиональной

самореализации студентов.

Оттолкнемся от логики развития рассматриваемого аспекта студенческой культуры, который лаконично выражен этапами: 1) выбор учебного заведения для получения профессии, 2) развитие профессиональных навыков в выбранном учебном заведении и получение дополнительного образования, 3) реализация профессиональных навыков при выборе работодателя и поступлении на работу.

Для реализации перечисленных этапов развития культуры профессиональной самореализации студентов совершенно очевидно необходим определенный информационный контент: 1) полная информация о доступных абитуриенту учебных заведениях и востребованных профессиях, 2) информация о доступных формах получения профессии и образовательных технологиях, 3) доступный учебный, методический, наглядный, источниковедческий и др. библиотечный (или музейный) материал, сопутствующий получению образования, 4) интерактивный сервис, облегчающий поиск необходимой информации, в том числе о вакансиях по различным профессиональным направлениям.

Обобщая обращенные к нашей проблеме источники, необходимо отметить большое внимание к интернет-коммуникации студентов, прежде всего, в отечественной педагогике и психологии. В культурологии различные аспекты предмета нашего внимания изучаются в направлении развития медиакультуры в целом, в формирующейся отечественной теории социокультурной коммуникации, в проблематике межкультурных связей и в межкультурной конфликтологии.

Характеризуя современную интернет-коммуникацию в студенческой среде как социокультурное явление необходимо акцентировать, что мы имеем дело с быстро развивающейся сферой модернизации образовательных практик. Скорость происходящих изменений привлекает внимание отечественных ученых различных специальностей. В рамках культурологического исследования мы можем синтезировать достижения современной науки в областях педагогики, психологии, социологии, лингвистики (и др.) с целью формирования наиболее целостного представления о рассматриваемом предмете.

Интернет-коммуникация в студенческой среде не только быстро развивающийся модернизационный социокультурный процесс, но и процесс, на сегодняшний день, претендующий на ведущую роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов. В этой связи анализ отдельных составляющих интернет-коммуникации российских студентов представляет интерес в плане прогнозирования дальнейшего социокультурного развития нашего общества.

Таким образом, мы описали концепцию (коммуникативную модель) культуры профессиональной самореализации студентов, в которой интернет-коммуникация занимает ведущее значение. Эта концепция позволяет нам сконцентрировать внимание на отдельных эмпирических показателях, характеризующих динамику влияния интернет-коммуникации на развитие культуры профессиональной самореализации студентов, и проанализировать его текущие и перспективные тенденции.

Для оценки текущего состояния культуры профессиональной самореализации студентов в рамках интернет-коммуникации нам необходимы дополнительные эмпирические исследования в двух направлениях: 1) готовность ВУЗов осуществлять информационную политику в Интернете в аспекте мотивации развития культуры профессиональной самореализации студентов; 2) уровень информационной культуры студенчества в аспекте развития навыков профессиональной самореализации посредством интернет-коммуникации.

Оба направления взаимосвязаны. Опираясь на проведенный выше анализ теоретической разработанности интересующей нас проблематики, мы можем утверждать, что уровень информационной культуры студенчества в нашем аспекте напрямую зависит от управленческой (направляющей) роли информационной политики ВУЗов. Без активного участия формализованных институтов, регулирующих основную деятельность студенческой субкультуры (образовательную практику), в формировании факторов развития культуры профессиональной самореализации студенчества посредством интернет-коммуникации, студенты будут попросту дезориентированы в огромном потоке

массовой информации Интернета.

Осуществляя первое направление практической части исследования на примере анализа содержания некоторых сайтов ВУЗов России (МГУ, СПбГУ, НГУ) и Краснодарского края необходимо разработать метод контент-анализа содержания официальных ВУЗовских ресурсов, отвечающего бы целям нашей работы. Наша оценка и выбор ведущих ВУЗов основывается на результатах мониторинга качества бюджетного приема в российские вузы, подготовленного НИУ ВШЭ, Министерством образования и науки РФ и «Социальным навигатором» МИА «Россия сегодня» в партнерстве с Общественной палатой РФ.

Необходимо сразу же оговориться, что в профессиональной среде модераторов Интернет-ресурсов распространено понимание термина контент-анализа сайта при SEO-модерации: анализ и редактирование содержания ресурса для его продвижения в поисковых программах Интернета. Нас же интересует культурологическое понятие и методология контент-анализа с целью определения степени готовности сайта к использованию его возможностей студентами для профессиональной самореализации. В этом мы опираемся на разработку О.Т. Манаева [126], кратко раскрывающего в своей статье основы построения исследовательского метода контент-анализа текстуально выраженного (или не выраженного) содержания. Более подробно количественные методы, применимые в культурологии освещает В.М. Петров [161, 162]. Примером использования контент-анализа СМИ отечественными учеными может являться исследование В.А. Мансурова и А.В. Семенович «Московский комсомолец»: контент-анализ публикаций о терактах 2004 года и терроризме» [127].

Второе направление практической части – пилотажное социологическое исследование уровня информационной культуры путем анкетирования студенческой аудитории. В данном случае, при составлении анкеты мы опираемся на опыт И.М. Сотникова [202], на опыт социологического анализа социокультурных процессов А.В. Гусевой [67], а так же на описанные выше теоретические положения социальной философии и философии культуры (Е.В. Поликарпова, Э.М. Андреев, Дж. Ваттимо, Б. Киви, Г.И. Колесникова, Е.С. Коноплев, И.А. Мальковская, Б.В. Марков, А.Д. Похилько, М.Р. Радовель,

С.П. Расторгуев, В.Г. Торосян, Э. Тоффлер, У. Эко и др.).

Так, мы предполагаем сформировать представление о срезе социокультурной реальности интернет-коммуникации студентов в аспекте их профессиональной самореализации и тенденциях развития этого пласта реальности студенческой жизни.

Необходимо так же учесть при изучении сайтов ВУЗов динамичность контента сетевых ресурсов. Для этого, на наш взгляд, следует прибегнуть к контент-анализу ВУЗовских сайтов по меньшей мере два раза: в конце учебного года (май-июнь) и в начале учебного года (сентябрь-октябрь). Такой прием позволит не только детальнее изучить складывающуюся информационную политику ВУЗов в Интернете, но и прогнозировать тенденцию ее развития.

1.4. Обобщающие выводы к первой главе

Проведенный нами анализ методологических аспектов изучения интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов позволяет сформулировать ряд теоретических положений, вытекающих из сложившихся в современной гуманитарной научной мысли представлений.

Прежде всего, мы уточнили, что студенчество может рассматриваться как некоторый социокультурный феномен, получивший определение в исследовании И.М. Сотникова «Дифференциация студенческой субкультуры в современном российском обществе» как «студенческая субкультура» [202]. Кроме приведенного исследования этот феномен раскрывается различными учеными в синонимичных концептах студенческой среды, студенчества, студенческой молодежи, университетской молодежи, университетской молодежной субкультуры и пр.

Как социокультурное образование студенческая субкультура имеет ряд отличительных характеристик, раскрывающих ее системный статус.

Она является частью молодежной субкультуры, наследуя ее возрастные характеристики и протестный *максималистичный* характер ценностных ориентаций, отражающий процесс переосмысления молодежью ценностей доминирующей культуры. Вместе с тем студенческая субкультура выделяется из общей молодежной среды своей институциональной организованностью вокруг учреждений высшего и среднеспециального образования, что подчеркивается в некоторых исследованиях разделением молодежных организаций по формальному признаку. Неформальные молодежные объединения могут являться как частью студенческой субкультуры (например, элитные закрытые клубы студентов и выпускников отдельных ВУЗов) так и частью внешней по отношению к студенчеству среды, противопоставляющей ведущей студенческой ценности (образованию) иные ценностные ориентиры (например, различные фанклубы и

пр.).

Ценность образования, с одной стороны, сплачивает студенческую субкультуру и является основой формирования ведущей формы ее социальной активности – образовательной практики. С другой, ценность образования воспринимается различными социальными группами студенческой субкультуры по-разному, что позволяет дифференцировать студенчество по уровням активности образовательных практик на активные и пассивные группы.

Предложенный И.М. Сотниковым способ дифференциации современной студенческой субкультуры имеет концептуальные аналогии в отечественной художественной культуре, прежде всего в литературе, в драматургии, в кинематографе, где культивируется образ «идеалиста» в ущерб социальным практикам «прагматиков», «карьеристов», «поплавков» и «случайных». Что можно считать особенностью российской ментальности, раскрытой и утверждаемой в отечественной культуре.

Исторические источники, и прежде всего исследование В.Н. Филяновой, демонстрируют еще одну особенность студенческой субкультуры по отношению к молодежной среде. Студенческая субкультура является формирующим ядром молодежной среды и может представлять собой управленческую элиту, генерирующую ценностные ориентации для всей молодежи. Такой вывод нам позволяет сделать синтез разноплановых источников на платформе теоретико-информационной парадигмы Г.А. Голицына, С.Ю. Маслова, В.М. Петрова и социально-философской концепции конструирования социальной реальности Е.В. Поликарповой.

Сделанный нами вывод находит подтверждение в структурном анализе социальной коммуникации А.В. Соколова, где утверждается значимость репрезентации ценностных ориентаций в управлении социальными группами. В модели Соколова ведущую управленческую роль играет личность по отношению к группе, или малая группа по отношению к массам, генерирующая массовые ценностные ориентиры, что направляет социальную активность масс первоначально на прогнозируемый выбор коммуниканта (ретранслятора

ценностных ориентаций), а далее на прогнозируемый выбор способов и видов общественной деятельности.

Теоретически выстраивается схематическая вертикаль управления от генерирующей высшую ценность образования научно-педагогического сообщества к студенческой субкультуре и далее от активных социальных групп студенчества к пассивным. Таким образом, вокруг деятельности учреждений образования моделируется внешняя социальная среда. Но это идеальная теоретическая модель самоуправления социокультурного пространства студенчества.

На деле же эволюция социокультурной системы проявляет как одно из фундаментальных свойств периодичность, повторяемость во времени идентичных процессов. «В современной теории художественной культуры данный факт считается установленным – цикличность обнаружена во всех эволюционных исследованиях искусства, что позволяет говорить о периодической изменчивости художественной жизни как о непереносимом условии эволюционного процесса и свидетельстве существования его общеисторических законов» [97, с. 7].

Г.А. Голицын, обосновывая теоретико-информационный подход, связывает обнаруживаемые флуктуации с влиянием на информационные процессы в социуме особенностей полушарий коры головного мозга человека [49].

Л.Н. Гумилев, обосновывая теорию этногенеза, предполагал влияние неизученных космических процессов на проявление периодичности [63, 64].

При крайностях в различиях подходов, все они пытаются объяснить выявленный феномен периодичности.

В нашем же случае, мы можем говорить о периодических изменениях коммуникативного взаимодействия студенческой субкультуры и молодежной среды. Колебаниям подвержена ценностная ориентация студенческой субкультуры: ориентация периодически изменяется от транслируемых ценностей научно-педагогического сообщества (от элитарного) к ценностям массовым, генерируемым молодежной средой (к массовому) и наоборот.

Если же говорить о развитии культуры профессиональной самореализации

студенчества, то логично предположить, что она тем выше, чем сильнее ориентирована студенческая субкультура на элитарные ценности научного и профессионального сообщества и ниже, если она ориентирована на быстро меняющиеся ценности протестного характера молодежной среды.

Здесь следует подчеркнуть, что введенный нами термин «культура профессиональной самореализации студентов» представляет собой некоторый срез студенческой субкультуры, своего рода модель функционирования студенческой субкультуры в ситуации ее ориентации на ценности профессионального сообщества. В этой связи, изучая роль интернет-коммуникации в развитии культуры профессиональной самореализации студентов, следует обратить внимание на ориентацию интернет-коммуникации учреждений образования на ценности этого элемента студенческой субкультуры.

Если взглянуть на ход человеческой истории с позиций метатеории социальной коммуникации А.В. Соколова, то социальная эволюция направлена на расширение количества видов и форм социальной коммуникации, с одной стороны, и на модернизацию складывающихся форм коммуникации в направлении массовизации коммуникативного взаимодействия. Логическим следствием прогресса социальной коммуникации, таким образом, является создание современных технологий и методик прогнозирования социальной активности масс и управления ею путем мониторинга и регулирования социально-коммуникативного взаимодействия. О рисках манипулирования массовым сознанием с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий говорит и Е.В. Поликарпова, пытаясь в своей работе обосновать и «возможности позитивного использования воздействия современных ИКТ на сознание человека» [187].

Обобщая опыт многочисленных исследований в области культурологии, социологии, социальной философии, педагогики, социальной психологии, раскрывающих со своих позиций нашу проблемную область, мы можем обозначить главные социокультурные процессы, оказывающие направляющее влияние на развитие культуры профессиональной самореализации студентов – это

процессы *элитаризации* и *массовизации* ценностных личностных ориентиров студенческой субкультуры.

Под *элитаризацией* ценностных личностных ориентиров студенческой субкультуры мы понимаем постоянно возобновляемый процесс социальной коммуникации, в котором роль управленческой элиты (коммуниканта) играют личности и социальные группы, относящиеся к педагогическому, научному и высококвалифицированному профессиональному составу социальной среды, по отношению к студенчеству как реципиенту. Для осуществления подобного рода коммуникации необходимо, чтобы профессиональная, научная и педагогическая элита генерировала ценностные ориентации студенчества.

Под *массовизацией* ценностных личностных ориентиров мы понимаем возобновляемый процесс социальной коммуникации, в котором роль управленческой элиты (коммуниканта) играют личности и социальные группы, относящиеся к молодежной субкультуре. Для осуществления подобного рода коммуникации достаточно дискредитации ценностей профессиональной, научной и педагогической элиты. Образовавшийся ценностный вакуум легко заполняется максималистскими радикальными противоречивыми и быстро изменчивыми протестными ценностями, противопоставленными ценностям доминирующей культуры.

Выражая мысль упрощенно, если для студента педагог или представитель профессионального или научного сообществ является примером для подражания, то мы можем говорить об *элитаризации* ценностных личностных ориентиров данного студента. Если же он ориентирован на трансляцию ценностей молодежной субкультуры, мы считаем, что его ценностные личностные ориентиры претерпевают *массовизацию*.

Обозначенные процессы связаны с развитием личности индивида и влияют на культуру профессиональной самореализации студенчества как непосредственно, расширяя профессиональные направления социальной коммуникации студентов или ограничивая их, так и опосредовано сквозь стереотипы группового поведения. Мы можем предполагать, что чем выше

степень *элитаризации* ценностных личностных ориентиров индивида, тем меньше опосредованность его мотиваций массовыми стереотипами поведения. Следовательно, *элитаризация* направляет культуру личности к автономии, предопределяет способности личности к самостоятельному принятию решений, к саморазвитию и к самореализации. Чем выше степень *массовизации*, тем меньше способности личности к профессиональной самореализации. При высокой степени *массовизации* ценностных личностных ориентиров личность не способна к самостоятельным решениям и полностью зависит от распространенных стереотипов поведения: студент с массовым самосознанием склонен копировать формы группового поведения, транслировать распространенные ценностные ориентиры, не придавая значения их роли в его профессиональном росте.

Напрашивается вывод, что базовой ценностью культуры профессиональной самореализации студентов является автономность сознания студента: чем выше уровень автономии сознания студента, тем активнее его самореализация. В этой связи, особое значение приобретают направления научно-философских исследований А.Д. Похилько [186] и Е.В. Поликарповой [187]. Синтез разработанных философами концепций может быть использован для проведения целенаправленной государственной политики в сфере образования и информационной политики ВУЗов с целью формирования социальной базы управления социокультурными процессами в молодежной среде путем развития культуры профессиональной самореализации студентов.

В процессе исследования студенческой субкультуры и научных подходов в разработке нашей проблематики выявлены следующие основные факторы развития культуры профессиональной самореализации студентов:

1. Организованность студенческой субкультуры вокруг институтов высшего профессионального образования.
2. Дифференцированность студенческой субкультуры на социальные группы с различной степенью активности их образовательных практик.
3. Приоритетные источники ценностных личностных ориентаций студенчества в научно-педагогической и профессиональной среде.

4. Возможные альтернативные источники ценностных ориентаций студенчества в лице представителей неформальных лидеров молодежной субкультуры, как фактор окружающей среды.

5. Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий и Интернет-коммуникации в частности.

6. Периодическая изменчивость ценностных ориентиров студенчества от массовых ценностей молодежной среды к элитарным ценностям профессиональных сообществ и связанные с данной периодичностью возобновляемые процессы элитаризации и массовизации социальной коммуникации студенчества.

7. Элитарность ценностей студенческой субкультуры по отношению к ценностям молодежной среды.

8. Формирование информационной политики государства, отечественных и зарубежных ВУЗов, а так же профессиональных сообществ в Интернете.

9. Ориентация студенчества, вслед за тенденцией в молодежной среде, на мобильность средств коммуникации.

10. Многократно возросшие объемы перерабатываемой и транслируемой молодежной средой информации в условиях интенсивного развития ИКТ.

Кроме того мы полагаем, что возможна и необходима контролируемая и управляемая коммуникация со студенческой субкультурой, узко направленная на развитие культуры профессиональной самореализации студенчества. Исходя из национальных общероссийских интересов, такая коммуникация должна направляться отечественными ВУЗами и регулироваться государственной политикой в сфере образования и науки. Ряд возможных целей и задач такой коммуникации:

11. Развитие отечественной информационно-коммуникационной инфраструктуры.

12. Развитие информационных средств социального регулирования.

13. Формирование и развитие социальной базы осуществления

государственной политики в сфере высшего профессионального образования в лице управляемой студенческой элиты.

14. Трансляция профессиональных и жизненно важных этических личностных ориентаций и общественно значимых моральных ценностей в среду студенчества, а через нее и в молодежную среду.

15. Ориентация студенчества на развитие культуры профессиональной самореализации, на освоение общественно значимых профессиональных навыков и личностных качеств.

Оценивая общественную значимость развития культуры профессиональной самореализации студенчества, можно утверждать, что это направление в области информационной политики ВУЗов должно являться основным, поскольку позволяет активизировать образовательные практики студенческой субкультуры и направить их в русло управляемых социокультурных процессов. Реализация обозначенной стратегической задачи возможна благодаря развитию современных новейших форм социальной коммуникации, основанных на достижениях современных информационно-коммуникационных технологий, ведущей из которых является Интернет-коммуникация.

Поэтому содержанием следующей главы является не только раскрытие внутренних характеристик современной культуры профессиональной самореализации студентов на основе социологического опроса, предварительно проведенного нами, но и выборочный анализ информационного контента Рунета. Выборка информационных электронных ресурсов осуществлялась по нескольким критериям. Ресурсы общенационального значения рассматриваются нами на основе релевантности выкладки наиболее популярных поисковых систем Рунета Яндекс (<http://www.yandex.ru>) и Google (https://www.google.ru/?gws_rd=ssl). Кроме того наше внимание сосредоточено на анализе наиболее развитого и информационно насыщенного портала МГУ им. М.В. Ломоносова (<http://www.msu.ru>), как примера Интернет-коммуникации ВУЗов со своими студентами. Региональный аспект развития Интернет-коммуникации ВУЗов со своими студентами основан на тотальной региональной выборке: в области

нашего внимания все ВУЗы, осуществляющие свою деятельность на территории Краснодарского края.

Обобщая вышесказанное, мы можем сделать некоторые предварительные выводы:

1. Студенчество можно рассматривать как некоторую социокультурную систему, как студенческую субкультуру, средовым окружением которой являются молодежная субкультура, научное и профессиональное сообщество как части социального пространства. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной субкультуры ее формальная опосредованность и определенность сферой деятельности учебных заведений (в современной России это система ВУЗов, СУЗов и органов государственного управления ими).

2. Культура профессиональной самореализации студентов формируется как ценностно ориентированный комплекс наиболее активных образовательных практик студенческой субкультуры, духовные и материальные условия, а так же результаты их реализации. Культура профессиональной самореализации студентов представляет собой аспект бытования студенческой субкультуры. Современная культура профессиональной самореализации студентов включает в себя как традиционные, так и нетрадиционные (новые и модернизированные) образовательные практики. Под воздействием информационно-коммуникационных технологий происходит трансформация ценностных ориентаций в рамках образовательных практик. Так, анализируя полученные в ходе социологического исследования результаты, мы наблюдаем ценностную трансформацию актуальности информации, происходящей в рамках Интернет-коммуникации студенческой субкультуры: ярко выражена тенденция возрастания ценности мобильности и релевантности информации в ущерб ее достоверности.

3. Культура профессиональной самореализации как часть Интернет-коммуникации студентов современной России опирается на деятельность активных социальных групп студенческой субкультуры (по И.М. Сотникову: «идеалисты», «прагматики» и «карьеристы»), составляющих большую часть количественного состава студенчества (по нашим данным 76 % студентов ВУЗов

Краснодарского края), что является позитивным условием ее дальнейшего развития.

4. Интернет-коммуникация в студенческой среде не только быстро развивающийся модернизационный социокультурный процесс, но и процесс, на сегодняшний день, претендующий на ведущую роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов.

Кроме того мы можем предполагать, что ведущей специфической особенностью студенческой интернет-коммуникации на современном этапе социокультурного развития России остается разнородность используемого контента, интенсивность его динамических изменений (нарастание объемов информации, смена и полярность оценочных суждений об идентичных событиях и пр.) и слабая управляемость в направлении развития культуры профессиональной самореализации студенчества. А так же можем выдвинуть гипотезу, состоящую в том, что уровень культуры профессиональной самореализации студентов зависит от ориентации студенческой субкультуры на одну из элитных управленческих групп социального окружения: на профессиональное сообщество или на представителей молодежной культуры.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ КАК ЧАСТЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНТОВ РОССИИ

2.1. Ресурсы Рунета в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов

Для анализа и классификации ресурсов Рунета в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов необходимо выработать критерии отбора. Охватить весь быстро развивающийся контент Рунета не входит в наши задачи. Сама предложенная нами модель культуры профессиональной самореализации студентов как составная часть студенческой субкультуры, от управления которой, на наш взгляд, зависит в целом управляемость студенчества, представляет возможность диагностики эффективного использования информационного ресурса Интернета в плане социокультурного строительства и проектирования перспективной социокультурной ситуации.

Логика развития личностной самореализации студента строится на чередовании статуса субъекта студенческой субкультуры: абитуриент → студент → специалист. Возможность реализации перечисленных статусных ступеней посредством интернет-коммуникации определяет категории интересующих нас ресурсов: 1) ресурсы направляющие самореализацию абитуриента в направлении перехода на студенческую ступень, 2) ресурсы направляющие самореализацию студента в направлении перехода на ступень специалиста, 3) ресурсы направляющие профессиональную самореализацию специалиста в направлении трудоустройства. Но даже это ограничение контента Рунета значительно расширяет границы нашего исследования. С точки зрения достаточности эмпирической базы для теоретических выводов можно ограничиться случайной

выборкой ресурсов из выкладки на первых страницах наиболее популярных поисковых систем.

Наиболее актуальным вопросом для абитуриента является выбор учебного заведения, следовательно, нас могут интересовать каталоги учебных заведений России. Из ресурсов, направляющих самореализацию студента в направлении перехода на ступень специалиста, мы анализируем пример контента Интернет портала МГУ им. М.В. Ломоносова [299], в сравнении с сайтами СПбГУ [327] и НГУ [310]. Для выпускников СУЗов и ВУЗов наиболее актуальной проблемой является трудоустройство. Поэтому наше внимание останавливается и на анализе популярных электронных кадровых ресурсов, кроме того мы обращаем внимание на присутствие тематики трудоустройства студенчества при анализе других Интернет-ресурсов.

Таким образом, опираясь на ведущие направления самореализации согласно трем ступеням развития студенческой субкультуры, мы определяем категории Интернет-ресурсов, которые нас интересуют. Пользуясь поисковыми системами Яндекс [348] и Google [356], мы отбираем по 20 тематических ресурсов, из которых детально анализируем один, в сравнении с случайной подборкой альтернативных тематических ресурсов.

На сегодняшний день одним из ведущих отечественных каталогов учебных заведений на просторах Рунета остается Федеральный портал «Российское образование» [325]. Портал был создан в 2002 году в рамках проекта «Создание первой очереди системы федеральных образовательных порталов» Федеральной целевой программы «Развитие единой образовательной информационной среды» на 2001-2005 годы (ФЦП РЕОИС). Проект был осуществлен и сопровождается ФГАУ Государственным научно-исследовательским институтом информационных технологий и телекоммуникаций (ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»). Директор института К.В. Казаков. В форме федеральных целевых программ портал дважды финансировался: ФЦП РЕОИС 2003-2005 и ФЦПРО 2006-2010. В 2008 году Портал был удостоен Премии Правительства РФ в области образования.

Среди других, реализуемых ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика» проектов, следует отметить Федеральную университетскую компьютерную сеть России RUNNet (1994-2015 совместно с Министерством образования и науки РФ) [359], Единое окно доступа к образовательным ресурсам (2005-2013 в 2006-2010 совместно с Министерством образования и науки РФ), Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (2006-2015) [278], Сайт поддержки открытой модульной системы электронного документооборота и контроля исполнения поручений (2009-2011) [328], используемой Министерством образования и науки России и рядом других ведомств и др.

Портал «Российское образование» занял ведущие позиции благодаря тому, что стал первым наиболее полным каталогом учебных учреждений России, представляет полный спектр отраслей образования, широкий диапазон метаописаний образовательных интернет-ресурсов и получил мощную государственную финансовую поддержку.

Образовательные порталы и университетские центры, экспортирующие метаописания образовательных интернет-ресурсов на страницы Федерального портала (по данным со страниц самого портала) [325]:

- 1) Российский общеобразовательный портал – 10766 ресурсов;
- 2) Российский портал открытого образования – 4851 ресурс;
- 3) Федеральный портал «Инженерное образование» – 3014 ресурсов;
- 4) Федеральный портал «Гуманитарное образование» – 2413 ресурсов;
- 5) Естественно-научный портал – 1908 ресурсов;
- 6) Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» – 1751 ресурс;
- 7) Специализированный портал «Здоровье и образование» – 772 ресурса;
- 8) Омский государственный университет – 734 ресурса;
- 9) Московский Институт Электронной Техники (Технический Университет) – 499 ресурсов;
- 10) Новгородский государственный университет – 459 ресурсов;

- 11) Северо-кавказский государственный университет – 399 ресурсов;
- 12) Ростовский государственный университет – 182 ресурса;
- 13) Тверской государственный университет – 18 ресурсов.

В общей сложности в Федеральном портале интегрировано 27766 ресурсов.

Кроме того: 1) при составлении каталога учебных заведений используются ссылки на их официальные сайты, 2) используются ссылки на официальные сайты органов управления образованием, 3) используются ссылки на смежные информационные ресурсы, 4) ссылки на ресурсы тематических СМИ, 5) ссылки на ресурсы научно-исследовательских институтов, 6) ссылки на фонды, участвующие в финансировании науки и образования.

В каталоге учебных заведений России на январь 2015 г. представлено 3555 техникумов и колледжей всех регионов России, 2596 университетов, академий и институтов. Кроме того в каталоге представлено 595 научно-исследовательских организаций, 49254 школы, 1251 учебное заведение начального профессионального образования. На октябрь 2016 г. – 3558 техникумов и колледжей, 2614 университетов, академий и институтов. Т. е., согласно каталога Федерального портала мы наблюдаем в целом по России прирост учебных заведений среднеспециального и высшего образования.

С учетом интенсивности развития цифрового контента Рунета приведенная статистика на момент обнародования нашего исследования может отличаться в сторону увеличения объемов содержания метаописаний. Важным для нас фактом является масштабность контента анализируемого портала и сосредоточенность в рамках портала информационного контента большинства образовательных учреждений России.

Альтернативные каталоги:

1. Вузы России(<http://vuz.edunetwork.ru>) [338];
2. Вузы России (<http://www.provuz.ru/vuz/>) [268];
3. Вузы России (<http://www.1000vuzov.ru/>) [269];
4. Информационный портал о высшем и дополнительном образовании в России ACADEMICA (<http://academica.ru/>) [284];

5. Инновационные вузы РФ / РГПУ им. А. И. Герцена (<http://portal.gersen.ru>) [281].

Охватить полный объем Интернет-каталогов ВУЗов и СУЗов, представленных в Рунете, в рамках нашего исследования не представляется возможным. Потому мы не претендуем на целостность предпринятого нами анализа формирующегося контента, но можем обратить внимание на некоторые отдельные общие характеристики.

Прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, что создатели контента каталогов учебных учреждений в Рунете больше внимания уделяют «шапке» (верхней части) сайта, нежели «подвалу» (нижней официальной части).

В практике сайто-строительства наиболее распространено конструктивное решение, когда «шапка» и «подвал» остаются неизменными на всех страницах сайта, что позволяет идентифицировать информационный материал страниц отдельного сайта так же, как и с помощью иных дополнительных дизайнерских решений. При этом если «шапка» сайта несет в себе нагрузку обязательной оригинальности в рамках самопрезентации, которая призвана выделить отдельный сайт из множества других, то «подвал» функционально предназначается для: 1) определения авторства контента (©) или структурного и дизайнерского решения сайта, 2) определения актуальности контента сайта (указываются даты создания и последнего обновления информации например: 1991-2015), 3) определения правового статуса ресурса (кому принадлежит, кто несет ответственность за оригинальность и достоверность контента, является ли сайт СМИ и пр.).

Отсутствие полной функциональной информации (ее односторонность или полное отсутствие) в «подвале» сайта создает ситуацию, когда реципиент Интернет-коммуникации имеет все основания задаться вопросами: «Почему авторы контента скрываются?», «Не вводят ли они намерено в заблуждение?», «Не является ли представленный контент ложной (не соответствующей действительности) информацией?». Сама возможность постановки подобного

рода вопросов подрывает авторитет авторов контента и, соответственно, ограничивает коммуникативный ресурс заявленного контента.

Так наиболее детально анализируемый нами наиболее мощный в Рунете тематический контент портала «Российское образование» [325], в виду отсутствия официальной правовой информации в «подвале» главной страницы, вызывает сомнения. Официальная информация располагается авторами сайта на отдельной странице. Но такое решение предполагает допущение, что авторы несут ответственность только за материалы, представленные на странице с официальной информацией, а остальной контент ни кому не принадлежит и может не соответствовать авторским представлениям о правдивой информации. Иными словами, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика» осознано или ввиду недостатка компетенции дискредитирует Федеральный портал «Российское образование» и информационную политику Минобрнауки РФ в Интернете.

Примерами аккуратного обращения с официальной информацией «подвала» сайта могут служить специализированные ресурсы «КонсультантПлюс» [287] или «Официальный интернет-портал правовой информации» [313]. Из рассмотренных нами тематических ресурсов только сайт РГПУ им. Герцена не вводит своего посетителя в заблуждение по вопросам ответственности за представленный контент (правда в пределах до 2011 года). Остальные же на себя такой ответственности не возлагают, хотя большинство требуют от посетителей соблюдения российского и международного авторского законодательства в плане использования информации с их страниц.

Описанная ситуация позволяет нам сделать вывод, что в Рунете пока еще только развиваются стандарты самопрезентации Интернет-ресурсов. Что требует от пользователей Интернета высокой степени информационной культуры и специальных навыков определения достоверности информации.

В отличие от Интернет-каталогов, являющихся средствами массовой информации по определению (из рассмотренных нами, фактически как СМИ зарегистрирован только портал «Российское образование»), сайты и порталы ВУЗов могут быть реализованы и в качестве оригинальной электронной

образовательной среды, и в качестве платформы научного сообщества, и т. д. Многофункциональное назначение Интернет-ресурсов учебных заведений исключает необходимость их государственной регистрации в качестве СМИ. Однако от этого они не перестают оставаться средствами массовой коммуникации, в рамках которых можно обнаружить и электронные периодические издания.

Сайты ведущих ВУЗов России (МГУ, СПбГУ, НГУ) все имеют оформленный «подвал»: полную официальную информацию. Все они не являются зарегистрированными средствами массовой информации.

На апрель 2014 года: сайты МГУ и НГУ имеют двуязычную структуру коммуникации (русский и английский языки), сайт СПбГУ вещает и на китайском языке, кроме того предлагает версию сайта для слабовидящих; перечисленные параметры выгодно выделяют коммуникативный ресурс сайта СПбГУ. В апреле 2016 года: на всех трех сайтах есть версия для слабовидящих, МГУ добавил версию на китайском языке.

Анализируемые сайты осуществляют репостинг (дублирование) своих материалов в социальных сетях. МГУ: две группы в «Facebook» («Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» [296] и «Дневник Московского университета» [276]), две группы в «В контакте» («МГУ имени М.В. Ломоносова» [300] и «Дневник Московского университета» [277]) и ленту новостей ректора университета в «Twitter» [361], кроме того предлагает подписку на свои новости. СПбГУ имеет: Коммуникационный Сервер в CommuniGate Pro [354], свой раздел в «Facebook» [360], в «YouTube» [337], в «Twitter» [336], кроме того предлагает собственную общую RSS-ленту (возможность подписки на обновляемый контент сайта) и отдельно по разделам новостей и анонсов. НГУ осуществляет репостинг: в «Facebook» [305], в «В контакте» [306], в «Twitter» [304]. Собранные сведения позволяют заключить, что ведущие ВУЗы России активно осуществляют свою информационную политику в социальных сетях Интернет.

Анализируемые сайты все имеют поисковый навигационный инструмент: на портале МГУ он продублирован и предлагает поиск информации по всем сайтам МГУ, поисковик СПбГУ так же продублирован и предлагает поиск информации на данном сайте и в Интернете, поисковая программа НГУ предлагает поиск по всему сайту и отдельно по разделу «новости».

В свете интенсивно развивающегося контента (объемов накапливаемой информации и изменения степени ее актуальности) организация навигационных инструментов сайта (постраничный интерфейс) имеет определяющее значение, организует доступность контента, а, следовательно, определяет его коммуникационный потенциал. Главная страница любого сайта является презентацией его функционального назначения, отвечая на вопросы: с кем и с какой целью осуществляется коммуникация. Удобство (простота и функциональность) навигационных инструментов главной страницы сайта предполагает интенцию облегчения интернет-коммуникации пользователей сайта между собой и с операторами (коммуникаторами) сайта.

Опираясь на интересы студенческой субкультуры мы выделяем два основных параметра оценки контента главных страниц анализируемых сайтов. Первый параметр – это *«обращенность»*. Он указывает на адаптацию навигационных инструментов к коммуникации с целевой аудиторией. В нашем случае это: абитуриенты (поступающие) – в таблице контент-анализа «А», студенты (учащиеся) – «С» и работодатели «Р» (потребители результатов образовательной деятельности ВУЗов). Анализируя содержание навигационных инструментов (ссылок на информационные материалы или на разделы сайта) мы будем учитывать адресную направленность их на целевую аудиторию. Кроме того нас интересует освещение основной деятельности ВУЗов. Вторым параметром оценки мы определяем *«деятельность»*. В контексте развития интернет-коммуникации студенчества нас интересует образовательная деятельность ВУЗа, в таблице контент-анализа «О», научная «Н» и трудоустройство «Т».

Анализу подлежат все навигационные инструменты главной страницы, весь интерфейс прямого доступа. Для сравнения мы приводим общее количество

навигационных инструментов, что позволяет нам выделить коммуникационный ресурс сайтов. Данное сравнение позволяет нам выделить процент коммуникационного ресурса, использованного для развития культуры самореализации студентов посредством интернет-коммуникации. В результате подсчета мы имеем следующие количественные показатели:

на апрель 2014 года [прил. 6 А]

ВУЗы	Всего нав. инстр.	Обращение			Деятельность		
		А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
МГУ	90	2 (2,2%)	7 (7,8%)	2 (2,2%)	4 (4,4%)	8 (8,9%)	2(2,2%)
СПбГУ	119	2 (1,7%)	8 (6,7%)	3 (2,5%)	11 (9,24%)	18 (15,1%)	1 (0,8%)
НГУ	254	18 (7%)	44 (17,%)	2 (0,8%)	37 (14,57%)	11 (4,3%)	0
Всего	463	22	59	7	52	37	3
К. рес. %	100%	4,75%	12,74%	1,51%	11,23%	7,99%	0,65%

и на апрель 2016 [прил. 6 Б]

ВУЗы	Всего нав. инстр.	Обращение			Деятельность		
		А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
МГУ	93	7 (7,52 %)	10 (10,75 %)	4 (4,3%)	5 (5,37 %)	6 (6,45 %)	2 (2,2 %)
СПбГУ	112	4 (3,57 %)	4 (3,57 %)	0	11 (9,82 %)	15 (13,39 %)	2 (1,79 %)
НГУ	158	10 (6,33 %)	30 (18,99 %)	2 (1,27 %)	36 (22,78 %)	21 (13,29%)	0
Всего	363	21	44	6	52	42	4
К. рес. %	100 %	5,79 %	12,12%	1,65 %	14,33 %	11,57 %	1,1 %

Последняя строчка таблицы позволяет суммировать процентные показатели. В результате мы можем утверждать, что ведущие ВУЗы России уделяют развитию культуры самореализации студентов в 2014 году 38,87 % и в 2016 году 46,56 % коммуникационного ресурса своих сайтов. Мы констатируем рост внимания на сайтах ведущих университетов России к развитию культуры профессиональной самореализации студентов. Это говорит о возрастающей роли интернет-коммуникации ВУЗов в этом направлении и о позитивной тенденции к

развитию управляемости этого элемента студенческой культуры. Однако темпы роста показателя (за два года на 7,69 %) по сравнению с нереализованным потенциалом (более 50 %) информационного ресурса позволяют предполагать отсутствие целенаправленной информационной политики в данном направлении. Скорее ВУЗы вынуждено идут на взаимодействие со своей целевой аудиторией в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов, предпочитая общение с иными респондентами (например, с учреждениями государственного управления или с иными спонсорами).

Наименьшее внимание уделяется ведущими ВУЗами России коммуникации (1,51 % – 2014 г.; 1,65 % – 2016 г.) с работодателями и трудоустройству студентов и выпускников (0,65 % – 2014 г.; 1,1 % – 2016 г.). Эти показатели свидетельствуют о слабой ориентации ведущих ВУЗов России на осуществление собственной социальной политики. Между тем направление социального партнерства имеет скрытый ресурс самофинансирования за счет привлечения средств потенциальных работодателей студентов и выпускников образовательных учреждений. Дело ведь не в том, что выпускники престижных ВУЗов не найдут себе работы, а в том, что кадровая политика работодателей не ориентирована на финансовое участие в образовательной деятельности учебных заведений, а экономическая деятельность ВУЗов не ориентирована на привлечение этого колоссального ресурса.

В 2016 г. на сайтах СПбГУ и НГУ мы отмечаем иную форму социального партнерства – «Эндаумент» (от англ. endowment – снабжение, вклад). Опираясь на опыт европейских и американских университетов, ведущие учреждения высшего образования России предпочитают использовать информационный ресурс своих сайтов для рекламы своих Эндаумент-фондов, нежели ориентировать свой контент на коммуникацию с работодателями и работу по трудоустройству выпускников.

Обращает на себя внимание структурированность навигационных инструментов сайта НГУ по направлениям коммуникации разделами «Абитуриентам», «Студентам», «Выпускникам», «Сотрудникам», «Партнерам»,

«СМИ», что значительно расширяет его коммуникационный ресурс: в 2014 г. 54,86% коммуникационного ресурса трех сайтов приходится на пространство сайта НГУ. Что говорит не только об удобстве навигации по сайту НГУ, но и о коэффициенте его полезного действия. Благодаря несложному техническому решению сайт НГУ значительно повышает актуальность своего контента.

Самый сложный в плане навигации сайт МГУ. Он же имеет в наличии меньшее число навигационных инструментов. Из 90 ссылок (навигационных инструментов) главной страницы 2 (2,2%) обращены к абитуриентам, 7 (7,8%) обращены к студентам, 2 (2,2%) обращены к работодателям, 4 (4,4%) посвящены освещению образовательной деятельности, 8 (8,9%) – науке, 2 (2,2%) – трудоустройству студентов и выпускников. Остальные $90 - (2+7+2+4+8+2) = 65$ навигационных инструментов портала МГУ направлены на коммуникацию с иными реципиентами (не абитуриентами, не студентами, не работодателями).

Тот же показатель сайтов СПбГУ $119 - (2+8+3+11+18+1) = 76$ и НГУ $254 - (18+44+2+37+11+0) = 142$ свидетельствует о многофункциональности Интернет-ресурсов ВУЗов. Со временем объемы контента будут только расширяться, что дополнительно актуализирует проблему доступности навигации в нем.

Следует учесть, что студенты и абитуриенты не всегда обладают достаточной степенью информационной культуры, чтобы с легкостью ориентироваться в больших объемах контента. Поэтому простота навигации – один из определяющих критериев оценки ориентированности сайта на развитие интернет-коммуникации со студенческой аудиторией. По этому показателю безусловным лидером является сайт НГУ. Главным фактором, на наш взгляд, определяющим доступность контента сайта НГУ для студентов является его обращенность к студенческой аудитории, выраженная в структурированности навигации по сайту: имеется раздел сайта «Студентам».

Слабым же местом контента сайтов ведущих ВУЗов России остается освещенность проблемы дальнейшего трудоустройства их выпускников.

Очевидно, что комплексно задача содействия развитию культуры профессиональной самореализации студенчества посредством интернет-коммуникации организаторами рассмотренных ресурсов не ставилась.

Проблема трудоустройства выпускников ВУЗов России имеет множество измерений.

В рамках интернет-коммуникации в Рунете широко представлены сервисы обмена информацией о рынке вакансий, в том числе для специалистов с высшим и среднеспециальным образованием. Весь специализированный на информации о рынке вакансий контент можно разделить на группы ресурсов: 1) официальные сайты государственных учреждений (Центры занятости населения) [324], 2) специализированные разделы сайтов непосредственно работодателей [266], 3) сайты агентств, специализирующихся на сборе и реализации информации о рынке вакансий [318, 319], 4) электронные «доски объявлений» [320], 5) *фишинговые сайты* [257].

Под *фишинговыми* (интернет-жаргон от англ. fishing – рыбалка) сайтами мы понимаем ресурсы, специализирующиеся на привлечении и удержании внимания интернет-пользователей единственно с целью повышения собственного рейтинга для привлечения контекстной рекламы. По существу речь идет о форме мошенничества, не противоречащего несовершенному в области новейших информационных технологий законодательству. Фишинговые ресурсы всегда ориентированы в тематике своего контента на наиболее актуальные и популярные поисковые запросы. Но пользовательской ценности, как правило, не представляют. Их содержание методично выстраивается вокруг популярной темы, но не предоставляет искомой информации, а выдает за таковую ложь, информацию не соответствующую действительности. То, что при поиске информации о вакансиях, о работе, о приработке натыкаешься на подобные ресурсы, свидетельствует лишь о достаточной популярности поискового запроса и о том, что фишинг представляет определенную угрозу пользователям с низким уровнем информационной культуры. Кроме того в Интернете достаточно и явно мошеннических сайтов, созданных только для того, чтобы выманивать деньги у

доверчивых пользователей. Такие сайты попадают в поисковые выкладки по запросам «Работа», «Заработки», «Вакансии» и пр.

О популярности поисковых запросов по вакансиям говорит и специализированный раздел поисковой системы Яндекса [351], и то, что электронные доски объявлений, как правило, обязательно имеют подобные разделы [320].

Тема поиска работы в Рунете настолько популярна, что с помощью раздела «Вакансии» можно продвигать фирменный сайт. Наличие такого раздела гарантирует посещаемость сайта как реальными пользователями, занятыми поиском работы, так и нет-ботами (программными продуктами) интерактивных кадровых агентств, заинтересованных в пополнении своей базы сведений.

Если поисковик Google в своей выкладке, как правило, ориентируется на популярность пользовательских запросов, то в выкладке Яндекса усматривается политика ООО «Яндекс»: в первой строчке чаще всего раздел Яндекса, второй строчкой идет ресурс Федеральной службы по труду и занятости, далее выкладка по релевантности. Обязательной частью выкладки является реклама, о чем свидетельствует информирующая надпись. Нередко к рекламе прибегают специализированные на информации рынка труда медиа агентства, и фишинговые ресурсы. Если как реклама помечен ресурс непосредственного работодателя, это может означать срочность набора персонала в данном предприятии или учреждении.

Основу рынка труда в Рунете составляют объявления о вакансиях от работодателей и резюме соискателей. Если объявления о вакансиях на сайтах работодателей следует считать первичной и в зависимости от сроков публикации достаточно актуальной информацией, то информация большинства специализированных медиа агентств вторична, и ориентирована на привлечение не только резюме соискателей, но и как на фишинговых ресурсах на удержание внимания пользователя и увеличение своего сетевого трафика. От этого зависит рейтинг агентства и уровень доверия к его банку информации со стороны реальных работодателей, осуществляющих реальную кадровую политику в сети.

В плане развития культуры профессиональной самореализации студентов в рамках интернет-коммуникации необходимо учитывать специфику корпоративной культуры, влияющую на кадровую политику любого работодателя.

Прежде всего, любой работодатель заинтересован в привлечении специалистов с опытом работы. И студенты оказываются в парадоксальной ситуации, распространенной во многих специальностях, где нет кадрового дефицита. Чтобы поступить на работу по специальности нужно иметь опыт работы, а как его получить, не поступив на работу?

В рамках современной корпоративной культуры развита модель состоятельности: молодому человеку предлагается поработать в низкооплачиваемой и не требующей высокой квалификации должности, зарекомендовать себя и пройти несколько уровней корпоративного обучения, а затем претендовать на должность по специальности на конкурсной основе. Данная модель стимулирует студентов совмещать учебу в образовательном учреждении с работой и учебой в корпоративной системе повышения квалификации.

С одной стороны такая модель компенсирует отставание большинства учебных заведений от развития рынка труда: контент-анализ сайтов ведущих ВУЗов России и Краснодарского края выявил слабую ориентированность информационной политики ВУЗов в Интернете на решение проблем трудоустройства студентов и выпускников [см. прил. 1-4, 6]. С другой стороны такая ситуация дискредитирует отечественную систему профессионального образования и значительно увеличивает нагрузку на наиболее активные социальные группы студенчества: наш социологический опрос студентов Краснодарского края показал, что 54 % опрошенных совмещают учебу с работой [прил. 5.8].

По нашему мнению, такая ситуация не только дискредитирует отечественную систему профессионального образования, но и снижает уровень самого профессионального образования, превращая дипломы государственного

образца из символа профессионального мастерства в символ социального статуса, который можно различным образом, в том числе и незаконным, приобрести не прилагая усилий в направлении образования и самосовершенствования.

Модель корпоративного обучения, на наш взгляд, должна сосуществовать с университетской образовательной системой в рамках здоровой конкуренции, предоставляя альтернативные возможности социализации молодого поколения. Отечественная же система ВПО, в лице ВУЗов, нуждается в совершенствовании коммуникации со студенческой субкультурой.

Корпоративная культура не должна стать единственной безальтернативной системой социализации молодежи. Такая перспектива усилила бы социальную стратификацию российского общества и ограничила бы доступ молодежи к традиционной для отечественной высшей школы гуманитарной широте и глубине знаний.

Обобщая полученные в ходе анализа ресурсов Рунета в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов, мы наблюдаем срез отечественной культуры, от развития которого зависит перспективная социокультурная ситуация. Следовательно, предложенная нами модель культуры профессиональной самореализации применима для мониторинга и прогнозирования отдельных тенденций социокультурного развития. И мы приходим к выводу о целесообразности дальнейших исследований в этом направлении. Учитывая ведущую роль интернет-коммуникации в развитии культуры профессиональной самореализации студентов, предложенная система мониторинга при дальнейшем методическом совершенствовании позволяет осуществлять дистанционные исследования, опираясь на динамику развития Интернет-ресурсов. Такие формы мониторинга не требуют больших затрат, поэтому представляются достаточно перспективными.

Кроме того, с точки зрения развития общей теории культуры, мы считаем целесообразным включение в межпредметный научный дискурс (культурология, педагогика, психология, менеджмент, теория социальной коммуникации и др.) введенного нами термина «культура профессиональной самореализации

студентов» для продолжения исследований описываемых с его помощью явлений социальной жизни.

Таким образом, ресурсы Рунета в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов являются мощным фактором влияния на развитие перспективной социокультурной ситуации и требуют постоянного внимания профессионального сообщества (педагогов, культурологов, менеджеров социокультурной сферы и образования) для мониторинга и прогнозирования отдельных тенденций. Кроме прогнозов экспертное сообщество может выработать ряд рекомендаций по осуществлению информационной политики в Интернете как для системы высшего образования, так и для отдельных производителей и потребителей исследованного нами контента.

2.2. Анализ контентного содержания сайтов учебных учреждений высшего образования Краснодарского края

Формирование культуры профессиональной самореализации студентов одна из проблемных задач высшей школы. В свете интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий возрастает роль интернет-коммуникации ВУЗов со студентами всех форм обучения, в том числе в сфере развития студенческой культуры профессиональной самореализации.

Студенческую субкультуру (термин И.М. Сотникова) как социокультурное образование и подсистему молодежной субкультуры отличает организация вокруг учебных заведений. Выделить студенческую субкультуру как ядро молодежной культурной системы позволяют нам исследования Н.Н. Ерохиной, Н.Н. Павелко, В.Н. Филяновой, Л.В. Мосиенко и ряда других отечественных ученых.

В СССР в партийно-государственной, а соответственно и в научной, терминологии использовались понятия студенческой молодежи и «рабочая» или «пролетарская» молодежь. Эти понятия встречаются в историческом контексте, в социологических исследованиях, в педагогике, политологии и в других аспектах гуманитарных наук.

В современных исследованиях отечественных ученых можно встретить понятия студенческой среды, студенческого сообщества, студенчества.

Опираясь на анализ многочисленных источников, проделанный нами в предыдущей главе, мы можем утверждать, что в разные ученые рассматривают одно и то же явление в сфере социальной дифференциации общества, давая синонимичные определения студенческой субкультуре. Кроме возрастного признака студенческая субкультура выделяется основным видом деятельности, образовательной практикой, связанной с получением знаний в формализованных институтах образования, радикализмом политических убеждений и жизненной

позиции, инновационным переосмыслением ценностей доминирующей культуры и целым рядом других признаков.

Специфика культуры профессиональной самореализации студентов в аспекте влияния на нее интернет-коммуникации проявляется в наличии ряда специфических факторов развития. Ведущими факторами, на наш взгляд, являются: коммуникативное взаимодействие ВУЗов с целевой аудиторией (абитуриенты, студенты и работодатели), осуществляемое посредством Интернета и освещенность важнейших для студентов сфер профессиональной самореализации (образование, наука, трудоустройство). Таким образом, интернет-коммуникация ВУЗов, раскрывающая информационную политику учреждений образования, в том числе и в области развития культуры профессиональной самореализации студентов, является базовым фактором развития. При этом от активности информационной политики ВУЗов в Интернете в значительной степени зависит качество конструирования студентами собственной интернет-коммуникации, поскольку студенческая субкультура образуется и существует вокруг институциональности учреждений образования. А значит, качество профессиональной самореализации студентов отдельных ВУЗов в рамках интернет-коммуникации находится в непосредственной зависимости от информационной политики учреждений образования в Интернете.

Следует отдельно уточнить дефиницию понятия *интернет-коммуникация*, под которым мы понимаем движение смыслов, осуществляемое посредством мультимедийного средства связи, каким является Интернет.

Отталкиваясь от определения социальной коммуникации, данного А.В. Соколовым: «Социальная коммуникация есть движение смыслов в социальном времени и пространстве» [197, с.32], – мы представляем современную студенческую субкультуру в качестве социального пространства, образованного в результате коммуникации ВУЗ (ВУЗы) ↔ студент (студенты). И поскольку это коммуникационное взаимодействие имеет текстуальное отражение на страницах сайтов высших учебных заведений в Интернете, у нас есть возможность путем контент-анализа смысловых элементов этих сайтов выявить степень

обусловленности студенческой культуры профессиональной самореализации информационной политикой ВУЗов в сети Интернет.

В качестве методического основания для реализации задуманного мы рассматриваем аналитические приемы американских и европейских социологов и антропологов, изложенные Г.Г. Почепцовым [188], нашедшие применение в отечественной и украинской культурологии [248].

Основной формой организации и реализации информационной политики ВУЗа в Интернете является собственный сайт. Наличие сайта свидетельствует о наличии информационной политики ВУЗа в Интернете. Другие формы, такие как: присутствие ВУЗа в социальных сетях и на других сторонних ресурсах (библиотеки, каталоги и пр.), участие в интерактивных формах научной деятельности (интернет-конференции, интернет-издания и пр.), – можно считать вспомогательными. Только собственный сайт позволяет ВУЗу сформировать собственное лицо в Интернете, своеобразный интернет-имидж, и управлять любыми другими вспомогательными формами интернет-активности.

Таким образом, наличие сайта ВУЗа – первейший критерий оценки его информационной политики в Интернете. А соответственно и первый наш количественный показатель, позволяющий выявить процент ВУЗов Краснодарского края, осуществляющих информационную политику в Интернете. Кроме того данный показатель может расцениваться как коммуникационный ресурс ВУЗов в Интернете или, в свете ниже приведенных цифр, как коммуникационный потенциал, зачастую используемый не в полной мере.

Чтобы определить степень влияния информационной политики ВУЗов Краснодарского края на культуру профессиональной самореализации как части Интернет-коммуникации студентов, мы проанализируем два качественных показателя, отраженных в главном меню главных страниц изучаемых сайтов.

Первый показатель условно назовем «Обращение».

Нас интересует наличие в главном меню сайта категорий разделов типа: «Абитуриенту» (или «Поступающему»), «Студенту», «Работодателю» (в таблице столбцы соответственно «А.», «С.» и «Р.» [прил.1, 2]).

Подчеркнем, что нас интересует обращение ВУЗа посредством сайта к отдельным реципиентам коммуникационного взаимодействия, раскрывающее наличие и последовательность информационной политики учебного заведения.

Идеальная модель интернет-коммуникации ВУЗа формируется из следующих приоритетов: (1) абитуриенты необходимы ВУЗу для приема (2) студентов, из которых изготавливается «продукт» для (3) работодателя, соответствует логике развития профессионального самосознания студента от выбора ВУЗа и специальности в качестве абитуриента до выбора работодателя в качестве специалиста. При этом мы собираемся измерять лишь количественные показатели намерений ВУЗов, отраженные в постоянных категориях разделов главных меню сайтов. Конструкция интерфейса главной страницы сайта, а тем более выделение отдельных постоянных рубрик, свидетельствует о стратегических намерениях осуществлять информационную политику в Интернете в обозначенных сферах. Отсутствие же определенных рубрик говорит об иных стратегических целях. Таким образом, контент-анализ содержания главного меню главной страницы интерфейса ВУЗовского сайта раскрывает и латентную интенцию информационной политики рассматриваемого ВУЗа или ВУЗов. То есть выявленные нами показатели могут свидетельствовать как о наличии информационной политики ВУЗов в изучаемом нами аспекте, так и об ее отсутствии или непоследовательности, неопределенности. Чтобы выявить последовательность развития информационной политики ВУЗов Краснодарского края в плане совершенствования коммуникации со студентами, мы выполним свои исследования дважды с промежутком в пол года (6 месяцев). Полученные данные позволят проследить тенденцию развития интернет-коммуникации ВУЗов.

Количественные показатели: наличие указанных категорий разделов типа «Абитуриенту», «Студенту», «Работодателю», – позволят нам в процентном соотношении выявить намерения ВУЗов по отношению к студентам, их заинтересованность в профессиональной самореализации студентов в рамках Интернет-коммуникации посредством собственных сайтов.

Второй качественный показатель – это деятельность ВУЗа, в рамках которой может осуществляться профессиональная самореализация студентов. Мы ограничиваемся подсчетом в главном меню сайта категорий разделов типа: «Образование», «Наука», «Трудоустройство» (в таблице соответственно «О.», «Н.» и «Т.» [прил. 1, 2]). Категории разделов могут иметь иные названия на сайтах (к примеру «Обучение», «Учебно-воспитательная работа» или «Студенческое кадровое агентство» и др.), принимаемые нами как фактическое свидетельство наличия деятельности ВУЗа в интересующей нас отрасли.

Обращаем внимание, что в данной работе мы не оцениваем какие-либо параметры материалов обозначенных разделов. Для выявления объективной картины намерений участия ВУЗов региона в формировании культуры профессиональной самореализации студентов в рамках Интернет-коммуникации на данном этапе исследования нам достаточно сформировать количественные показатели наличия таких разделов. Как наличие сайтов ВУЗов говорит о наличии их информационной политики в Интернете, так наличие специализированных разделов в прямом навигационном доступе (главное меню главной страницы) говорит о направленности этой политики. Что мы и собираемся констатировать в итоге исследовательской работы.

По данным федерального портала «Российское образование» [325] на апрель 2014 года в России, за исключением Крыма и Севастополя, насчитывается 2726 учреждений высшего образования (ВУЗов), имеющих статус университета, академии, института или регионального филиала. Анализ доступной информации данного портала показывает, что большинство головных (основных) ВУЗов России развивают собственные сайты в Интернете, большая часть филиалов ориентирована на ресурсы головных учреждений, а некоторые создают и собственные.

Выбранный нами ресурс «Российское образование» (www.edu.ru) имеет в своем информационном поле постоянно обновляемый наиболее полный каталог ВУЗов России. Частота обновления информации о ВУЗах зависит от активности участия самих учебных заведений в редактировании каталога.

Таким образом, мы можем считать, что оперируем объемом информации, предоставленным интересующими нас ВУЗами. Эта информация может отличаться от действительной в той мере, в какой ее оперативность определяется информационной политикой самих ВУЗов.

В 2014 году Краснодарский край по количеству ВУЗов (109) занимает четвертое место в России после Москвы (301), Московской области (139) и Санкт-Петербурга (110), опережая Тюменскую (94) и Ростовскую (84) области. Из общего количества ВУЗов на территории Краснодарского края действуют 34 головных (основных) учреждений и 75 филиалов, из которых 33 филиала головных учреждений образования Краснодарского края и 42 филиала ВУЗов других регионов РФ.

Дифференциация ВУЗов на основные, филиалы ВУЗов Краснодарского края и филиалы ВУЗов других регионов позволит нам получить дополнительную информацию, раскрывающую в сравнении общую региональную картину роли различных ВУЗов в формировании культуры профессиональной самореализации студентов.

Из 34 головных (основных) ВУЗов Краснодарского края по сведениям на апрель 2014 года [прил. 1] 6 (17,65%) не представили собственные сайты в исследуемый нами общероссийский каталог, следовательно, по различным причинам не имеют собственной информационной политики в Интернете или она находится на стадии формирования. Все филиалы либо развивают собственные сайты, либо ориентированы на сайты основных учебных заведений.

24 (72,73%) филиала ВУЗов, чьи головные учреждения находятся в Краснодарском крае, по данным на апрель месяц [прил. 1] ориентируются на сайты головных учреждений. Т. о. не имеют самостоятельной информационной политики в Интернете. Лишь 9 (27,27%) филиалов кубанских ВУЗов способны самостоятельно влиять на развитие культуры профессиональной самореализации студентов в рамках Интернет-коммуникации.

Из 42 филиалов ВУЗов иных регионов развивают собственные сайты 16 (38,1%), что на 10,83% больше показателей филиалов кубанских ВУЗов. Вместе с

тем большая часть филиалов ВУЗов других регионов так же ориентирована на информационную политику в Интернете своих головных учреждений [прил. 1].

Почти пополам распределились суммы собственных сайтов (50 сайтов – 48,64%) и ссылок на ресурсы головных ВУЗов (53 ссылки – 51,46%). Что позволяет нам констатировать: больше половины ВУЗов Краснодарского края находятся в зависимости от информационной политики своих головных учреждений [прил. 1].

Все сайты ВУЗов Краснодарского края в совокупности создают 103 потенциальных коммуникационных каналов (сайтов), что составляет 100% коммуникационного ресурса. Через них к *абитуриентам* в апреле 2014 года осуществляется 77 (74,76% ресурса) обращений, к *студентам* – 48 (46,6%), к *работодателям* 1 (0,97%) [прил. 1].

Показатели обращенности колоссального коммуникационного ресурса к реципиенту, единственно способному по достоинству оценить продуктивность деятельности ВУЗов, находится в пределах статистической погрешности!

Такую ситуацию можно однозначно трактовать – на период окончания 2013/2014 учебного года (апрель 2014 г.) информационная политика ВУЗов в Интернете не направлена на развитие коммуникации с потенциальным работодателем выпускников.

Следовательно, ВУЗы не видят необходимости корректировать свою образовательную деятельность с опорой на коммуникационное взаимодействие с потенциальными работодателями своих выпускников. А ведь подобная коммуникация не только может, но и должна являться дополнительным источником финансирования основной деятельности учреждений. Не только ведь опустошать казну государства и карманы студентов.

Мы констатируем так же, что на тот же период большая часть коммуникационного ресурса ориентирована на привлечение абитуриентов, почти в два раза менее заинтересованы ВУЗы Краснодарского края в Интернет-коммуникации со студентами.

Интересный показатель соотношения использования коммуникационного потенциала складывается у филиалов ВУЗов иных регионов: на абитуриентов и студентов тратятся одинаковые объемы коммуникационного ресурса (по 26 обращений, что составляет 61,9% коммуникационного ресурса) [прил. 1].

Из чего можно сделать вывод, что низкие показатели обращенности сайтов к студентам раскрывают специфику региональной информационной политики: ВУЗы Краснодарского края менее заинтересованы в коммуникации со студентами посредством Интернета, нежели их конкуренты из других регионов. На эти показатели, очевидно, влияет приоритет традиционной формы коммуникации – очной, когда студент может получить интересующую его информацию только по предъявлению студенческого билета (вход на лекции, в библиотеку, в администрацию ВУЗа, в общежитие и пр.).

Из 103 сайтов (100% коммуникационного ресурса) для освещения образовательной деятельности в главном меню главной страницы отводится 45 разделов (43,69%), для освещения научной деятельности отводится 67 разделов (65,05%), для освещения деятельности по трудоустройству студентов и выпускников 14 разделов (13,59%). При этом филиалы для освещения своей деятельности по трудоустройству студентов и выпускников реализуют в Интернет-коммуникации лишь 6,67% коммуникационного ресурса, когда основные ВУЗы – 32,14% [прил. 1].

Напрашивается вывод о незаинтересованности филиалов, какие бы ВУЗы они не представляли, в реализации коммуникационного потенциала сайтов с целью трудоустройства собственных студентов и выпускников. Здесь отражается общая для России ситуация спекуляции в отрасли образования, ориентированная на превышение спроса на образовательные услуги над предложением. Изменение ситуации неминуемо приведет к сокращению количества филиалов и повышению заинтересованности ВУЗов в качестве своих услуг, а основной показатель качества – востребованность на рынке труда выпускников ВУЗа.

Обобщая приведенные наблюдения, приходится констатировать, что информационная политика ВУЗов Краснодарского края в Интернете в большей

степени направлена на саморекламу с целью привлечения абитуриентов (74,76 % коммуникационного ресурса) [прил. 1]. Хотя и в этом направлении есть еще потенциал развития. ВУЗам, для которых Краснодарский край является вотчиной, следует учитывать положительный опыт коммуникативного взаимодействия со студентами посредством Интернета коллег из других регионов, по крайней мере, исходя из соображений здоровой конкуренции.

Практическое отсутствие интернет-коммуникации ВУЗов с потенциальными работодателями – крайне негативный фактор с позиций развития культуры профессиональной самореализации студентов. Этот фактор подрывает доверие студенчества к ВУЗу как управляющему коммуникатору. Помимо того, что он вычеркивает инфраструктуру вузовской Интернет-коммуникации из базиса культуры самореализации студенчества, он свидетельствует о неподготовленности ВУЗов Краснодарского края к развитию интерактивных форм социального партнерства, способных решать не только общественно значимые задачи, но и задачи насущные для самих учебных заведений.

Но не все так уж мрачно. Интернет-коммуникация ВУЗов РФ переживает свой подростково-юношеский возраст. Очевидно, сказывается недостаток специалистов-аналитиков в новой отрасли коммуникации. В любом случае вузовская Интернет-коммуникация имеет колоссальный потенциал влияния на развитие культуры профессиональной самореализации студентов.

Опираясь на наши наблюдения, мы констатируем, что логика развития контента вузовских сайтов ориентирует наиболее активных в области развития культуры самореализации студентов к реализации себя в науке: 65,05% коммуникационного ресурса сайтов ориентировано на освещение научной деятельности [прил. 1].

Интернет-контент очень гибкое информационное поле: изменение дизайна или навигации сайта не является сложной задачей. Гораздо сложнее сформировать стратегический концепт информационной политики ВУЗа в Интернете, предугадать все плюсы и минусы развития новой специфической сферы коммуникации и ориентировать техническую и художественную

(дизайнерскую) стороны сайта на достижение поставленных задач. Летний календарный период – время оценки текущей деятельности, пересмотра приоритетов развития, планирования дальнейшего развития и определение новых направлений. Поэтому повторный анализ рассмотренного нами контента на период окончания 2013/2014 учебного года целесообразно провести и на период начала нового 2014/2015 учебного года.

Мы обратились в октябре 2014 года к тому же источнику [325]. Повторное исследование выявило некоторые статистические изменения [прил. 2].

Обращает на себя внимание слабый темп изменений в обновленном контенте общероссийского каталога. Это нам говорит о незаинтересованности большинства ВУЗов в обновлении информации о себе.

Следовательно, не все ВУЗы на постоянной основе и планомерно осуществляют свою информационную политику в Интернете. Очевидно, что общее направление этой политики, определенное нами в предыдущем исследовании (апрель) сохраняет свои позиции: самореклама с целью привлечения абитуриентов, в ущерб практике повышения качества образовательных услуг.

Выявленные нами изменения коснулись, прежде всего, контента региональных ВУЗов Краснодарского края: на 6,8% возросла обращенность ВУЗов к потенциальным работодателям их выпускников, на 0,97% возросла деятельность ВУЗов в направлении трудоустройства выпускников [прил. 1, 2]. И эти изменения произошли именно с информацией ВУЗов, чьи головные учреждения расположены на территории Краснодарского края. Наглядно изменения представлены на графике [прил. 3].

Мы можем говорить о положительной динамике развития контента сайтов региональных ВУЗов Краснодарского края в исследуемом нами аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов в рамках Интернет-коммуникации. Констатируемая положительная динамика свидетельствует о возрастающей роли интернет-коммуникации в данной отрасли и развитии

информационной политики ВУЗов в Интернете. И, следовательно, о наращивании деятельности ВУЗов в этом направлении.

Между тем темп происходящих изменений не велик. Сравнивая количественные показатели исследования контента сайтов ВУЗов с проведенными нами социологическими исследованиями студенческой аудитории [прил. 5], можно говорить о взаимосвязи уровней интернет-коммуникации ВУЗов и роли интернет-коммуникации студенческой субкультуры в направлении развития культуры профессиональной самореализации студентов.

Мы предполагаем, что уровень культуры профессиональной самореализации в рамках интернет-коммуникации студентов будет возрастать пропорционально развитию в том же направлении Интернет-контента ВУЗов: чем больше ВУЗы будут уделять внимания возможностям мотивации саморазвития студентов посредством контента своих сайтов, тем выше будет рейтинг этих сайтов у студентов. Сейчас он составляет 38% положительной оценки против 41% оценки отрицательной, с учетом, что 22% из опрошенных студентов ВУЗов Краснодарского края, вообще не посещают сайт собственного ВУЗа [прил. 5.15]! Иными словами у студентов Краснодарского края рейтинг ВУЗовских сайтов отрицательный: $38\% - (41\% + 22\%) = -25\%$.

Более детально мы проанализируем проведенный нами опрос студенческой аудитории в следующем параграфе. Сейчас же следует подытожить контент-анализ сайтов ВУЗов Краснодарского края 2014 года.

Выявленная нами интенция информационной политики ВУЗов Краснодарского края в Интернете характеризуется, выражаясь маркетинговым языком, направленностью на развитие клиентской базы. ВУЗы региона используют собственные ресурсы в Интернете, прежде всего, для привлечения абитуриентов к своим образовательным услугам: 74,76% совокупного контент-ресурса обращено к абитуриентам, против 47,57% обращенного к собственным студентам и 7,77% обращенного к потенциальным работодателям выпускников [прил. 2]. При этом филиалы ВУЗов иных регионов России, осуществляющие свою деятельность на территории Краснодарского края, обращаются к

собственным студентам чаще. И их информационную политику можно назвать сбалансированной [прил. 1, 2]. Хотя филиалы совершенно не заинтересованы в трудоустройстве своих выпускников. Их политика спекулятивна, рассчитана на высокий спрос образовательных услуг, что, в свою очередь, так же не ориентирует студентов на профессиональную самореализацию посредством ВУзовских сайтов. При изменении рыночной ситуации филиалы ждут реорганизация и сокращение, если их политика не изменится в сторону учета интересов студенчества в дальнейшем трудоустройстве.

Обращает на себя внимание, что контент сайтов учреждений высшего образования на 65,05% – 70,87% посвящен научной деятельности профессорско-преподавательского состава и студенчества. Что с одной стороны ориентирует студенчество к самореализации в направлении научной деятельности, с другой – свидетельствует, что политика системы высшего образования направлена, прежде всего, на обеспечение кадрами самое себя, для остальных отраслей народного хозяйства студенчество готово в лучшем случае на 14,56% [прил. 2].

Приведенная статистика свидетельствует, что отечественная система высшего образования экстенсивно направлена на кадровое и информационное самообеспечение. Нами видится потенциал интенсификации деятельности высшей школы в корректировке своей деятельности с учетом интересов общества, а именно, в направлении развития информационного контента в Интернете, активнее мотивировавшего бы студенческую субкультуру к профессиональной самореализации. На сегодняшний день мы можем констатировать, что ВУЗы используют свой потенциал в реализации информационной политики в Интернете не достаточно активно, что при сохранении ситуации может привести к исключению информационного контента ВУЗов из орбиты внимания студенчества и к потере отечественной высшей школой статуса фактора социокультурного развития общества. Очевидно, большинство ВУЗов региона Краснодарского края в силу некоторой региональной специфики продолжают работать по старинке, опираясь на традиционные формы коммуникации со

студенческой аудиторией, что демонстрирует их отставание от ВУЗов других регионов России в плане развития их Интернет-имиджа.

С учетом активной деятельности на территории Краснодарского края большого количества филиалов ВУЗов других регионов, отмеченное отставание негативно отражается на конкурентной способности региональной системы высшей школы.

Если учесть положительную динамику развития Интернет-контента, обнаруженную нами в октябре, можно предположить, что развиваясь теми же темпами, коммуникация ВУЗов достигнет ситуации сбалансированности в плане обращенности ВУЗов к студентам и к их потенциальным работодателям порядка через десять лет. Наглядно сбалансированная модель коммуникации может выглядеть так [прил. 4]. При этом мы можем наблюдать, что скорее всех может достигнуть предела 100% используемого коммуникационного потенциала научная деятельность ВУЗов. Приведенная модель в настоящий момент не может считаться объективной, но при постоянном мониторинге развития Интернет-контента ВУЗов по нашей методике позволил бы прогнозировать краткосрочные и долгосрочные тенденции. Что может иметь серьезное прикладное значение при выработке федеральной и региональной государственной политики в области образования.

Приложение 7 (А, Б, В) отражает мониторинг развития интернет-коммуникации ВУЗов Краснодарского края посредством своих сайтов в 2015 и 2016 гг. Сводный график динамики освоения коммуникационного потенциала собственных сайтов ВУЗами Краснодарского края в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов с апреля 2014 г. по апрель 2016 г. наглядно показывает неуклонный рост внимания образовательных учреждений к развитию интернет-коммуникации в исследуемом нами аспекте.

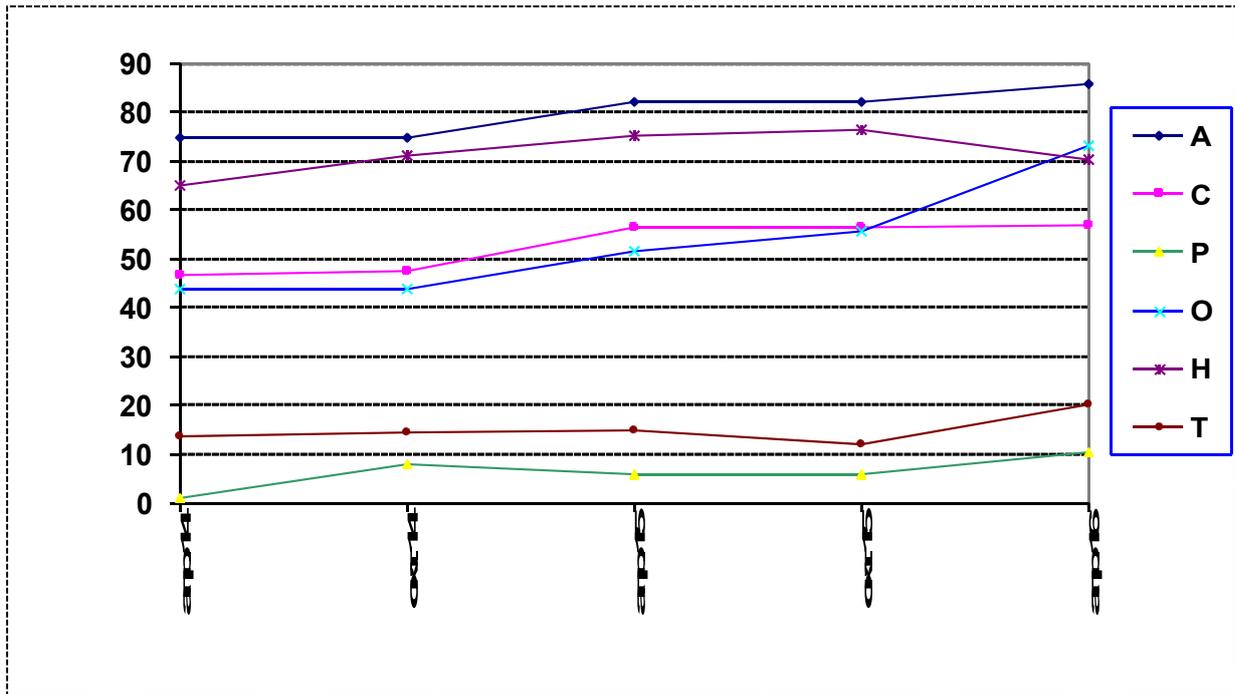


Диаграмма 1. Динамика освоения коммуникационного потенциала собственных сайтов ВУЗами Краснодарского края в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов с апреля 2014 г. по апрель 2016 г.

В 2016 году на территории Краснодарского края происходит сокращение числа филиалов учебных заведений других регионов. Это связано с изменением рыночной ситуации, с общей тенденцией сокращения числа абитуриентов, поступающих в учебные заведения высшего образования. Такая ситуация вынуждает ВУЗы больше внимания уделять коммуникации со своими студентами. Но, по-прежнему, сфера взаимодействия с потенциальными работодателями находится в стадии формирования. Мы можем предполагать, что традиционная для отечественной высшей школы ориентация на государственный заказ в плане подготовки специалистов играет для ВУЗов Краснодарского края определяющую роль.

Проведенные нами исследования показывают, что интернет-коммуникация в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов представляет срез информационной политики высших учебных заведений, позволяющий констатировать ряд факторов развития этого элемента социокультурного пространства. Что может использоваться для диагностики роли

высших учебных заведений в проектировании перспективной социокультурной ситуации. Этот факт убеждает нас в том, что культура профессиональной самореализации студентов представляет собой активно развивающийся элемент социокультурного пространства, в котором интернет-коммуникация постепенно занимает ведущую роль, в некоторых случаях дублируя, а в других компенсируя традиционные формы социальной коммуникации.

2.3. Практика профессиональной самореализации студентов отдельных ВУЗов Краснодарского края в рамках интернет-коммуникации

Для раскрытия современной практики профессиональной самореализации студентов ВУЗов Краснодарского края в рамках Интернет-коммуникации мы использовали форму социологического опроса студентов по разработанной нами анкете «Интернет-коммуникация и культура профессиональной самореализации студентов» с учетом условной дифференциации студенческой субкультуры на социальные группы по И.М. Сотникову [203]. Количественные результаты проведенного анкетирования представлены в «Приложении 5» к данной работе.

Анкетирование проводилось на территории Краснодарского края в форме письменного опроса по случайной выборке студентов и в интерактивной форме.

Для раскрытия специфики современного среза культуры профессиональной самореализации студентов и роли в ее развитии интернет-коммуникации было проведено описательное социологическое исследование, основанное на анкетировании случайно выбранных групп студентов ВУЗов, осуществляющих свою деятельность на территории Краснодарского края.

В задачи нашего исследования входит изучение таких элементов студенческой культуры профессиональной самореализации как:

1. выявление самооценки студентов в определении пользы Интернета в профессиональной самореализации;
2. выявление студенческого рейтинга технических средств связи с Интернетом;
3. оценка студентами качества связи с Интернетом;
4. составление рейтинга источников информации в Интернете, интересующих студентов;

5. на фоне совмещения студентами учебы с работой выявление заинтересованности студентов в постоянном или дополнительном заработке посредством Интернета;

6. выявление оценки студентами пригодности Интернета в будущей профессии;

7. выявление интереса студентов к возможности самореализации в науке посредством публикаций в Интернете;

8. составление рейтинга часто посещаемых студентами Интернет ресурсов;

9. выявление оценки студентами сайта своего ВУЗа.

Есть теоретические основания рассматривать студенчество как субкультуру, сформированную общей социальной (образовательной) практикой (И.М. Сотников, Н.Н. Ерохина, Н.Н. Павелко, В.Н. Филянова, Л.В. Мосиенко и др.), отличающуюся организацией вокруг учебных заведений. Процентные показатели ответов реципиентов по отдельным вопросам могут рассматриваться и как показатели реализации коммуникационного потенциала Интернета студенческой субкультурой.

Так, к примеру, мы наблюдаем, что 39 % интернет-коммуникации осуществляется студентами с помощью ноутбуков, 33 % с помощью телефонов и смартфонов, 13 % – с помощью планшетов, 10 % – с помощью стационарных компьютеров. Полученные цифры можно считать показателями реализации коммуникационного потенциала Интернета с помощью перечисленных технических средств.

Важнейшие выявленные эмпирические параметры позволяют констатировать, что интернет-коммуникация занимает в студенческой субкультуре ведущее место: 94 % реципиентов считают, что Интернет помогает им в профессиональной самореализации; 67 % хотели бы иметь постоянный или дополнительный доход посредством Интернета; 87 % уверены, что Интернет пригодится им в будущей профессии.

Приведенные результаты проведенного нами исследования неопровержимо доказывают теоретические предположения первой главы, сделанные нами на основе изучения литературы по нашей теме.

Содержание интернет-коммуникации студентов в аспекте развития их культуры профессиональной самореализации мы оцениваем по двум параметрам: 1) обобщенная классификация наиболее популярных источников информации в Интернете и 2) рейтинг отдельных Интернет-ресурсов, предложенный в предварительной выборке, основанной на оценочной статистике посещаемости, представленной самими ресурсами. Сравнительный анализ результатов этих параметров позволяет уточнять объективность данных реципиентами ответов.

На графических диаграммах наглядно представлен процентный разрыв лидеров студенческого рейтинга источников информации:

1. в обобщенной классификации [прил. 3] лидируют социальные сети 59 %, базы рефератов 55 %, электронные библиотеки 43 %, электронные словари, энциклопедии и справочники 39 %; вторую по рейтингу группу составляют новостные электронные агентства и издания 20 %, сайты ВУЗов и научных сообществ 20 %, частные открытые блоги 19 %, электронные кадровые агентства 17 %, специализированные электронные издания 16 %; можно считать, что за бортом внимания оказались электронные ресурсы отечественных и зарубежных фондов государственных и общественных учреждений 8 %, индивидуальные предпочтения реципиентов (Другое) 8 %, интерактивные научные конференции 4 % [прил. 3];

2. среди отдельных Интернет-ресурсов [прил. 4] безусловным лидером является Википедия – Свободная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org> 73 %, за ним следует почтовый сервис Яндекса (Яндекс.Почта: <https://mail.yandex.ru>) 54 % и Яндекс.Словари: <http://slovari.yandex.ru> 48 %, несколько отстает Google Mail: mail.google.com 39 %; группу перешагнувших десяти процентный рубеж ресурсов составляют Кубанский молодежный портал: <http://www.molod.info> 10 %, Рамблер-Почта: <https://mail.rambler.ru> 11 %, Рефераты / курсовые работы бесплатно скачать: <http://www.referat-web.ru> 12 %, Mail.Ru: почта: mail.ru 16 %, Российская

государственная библиотека: <http://www.rsl.ru> 17 %, Реферат: База данных: <http://www.bestreferat.ru> 17 %, База Рефератов – готовые рефераты, курсовые и дипломные работы: <http://www.bazareferatov.com> 20 %; не дотянули до десяти процентов Реферат: Базы данных: <http://xreferat.ru> и Вакансии и резюме на Job.ru: <http://job.ru> по 9 %, Словари и энциклопедии на Академике: <http://dic.academic.ru>, Работа и вакансии, поиск работы: <http://rabota.mail.ru>, Работа, поиск вакансий: <http://superjob.ru> и индивидуальные предпочтения (Другое) по 6 %, по 5 % реципиентов интересуют ресурсы Министерства образования и науки Краснодарского края: <http://www.edukuban.ru>, Министерства образования и науки РФ: <http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/министерство>, Подбор персонала, резюме, вакансии, советы по трудоустройству: <http://rabota.ru>, Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: <http://pushkin.kubannet.ru>; по 3 % – Янко Слава [Yanko Slava] – Библиотека Font/Da: <http://yanko.lib.ru>, Портал исполнительных органов государственной власти Краснодарского края: <http://www.krasnodar.ru>; по 2 % – ГУ КК «Молодежный кадровый центр»: www.rabotakuban.info, Институт философии РАН / Новая философская энциклопедия: <http://iph.ras.ru/enc.htm>.

При сравнении полученных показателей двух направлений исследования, можно скорректировать результаты.

Так лидерство социальных сетей (59 % предпочтений реципиентов или реализованного коммуникационного потенциала) подтверждается популярностью бесплатных почтовых услуг (Яндекс – 54 %, Google Mail – 39 %), без использования которых невозможно полноценное присутствие в социальных сетях. А вот результаты популярности баз рефератов (55 %) и электронных библиотек (43 %) – скорее интенция формирования положительного имиджа реципиентами, на деле отдающими предпочтение сжатой информации справочных ресурсов (Википедия – 73 %, Яндекс.Словари – 48 %), базы рефератов и электронные библиотеки студентами посещаются реже справочных ресурсов (Российскую государственную библиотеку часто посещают 17 %

реципиентов, ведущую библиотеку Краснодарского края 3 %, www.bestreferat.ru – 17 %, www.bazareferatov.com – 20 %).

Анализ полученных данных позволяет выявить отдельные характеристики актуальной для студенческой субкультуры информации, т. е. уточнить ее свойства: 1) доступность – беспрепятственная возможность чтения, изменения, копирования и уничтожения, 2) своевременность – возможность неограниченного доступа в ограниченный временной промежуток, 3) релевантность – соответствие пользовательскому запросу, 4) мобильность – пространственно неограниченный доступ. При наличии перечисленных свойств, обязательная часть актуальности, достоверность, отступает на задний план. Анализ достоверности информации теряет свою ценность ввиду ускорения динамики информационного обмена, поскольку представляет собой продолжительный процесс, результат которого может оказаться несвоевременным, что влияет на доступность, релевантность и мобильность.

На примере популярности социальных сетей, справочников по типу Википедии и поисковых ресурсов мы наблюдаем ценностную трансформацию актуальности информации, происходящей в рамках интернет-коммуникации студенческой субкультуры: ярко выражена тенденция возрастания ценности мобильности и релевантности информации в ущерб ее достоверности.

Следует, конечно же, учитывать и объективные факторы, влияющие на интернет-коммуникацию студентов в плане выбора источников информации и средств осуществления взаимодействия с профессиональным сообществом. Прежде всего, это специфика Интернета как средства массовой коммуникации, не всегда соответствующая профессиональным запросам и, соответственно нуждам студентов в аспекте профессиональной самореализации. Низкая популярность ресурсов, предлагающих участвовать студентам в научно-практических интернет-конференциях (4 % опрошенных интересуют подобные ресурсы), свидетельствует, в том числе, о низком уровне информационной культуры не только студентов, но и организаторов конференций. Большинство конференций проходит традиционно так: 1) объявление тематики и времени конференции (в

том числе и через средства Интернета), 2) сбор письменных материалов для издания сборника конференции (в том числе посредством электронной почты в Интернете), 3) отсев (отбор) присланных и публикация соответствующих требованиям организаторов материалов (в том числе на печатных носителях или в электронном виде). При этом далеко не каждый сборник материалов научно-практической конференции размещается на страницах Научной электронной библиотеки [355] и регистрируется в РИНЦ или в иных наукометрических базах.

Обращает на себя внимание тот факт, что при безусловной популярности социальных сетей, существующих благодаря концентрации на своих страницах всех возможных видов интернет-коммуникации (как реального, так и виртуального общения), в практике проведения конференций почти не используются возможности обсуждения и дебатов по поднятым научным вопросам. Хотя, казалось бы, привлечение студентов к такого рода общению не является сегодня сложной технической задачей. У студентов есть необходимые навыки сетевого общения, и большинство из них обеспечены уже необходимыми техническими средствами. Дело, видится, в консерватизме научного сообщества, в неготовности организаторов научно-практических конференций планомерно развивать диалог со студенчеством в интерактивной форме. Хотя результаты нашего опроса и теоретические предположения первой главы говорят о том, что за подобного рода средствами осуществления диалога будущее. Следовательно, необходимо ставить и решать задачи по развитию интерактивных форм проведения конференций с привлечением всех имеющихся технических новшеств.

Наши исследования показали, что при высокой степени ориентации студенческой аудитории на коммуникацию посредством Интернет (94 % студентов считает, что Интернет помогает им в профессиональной самореализации, 67 % хотели бы иметь постоянный или дополнительный заработок посредством Интернет, 87 % уверены, что Интернет пригодится в будущей профессии) [прил. 5], Интернет-коммуникация ВУЗов со своими студентами (менее 50 % ресурса сайтов) отстает в своем развитии от потребности

студенческой субкультуры. Что говорит о ценностной ориентации студенчества не на авторитеты научного и профессионального сообщества, а на средовое окружение, на ценности молодежной культуры.

Между тем, современная студенческая субкультура является социальным организмом, организованным вокруг активных форм образовательных практик, о чем свидетельствуют результаты проведенного нами социологического исследования: 31 % опрошенных студентов считают, что образование ценно само по себе (субкультурная группа «идеалистов»), 20 % опрошенных видят в образовании залог материального благополучия («прагматики»), 25 % с помощью образования видят самореализацию себя в обществе («карьеристы»). Таким образом, 76 % студентов можно отнести к активной социальной группе, для которой образование является определяющей жизненной стратегией и лишь 24 % студентов социально дезориентированы и нуждаются в особом внимании и руководстве.

Приведенные результаты исследований позволяют нам утверждать, что студенческая субкультура сегодня может представлять собой ресурс формирования тенденций социокультурного развития. Это положение диктует нам еще одну практическую рекомендацию ВУЗам по организации своей информационной политики в Интернете: для преодоления целого комплекса текущих проблем и решения стратегических задач высшей школы необходимо больше внимания уделять развитию диалога посредством Интернет-коммуникации с активными социальными студенческими группами, а для этого, по меньшей мере, необходимо учитывать имеющийся положительный опыт структурирования контента своих сайтов исходя из интересов предполагаемых реципиентов. В этом направлении хорошим примером является структура сайта НГУ [300], предполагающая структурное разделение контента из расчета на целевую аудиторию реципиентов коммуникации: разделы «Абитуриентам», «Студентам», «Сотрудникам», «Партнерам» и пр.

Сравнивая наблюдения, сделанные нами в ходе контентного анализа сайтов ведущих университетов России и ВУЗов Краснодарского края с данными,

полученными в ходе опроса студентов, мы можем сделать вывод об имеющемся у учебных заведений нереализованном потенциале проектирования перспективной социокультурной ситуации путем освоения коммуникационного потенциала Интернета.

Интенсивно развивающийся коммуникационный потенциал сайтов образовательных учреждений высшего образования России в настоящее время слабо ориентирован на формирование и развитие культуры профессиональной студентов, что в плане управления этим быстротекущим социальным процессом, определяющим как современный социально-экономический климат, так и перспективную ситуацию, представляет определенную управленческую проблему в сфере формирования информационной политики учебных заведений в Интернете. Контент сайтов учреждений высшего образования России нуждается в коррекции в аспекте выработки стратегий информационной политики с учетом определенных уставных целей учреждений и реализации информационно-коммуникационного потенциала Интернета в направлении развития культуры профессиональной самореализации студентов, что позитивно повлияло бы на решение текущих и перспективных задач социокультурного развития российского общества.

2.4.Обобщающие выводы ко второй главе

Мы рассмотрели во второй главе полученные результаты проведенный нами эмпирических исследований: 1) анализ части контента интересующего нас сегмента Интернет; 2) выборочное социологическое исследование студенчества ВУЗов Краснодарского края «Культура профессиональной самореализации как часть Интернет-коммуникации студентов». Охват значительной эмпирической базы требует предварительного перед заключительной частью диссертации обобщения.

Главным выводом анализа интересующей нас части контента Интернета является представление о широком спектре задач, стоящих перед высшей школой в аспекте развития Интернет-коммуникации. Позитивным моментом является интенсивный процесс развития средств коммуникации Российских ВУЗов со студенческой аудиторией в Интернете. И обнаруженную нами тенденцию становления имиджа ВУЗов в Интернете можно считать определяющим процессом, стимулирующим общее развитие средств коммуникации. Общественная значимость развития ИКТ в сферах государственного управления и высшего образования уже сегодня чрезвычайно высока в виду ориентированности молодежи на новейшие средства коммуникации.

Характерной чертой студенческой субкультуры сегодня является информационная мобильность: способность в сжатые временные сроки получать и перерабатывать необходимую в данный момент прикладную информацию. Интернет-коммуникация для студенчества становится основным источником получения тематической информации, связанной с развитием профессиональных способностей. Между тем рынок информации в Интернете представляет собой слабо организованную среду противоречивых мотиваций, направленных, прежде всего, на реализацию целей не всегда определяемых авторов контента.

Например, анализируя Интернет-каталоги учебных заведений, мы обратили внимание на тот факт, что только Федеральный портал «Российское образование» имеет официальный статус СМИ, т. е. на основе российского законодательства несет ответственность за достоверность представленных сведений. Множество же остальных ресурсов попросту спекулируют на интересе пользователей Интернета к подобного рода информации, ни каким образом не гарантируя ее достоверность.

Ситуация осложнена тем, что стандарты идентификации сайтов в Рунете переживают свое становление. И от интернет-пользователя требуется высокий уровень информационной культуры и навыков работы в Интернете для грамотной ориентации в этом динамичном информационном пространстве. Опираясь же на наше социологическое исследование студенчества, мы можем констатировать низкий уровень информационной культуры студентов при высокой степени интенсивности использования ими Интернета в повседневности (73 % опрошенной аудитории предпочитают Википедию возможным альтернативам).

Таким образом, мы обнаруживаем одну из главных проблем развития культуры профессиональной самореализации как части интернет-коммуникации студентов – низкий уровень информационной культуры студентов при высокой степени интенсивности использования ими Интернета. Из чего следует первостепенная задача высшей школы – развитие элементарных навыков информационной культуры студенчества.

Между тем стандартизация выходных данных справочных ресурсов в российском сегменте Интернета и контроль соответствия оформления, по крайней мере, государственных официальных справочников принятым стандартам, а за тем и остальных, следует отнести к стратегическим задачам государственной информационной безопасности.

Мы приходим к выводу, что Интернет-коммуникация представляет собой новейшую сферу профессиональной самореализации студентов, в которой происходит трансформация всех традиционных образовательных практик и реализуется инновационный потенциал студенческой субкультуры в плане

формирования и развития новейших образовательных практик и культурных ценностей.

То что эта сфера новейшая и методически не освоенная в полной мере, видно из того факта, что Интернет-коммуникация ВУЗов не всегда направлена на помощь студентам в плане их профессиональной самореализации. Коммуникационный ресурс сайтов трех ведущих ВУЗов России (МГУ, СПбГУ, НГУ) в интересующем нас аспекте используется лишь на 38,87% [прил. 6]. Из ВУЗов Краснодарского края более 25 % учреждений не обращаются к своим абитуриентам посредством Интернета, более 50 % не видят необходимости обратиться к собственным студентам и около 92 % к потенциальным их работодателям. Такая ситуация дискредитирует институты высшего образования в России как ориентиры профессиональной самореализации для студентов [прил. 1, 2].

В рамках изученных критериев Интернет-коммуникации ВУЗов мы наблюдаем картину отсутствия постоянного взаимодействия институтов образования с отечественной индустрией в аспекте профессиональной самореализации студентов [прил. 1, 2]. Картина не нова: уважающий себя работодатель ищет сотрудников с опытом работы. Выпускники ВУЗов сегодня, в большинстве своем, представляют для предприятий *«недоспециалистов»*, трудовой резерв, требующий обязательного повышения квалификации. На наш взгляд, эту ситуацию можно переломить только совместными усилиями высшей школы и представителей заинтересованной стороны (индустрии), а для этого, для начала, необходимо налаживать диалог, в том числе и средствами интернет-коммуникации. Этот вывод можно считать одной из практических рекомендаций, основанных на наших наблюдениях.

Большой положительный опыт накоплен ВУЗами России в плане освещения своей образовательной (от 4,4 % контента главной страницы портала МГУ до 43,69% на сайтах ВУЗов Краснодарского края) и научной деятельности (от 8,9% на портале МГУ до 70,87% на сайтах ВУЗов Краснодарского края) на страницах своих сайтов. Именно в этой сфере закладывается и может быть реализован

инновационный потенциал студенческой субкультуры в плане формирования и развития новейших образовательных практик и культурных ценностей.

Однако социологические исследования студенчества Краснодарского края показывают, что лишь 9 % опрошенных принимали участие в заочных научных конференциях посредством Интернет. А на вопрос «Собираетесь ли Вы публиковать свои статьи в Интернет или участвовать в заочных научных Интернет-конференциях?» положительно ответили 16 % опрошенных. Это говорит, что и в этом направлении работы перед ВУЗами стоит еще много нерешенных задач и есть большой потенциал развития.

Наши исследования показали, что при высокой степени ориентации студенческой аудитории на коммуникацию посредством Интернет (94 % студентов считает, что Интернет помогает им в профессиональной самореализации, 67 % хотели бы иметь постоянный или дополнительный заработок посредством Интернет, 87 % уверены, что Интернет пригодится в будущей профессии) [прил. 5], Интернет-коммуникация ВУЗов со своими студентами (менее 50 % ресурса сайтов) отстает в своем развитии от потребности студенческой субкультуры. Что говорит о ценностной ориентации студенчества не на авторитеты научного и профессионального сообщества, а на средовое окружение, на ценности молодежной культуры.

Между тем, современная студенческая субкультура является социальным организмом, организованным вокруг активных форм образовательных практик, о чем свидетельствуют результаты проведенного нами социологического исследования: 31 % опрошенных студентов считают, что образование ценно само по себе (субкультурная группа «идеалистов»), 20 % опрошенных видят в образовании залог материального благополучия («прагматики»), 25 % с помощью образования видят самореализацию себя в обществе («карьеристы»). Таким образом, 76 % студентов можно отнести к активной социальной группе, для которой образование является определяющей жизненной стратегией и лишь 24 % студентов социально дезориентированы и нуждаются в особом внимании и руководстве.

Приведенные результаты исследований позволяют нам утверждать, что студенческая субкультура сегодня может представлять собой ресурс формирования тенденций социокультурного развития. Это положение диктует нам еще одну практическую рекомендацию ВУЗам по организации своей информационной политики в Интернете: для преодоления целого комплекса текущих проблем и решения стратегических задач высшей школы необходимо больше внимания уделять развитию диалога посредством Интернет-коммуникации с активными социальными студенческими группами, а для этого, по меньшей мере, необходимо учитывать имеющийся положительный опыт структурирования контента своих сайтов исходя из интересов предполагаемых реципиентов. В этом направлении хорошим примером является структура сайта НГУ, предполагающая структурное разделение контента из расчета на целевую аудиторию реципиентов коммуникации: разделы «Абитуриентам», «Студентам», «Сотрудникам», «Партнерам» и пр.

Мы обратили внимание, что в основе развития форм Интернет-коммуникации ВУЗов лежит PR-стратегия построения имиджа учреждения в информационном пространстве Интернета. Современная ситуация, согласно проведенного нами контент-анализа ВУЗовских сайтов, характеризуется затратами коммуникационного ресурса сайтов на конкурентную борьбу между учреждениями за абитуриентов, при низком уровне внимания к интересам студенчества. Необходимо отметить, что такой подход является малопродуктивным и стратегически неоправданным.

Результатом такой политики являются цифры нашего социологического опроса: 22 % опрошенных студентов не посещают сайт собственного ВУЗа, 20 % считают, что сайт слабо отражает интересы студентов, 13 % оценили сайт своего ВУЗа как «неинтересный и скучный», 8 % готовы сделать сайт лучше и лишь 38 % назвали сайт «хорошим и интересным».

При этом лидерами студенческого рейтинга остаются социальные сети (59 % респондентов их предпочитают), базы рефератов (55 %), электронные библиотеки (43 %), электронные словари, энциклопедии и справочники. Если

обозначить отдельные ресурсы, то лидеры студенческого рейтинга это: Википедия (73 %), за ней следуют электронные сервисы Яндекса почта (54 %) и словари (48 %), остальные электронные ресурсы, включая социальные сети (другое 6 %) безнадежно отстали.

Статистика подсказывает нам, что наиболее продуктивной была бы PR-стратегия построения имиджа образовательного учреждения в информационном пространстве Интернета, основанная на элементарном словарно-энциклопедическом просвещении аудитории реципиентов диалогическими формами интерактивного общения. Высказанная нами мысль может показаться революционной, но обращенность коммуникационного ресурса сайта не на безликого абитуриента, а на собственного студента со всеми его проблемами (54 % студентов вынуждены совмещать учебу с работой) значительно повысила бы имидж ВУЗа в лице студенческой субкультуры, а та бы сама организовала гарантированный приток потенциальных потребителей образовательных услуг.

Проведенные эмпирические исследования позволяют сформулировать следующие предварительные выводы:

1. Ведущей специфической особенностью студенческой Интернет-коммуникации на современном этапе социокультурного развития России остается разнородность используемого контента, интенсивность его динамических изменений (нарастание объемов информации, смена и полярность оценочных суждений об идентичных событиях и пр.) и слабая управляемость в направлении развития культуры профессиональной самореализации студенчества. Интернет-коммуникация в студенческой среде не только быстро развивающийся модернизационный социокультурный процесс, но и процесс, на сегодняшний день, претендующий на ведущую роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов.

2. Интенсивно развивающийся коммуникационный потенциал сайтов ВУЗов России в настоящее время слабо ориентирован на формирование культуры профессиональной самореализации как части интернет-коммуникации студентов и управление ею как быстротекущим социальным процессом, определяющим как

современный социально-экономический климат, так и перспективную ситуацию. Контент сайтов ВУЗов России нуждается в коррекции с учетом стратегической информационной политики, направляющей бы потенциал культуры профессиональной самореализации как части интернет-коммуникации студентов на решение текущих и перспективных задач социокультурного развития российского общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно поставленной цели культурологического анализа интенсивности использования ресурсного потенциала интернет-коммуникации профессионального сообщества и студентов для прогнозирования и проектирования на научной основе факторов социокультурного развития на примере моделирования одного из сегментов социокультурной реальности: культуры профессиональной самореализации студентов, мы сформулировали приоритетные исследовательские задачи:

1. Рассмотрели студенческую субкультуру в российском обществе как субъект интернет-коммуникации.
2. Описали интернет-коммуникацию в России в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов.
3. Охарактеризовали современную интернет-коммуникацию профессионального сообщества и студентов как социокультурное явление: в контексте теоретической концепции культуры профессиональной самореализации студентов как элемент социокультурного пространства современной России обозначили роль, специфику и тенденции развития в ней интернет-коммуникации.
4. Проанализировали ресурсы российского сегмента Интернета, участвующие в формировании культуры профессиональной самореализации студенчества, на примере анализа сайтов ВУЗов Краснодарского края выявили роль информационной политики учебных заведений в Интернете в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студенчества.
5. Путем опроса студенчества провели социологическое исследование, демонстрирующее влияние интернет-коммуникации на развитие культуры профессиональной самореализации студенчества.
6. Обобщили результаты исследования и обосновали факторальное значение интернет-коммуникации студентов для развития их культуры

профессиональной самореализации как сегмента социокультурного пространства современной России.

Мы обнаружили, что студенчество можно рассматривать как некоторую социокультурную систему, как студенческую субкультуру, повседневным окружением которой являются молодежная субкультура, научное и профессиональное сообщество как часть социального пространства. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной субкультуры ее формальная опосредованность и определенность сферой деятельности учебных заведений (в современной России это система ВУЗов, СУЗов и органов государственного управления ими).

Культура профессиональной самореализации студентов формируется как ценностно-ориентированный комплекс наиболее активных образовательных практик студенческой субкультуры, духовные и материальные условия, а так же результаты их реализации. Культура профессиональной самореализации студентов представляет собой аспект бытования студенческой субкультуры. Современная культура профессиональной самореализации студентов включает в себя как традиционные, так и нетрадиционные (новые и модернизированные) образовательные практики. Под воздействием информационно-коммуникационных технологий происходит трансформация ценностных ориентаций в рамках образовательных практик. Так, анализируя полученные в ходе социологического исследования результаты, мы наблюдаем ценностную трансформацию актуальности информации, происходящей в рамках интернет-коммуникации студенческой субкультуры: ярко выражена тенденция возрастания ценности мобильности и релевантности информации в ущерб ее достоверности.

Ведущей специфической особенностью студенческой интернет-коммуникации на современном этапе социокультурного развития России остается разнородность используемого контента, интенсивность его динамических изменений (нарастание объемов информации, смена и полярность оценочных суждений об идентичных событиях и пр.) и слабая управляемость в направлении развития культуры профессиональной самореализации студенчества. Интернет-

коммуникация в студенческой среде не только быстро развивающийся модернизационный социокультурный процесс, но и процесс, на сегодняшний день, претендующий на ведущую роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов. Мы можем утверждать, что культура профессиональной самореализации студентов современной России опирается на деятельность активных социальных групп студенческой субкультуры (по И.М. Сотникову: «идеалисты», «прагматики» и «карьеристы»), составляющих большую часть количественного состава студенчества (по нашим данным 76 % студентов ВУЗов Краснодарского края), что является позитивным условием ее дальнейшего развития. Интенсивно развивающийся коммуникационный потенциал сайтов ВУЗов России в настоящее время слабо ориентирован на формирование культуры профессиональной самореализации студентов и управление ею как быстротекущим социальным процессом, определяющим как современный социально-экономический климат, так и перспективную ситуацию. Контент сайтов ВУЗов России нуждается в коррекции с учетом стратегической информационной политики, направлявшей бы потенциал интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов на решение текущих и перспективных задач социокультурного развития российского общества.

Современная культура профессиональной самореализации студентов включает в себя как традиционные, так и нетрадиционные (новые и модернизированные) образовательные практики.

Культура профессиональной самореализации студентов опирается на наиболее активные субкультурные группы «идеалистов», «прагматиков» и «карьеристов», которые в своей образовательной практике транслируют и генерируют необходимые для функционирования студенческой субкультурной системы ценности. Однако, пассивные субкультурные группы «поплавков» и «случайных» в отдельных случаях могут представлять подавляющее большинство по количественной численности. Что будет сказываться на интенсивности развития коллективных форм образовательных практик.

Важнейшим обобщающим анализ приведенных источников выводом является утверждение, что мы имеем основания рассматривать студенческую субкультуру как феномен отечественной культуры.

Таким образом, мы утверждаем, что современная студенческая субкультура формируется и развивается в атмосфере глобальной мультимедийной коммуникационной культуры и современные информационно-коммуникационные технологии являются одним из системообразующих факторов социокультурной реальности, интегрирующим трансляционные возможности и устно-речевых (словесных), и письменных (книжных) форм культуры. Одновременно, учитывая обозначенные философией культуры проблемы коммуникации, мы констатируем, что информационно-коммуникационные технологии должны пониматься как некоторый комплекс, включающий в себя не только совокупность методов и программно-технических средств, но и способы трансляции этических норм, программирующих поведение человека не только в специфической информационной среде, но и по отношению к внешнему миру и к себе подобным.

Обобщая научные представления о современном этапе развития социальной коммуникации, мы выделяем основную характерную черту – использование форм машинной обработки и трансляции информации.

По существу интенсивно развивается специфическая форма машинной (или технической) коммуникации (машина – машина), характерной чертой которой является отсутствие качественной оценки информации: машинная обработка всегда лишь количественная, смысловые и ценностные характеристики различным объемам информации придает человек, как неперенное звено новых информационно-коммуникационных связей. Машина позволяет человеку оперировать (получать, обрабатывать, генерировать) большими объемами информации. Что в итоге включает в социальную коммуникацию огромные информационные потоки. И количественно большие информационные потоки становятся неперенным условием социальной коммуникации.

Раскрывая этапы формирования научных представлений о природе социальной коммуникации, А.В. Соколов отмечает переломный момент ее

эволюции, связанный с «информационным кризисом» второй половины XX века: когда объемы накопленной информации превосходили технологические возможности ее переработки [197, с.10].

Современная научная информационная парадигма позволяет рассматривать прогресс человеческой цивилизации как исторический процесс накопления информации. Упомянутый Соколовым информационный кризис явился логическим следствием развития коммуникации, логическим этапом цивилизационного прогресса. Появление и развитие современных информационных технологий, в этой связи, следует рассматривать как непереносимое условие дальнейшего прогресса цивилизации. Но эти же технологии, как следствие, становятся фактором развития социальной коммуникации, формируя условия социализации индивида в обществе.

Анализируя распространение и использование информационно-коммуникационных технологий в сфере управления системой образования Санкт-Петербурга, И.Н. Федоренко отмечает, что использование информационно-коммуникационных технологий приобретает характер безусловной социальной ценности, образца поведения и фактора социальной идентификации, в удовлетворении потребностей социальных субъектов наиболее приоритетными становятся формы, опосредованные использованием информационно-коммуникационных технологий [223].

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии становятся не только условием социальной коммуникации, но и идентифицирующим социальным критерием, влияющим на социальную дифференциацию общества.

Различные социальные группы могут иметь различные коммуникационные потребности [197, с. 189-193] и, соответственно, различным образом могут использовать потенциал информационно-коммуникационных технологий. А.В. Соколов выделяет три вида коммуникационных потребностей: абсолютные (биогенные и социогенные потребности, вытекающие из биопсихологической природы человека), вторичные (обусловленные профессионально-производственной и досуговой деятельностью людей) и спонтанные (в рамках

социологии культуры, получившие терминологическое определение как культурные потребности) [197, с. 184-189].

Мы можем логически заключить, что биопсихологическая природа человека будет влиять на специализацию информационно-коммуникационных технологий по возрастному и половому признакам. А технологии, в свою очередь, будут усиливать половозрастную социальную дифференциацию. Таким образом, абсолютные коммуникационные потребности в свете усиления социальной роли информационно-коммуникационных технологий усиливают общественную дифференциацию по половозрастным признакам. Примером развития указанной тенденции может считаться маркетинговая дифференциация целевой аудитории Интернета производителями интерактивных услуг.

Вторичные коммуникационные потребности изначально опираются на сложившиеся профессиональные дефиниции социальной дифференциации.

Так А.В. Соколов выделяет три целевых социальных группы, особенно заинтересованных в коммуникационном обслуживании: «руководители (менеджеры) всех уровней, осуществляющие руководство отдельными коллективами или обществом в целом; ученые, ведущие постоянный диалог с коллегами посредством специальной коммуникации; инженеры, разрабатывающие новую технику» [197, с. 189].

На этом общем классификационном уровне информационно-коммуникационные технологии уже используются различным образом в силу различных спецификаций коммуникационных потребностей. И если учесть воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирование социальной реальности, рассмотренное Е.В. Поликарповой [185], то можно говорить об интенсивно развивающихся процессах конструирования параллельных социокультурных реальностей, сосуществующих в едином информационном и временном континууме. С полной уверенностью можно констатировать, что интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий создает условия сосуществования руководителей, ученых и инженеров в трех различных социокультурных реальностях.

Давая оценку проанализированных в интересующем нас аспекте источников и литературы, следует выделить важность для методологической основы нашего исследования социологических наблюдений И.Н. Федоренко, теоретической модели конструирования социокультурной реальности Е.В. Поликарповой, концепта автономности сознания А.Д. Похилько, общей теории социальной коммуникации А.В. Соколова, теории межкультурной коммуникации П.Н. Донца. Опираясь на перечисленные исследования, мы можем определить роль информационно-коммуникационных технологий в современном обществе и дать оценку интернет-коммуникации как фактору развития культуры профессиональной самореализации студентов.

Обобщая роль информационно-коммуникационных технологий в современном обществе как фактора развития социокультурной реальности, мы можем выделить ряд наиболее важных для развития культуры профессиональной самореализации студентов моментов:

1. В различных отраслях знания и учебных дисциплинах информационно-коммуникационные технологии имеют большое прикладное значение.

2. Из наблюдений И.Н. Федоренко мы можем сделать вывод: распространение и использование информационно-коммуникационных технологий способствует воспроизводству сложившейся социальной структуры и образцов поведения современной студенческой субкультуры; в удовлетворении потребностей студентов наиболее приоритетными становятся формы, опосредованные использованием информационно-коммуникационных технологий; использование информационно-коммуникационных технологий приобретает характер безусловной социальной ценности, образца поведения и фактора социальной идентификации.

3. Современные информационно-коммуникационные технологии являются сегодня системообразующим фактором конструирования индивидом социокультурной реальности.

4. Информационно-коммуникационные технологии становятся не только

условием социальной коммуникации, но и идентифицирующим социальным критерием, влияющим на социальную дифференциацию общества.

5. Появление и развитие современных информационных технологий следует рассматривать как неперемное условие дальнейшей прогрессии цивилизации. Они становятся фактором развития социальной коммуникации, формируя условия социализации индивида в обществе.

6. Развитие информационно-коммуникационных технологий ведет к формированию многомерности социокультурной реальности. Информационно-коммуникационные технологии благодаря наращиванию объемов перерабатываемой с их помощью информации становятся фактором параллельного развития культурных подсистем в рамках единого информационного и временного континуума, в рамках глобального культурного пространства.

7. Информационно-коммуникационные технологии не только глобализируют цивилизацию, но и порождают внутренний «вызов» глобальной современной цивилизации в форме коммуникативного феномена отчуждения.

Наиболее ценным теоретическим заключением, на наш взгляд, является определение социальной ценности концепта автономии сознания А.Д. Похилько [186].

В свете проведенного анализа социальной роли информационно-коммуникационных технологий, мы можем обозначить социальный феномен автономного сознания в качестве коммуниканта. Не только индивид в его биопсихологической природе вступает в коммуникацию, и не столько социальная форма личности, являющая продуктом коммуникации, но некоторая атомарная дефиниция сознания, носителем которой является индивид.

Данное заключение позволяет нам рассматривать процесс формирования культуры профессиональной самореализации студентов, как процесс автономизации сознания каждого студента, результатом которого становится способность индивида актуализировать все свои личностные качества в образовательной и профессиональной практике.

Обобщая обращенные к нашей проблеме источники, необходимо отметить большое внимание к интернет-коммуникации студентов, прежде всего, в отечественной педагогике и психологии. В культурологии различные аспекты предмета нашего внимания изучаются в направлении развития медиакультуры в целом, в формирующейся отечественной теории социокультурной коммуникации, в проблематике межкультурных связей и в межкультурной конфликтологии.

Характеризуя современную интернет-коммуникацию в студенческой среде как социокультурное явление необходимо акцентировать, что мы имеем дело с быстро развивающейся сферой модернизации образовательных практик. Скорость происходящих изменений привлекает внимание отечественных ученых различных специальностей. В рамках культурологического исследования мы можем синтезировать достижения современной науки в областях педагогики, психологии, социологии, лингвистики (и др.) с целью формирования наиболее целостного представления о рассматриваемом предмете.

Интернет-коммуникация в студенческой среде не только быстро развивающийся модернизационный социокультурный процесс, но и процесс, на сегодняшний день, претендующий на ведущую роль в формировании культуры профессиональной самореализации студентов. В этой связи анализ отдельных составляющих интернет-коммуникации российских студентов представляет интерес в плане прогнозирования дальнейшего социокультурного развития нашего общества. Для планомерного мониторинга текущего состояния культуры профессиональной самореализации студентов нам необходимы дополнительные эмпирические исследования в двух направлениях: 1) готовность ВУЗов осуществлять информационную политику в Интернете в аспекте мотивации развития культуры профессиональной самореализации студентов; 2) уровень информационной культуры студенчества в аспекте развития навыков профессиональной самореализации посредством интернет-коммуникации. Для проведения дальнейших исследований в данной работе апробированы метод контентного анализа сайтов учебных заведений и метод социологического опроса студентов.

В результате изучения обозначенной темы мы можем вынести на обсуждение научного сообщества следующие положения.

1. Студенчество можно рассматривать как некоторую социокультурную систему, как студенческую субкультуру, повседневным окружением которой являются молодежная культура, научное и профессиональное сообщество как институты социокультурного пространства. Студенческую субкультуру выделяет из молодежной культуры ее институциональность в сфере деятельности учебных заведений. Дифференциация студенческой субкультуры как социального образования на социальные группы по стилю жизни и отношению к образовательной деятельности позволяет выделить специфические особенности интернет-коммуникации отдельных групп. В отечественной художественной культуре традиционно культивируется один из выделенных нами стилей жизни (стиль «идеалистов» по И.М. Сотникову), остальные в художественных произведениях (литература, театр, кино) рассматриваются критически, что обуславливает ведущую роль стиля жизни «идеалистов» в социальной самоорганизации студенческой субкультуры и ее интернет-коммуникации.

2. Мы отмечаем как позитивный потенциал интернет-коммуникации в плане возможности ее использования для реализации информационной политики образовательных учреждений в направлении проектирования социокультурной реальности путем управления развитием культуры профессиональной самореализации студентов, так и потенциал формирования факторов риска в случае неконтролируемого ее развития. Этот факт подчеркивает важную социальную роль информационной политики образовательных учреждений, возможность и необходимость максимального воздействия с ее помощью на развитие положительных тенденций в развитии культуры профессиональной самореализации студентов путем управления их интернет-коммуникацией. В этой связи предложенная модель культуры профессиональной самореализации студентов может использоваться для мониторинга текущей ситуации и прогнозирования перспективных тенденций.

3. Современные исследования в области социальной коммуникации и

интернет-коммуникации в образовательной среде учебных заведений позволяют сформировать теоретическую концепцию культуры профессиональной самореализации студентов, в рамках которой интернет-коммуникация является ведущим фактором развития. Эта концепция позволяет анализировать и обобщать собранные эмпирические данные, осуществляя научный мониторинг культуры профессиональной самореализации студентов, выявлять роль высших учебных заведений в проектировании тенденций развития социокультурного пространства регионов России и страны в целом.

4. Интенсивно развивающийся коммуникационный потенциал сайтов образовательных учреждений высшего образования России в настоящее время слабо ориентирован на формирование и развитие культуры профессиональной студентов, что в плане управления этим быстротекущим социальным процессом, определяющим как современный социально-экономический климат, так и перспективную ситуацию, представляет определенную управленческую проблему в сфере формирования информационной политики учебных заведений в Интернете. Контент сайтов учреждений высшего образования России нуждается в коррекции в аспекте выработки стратегий информационной политики с учетом уставных целей учреждений и реализации информационно-коммуникационного потенциала Интернета в направлении развития культуры профессиональной самореализации студентов, что позитивно повлияло бы на решение текущих и перспективных задач социокультурного развития российского общества.

5. Культура профессиональной самореализации студентов современной России опирается на деятельность активных социальных групп студенческой субкультуры (по И.М. Сотникову: «идеалисты», «прагматики» и «карьеристы»), составляющих большую часть количественного состава студенчества (по нашим данным 76 % студентов учреждений высшего образования Краснодарского края), что является позитивным условием ее дальнейшего развития и базовым фактором управляемости этим социокультурным пространством. Активные социальные группы студенческой субкультуры в совокупности влияют на популярность информационного контента Интернета в студенческой субкультуре и молодежной

среде, генерируя важнейшие для управления этой средой ценностные критерии.

6. В ходе исследования мы приходим к выводу, что уровень культуры профессиональной самореализации студенческой субкультуры зависит от ориентации студенчества на генерируемые научным и профессиональным сообществом ценности, следовательно, качество интернет-коммуникации студенчества в аспекте развития культуры профессиональной самореализации зависит от качества управления образовательными учреждениями собственным контентом в Интернете. Интернет-коммуникация студентов в аспекте развития культуры профессиональной самореализации представляет собой важнейший фактор социокультурного развития общества и может использоваться в качестве рычага управления социальными процессами и реализации в этой сфере государственной политики. Не до конца раскрытый потенциал интернет-коммуникации как фактора развития культуры профессиональной самореализации студентов требует дальнейшего изучения и научного мониторинга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Статьи, монографии, учебники, справочники, диссертации и авторефераты

1. Абдуллаева, Р. Г. Проблема художественного стиля в информационной культуре / Р. Г. Абдуллаева. – Баку: Элм, 2003. – 256 с.
2. Авербух, Н. В. Психологические аспекты феномена присутствия в виртуальной среде / Н. В. Авербух // Вопросы психологии. – 2010. – №5. С. 105-113.
3. Аверинцев, С. С. Культурология Йохана Хейзинги / С. С. Аверинцев // Вопросы философии. – 1969. – №3. – С. 169-174.
4. Алешина, Е. А. Политическая культура студенческой молодежи современного российского общества: состояние, тенденции, пути формирования : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Алешина Елена Александровна. – М, 2006. – 175 с.
5. Алкин, В. А. Феномен игры в обществе: социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Алкин Виктор Анатольевич. – Новочеркасск, 2003. – 27 с.
6. Анохин, П. К. Узловые вопросы теории функциональных систем / П. К. Анохин. – М., Наука, 1980. – 198 с.
7. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм; сокр. пер. с англ. В. Н. Самохина; общ. ред. и вступит. ст. В. П. Шестакова. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
8. Артемьев, Ю. И. Природа – форма – драматургия / Ю. И. Артемьев // Число и мысль. – Вып. 7: сб. науч. ст. / сост. В. М. Петров. – М.: Знание, 1984. – С. 85-102.
9. Афасижев, М. Н. Теория информации и актуальные проблемы

- современного искусствознания / М. Н. Афасижев // Проблемы информационной культуры. – Вып.2.: Информационный подход и искусствознание: сб. науч. ст. / науч. ред. И. И. Горлова, В. М. Петров, Ю. Н. Рагс. – М. ; Краснодар, 1995. – С. 7-14.
- 10.Бабочкин, П. И. Становление жизнеспособной молодежи в динамично изменяющемся обществе. М.: Московская гуманитарно-социальная академия ; Социоцентр МГУ, 2000. 176 с.
- 11.Барт Р. Мифологии / пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 312 с.
- 12.Бахтин, М. М. К философии поступка [Электронный ресурс] / М. М. Бахтин // Библиотека Гумер – философия. –Режим доступа: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Article/Baht_FilPost.php.
- 13.Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1965. – 527 с.
- 14.Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975. – 502 с.
- 15.Беккер, Г. Современные социологические теории / Г. Беккер, А. Бесков. – М., 1961. – 114 с.
- 16.Белинская, Е. П. Идентичность личности в условиях социальных изменений : дис. ... д-ра психологических наук : 19.00.05 / Белинская Елена Павловна. – М., 2006. – 479 с.
- 17.Боброва, Е. И. Информационно-коммуникационные технологии в деятельности библиотеки вуза : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / Боброва Елена Ивановна. – Кемерово, 2007. – 251 с.
- 18.Боброва, И. И. Дидактические условия развития профессионально-педагогического мышления будущих учителей информатики : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Боброва Инна Игоревна. – Магнитогорск, 2002. – 168 с.
- 19.Боброва, Н. В. Проектирование индивидуальных образовательных траекторий студентов учреждений среднего профессионального

- образования на основе электронного учебника : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Боброва Наталья Владимировна. – Калуга, 2011. – 215 с.
20. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Н. В. Суслов. Екатеринбург: Уральский университет, 2000. 98 с.
21. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; пер. Е. А. Самарская. М.: Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с.
22. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. А. Качалов ; ред. А. Нестерова. М.: Постум, 2016. 240 с.
23. Бодрийяр Ж., Сиоран, Э. Матрица Апокалипсиса. Последний закат Европы / Ж. Бодрийяр, Э. Сиоран ; ред. О. В. Селин. М.: Алгоритм, 2015. 272 с.
24. Бриллюэн, Л. Наука и теория информации / Л. Бриллюэн. – М.: Физматиз, 1960. – 392 с.
25. Буева, Л. П. Социокультурный опыт и механизмы его усвоения / Л. П. Буева // Общественные науки. – 1985. – №3 – С. 84-98.
26. Бурдье, П. Практический смысл / пер. с фр. А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко; ред. Н. А. Шматко. – СПб.: Алетейя, 2001 – 562 с.
27. Буяковская, И. А. Подготовка будущего учителя информатики к внедрению информационно-коммуникационных технологий в образовательных учреждениях : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Буяковская Ирина Александровна. – Новокузнецк, 2006. – 246 с.
28. Быховская, И. М., Флиер, А. Я. Коммуникация социокультурная [Электронный ресурс] / И. М. Быховская, А. Я. Флиер // Высшая школа культурологи : Культурологический словарь. – Библиотека Гумер. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/CultDic/5.php.
29. Валерии, П. Об искусстве / П. Валери; пер. с франц., авт.-сост. В. М. Козовой. – М.: Искусство, 1976. – 622 с.
30. Вершинская, О. Н. Существующие модели построения информационного

- общества / О. Н. Вершинская // Информационное общество, 1999. – № 3. – С. 54-68.
31. Вильсон, А. Дж. Энтропийные методы моделирования сложных систем / А. Дж. Вильсон. – М.: Мир, 1978. – 248 с.
32. Виноградов, А. В. Игровые технологии как средство развития творческих способностей старших подростков: на примере полихудожественного досугового объединения : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Виноградов Андрей Викторович. – Екатеринбург, 2002. – 17 с.
33. Владимиров, В. А. Деятельность Компартии Белоруссии по совершенствованию системы партийного образования и повышения его роли в идейно-политическом воспитании коммунистов и беспартийного актива: 1971-1975 гг. : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.01 / Владимиров Валентин Андреевич. – Минск, 1984. – 214 с.
34. Войскунский, А. Е. Метафоры Интернета / А. Е. Войскунский // Вопросы философии – 2001. – № 11. – С. 64-79.
35. Войскунский, А. Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке / А. Е. Войскунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. – Выпуск 1. – М.: Смысл, 2002, – С. 82-101.
36. Воробьева, Н. А. Педагогические условия подготовки будущего педагога к профессиональной интернет-коммуникации : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Воробьева Наталья Александровна. – Омск, 2010. – 275 с.
37. Выготский, Л. С. Игра и её роль в психическом развитии ребенка / Л. С. Выготский // Вопросы психологии. – 1966. – №6. – С. 62-76.
38. Выготский, Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте. Психологический очерк / Л. С. Выготский. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1967. – 93 с.
39. Выготский, Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – 3-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 573 с.
40. Вяничева, Т. В. Субстантив-субстантивная синлексика современного русского языка : дис. ... канд. филологич. наук : 10.02.01 / Вяничева Татьяна

Владимировна. – Томск, 2000. – 344 с.

41. Гавров, С. Н. Образование в процессе социализации личности / С. Н. Гавров, Н. Д. Никандров // Вестник университета Российской академии образования. – 2008. - № 5 (43). – С. 21.
42. Гадамер, Х-Г. Актуальность прекрасного: пер. с нем. / Х-Г. Гадамер. – М.: Искусство, 1991. – 367 с.
43. Гараева, А. К. Приоритетность современных информационно-коммуникационных технологий и их использование в обучении иностранному языку в вузах Республики Таджикистан : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Гараева Альфия Кахировна. – Душанбе, 2011. – 179 с.
44. Гидденс, Э. Социология / Э. Гидденс, К. Бердсолл ; пер. с англ. А. В. Берков, В. П. Мурат, И. В. Ольшевский и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 632 с.
45. Гоголь, Н. В. Полное собрание сочинений в одном томе / Н. В. Гоголь. – М.: Альфа-книга, 2009. – 1232 с.
46. Гончарова, И. А. Подготовка будущих инженеров к использованию инструментальных программных средств при решении и моделировании научных и учебных задач : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Гончарова Инна Александровна. – Калуга, 2005. – 248 с.
47. Голиусова, Ю. В. Трансформация ценностных ориентаций российского студенчества : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Голиусова Юлия Вячеславовна. – М, 2003. – 151 с.
48. Голицын, Г. А. Информатика – логика – поэзия / Г. А. Голицын // Число и мысль. – Вып. 7: сб. науч. ст. / сост. В. М. Петров. – М.: Знание, 1984. – С. 9-32.
49. Голицын, Г. А. Параболический закон и восприятие искусства / Г. А. Голицын // Проблемы информационной культуры. – Вып.2: Информационный подход и искусствоведение: сб. науч. ст. / науч. ред. И. И. Горлова, В. М. Петров, Ю. Н. Рагс. – М. ; Краснодар, 1995. – С. 114-125.

50. Голицын, Г. А. Информация и творчество: на пути к интегральной культуре / Г. А. Голицын. – М.: Русский мир, 1997. – 304 с.
51. Голицын, Г. А. Рефлексия и структура системы «Культура» / Г. А. Голицын // Проблемы информационной культуры. – Вып.6: Методология и организация информационно-культурологических исследований: сб. науч. ст. / науч. ред. Ю. С. Зубов, В. А. Фокеев. – М. ; Магнитогорск, 1997. – С. 18-33.
52. Голицын, Г. А. Искусство «высокое» и «низкое»: системная роль элитарной культуры / Г. А. Голицын // Творчество в искусстве – искусство творчества: коллектив. монография / науч. ред. Л. Дорфман, К. Мартиндейл, В. Петров и др. – М.: Наука ; Смысл, 2000. – С. 245-264.
53. Голицын, Г. А. Социальная и культурная динамика: долговременные тенденции (информационный подход) / Г. А. Голицын, В. М. Петров. – М.: КомКнига ; URSS, 2005. – 272 с.
54. Голицын, Г. А. Информация и биологические принципы оптимальности. Гармония и алгебра живого / Г. А. Голицын, В. М. Петров. – 2-е изд. – М.: КомКнига ; URSS, 2005. – 128 с.
55. Голицын, Г. А. Информация. Поведение. Язык. Творчество / Г. А. Голицын, В. М. Петров. – 2-е изд. – М.: ЛКИ ; URSS, 2007. – 224 с.
56. Горлова, И. И. Культурная политика в современной России: региональный аспект : учеб. / И. И. Горлова. – Краснодар, 1998. – 319 с.
57. Горлова, И. И. Культурология: учеб. / И. И. Горлова. – 2-е изд. перераб. и доп. – Краснодар, 2009. – 398 с.
58. Горлова, И. И. Общество, культура, образование в современной России: проблемы и перспективы взаимодействия / отв. ред. И. И. Горлова ; ред. колл. Т. В. Коваленко, Н. Н. Мусина // Культура. Наука. Образование: сб. науч. ст. – Краснодар, 2010. – С. 7-15. (Ученые записки кафедры теории и ист. к-ры Краснодарского гос. ун-та к-ры и ис-в. Вып. 1).
59. Горлова, И. И. Художественная культура и художественное образование: учебное пособие / И. И. Горлова. – Краснодар, 2001. – 256 с.

- 60.Гребенщикова, А. В. Формирование профессиональной компетентности будущих переводчиков средствами информационно-коммуникационных технологий : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Гребенщикова Александра Вячеславовна. – Челябинск, 2005. – 179 с.
- 61.Грива, О. А. Толерантность как ценность образования будущего / О. А. Грива // Инновационная наука. – № 3. – 2015. – С. 191-194.
- 62.Грива, О. А., Макиенко, С. А. Межкультурные коммуникации в процессе формирования и сохранение культурной идентичности / О. А.Грива, С. А. Макиенко // Таврические студии. Серия: Культурология. – № 3. – 2013. – С. 15-19.
- 63.Гумилев, Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилев. – Л.: Гидрометеиздат, 1990. – 528 с.
- 64.Гумилев, Л. Н. Этносфера. История людей и история природы / Л. Н. Гумилев. – М.: Экопрос, 1993. – 543 с.
- 65.Гуревич, А. Я. Проблема ментальности в современной историографии / А. Я. Гуревич // Всеобщая история: дискуссии, новые подходы. – Вып.1. – М.: Наука, 1989. – С. 75-89.
- 66.Гуревич, П. С. Культурология : учеб. / П. С. Гуревич. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 1999. – 288 с.
- 67.Гусева, А. В. Управление социокультурными процессами: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Гусева Анна Владиславна. – М.: 2012. – 22 с.
- 68.Густомясова, Т. И. Методика формирования социолингвистической компетенции студентов на материале E-mail-проектов : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Густомясова Татьяна Ильинична. – Волгоград, 2010. – 217 с.
- 69.Даль, В. И. Толковый словарь русского языка : Современная версия / В. И. Даль. – М.: Эксмо-Пресс, 2002. – 736 с.
- 70.Данилевский, Н. Я. Россия и Европа / Н. Я. Данилевский. – М.: Книга, 1991. – 537 с.

71. Данилин, А. М. Трансформация организационной культуры промышленного предприятия в постсоветский период : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Данилин Алексей Михайлович. – СПб, 2007. – 183 с.
72. Данилов, М. В. Партии в политическом пространстве современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.01 / Данилов Михаил Викторович. – Саратов, 2003. – 210 с.
73. Денисов, Н. Г. Поликультурное образование на юге России: инновационная стратегия // Культура. Наука. Образование: сб. науч. ст. / отв. ред. И. И. Горлова; ред. колл. Т. В. Коваленко, Н. Н. Мусина. – Краснодар, 2010. – С. 113-123. (Ученые записки кафедры теории и ист. к-ры Краснодарского гос. ун-та к-ры и ис-в. Вып. 1).
74. Джентиле, Дж. Избранные философские произведения. Т. 5: Реформа воспитания. Формы воспитания / пер. с итал., вступ. ст., коммент., указатель имен А. Л. Зорин. – Краснодар, 2011. – 208 с.
75. Дигтярь, П. А. Деятельность Коммунистической партии по ускорению научно-технического прогресса в годы девятой пятилетки: на материалах партийных организаций предприятий машиностроения и металлообработки Украинской ССР : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.01 / Дигтярь Петр Андреевич. – Киев, 1984. – 249 с.
76. Дольник, В. Р. Непослушное дитя биосферы / В. Р. Дольник. – СПб.: Петроглиф, 2009. – 352 с.
77. Достоевский, Ф. М. Идиот / Ф. М. Достоевский. – М.: АСТ, 2010. – 672 с.
78. Донец, П. Н. Теория межкультурной коммуникации. Специфика культурных смыслов и языковых форм : дис. ... д-ра филологических наук : 10.02.19 / Донец Павел Николаевич. – Харьков, 2003. – 369 с.
79. Елинер, И. Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе : автореф. дис. ... д-ра культурологи : 24.00.01 / Елинер Илья Григорьевич. – СПб, 2010. – 34 с.
80. Емельянов-Ярославский, Л. Б. О логической структуре некоторого самоорганизующегося автомата / Б. Л. Емельянов-Ярославский // Проблемы

адаптивного управления. – Ростов-на-Дону, 1974. – С 120-156.

- 81.Ерохина, Н. Н. Социосемиотические основы молодежной субкультуры : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Ерохина Наталия Николаевна. – Тамбов, 2006. – 153 с.
- 82.Ершова, Н. А. Формирование компетентности учителя начальных классов в области информационно-коммуникационных технологий в педагогическом колледже : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Ершова Надежда Александровна. – Волгоград, 2009. – 233 с.
- 83.Жичкина, А. Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста : дис. ... канд. психологических наук : 19.00.05 / Жичкина Анастасия Евгеньевна. – М., 2001. – 199 с.
- 84.Жукова, Т. В. Проблемы кросскультурной коммуникации студенческой молодежи : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Жукова Татьяна Витальевна. – М, 2009. – 202 с.
- 85.Запесоцкий, А. С. Трансформация культуры: производство смыслов и управление информационными потоками / А. С. Запесоцкий // Вопросы философии. – 2010. – №5. – С. 166-171.
- 86.Захарова, Е. В. Организация самостоятельной деятельности студентов с использованием информационно-коммуникационных технологий: на примере иностранного языка : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Е В Захарова Елена Валерьевна. – Якутск, 2008. – 167 с.
- 87.Зиммель, Г. Избранное: Том первый. Философия культуры: пер. с нем. / Г. Зиммель. – М.: Юристъ, 1996. – 671 с.
- 88.Зиятов, К. Деятельность Компартии Узбекистана по повышению роли средств пропаганды и массовой информации в интернациональном воспитании трудящихся в годы Великой Отечественной войны: 1941-1945 гг. : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.01 / Зиятов Камалиддин. – Ташкент, 1984. – 190 с.
- 89.Иванова, Т. А. Использование информационных технологий в обучении математике и информатике студентов средних специальных учебных

- заведений технического профиля : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Иванова Татьяна Александровна. – Елабуга, 2008. – 224 с.
- 90.Иванова, Т. Б. Дополнительная профессиональная подготовка преподавателя вуза в сфере дистанционных образовательных технологий : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Иванова Татьяна Борисовна. – М., 2010. – 175 с.
- 91.Иконникова, С. Н. Диалог о культуре / С. Н. Иконникова. – Л.: Лениздат, 1987. – 205 с
- 92.Ильина, Т. В. История искусств. Западноевропейское искусство / Т. В. Ильина. – М.: Высшая Школа, 2000. – 368 с.
- 93.Исакова, С. Н. Формирование готовности студентов педагогического колледжа к использованию информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Исакова Светлана Николаевна. – Нижний Новгород, 2005. – 258 с.
- 94.Исупова Е. Основные инструменты для привлечения трафика на ваш сайт: SEO и контекст [Электронный ресурс] / Е. Исупова. – Режим доступа: http://www.intecco.ru/sites/intecco.ru/files/elena_isupova_seokontekst.pdf.
- 95.Каган, М. С. Морфология искусства: историко-теоретическое исследование внутреннего строения мира искусства / М. С. Каган. – М. ; Л.: Наука, 1972. – 440 с.
- 96.Как провести социологическое исследование: В помощь идеол. активу / под ред. М. К. Горшков, Ф. Э. Шерега. – М.: Политиздат, 1990. – 288 с.
- 97.Коваленко, Т. В. Эволюция интенсивности художественной жизни: театр и драматургия России и Западной Европы: XV-XX века : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Коваленко Тимофей Викторович. – Краснодар: 2007. – 23 с.
- 98.Коваленко, Т. В. Эволюция театральной жизни: Опыт информационно-культурологического осмысления / Т. В. Коваленко ; предисл. В. М. Петрова. – М.: Либроком, 2012. – 248 с.
- 99.Корсунцев, И. Г. Философия виртуальной реальности / И. Г. Корсунцев //

- Виртуальная реальность: Философские и психологические аспекты. – М., 1997. – С 50.
100. Кочетов, А. Н. Влияние Интернета на развитие общества / А. Н. Кочетов // Информационное общество. – 1999. – № 5. – С 43-51.
101. Краснов, П. В. Департамент полиции МВД и студенческое движение в России в конце XIX – начале XX века : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02 / Краснов Павел Владимирович. – М., 2008. – 191 с.
102. Крёбер, А. Л. Конфигурации культурного роста: пер. с англ. / А. Л. Крёбер // Избранное: Природа культуры. – М.: РОССПЕН, 2004. – С. 7-800.
103. Крёбер, А. Л. Стиль и цивилизации: пер. с англ. / А. Л. Крёбер // Избранное: Природа культуры. – М.: РОССПЕН, 2004а. – С. 801-928.
104. Кун, Т. Структура научных революций: пер. с англ. / Т. Кун. – М.: Прогресс, 1975. – 288 с.
105. Левикова, С. И. Молодежная субкультура : учеб. / С. И. Левикова. – М.: Фаир-Пресс, 2004. – 352 с.
106. Левит, С. Я. Культурология. XX век. Энциклопедия. Том 2 / гл. ред. С. Я. Левит ; Ж. М. Арутюнова, В. Н. Басилов, И. С. Вдовина и др. – СПб.: Университетская книга ; Алетейя, 1998. – 370 с.
107. Леоненко, П. М. Экономическая история: учеб. / П. М. Леоненко, П. И. Юхименко. – М.: Знания-Пресс, 2004. – 499 с.
108. Лидак, Л. В., Лютикова, Т. П. Формирование и развитие информационной культуры будущего специалиста в образовательном процессе вуза: к постановке проблемы исследования / Л. В. Лидак, Т. П. Лютикова // Сборник ст. – Вып 12. – Минеральные Воды: РГУП, 2004. – С 128-134.
109. Лидак, Л. В, Иванова, Е. Е. Психологическое сопровождение развития профессиональных намерений студентов вузов в условиях негарантированной занятости / Л. В. Лидак, Е. Е. Иванова. – Пятигорск ; Минеральные Воды, 2008. – 139 с.

110. Лиманская, Л. Ю. Теория искусства в аспекте культурно-исторического опыта: Исследования по теории и методологии искусствознания / Л. Ю. Лиманская. – М.: Изд-во Российск. гуманит. ун-та, 2004. – 223 с.
111. Лихачев, В. Искусство Византии IV-XV веков / В. Лихачев. – Л.: Искусство, 1986. – 308 с.
112. Лосев, А. Ф. Эстетика Возрождения / А. Ф. Лосев. – М.: Мысль, 1978. – 623 с.
113. Лосев, А. Ф. Форма – Стиль – Выражение / А. Ф. Лосев. – М.: Мысль, 1995. – 944 с.
114. Лосев, А. Ф. Мифология греков и римлян / А. Ф. Лосев. – М.: Мысль, 1996. – 975 с.
115. Лотман, Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства: XVIII – начало XIX века / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство, 1994. – 399 с.
116. Лотман, Ю. М. Избранные статьи в трех томах: статьи по семиотике и топологии культуры / Ю. М. Лотман. – Т. 1. – Таллин: Александра, 1992. – 248 с.
117. Лотман, Ю. М. Каноническое искусство как информационный парадокс / Ю. М. Лотман // Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – С. 314-321. (Мир искусств).
118. Лотман, Ю. М. Место киноискусства в семиотическом механизме культуры / Ю. М. Лотман // Текст и культура. Труды по знаковым системам. – Вып. 18. – Тарту: Тартуский гос. ун-т, 1977. – С. 138-150. (Ученые записки Тартуский гос. ун-та. Вып. 284).
119. Лотман, Ю. М. О семиотическом механизме культуры / Ю. М. Лотман, Б. А. Успенский // Текст и культура. Труды по знаковым системам. – Вып. 5. – Тарту: Тартуский гос. ун-т, 1971. – С. 144-166. (Ученые записки Тартуский гос. ун-та. Вып. 284).
120. Лотман, Ю. М. Роман А. С. Пушкина «Евгений Онегин».

- Комментарий / Ю. М. Лотман. – Л.: Просвещение, 1983. – 416 с.
121. Лотман, Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство, 2000. – 704 с.
122. Лотман, Ю. М. Тезисы к проблеме «Искусство в ряду моделирующих систем» / Ю. М. Лотман // Труды по знаковым системам. – Т.3. – Тарту: 1967. – С. 130-154.
123. Лубашова, Н. И. Феномен отечественной кинематографии в социокультурном пространстве России XX в.: монография / Н. И. Лубашова. – Краснодар: Атрии, 2008. – 356 с.
124. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М.: Праксис, 2005. – 254 с.
125. Макаренко, А. С. Лекции о воспитании детей. Игра: сочинения в 7 т. / А. С. Макаренко. – Т. 4. – М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1957. – С. 373-383.
126. Манаев, О. Т. Контент-анализ – описание метода [Электронный ресурс] / О. Т. Манаев // Пси-фактор 2001-2014. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/kontent.htm>.
127. Мансуров, В. А., Семенова, А. В. Московский комсомолец: контент-анализ публикаций о терактах 2004 года и терроризме / В. А. Мансуров, А. В. Семенова [Электронный ресурс] // Socis/2007-08. – Режим доступа: <http://2008.isras.ru/files/File/Socis/2007-08/mansurov.pdf>.
128. Маркарян, Э. С. Узловые проблемы теории культурной традиции / Э. С. Маркарян // Советская этнография. – 1981. – №2. – С. 78-96.
129. Маркина, А. А. Развитие регулятивно-коммуникативных умений старшеклассников в условиях применения информационно-коммуникационных технологий : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Маркина Анна Анатольевна. – Курск, 2012. – 183 с.
130. Мартиндейл, К. Генеральная парадигма эмпирической эстетики: пер. с англ. / К. Мартиндейл // Творчество в искусстве - искусство творчества: коллекти : монография / науч. ред. Л. Дорфман, К. Мартиндейл, В. Петров и

- др. – М.: Наука; Смысл, 2000. – С. 36-44.
131. Матасова, И. М. Стили руководства на государственных и частных предприятиях: общее и особенное : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Матасова Ирина Михайловна. – М.: 2009. 188 с.
132. Матюх, В. М. Проект оптимизации управления взаимодействием детского сада и семьи, через использование ИКТ / В. М. Матюх [Электронный ресурс] // Национальный фонд подготовки кадров. Информатизация системы образования. – Режим доступа: <http://ds-425.nios.ru/p76aa1.html>.
133. Махлина, С. Т. Семиотика культуры и искусства: словарь-справочник в двух книгах / С. Т. Махлина. – Кн.1. – 2-е изд., расш. и испр. – СПб.: Композитор, 2003. – 264 с.
134. Махлина, С. Т. Семиотика культуры и искусства: словарь-справочник в двух книгах / С. Т. Махлина. – Кн.2. – 2-е изд., расш. и испр. – СПб.: Композитор, 2003. – 340 с.
135. Медведева, И. Н. Феномен помощи в студенческой среде как предмет социологического анализа : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Медведева Ирина Николаевна. – М., 2004. – 187 с.
136. Метляева, Т. В. Игровая модель формирования имиджа в социокультурном контексте : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Метляева Татьяна Викторовна. – Владивосток, 2009. – 28 с.
137. Мир русской культуры: Энциклопедический справочник / рук. авт. колл. д-р ист.наук проф. А. Н. Мячин. – М.: Вече, 1997. – 624 с.
138. Мифы народов мира: энциклопедия в 2-х т. / гл. ред. С. А. Токарев. – Т.1: А-К – М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. – 672 с.
139. Мифы народов мира: энциклопедия в 2-х т. / гл. ред. С. А. Токарев. – Т.2: К-Я – М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. – 720 с.
140. Михайлов, А. В. Языки культуры: учеб. / А. В. Михайлов. – М.: Язык русской культуры, 1997. – 909 с.
141. Михайлова, Л. И. Социодинамика народной художественной

- культуры: детерминанты, тенденции, закономерности / Л. И. Михайлова. – М.: Вузовская книга, 1999. – 240 с.
142. Можейко, М. А. Новейший философский словарь: Социализация / А. А. Грицанов, М. А. Можейко, Т. Г. Румянцева. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.
143. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль, В. Фукс, М. Касслер; пер. с франц., вст. ст., ред. и прим. Б. В. Бирюкова, Р. Х. Зарипова, С. Н. Плотникова. – 2-е изд., стереотип. – М. : КомКнига ; URSS, 2005. – 416 с.
144. Моль, А. Теория информации и эстетическое восприятие / А. Моль; пер. с франц. Б. А. Власова и др. – М.: Мир, 1966. – 351 с.
145. Мосиенко, Л. В. Ценностное самоопределение студентов в пространстве университетской молодежной субкультуры : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 / Л В Мосиенко Людмила Васильевна. – Оренбург, 2012. – 514 с.
146. Науменко, В. Е. Юг России: подходы к определению понятия // Культура. Наука. Образование: сб. науч. ст. / отв. ред. И. И. Горлова; ред. колл. Т. В. Коваленко, Н. Н. Мусина. – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т к-ры и ис-в, 2010. – С. 124-139. (Ученые записки кафедры теории и ист. к-ры Краснодарского гос. ун-та к-ры и ис-в. Вып. 1).
147. Нечипуренко, В. Н. Ритуал: генезис социального бытования и формирования субъективности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / В Н Нечипуренко Виктор Николаевич. – Ростов н/Д, 2002. – 47 с.
148. Неклюдов, С. Ю, Щепанская, Т. Б. Современный городской фольклор / С. Ю. Неклюдов, Т. Б. Щепанская, М. П. Чередникова и др. – М.: РГГУ, 2007. – 736 с.
149. Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов, науч. ред. В. Л. Абушенко, М. А. Можейко и др.. – Мн, изд. В М Скакун, 1998. – 896 с.
150. Новиков, А. И. История русской философии X-XX веков / А. И. Новиков. – СПб: Лань, 1998. – 320 с.

151. Огородников, Ю. А. Искусство и его роль в социализации человека: социально-философский анализ : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Огородников Юрий Александрович. – М., 1996. – 30 с.
152. Омельченко, Е. Молодежные культуры и субкультуры / Е. Омельченко, Ин-т социологии РАН, Ульяновский гос. ун-т. – М. : Ин-т социологии РАН, 2000. – 262 с.
153. Основы теории художественной культуры: учеб. пособие / под общ. ред. Л. М. Мосоловой. – СПб.: Лань, 2001. – 288 с.
154. Островский, А. Н. Пьесы / А. Н. Островский – М.: Дрофа, 2002. – 480 с.
155. Островский, Н. А. Как закалялась сталь / Н. А. Островский. – Л.: Лениздат, 1947. – 400 с. (Библиотека школьника).
156. Павлов, И. В. Организация управления промышленным предприятием в конкурентной среде : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Павлов Игорь Владиславович. – Ижевск, 2006. – 152 с.
157. Павелко, Н. Н. Ценностная культура личности / Н. Н. Павелко. – Краснодар: ХОРС, 2013. – 672 с.
158. Павелко, Н. Н. Педагогическая культурология / Н. Н. Павелко. – Краснодар: ХОРС, 2009. – 556 с.
159. Перцев, Е. М. Русская лексика в английском газетном тексте: способы передачи национально-культурного компонента: на материалах газеты The Moscow Times : дис. ... канд. филологических наук : 10.02.20 / Е М Перцев Евгений Михайлович. – М., 2009. – 162 с.
160. Петров, В. М. Знаковый статус, информативность и форма / В. М. Петров // Дизайн знаковых систем: психолого-семиотические проблемы – М : ВНИИТЭ ГКНТ СССР, 1984. – С. 78-94. (Труды ВНИИТЭ. Эргономика. Вып. 27).
161. Петров, В. М. Количественные методы в искусствознании: учеб. / В. П. Петров. – М.: Академический Проект Фонд «Мир», 2004. – 432 с.
162. Петров, В. М. Количественные методы в социологии искусства /

- В. М. Петров // Теория художественной культуры. – Вып.10 / отв. ред. Н. А. Хренов. – М.: Гос. ин-т искусствознания, 2006. – С. 89-121.
163. Петров, В. М. Социальная и культурная динамика: быстротекущие процессы (информационный подход) / В. М. Петров. – СПб.: Алетейя, 2008. – 336 с.
164. Петрушина, Е. В. Социальное конструирование стилей потребления студенческой молодежи: социолого-управленческий аспект : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Петрушина Елена Владимировна. – М., 2006. – 188 с.
165. Пивоев, В. М. Философия культуры / В. М. Пивоев. – СПб.: Изд-во Юридического института, 2001. – 352 с.
166. Пинская, М. В. Культура профессиональной самореализации как основополагающий фактор Интернет-коммуникации студентов [Электронный ресурс] / М. В. Пинская // Культура и образование. – Декабрь 2013. - № 4. – Режим доступа: <http://vestnik-rzi.ru/2013/12/1199>.
167. Пинская, М. В., Павелко, Н. Н. Культура и информация в современном мире: некоторые проблемы взаимодействия / М. В. Пинская, Н. Н. Павелко // Сборник материалов 15 межвузовской студенческой научной конференции «Современные проблемы управления инновационной экономикой и образованием». – Краснодар, 2010. – С. 95-98.
168. Пинская, М. В. Понятие «информация» с точки зрения культуролога / М. В. Пинская // Сборник научных трудов филиала РГСУ в г. Анапе. – Вып.7. – Анапа: Филиал РГСУ в г. Анапе, 2010. – С. 251-253.
169. Пинская, М. В. Информация и коммуникация как неотъемлемая составляющая социокультурного процесса / М. В. Пинская // Сборник научных трудов филиала РГСУ в г. Анапе. – Вып.7. – Анапа: Филиал РГСУ в г. Анапе, 2010. – С. 253-255.
170. Пинская, М. В. Роль Интернета в межкультурной коммуникации студенческой молодежи / М. В. Пинская // Эмпирические социологические исследования как инструмент анализа молодежных проблем и оптимизации государственной молодежной политики: Материалы Третьей

- Межрегиональной научно-практической конференции. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2011. – С. 206-208.
171. Пинская, М. В. Роль средств сети Интернет в формировании межкультурной коммуникации молодежи / М. В. Пинская ; ред. С. Н. Митина, А. Ю. Тихоновой, Н. В. Калининой и др. // Сборник тезисов инновационных проектов аспирантов и молодых ученых по результатам Всероссийского фестиваля науки. – Ульяновск: Колор-принт, 2011. – С. 134-136.
172. Пинская, М. В. Информационно-коммуникационные технологии как системный элемент современной социокультурной реальности / М. В. Пинская // Проблемы и перспективы современной науки: материалы III Международной научно-практической конференции. – Ставрополь: Логос, 2014. – С. 33-40.
173. Пинская, М. В. Контент-анализ сайтов ВУЗов: основные подходы и проблемы / М. В. Пинская // Социальная политика и социология. – 2014. – № 4. – Т.2 DOI 10.17922/2071-3665 (ISSN 2071-3665)
174. Пинская, М. В., Павелко, Н. Н. Культура профессиональной самореализации как основополагающий фактор Интернет-коммуникации студентов в современной образовательной среде / М. В. Пинская, Н. Н. Павелко // Современные научные исследования: исторический опыт и инновации: сборник материалов Международной научно-практической конференции «Современные научные исследования: исторический опыт и инновации», г. Краснодар, 26-27 февраля 2015 г. – Краснодар: ИМСИТ, 2015 – С. 7-13.
175. Пинская, М. В., Павелко, Н. Н. Проблемы культуры профессиональной самореализации студентов в свете развития современных информационно-коммуникационных технологий / М. В. Пинская, Н. Н. Павелко // Экономика. Право. Печать: Вестник КСЭИ. – 2015. – № 1. – С. 97-104.
176. Пинская, М. В. Контент-анализ Интернет-коммуникации вузов

- Краснодарского края как фактора развития региональной культуры профессиональной самореализации студентов / М. В. Пинская // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 3, Часть 2. – С. 78-81.
177. Пинская, М. В. Студенческая субкультура как форма и артефакт культуры / М. В. Пинская // Вопросы культурологии. – 2015. – № 5-6. – С. 108-114.
178. Пинская, М. В. Мобильность как дополнительный параметр актуальной информации в Интернет-коммуникации студенческой субкультуры / М. В. Пинская ; ред. Г. Р. Консон // Искусствоведение в контексте других наук в России и за рубежом: Параллели и взаимодействия: Сборник трудов Международной научной конференции 13-18 апреля 2015 г. / . – М.: Liteo, 2015. – С. 383-390.
179. Пинская, М. В. Межкультурная Интернет-коммуникация молодежи: вопросы просвещения и молодежной политики : моногр. / М.В. Пинская ; филиал РГСУ в г.Анапе; Академия ИМСИТ (г.Краснодар). – Краснодар: Издательский Дом-Юг, 2015. – 158с. (ISBN 978-5-91718-394-7).
180. Пинская, М. В. Проблемы культуры профессиональной самореализации студентов в свете развития инновационных методов современных информационно-коммуникационных технологий / М. В. Пинская // Инновационная политика Краснодарского края в новых условиях. Сборник материалов годичных научных чтений. Российский государственный социальный университет в г. Анапе Краснодарского края, 2015. – С. 78-88.
181. Пинская, М. В. Ценностные трансформации актуальной информации в Интернет-коммуникации студентов / М. В. Пинская // Современные научные исследования: исторический опыт и инновации: сборник материалов Международной научно-практической конференции «Современные научные исследования: исторический опыт и инновации» г. Краснодар, 10-11 февраля 2016 г. – Краснодар: ИМСИТ, 2016. С. 240-248.

182. Пинская, М. В. Интернет-коммуникация студентов в аспекте развития сотрудничества в области образования, науки и культуры / М. В. Пинская // Культурная жизнь Юга России: прошлое, настоящее, будущее: материалы Международной научно-практической конференции (Краснодар, 21-22 апреля 2016г.) / ред. С. С. Зенгин, В. П. Гриценко, Г. О. Мациевский и др. – Краснодар: Краснодарский государственный институт культуры, 2016. – С. 165-169.
183. Пинская, М.В. Важный культурологический аспект изучения интернет-коммуникации как фактор развития профессиональной культуры самореализации студентов / М.В. Пинская // Научный журнал «Культурная жизнь Юга России». – 2016. – № 4 (63). – С. 18-21
184. Платон. Законы: сочинения в трех томах / под общ. ред. А. Ф. Лосев, В. Ф. Асмус – Т.3. – Ч. 2. – М.: Мысль, 1972. – 678 с.
185. Поликарпова, Е. В. Воздействие современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека и конструирование социальной реальности : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 // Поликарпова Елена Витальевна. – Ростов-н/Д, 2011. – 330 с.
186. Похилько, А. Д. Социокультурная автономность сознания: философско-антропологическое измерение : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.13 / Похилько Александр Дмитриевич. – Ставрополь, 2007. – 351 с.
187. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев: Ваклер, 2001. – 656 с.
188. Пушкин, А. С. Капитанская дочка. Повести. Драматические произведения / А. С. Пушкин. – М.: Эксмо, 2012. – 640 с.
189. Райкина, Т. А. Оптимизация социокультурной среды как фактор формирования гуманистических ценностей студенческой молодежи : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Райкина Татьяна Анатольевна. – Барнаул, 2007. – 190 с.
190. Россман, В. Мистерия центра: идентичность и организация социального пространства в современных и традиционных обществах /

- В. Россман // Вопросы философии. – 2008. – №2. – С. 42-57.
191. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учеб. /А. П. Садохин. – М.: 2009. – 288 с.
192. Гущина, Е. В. Самореализация личности в условиях развивающейся образовательной среды вуза : дис. ... канд. псих. наук : 19.00.01 / Гущина Елена Васильевна. – Сочи, 2010. – 170 с.
193. Ситнова, А. А. Вербальное творчество студенческого сообщества: характер и типы связей с традиционной и массовой культурой : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.09 / Ситнова Анна Андреевна. – Йошкар-Ола, 2009. – 189 с.
194. Сладкова, О. В. Полная энциклопедия знаков и символов / О. В. Сладкова. – М.: АСТ ; Астрель, 2010. – 320 с.
195. Смирнова, А. Н. Социальные стратегии студенчества в современных условиях: На примере студентов высших учебных заведений города Хабаровска : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Смирнова Анна Николаевна. – Хабаровск, 2003. – 163 с.
196. Сноу, Ч. П. Две культуры / Ч. П. Сноу. – М.: Прогресс, 1973. – 144 с.
197. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. / А. В. Соколов. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2002 – 461 с.
198. Соловьева, А. Н. Модели концептуализации этнических субкультур в глобально / локальном контексте : дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / Соловьева Анна Николаевна. – М., 2009. – 319 с.
199. Сорокин, П. А. Человек, цивилизация, общество / П. А. Сорокин ; отв. ред., сост., предисл. Ю. А. Самогонов. – М.: Изд-во политической литературы, 1992. – 542 с.
200. Сорокин, П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин ; пер. с англ., вст. ст и комментарии В. В. Сапов. – М.: Астрель, 2006. – 1176 с.
201. Соссюр Ф. Труды по языкознанию / Ф. Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с.

202. Сотников, И. М. Дифференциация студенческой субкультуры в современном российском обществе : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Сотников Иван Михайлович. – Ставрополь, 2009. – 27 с.
203. Сотникова, А. В. Профессиональная мотивация студенческой молодежи в современных условиях развития рынка труда в России : дис. ... канд. соц. наук : 30.03.2011 / Сотникова Александра Вадимовна. – Ростов-н/Д, 2011. – 171 с.
204. Социализация – БСЭ [Электронный ресурс] // Яндекс. Словари. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/социализация/БСЭ/Социализация/>.
205. Статуев, А. А. Реализация углубленного обучения математике в сельской школе с использованием информационно-коммуникационных технологий : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Статуев Алексей Анатольевич. – Нижний Новгород, 2006. – 147 с.
206. Строганова, И. В. Управление неформальными коммуникациями как элементом корпоративной культуры : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Строганова Ирина Викторовна. – Саратов, 2010. – 194 с.
207. Суртаев, В. Я. Игра в пространстве культуры / В. Я. Суртаев. – СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2012. – 416 с.
208. Тарасов, А. Н. Они нас изучают [Электронный ресурс] // Социальный сайт Маргариты Пушкиной, 3–22 ноября 2002. – Режим доступа: <http://margenta.ru/zabriski/luks.htm>.
209. Теория культуры: учеб. / ред. С. Н. Иконникова, В. П. Большаков. – СПб.: Питер, 2008. – 592 с.
210. Тихонов, В. Г. Социально-политическая активность российской студенческой молодежи : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / В Г Тихонов Виталий Геннадьевич. – Ростов-н/Д., 2011. – 148 с.
211. Толстой, Л. Н. Война и мир: 1-2 том / Л. Н. Толстой. – М.: Эксмо, 2013. – 960 с.
212. Толстой, Л. Н. Война и мир: 3-4 том / Л. Н. Толстой. – СПб.: Каравелла, 1993. – 736 с.

213. Торосян, В. Г. Культурология: История мировой и отечественной культуры: учеб. / В. Г. Торосян. – М.: Владос, 2005. – 735 с.
214. Торосян, В. Г. Уроки нравственности как нравственная проблема / В. Г. Торосян ; ред. И. И. Горлова, Т. В. Коваленко и др. // Культура. Наука. Образование: сб. науч. ст. – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т к-ры и ис-в, 2010. – С. 98-99. (Ученые записки кафедры теории и ист. к-ры Краснодарского гос. ун-та к-ры и ис-в. Вып. 1).
215. Тоффлер, Э. Третья волна / пер. с англ., вступ. ст. П. С. Гуревич. – М.: АСТ, 2010. – 784 с.
216. Тоффлер, Э. Шок будущего / пер. с англ. Е. Руднева, Л. Бурмистрова, К. Бурмистров и др. – М.: АСТ, 2002. – 557 с.
217. Тургенев, И. С. Отцы и дети / И. С. Тургенев. – М.: Искатель, 2014. – 176 с. (Школьная библиотека).
218. Туякбасарова, Н. А. Интернет-коммуникации как средство формирования ценностных ориентаций личности студента : магистерская работа [Электронный ресурс] // – БанкРабот.com 2006-2011. – Режим доступа: http://bankrabort.com/work/work_74724.html.
219. Уайт, Л. А. Избранное: Эволюция культуры: пер. с англ. / Л. А. Уайт – М.: РОССПЕН, 2004. – 960 с.
220. Усков, И. В. Информационно-коммуникационные технологии как средство развития мотивации учебной деятельности студентов : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Усков Иван Васильевич. – Рязань, 2006. – 146 с.
221. Фатов, А. В. Социальное воспитание студенческой молодежи в культурно-досуговой деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Фатов Андрей Васильевич. – М., 2001. – 233 с.
222. Федеральный закон: Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации (Закон о МСУ) № 131-ФЗ, от 06.10.2003 [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/selfgovernment>.
223. Федоренко, И. Н. Информационно-коммуникационные технологии

- как фактор воспроизводства социальной структуры современного общества : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Иван Николаевич Федоренко. – СПб., 2007. – 176 с.
224. Феоктистов, Г. Информационная безопасность общества / Г.Феоктистов // Социально-политический журнал. – 1996. – №5. – С. 211-216.
225. Филянова, В. Н. Политическая субкультура учащейся молодежи России второй половины XIX века : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Владислава Николаевна Филянова. – М, 2005. – 187 с.
226. Флиер, А. Я. Артефакт культурный [Электронный ресурс] // Высшая школа культурологи : Культурологический словарь. – Библиотека Гумер – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Vuks/Culture/CultDic/3.php.
227. Флиер, А. Я. Форма культурная [Электронный ресурс] // Высшая школа культурологи : Культурологический словарь. – Библиотека Гумер – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Vuks/Culture/CultDic/24.php.
228. Флиер, А. О новой культурной политике России / А. Флиер // Общественные науки и современность. – 1994. – №5. – С. 72-87.
229. Флиер, А. Современная культурология: объект, предмет, структура / А. Флиер // Общественные науки и современность. – 1997. – №2. – С. 124-145.
230. Флюгов, С. Н. Социальные проблемы формирования и развития университетского студенчества: На материалах социологического исследования регионального университета : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Сергей Николаевич Флюгов. – Великий Новгород, 2005. – 185 с.
231. Фрейд, З. Психоанализ. Религия. Культура: пер. с англ. / З. Фрейд. – М.: Ренессанс, 1992. – 569 с.
232. Хейзинга, Й. Осень Средневековья: соч. в 3-х тт. / Й. Хейзинга – Т. 1. – М.: Прогресс, 1995. – 416 с.
233. Хейзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга – М.: Прогресс, 1992. – 464 с.

234. Хоруженко, К. М. Культурология. Энциклопедический словарь / К. М. Хоруженко. – Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 640 с.
235. Хрестоматия по западной философии: Античность. Средние века. Возрождение: учеб. пособие / авт. сост. Л. И. Яковлева и др. – М.: Астрель; АСТ, 2003. – 800 с.
236. Хэбдидж, Д. Субкультура: значение стиля: главы из книги [Электронный ресурс] / Д. Хэбдидж // Теория моды: Одежда. Тело. Культура – № 10. – Режим доступа: <http://www.artlover.com.ua/node/377>.
237. Цыганаш, С. Е. Советская партийно-государственная политика в отношении студенческой молодежи в 1960-1970-е гг. : дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Светлана Евгеньевна Цыганаш. – М., 2004. – 189 с.
238. Черчмен, У., Аккоф, Р. Введение в исследование операций / У. Черчмен, Р. Аккоф, А. Арноф. – М., 1968. – 488 с.
239. Чуприна, В. И. Ретроспектива партийно-государственной политики в культурной жизни Советского Союза: 60-80-е годы XX века // Культура. Наука. Образование: сб. науч. ст. / отв. ред. И. И. Горлова; ред. колл. Т. В. Коваленко, Н. Н. Мусина. – Краснодар: Краснодарский гос. ун-т к-ры и ис-в, 2010. – С. 53-74. (Ученые записки кафедры теории и ист. к-ры Краснодарского гос. ун-та к-ры и ис-в. Вып. 1).
240. Шашкова, Н. В. Основы теории коммуникаций / Н. В. Шашкова. – Нижний Новгород, 2008. – 151 с.
241. Шпенглер, О. Закат Европы. Очерки мифологии мировой истории / О. Шпенглер. – М.: Мысль, 1998. – 668 с.
242. Щепанская, Т. Б. Символика молодежной субкультуры / Т. Б. Щепанская. – М.: Наука, 1993. – 352 с.
243. Щепанская, Т. Б. Система. Тексты и традиции субкультуры / Т. Б. Щепанская. – М.: ОГИ, 2004. – 288 с.
244. Эко, У. Имя Розы: роман / У.Эко. – М.: Книжная Палата, 1989. – 486 с.
245. Эко, У. Заметки на полях Имени Розы [Электронный ресурс] / У. Эко // philosophy.ru. – Режим доступа:

<http://philosophy.ru/library/eco/zametki.html>.

246. Ясперс, К. Смысл и назначение истории: пер. с нем. / К.Ясперс. – М: Политиздат, 1991. – 527 с.
247. Грива, О. А. Процедури оцінки ефективності шляхів формування толерантності у молоді в полікультурному середовищі // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Філософія. Політологі. – № 87-88. – 2007. – С. 25-27.
248. Bell, D. The Social Framework of the Information Society / D Bell. – Oxford, 1980. – 330 p.
249. Brake, M. The Sociology of youth cultures and youth subcultures in America, Britain and Canada / M Brake. – London, 1995.
250. Hebdige, D. Subculture: The meaning of style / D Hebdige. – London, New York, Routledge, 1979. – 208 p.
251. Hovland, C. I. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change / C I Hovland, I L Janis, H H Kelly. – New Haven, 1953. – P. 64.
252. Riesman, D. The Lonely Crowd: a Study of the Changing American Character / D Riesman, with R Denney, N Glazer. – New Haven, 1950.
253. Riesman, D. Faces in the Crowd / D Riesman. – New Haven, 1952.
254. Riesman, D. Individualist Reconsidered / D Riesman. – Glencoe, 1954.
255. Riesman, D. Thorstein Veblen / D Riesman. – New York, 1960.

Анализируемые источники в сети Интернет¹

256. 100% рабочая методика заработка в интернете от 90 000 руб. в месяц! [Электронный ресурс] // Зарабатываем денжище!, 2015. – Режим доступа: <http://fxzarabotok.com>.
257. АЛСИ Армавирский лингвистический социальный институт

¹Ввиду динамичности контента ресурсов Интернета, представлены описания, актуальные на сентябрь 2016 г.

- [Электронный ресурс] // АЛСИ Армавирский лингвистический социальный институт, 2011-2016. – Режим доступа: <http://alsivuz.ru>.
258. АМТИ Армавирский механико-технологический институт (филиал) Кубанского государственного технологического университета [Электронный ресурс] // Армавирский механико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО КубГТУ. – Режим доступа: <http://www.amti.ru>.
259. Анапский филиал МПГУ [Электронный ресурс] // Московский педагогический государственный университет, 2016. – Режим доступа: <http://xn--c1arjr.xn--p1ai/ob-mpgu/struktura/filialyi/anapskiy-filial>.
260. Анапский филиал Сочинского государственного университета [Электронный ресурс] // Сочинский государственный университет филиал в г. Анапе, 2016. – Режим доступа: <http://www.anapauniver.ru>.
261. Армавирский гуманитарно-социальный институт [Электронный ресурс] // Армавирский гуманитарно-социальный институт, 2010-2016. – Режим доступа: <http://agsi.ru>.
262. Армавирский лингвистический социальный институт [Электронный ресурс] // АЛСИ Армавирский лингвистический социальный институт, 2011-2015. – Режим доступа: <http://www.alsi.itech.ru>.
263. База Рефератов – готовые рефераты, курсовые и дипломные работы [Электронный ресурс] // BazaReferatov.com, 2008-2010. – Режим доступа: <http://www.bazareferatov.com>.
264. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс] // ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2005-2016. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>.
265. Вакансии ОАО «Газпром» [Электронный ресурс] // Департамент по управлению персоналом ОАО «Газпром», 2010–2016. – Режим доступа: <http://www.gazpromvacancy.ru>.
266. Википедия – Свободная энциклопедия [Электронный ресурс] // Wikimedia Foundation, Inc., 2016. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница.

267. ВУЗы России [Электронный ресурс] // ПроВуз.ру, 2012-2016. – Режим доступа: <http://www.provuz.ru/vuz>.
268. Вузы России [Электронный ресурс] // Вузы России, 2016. – Режим доступа: <http://www.1000vuzov.ru>.
269. Высшее образование в Москве [Электронный ресурс] // Московский Университет имени С.Ю.Витте, 1994 – 2016. – Режим доступа: <http://www.muiiv.ru>.
270. Главная – Государственный морской университет имени адмирала Ф. Ф. Ушакова [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «ГМУ имени адмирала Ф.Ф.Ушакова», 2016. – Режим доступа: <http://www.aumsu.ru>.
271. Главная – Кубанский государственный медицинский университет Минздрава России [Электронный ресурс] // ГБОУ ВПО КубГМУ Минздрава России, 2010. – Режим доступа: <http://www.ksma.ru>.
272. Главная страница – МАДИ Сочи [Электронный ресурс] // Московский автомобильно – дорожный государственный технический университет (МАДИ) Сочинский филиал, 2016. – Режим доступа: <http://www.madisochi.ru>.
273. Главная страница – МАОУ ВПО КММИВСО [Электронный ресурс] // Краснодарский муниципальный медицинский институт высшего сестринского образования, 2016. – Режим доступа: <http://kmmivso.com>.
274. ГУ КК Молодежный кадровый центр [Электронный ресурс] // Молодежный кадровый центр, 2012-2016. – Режим доступа: www.rabotakuban.info.
275. Дневник Московского университета [Электронный ресурс] // МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/dnevnik.msu>.
276. Дневник Московского университета [Электронный ресурс] // МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – Режим доступа: https://vk.com/dnevnik_msu.
277. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов

- [Электронный ресурс] // ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2006-2016. – Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru>.
278. ЕФ СГУ – Главная [Электронный ресурс] // Сочинский государственный университет филиал в городе Ейске, 2016. – Режим доступа: <http://efsgut.ucoz.ru>.
279. ИМСИТ: Академия маркетинга и социально-информационных технологий [Электронный ресурс] // ИМСИТ (г. Краснодар, ул. Зиповская 5), 2005-2015 – Режим доступа: <http://www.imsit.ru/ru>.
280. Инновационные вузы РФ [Электронный ресурс] // Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2011-2016. – Режим доступа: http://portal.gersen.ru/component/option,com_mtree/task,listcats/cat_id,152/Itemid,35.
281. Институт береговой охраны ФСБ России [Электронный ресурс] // Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Институт береговой охраны Федеральной службы безопасности Российской Федерации», 2016. – Режим доступа: <http://ibo.fsb.ru/histori.html>.
282. Институт современных технологий и экономики [Электронный ресурс] // ЧУ ООВО «ИСТЭК», 2015. – Режим доступа: http://kuban-istek.ru/site_ap.
283. Информационный портал о высшем и дополнительном образовании в России АCADEMICA [Электронный ресурс] // Academica.ru, 2012-2016. – Режим доступа: <http://academica.ru>.
284. Краснодарский государственный институт культуры [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», 2016. – Режим доступа: <http://kguki.com>.
285. ККУНБ им. А.С. Пушкина [Электронный ресурс] // Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С.Пушкина, 2016. – Режим доступа: <http://pushkin.kubannet.ru>.

286. КонсультантПлюс надежная правовая поддержка. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс, 1997-2016. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
287. Краснодарский кооперативный институт [Электронный ресурс] // Российский университет кооперации: Учредитель – Центросоюз Российской Федерации Министерство образования и науки РФ, 2016. – Режим доступа: <http://krasnodar.ruc.su>.
288. Краснодарский филиал [Электронный ресурс] // Финансовый университет, 1998-2016. – Режим доступа: <http://www.fa.ru/fil/krasnodar/Pages/default.aspx>.
289. Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова [Электронный ресурс] // Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова, 2007-2016. – Режим доступа: <http://kfrgteu.ru>.
290. КСЭИ [Электронный ресурс] // НОУ ВО «Кубанский социально-экономический институт», 1997-2016. – Режим доступа: <http://www.ksei.ru>.
291. Кубанский государственный аграрный университет [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина», 2013-2016. – Режим доступа: <http://kubsau.ru>.
292. Кубанский государственный технологический университет [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «КубГТУ», 1999-2016. – Режим доступа: <http://kubstu.ru>.
293. Кубанский институт профессионального образования [Электронный ресурс] // Кубанский институт профессионального образования, 2016. – Режим доступа: <http://www.iems.ru>.
294. Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма [Электронный ресурс] // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», 2016. – Режим доступа: <http://www.kgufkst.ru>.
295. Кубанский государственный университет филиал в г. Славянске-на-

- Кубани [Электронный ресурс] // КубГУ, 2011. – Режим доступа: <http://www.sgpi.ru>.
296. Кубанский медицинский институт г. Краснодар [Электронный ресурс] // НЧОУ ВО «Кубанский медицинский институт», 2016. – Режим доступа: <http://kubmi.ru>.
297. КубГУ филиал в г. Геленджике [Электронный ресурс] // Кубанский государственный университет филиал в г. Геленджике, 2016. – Режим доступа: <http://kubsu-sea.narod.ru>.
298. МГУ им. М.В. Ломоносова [Электронный ресурс] // МГУ имени М.В.Ломоносова, 1997–2016. – Режим доступа: <http://www.msu.ru>.
299. МГУ им. М.В. Ломоносова [Электронный ресурс] // МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – Режим доступа: https://vk.com/msu_official.
300. Международный инновационный университет [Электронный ресурс] // Международный инновационный университет (МИУ) - Официальный сайт, 2016. – Режим доступа: <http://www.miu-sochi.ru>.
301. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова [Электронный ресурс] // МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/MoscowStateUniversit>
302. Наши поисковики [Электронный ресурс] // Поисковые системы Рунета. – Режим доступа: <http://www.myseotalk.ru/2009/01/poiskovyie-sistemy-runeta-nashi-poiskoviki/>.
303. НГУ (@NskUniversity) [Электронный ресурс] // НГУ, 2016. – Режим доступа: <https://twitter.com/NskUniversity>.
304. Новосибирский государственный университет [Электронный ресурс] // НГУ, 2016. – Режим доступа: https://www.facebook.com/NovosibirskUniversity/?ref=page_internal.
305. Новосибирский государственный университет - НГУ [Электронный ресурс] // НГУ, 2016. – Режим доступа: <https://vk.com/nsu24>.
306. Новороссийский филиал [Электронный ресурс] // Финансовый

- университет, 1998-2016. – Режим доступа: <http://www.fa.ru/fil/novoross/Pages/default.aspx>.
307. Новороссийский филиал МГЭИ [Электронный ресурс] // Московский гуманитарно-экономический институт, Новороссийский филиал, 2016. – Режим доступа: <http://www.nvr-mgei.ru>.
308. Новороссийский филиал Пятигорского государственного лингвистического университета [Электронный ресурс] // Новороссийский филиал Пятигорского государственного лингвистического университета, 2016. – Режим доступа: <http://www.nf-pglu.ru>.
309. Новосибирский государственный университет [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный университет, 2016. – Режим доступа: <http://www.nsu.ru>.
310. Объявления [Электронный ресурс] // Новороссийский политехнический институт (филиал) ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2016. – Режим доступа: <http://www.npi.edu.ru>.
311. Отрадненский гуманитарный институт [Электронный ресурс] // Отрадненский гуманитарный институт, 2016. – Режим доступа: <http://www.ogiinst.narod.ru>.
312. Официальный интернет-портал правовой информации: Государственная система правовой информации [Электронный ресурс] // Государственная система правовой информации: Официальный интернет-портал правовой информации, 2005-2016. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>.
313. Официальный сайт КубГУ [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»: Учредитель – Министерство образования и науки Российской Федерации, 2013. – Режим доступа: <https://kubsu.ru>.
314. Официальный сайт КубИСЭП [Электронный ресурс] // КубИСЭП, 2011. – Режим доступа: <http://kubisep.ru>.
315. Очное и заочное высшее образование в г. Краснодаре [Электронный

- ресурс] // Официальный сайт филиала ОУ ВО «СПб ИВЭСЭП» в г. Краснодаре, 1998-2016. – Режим доступа: <http://www.krasnodar-ivesep.ru>.
316. Поисковые системы Интернета [Электронный ресурс] // search-world.ru. – Режим доступа: <http://search-world.ru/index.html#glav>
317. Работа в Краснодаре, резюме, вакансии, советы по трудоустройству [Электронный ресурс] // Rabota.RU/Работа.РФ, 2003-2016. – Режим доступа: <http://krasnodar.rabota.ru>.
318. Работа в Москве, вакансии от прямых работодателей, поиск работы и резюме России [Электронный ресурс] // [Superjob](https://www.superjob.ru), 2000-2016. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru>.
319. Работа – okru.ru Армавир. Объявления Армавира о работе [Электронный ресурс] // okru.ru Армавир, 2008-2016. – Режим доступа: <http://okru.ru/rabota-v-armavire>.
320. Работа в России, вакансии в России, найдите работу на Job.ru [Электронный ресурс] // ООО «ПМХ», 2000–2016. – Режим доступа: <http://russia.job.ru>.
321. Рамблер/почта – надежная и бесплатная электронная почта [Электронный ресурс] // Рамблер, 2016. – Режим доступа: <https://mail.rambler.ru>.
322. Работа в России – общероссийский банк вакансий [Электронный ресурс] // Федеральная служба по труду и занятости, 2016. – Режим доступа: <http://trudvsem.ru>.
323. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] // Российская государственная библиотека, 1999-2016. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>.
324. Российское образование: Федеральный портал [Электронный ресурс] // ФГАУ ГНИИ ИТТ Информика, 2002-2016. – Режим доступа: <http://www.edu.ru>.
325. Рунет [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия 2016. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

326. Санкт-Петербургский государственный университет [Электронный ресурс] // Санкт-Петербургский государственный университет, 2016. – Режим доступа: <http://spbu.ru>.
327. Сайт поддержки открытой модульной системы электронного документооборота и контроля исполнения поручений [Электронный ресурс] // ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2009-2016. – Режим доступа: <http://sed.informika.ru>.
328. СГА – действие лицензии, сведения студентам [Электронный ресурс] // ЧОУ ВО Современная гуманитарная академия, 1992-2016. – Режим доступа: <http://www.muh.ru>.
329. СГУ, Сочинский государственный университет [Электронный ресурс] // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сочинский государственный университет», 2016. – Режим доступа: <http://www.sutr.ru>.
330. Северо-Кавказский институт бизнеса, инженерных и информационных технологий [Электронный ресурс] // СКИБИИТ, 2008-2016. – Режим доступа: <http://skibiit.ru/main.html>.
331. Северо-Кавказский филиал «Российский Государственный Университет Правосудия» [Электронный ресурс] // Северо-Кавказский филиал «Российский Государственный Университет Правосудия», 2016. – Режим доступа: <http://www.nc-raj.ru>.
332. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик, 2000-2014. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>.
333. Сочинский институт моды, бизнеса и права [Электронный ресурс] // ЧОУ ВПО «СИМБиП», 1997-2016. – Режим доступа: <http://simbip.ru>.
334. Сочинский институт (филиал) Российского университета дружбы народов [Электронный ресурс] // Сочинский институт Российского университета дружбы народов, 2016. – Режим доступа: <http://www.rudn-sochi.ru>.
335. СПбГУ [Электронный ресурс] // СПбГУ, 2016. – Режим доступа:

- https://twitter.com/Spb_university.
336. СПбГУ – You Tube [Электронный ресурс] // СПбГУ, 2016. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/wwwspburu>.
337. Список вузов России – навигатор абитуриента [Электронный ресурс] // Все вузы России EduNetwork.ru, 2010-2016. – Режим доступа: <http://vuz.edunetwork.ru>.
338. ФГБОУ ВО АГПУ [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет», 2016. – Режим доступа: <http://www.agpu.net>.
339. Филиал Кубанского государственного технологического университета в г. Туапсе [Электронный ресурс] // Кубанский государственный технологический университет филиал в г. Туапсе, 2016. – Режим доступа: <http://tuapse.kubstu.ru>.
340. Филиал РГСУ в г. Армавире [Электронный ресурс] // Российский государственный социальный университет Филиал РГСУ в г. Армавире, 2016. – Режим доступа: <http://armavir.rgsu.net>.
341. Филиал РГСУ в г. Сочи [Электронный ресурс] // Российский государственный социальный университет Филиал РГСУ в г. Сочи, 2016. – Режим доступа: <http://sochi.rgsu.net>.
342. Филиал РГУПС в г. Туапсе [Электронный ресурс] // Филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Туапсе, 2016. – Режим доступа: <http://www.rgups.ru/content-pages/filial-rgups-v-g.tuapse-538>.
343. ЧОУ ВО «СИЭИТ» [Электронный ресурс] // ЧОУ ВО «Сочинский институт экономики и информационных технологий», 1996-2016. – Режим доступа: <http://www.sieit.ru>.
344. ЧОУ ДПО Институт курортной медицины и туризма [Электронный ресурс] // Сочинский институт курортной рекреации и гостеприимства, 2009 - 05.10.2016. – Режим доступа: <http://www.ciktoin.ru>.
345. Электронная библиотека Библиотекарь.Ру [Электронный ресурс] //

- www.Bibliotekar.Ru, 2006-2016. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru>.
346. Южный институт менеджмента [Электронный ресурс] // Южный институт менеджмента, 2016. – Режим доступа: <http://uim.ru>.
347. Яндекс [Электронный ресурс] // Яндекс, 2001-2016. – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>.
348. Яндекс.Словари [Электронный ресурс] // Яндекс, 2001-2016. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>.
349. Яндекс. Почта – бесплатная электронная почта [Электронный ресурс] // Яндекс, 2001-2016. – Режим доступа: <https://mail.yandex.ru>.
350. Яндекс. Работа в России [Электронный ресурс] // ООО «Яндекс», 2010–2016. – Режим доступа: <https://rabota.yandex.ru>.
351. Янко Слава [Yanko Slava] – Библиотека Font/Da [Электронный ресурс] // Янко Слава – Библиотека Font/Da, 2016. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru>.
352. BestReferat.ru – Банк рефератов, дипломы, курсовые работы, сочинения, доклады [Электронный ресурс] // BestReferat.ru, 2005-2016. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru>.
353. CommuniGate Pro spbu.ru [Электронный ресурс] // CommuniGate Pro, 2016. – Режим доступа: <https://mail.spbu.ru>.
354. eLibrary.ru – Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека, 2000-2016. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.
355. Google [Электронный ресурс] // Google, 2016. – Режим доступа: <https://www.google.ru>.
356. Gmail – электронная почта и бесплатное хранилище от Google [Электронный ресурс] // Google, 2016. – Режим доступа: <https://www.google.com/intl/ru/about/>
357. Mail.Ru: почта, поиск в интернете, новости, игры [Электронный ресурс] // Mail.Ru, 2016. – Режим доступа: <https://mail.ru>.
358. RUNNet – Федеральная университетская компьютерная сеть России

[Электронный ресурс] // Минобрнауки России ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 1994-2016. – Режим доступа: <http://www.runnet.ru>.

359. Saint Petersburg State University - СПбГУ [Электронный ресурс] // СПбГУ, 2016. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/spsu1724>.

360. V.A. Sadovnichiy [Электронный ресурс] // Ректор Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова, 2013-2016. – Режим доступа: https://twitter.com/VA_Sadovnichiy.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

**Контент анализ сайтов ВУЗов Краснодарского Края,
проведенный в апреле 2014 года**

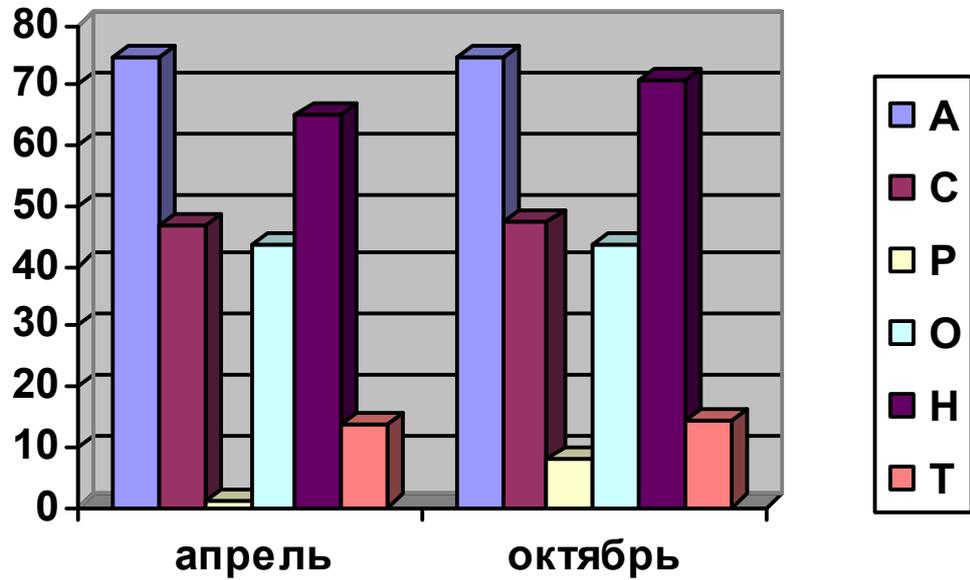
ВУЗы Кр. кр.	Колл- во	Собств. сайт	Сайт гол. ВУЗа	Обращение			Деятельность		
				А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
Осн. ВУЗы	34	28		22	13	1	13	21	9
Фил. ВУЗов Кр. кр.	33	9	24	29	9		11	17	1
Фил. ВУЗов др. рег.	42	16	26	26	26		21	29	4
Всего	109	53	50	77	48	1	45	67	14
		103							
Комм. ресурс в %		100%		74,76%	46,6%	0,97%	43,69%	65,05%	13,59%

Приложение 2.

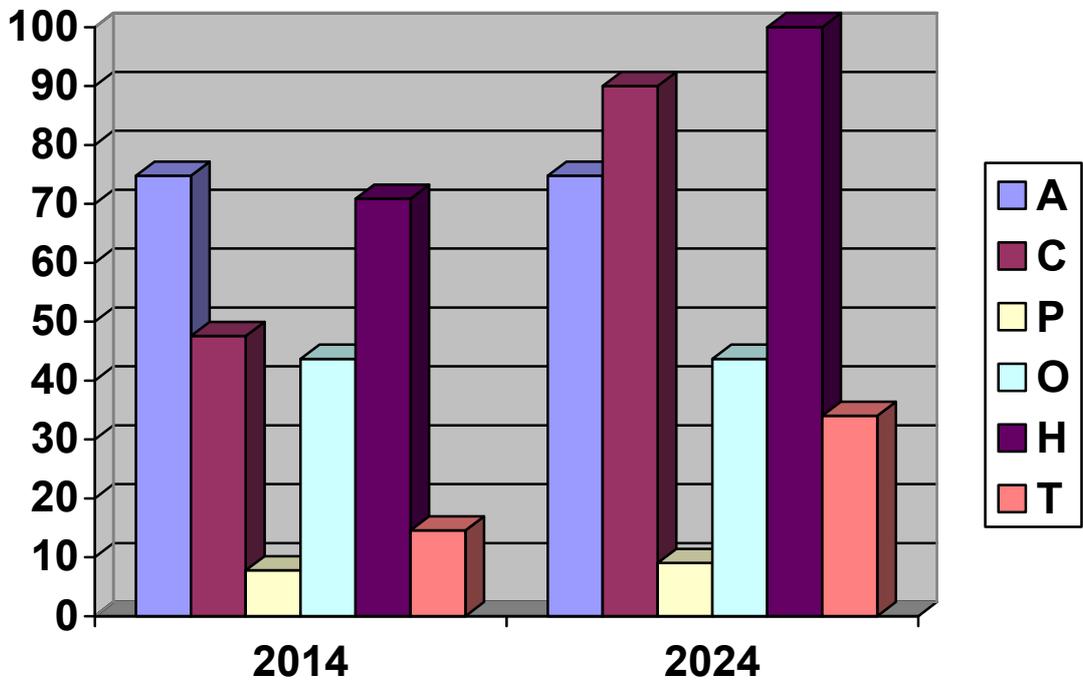
**Контент анализ сайтов ВУЗов Краснодарского Края,
проведенный в октябре 2014 года**

ВУЗы Кр. кр.	Колл- во	Собств. сайт	Сайт гол. ВУЗа	Обращение			Деятельность		
				А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
Осн. ВУЗы	34	28		22	14	6	13	27	9
Фил. ВУЗов Кр. кр.	33	9	24	29	9	2	11	17	2
Фил. ВУЗов др. рег.	42	16	26	26	26		21	29	4
Всего	109	53	50	77	49	8	45	73	15
		103							
Комм. ресурс в %		100%		74,76%	47,57%	7,77%	43,69%	70,87%	14,56%

Приложение 3. Сравнительная динамика развития контента ВУЗов Краснодарского края апрель-октябрь, в аспекте реализации коммуникационного ресурса.



Приложение 4.



Приложение 5.1. Социологическое исследование «Культура профессиональной самореализации и интернет-коммуникация студентов»

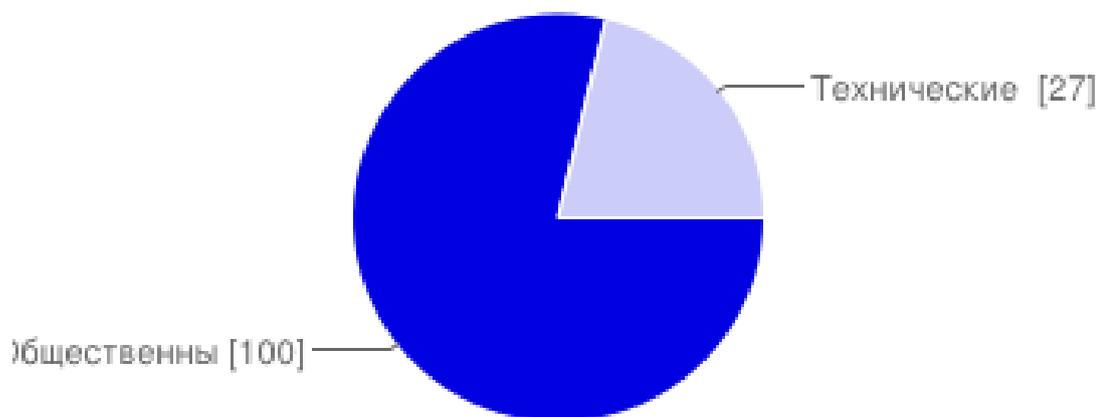
Вопрос 1. «ФИО»

Из 127 реципиентов представились 7, что составляет 5,5% от всех опрошенных студентов

Приложение 5.2.

Вопрос 2.

«Научная направленность Вашего образования»

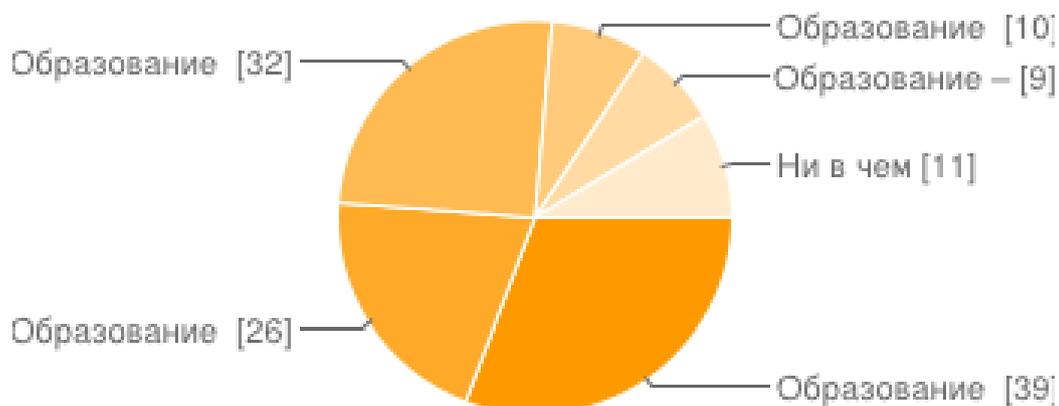


Общественные (гуманитарные) науки	100	79%
Технические науки	27	21%

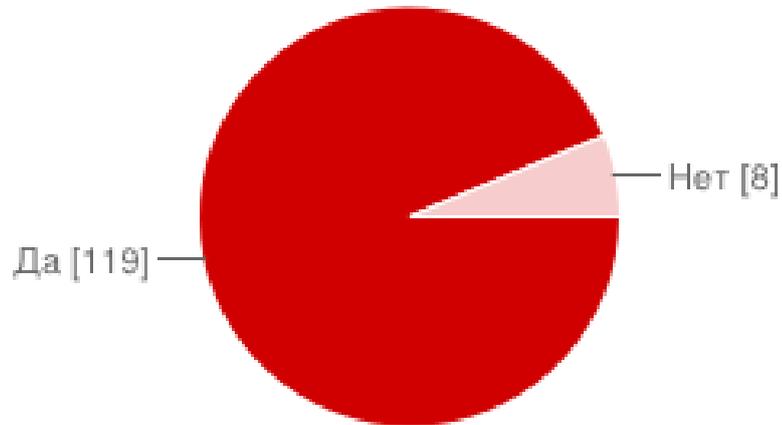
Приложение 5.3.

Вопрос 3

«Как Вы думаете, в чем, прежде всего, заключается ценность образования на современном этапе развития России?»



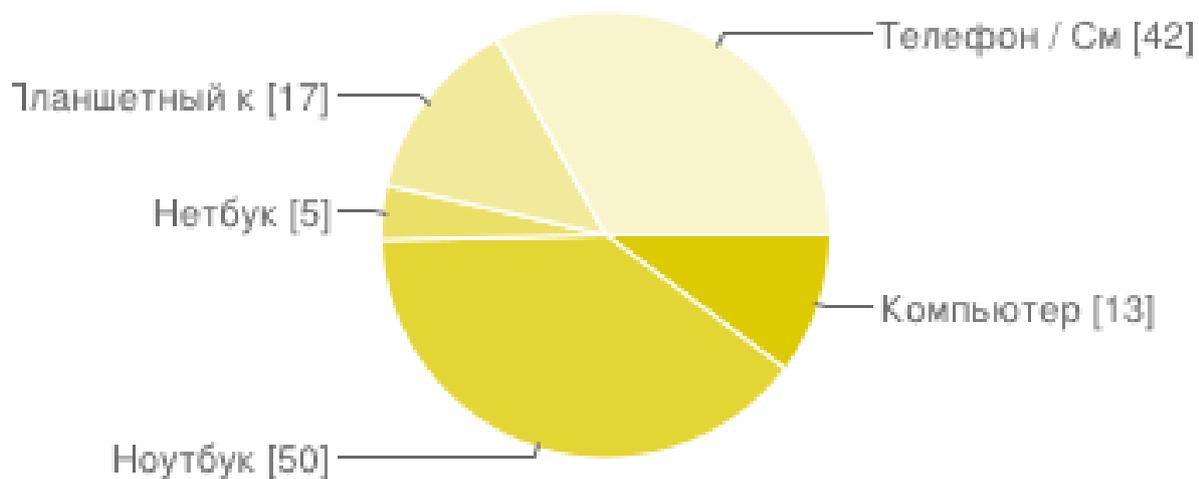
Образование является ценностью само по себе	39	31%
Образование – залог материального благополучия	26	20%
Образование – средство продвижения в обществе	32	25%
Образование – основа чувства собственного достоинства	10	8%
Образование – это престижно	9	7%
Ни в чем	11	9%

Приложение 5.4.**Вопрос 4.****Помогает ли Вам Интернет в профессиональной самореализации?**

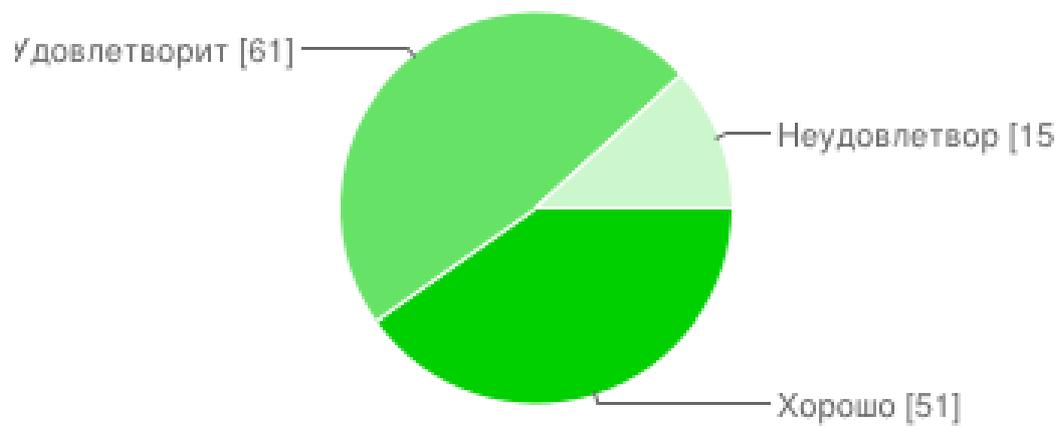
Да	119	94%
Нет	8	6%

Приложение 5.5.**Вопрос 5.**

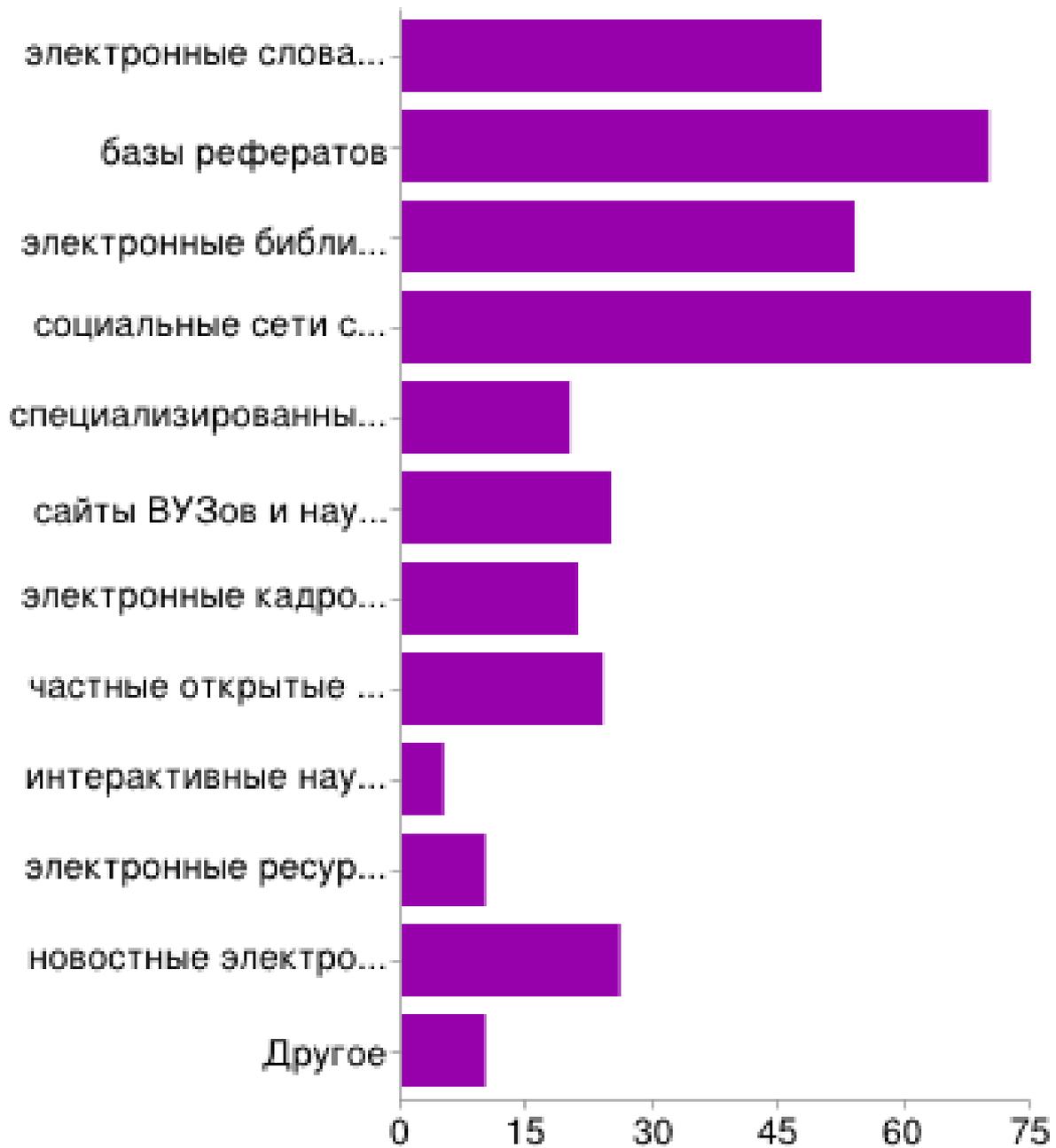
Какие технические средства Вы чаще используете для связи с Интернетом?



Компьютер	13	10%
Ноутбук	50	39%
Нетбук	5	4%
Планшетный компьютер	17	13%
Телефон / Смартфон	42	33%

Приложение 5.6.**Вопрос 6.****Оцените качество связи с Интернетом**

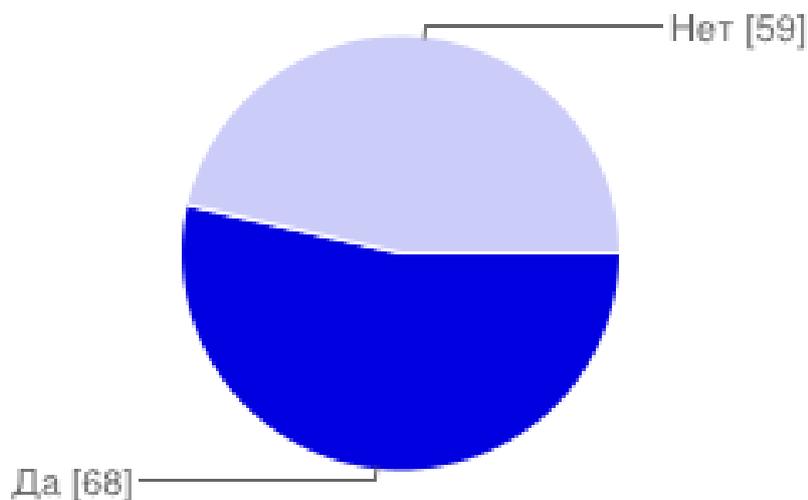
Хорошо	51	40%
Удовлетворительно, но хотелось бы лучше (быстрее)	61	48%
Неудовлетворительно и хотелось бы на много лучше (быстрее)	15	12%

Приложение 5.7.**Вопрос 7.****Какие источники информации Вас больше интересуют в Интернете?**

электронные словари, энциклопедии и справочники	50	39%
базы рефератов	70	55%
электронные библиотеки	54	43%
социальные сети с открытыми специализированными форумами	75	59%
специализированные электронные издания	20	16%
сайты ВУЗов и научных сообществ	25	20%
электронные кадровые агентства (поиск работы)	21	17%
частные открытые блоги и другие интернет-проекты, включая разработки отдельных ученых и студентов	24	19%
интерактивные научные конференции	5	4%
электронные ресурсы отечественных и зарубежных фондов государственных и общественных учреждений	10	8%
новостные электронные агентства и издания	26	20%
Другое	10	8%

Приложение 5.8.**Вопрос 8.**

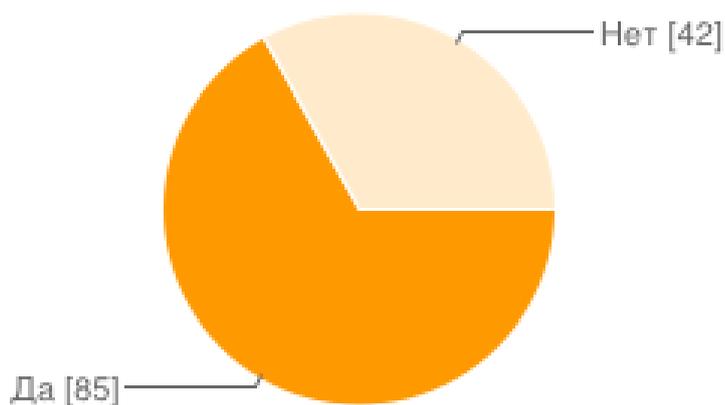
Совмещаете ли Вы в настоящее время учебу с работой?



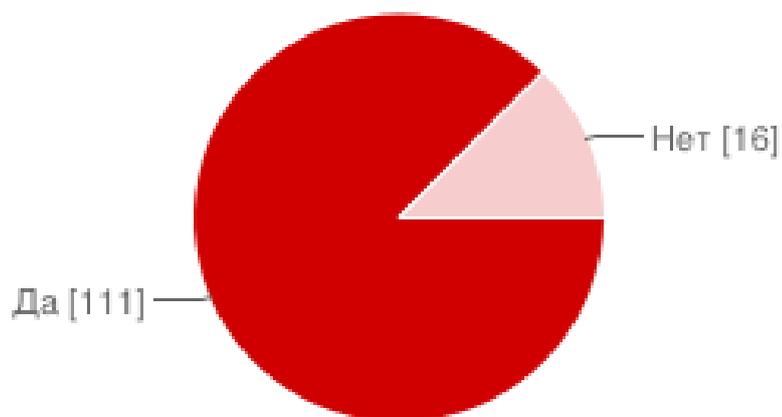
Да	68	54%
Нет	59	46%

Приложение 5.9.**Вопрос 9.**

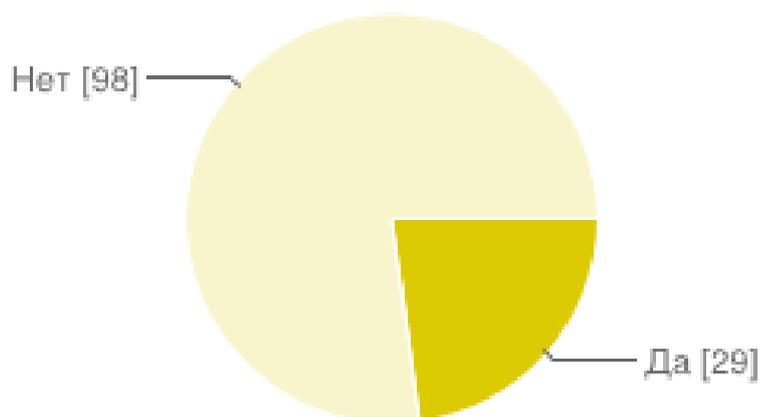
Хотели бы Вы иметь постоянный или дополнительный заработок посредством Интернета?



Да	85	67%
Нет	42	33%

Приложение 5.10.**Вопрос 10.****Пригодится ли Вам в будущей профессии Интернет?**

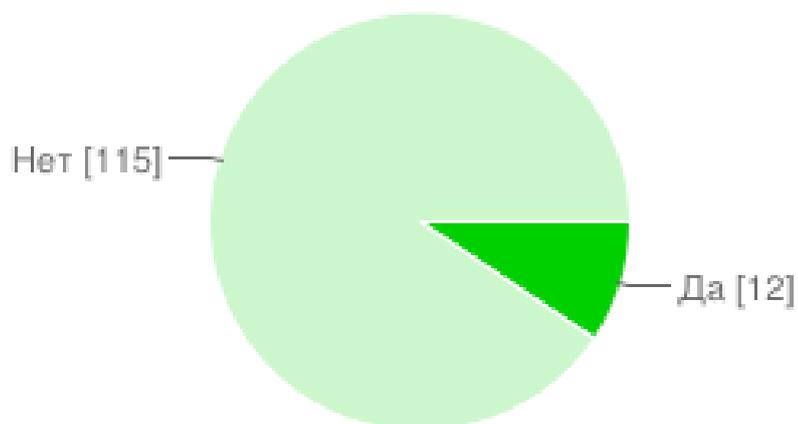
Да	111	87%
Нет	16	13%

Приложение 5.11.**Вопрос 11.****Публиковали ли Вы (хотя бы 1 раз) свои статьи в Интернете?**

Да	29	23%
Нет	98	77%

Приложение 5.12.**Вопрос 12.**

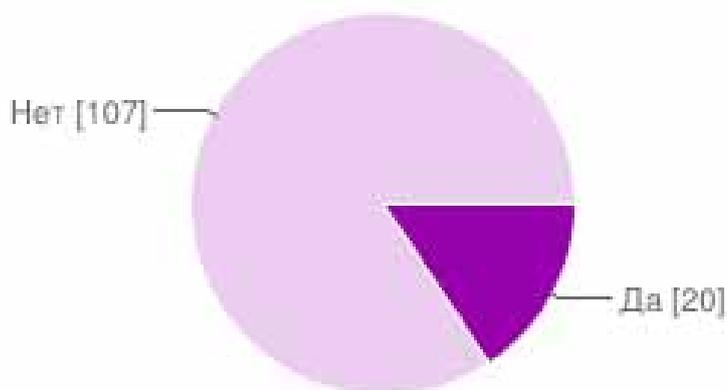
Участвовали ли Вы (хотя бы 1 раз) в заочных научных интернет-конференциях?



Да	12	9%
Нет	115	91%

Приложение 5.13.**Вопрос 13.**

Собираетесь ли Вы опубликовать свои статьи в Интернете или участвовать в заочных научных интернет-конференциях?



Да	20	16%
Нет	107	84%

Приложение 5.14.**Вопрос 14.**

Укажите, пожалуйста, ресурсы, которыми Вы пользуетесь или которые часто посещаете

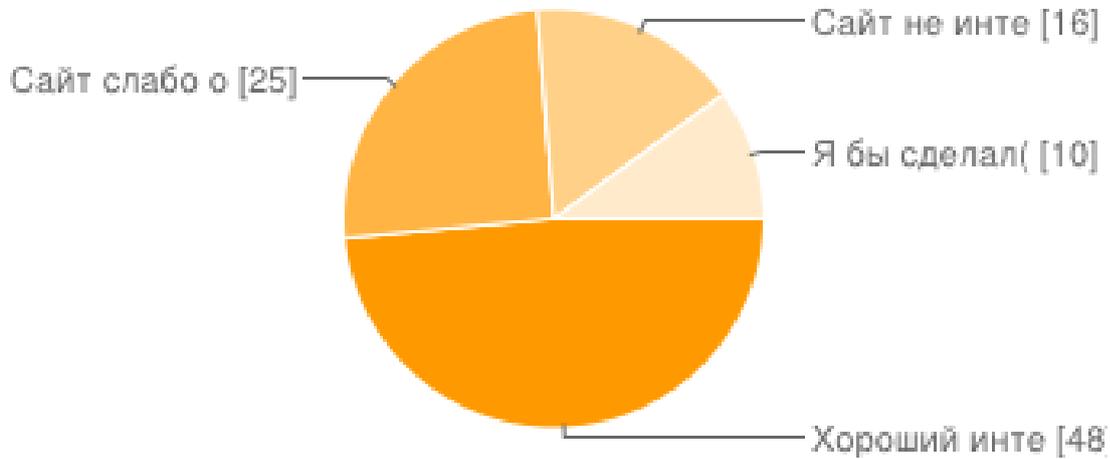
Российская государственная библиотека: http://www.rsl.ru/	21	17%
Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С.Пушкина: http://pushkin.kubannet.ru/	6	5%
Электронная библиотека Библиотекарь.Ру: http://www.bibliotekar.ru/	20	16%
Янко Слава [Yanko Slava] – Библиотека Font/Da: http://yanko.lib.ru/	4	3%
Википедия – Свободная энциклопедия: http://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница	93	73%
Словари и энциклопедии на Академике: http://dic.academic.ru/	8	6%
Яндекс.Словари: http://slovari.yandex.ru/	61	48%
Институт философии РАН / Новая философская энциклопедия: http://iph.ras.ru/enc.htm	3	2%
Яндекс.Почта: https://mail.yandex.ru	69	54%
Mail.Ru: почта: mail.ru	20	16%
Рамблер-Почта: https://mail.rambler.ru	14	11%
Google Mail: mail.google.com	50	39%
База Рефератов – готовые рефераты, курсовые и дипломные работы: http://www.bazareferatov.com/	25	20%
Реферат: База данных: http://www.bestreferat.ru/	22	17%
Реферат: Базы данных: http://xreferat.ru/	12	9%
Рефераты / курсовые работы бесплатно скачать: http://www.referat-web.ru	15	12%
Подбор персонала, резюме, вакансии, советы по трудоустройству: http://rabota.ru/	6	5%
Вакансии и резюме на Job.ru: http://job.ru	11	9%
Работа и вакансии, поиск работы: http://rabota.mail.ru	8	6%
Работа, поиск вакансий: http://superjob.ru	8	6%
ГУ КК "Молодежный кадровый центр": www.rabotakuban.info	3	2%

Министерство образования и науки Краснодарского края: http://www.edukuban.ru	6	5%
Министерство образования и науки РФ: http://xn--80abusjibhv9a.xn--p1ai/ министерство	6	5%
Портал исполнительных органов государственной власти Краснодарского края: http://www.krasnodar.ru	4	3%
Кубанский молодежный портал: http://www.molod.info	13	10%
Другое	8	6%

Приложение 5.15.

Вопрос 15.

Если Вы посещали сайт своего ВУЗа, оцените его, пожалуйста, если не посещали – не отвечайте на этот пункт



Хороший интересный сайт	48	38%
Сайт слабо отражает интересы студентов	25	20%
Сайт не интересный, скучный	16	13%
Я бы сделал(а) сайт лучше	10	8%
Не посещают сайт	28	22%

Приложение 6. Контент-анализ сайтов ведущих ВУЗов России А) апрель 2014 г.

ВУЗы	Всего нав. инстр.	Обращение			Деятельность		
		А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
МГУ	90	2 (2,2%)	7 (7,8%)	2 (2,2%)	4 (4,4%)	8 (8,9%)	2(2,2%)
СПбГУ	119	2 (1,7%)	8 (6,7%)	3 (2,5%)	11 (9,24%)	18 (15,1%)	1 (0,8%)
НГУ	254	18 (7%)	44 (17,%)	2 (0,8%)	37 (14,57%)	11 (4,3%)	0
Всего	463	22	59	7	52	37	3
К. рес. %	100%	4,75%	12,74%	1,51%	11,23%	7,99%	0,65%

Б) апрель 2016 г.

ВУЗы	Всего нав. инстр.	Обращение			Деятельность		
		А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
МГУ	93	7 (7,52 %)	10 (10,75 %)	4 (4,3%)	5 (5,37 %)	6 (6,45 %)	2 (2,2 %)
СПбГУ	112	4 (3,57 %)	4 (3,57 %)	0	11 (9,82 %)	15 (13,39 %)	2 (1,79 %)
НГУ	158	10 (6,33 %)	30 (18,99 %)	2 (1,27 %)	36 (22,78 %)	21 (13,29%)	0
Всего	363	21	44	6	52	42	4
К. рес. %	100 %	5,79 %	12,12%	1,65 %	14,33 %	11,57 %	1,1 %

Приложение 7. А.

**Контент анализ сайтов ВУЗов Краснодарского Края,
проведенный в апреле 2015 года**

ВУЗы	Колл-во	Собств. сайт	Сайт гол. ВУЗа	Обращение			Деятельность		
				А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
Осн. ВУЗы	34	28		28	20	6	18	28	11
Фил. ВУЗов Кр. кр.	32	9	23	29	9	0	14	20	4
Фил. ВУЗов др. рег.	41	16	25	26	28	0	20	28	0
Всего	107	53 101	48	83	57	6	52	76	15
Комм. ресурс в %	100%			82,18 %	56,44 %	5,94 %	51,49 %	75,25 %	14,85 %

Приложение 7. Б.**Контент анализ сайтов ВУЗов Краснодарского Края,
проведенный в октябре 2015 года**

ВУЗы Кр. кр.	Колл- во	Собств. сайт	Сайт гол. ВУЗа	Обращение			Деятельность		
				А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
Осн. ВУЗы	34	28		28	20	6	20	28	10
Фил. ВУЗов Кр. кр.	32	9	23	29	9	0	16	21	2
Фил. ВУЗов др. рег.	41	16	25	26	28	0	20	28	0
Всего	107	53	48	83	57	6	56	77	12
		101							
Комм. ресурс в %		100%		82,18 %	56,44 %	5,94 %	55,44 %	76,24 %	11,88 %

Приложение 7. В.**Контент анализ сайтов ВУЗов Краснодарского Края,
проведенный в апреле 2016 года**

ВУЗы Кр. кр.	Колл- во	Собств. сайт	Сайт гол. ВУЗа	Обращение			Деятельность		
				А.	С.	Р.	О.	Н.	Т.
Осн. ВУЗы	34	34		34	24	11	34	29	15
Фил. ВУЗов Кр. кр.	32	9	23	29	9	0	18	21	4
Фил. ВУЗов др. рег.	38	16	22	26	26	0	24	23	2
Всего	104	59	45	89	59	11	76	73	15
		104							
Комм. ресурс в %		100%		85,57 %	56,73 %	10,58 %	73,08%	70,19 %	20,19 %

Приложение 8. Динамика освоения коммуникационного потенциала собственных сайтов ВУЗами Краснодарского края в аспекте развития культуры профессиональной самореализации студентов с апреля 2014 г. по апрель 2016 г.

