



Информационная культура цифрового поколения в контексте деятельности библиотек и образовательных учреждений в едином электронном информационном пространстве

УДК 37.03

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-4120-157-171>

Н. И. Гендина

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: cmik@mgik.org

Е. В. Косолапова

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: cmik@mgik.org

Е. Л. Кудрина

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: rektor@mgik.org

Аннотация. Даётся характеристика понятия «информационная подготовка». Раскрывается концепция информационной культуры личности. Характеризуется модель учебного курса «Основы информационной культуры личности» для различных категорий обучаемых. Анализируются понятия «цифровое поколение» и «поколение Z». Приводятся результаты исследования ментальных и поведенческих особенностей, ценностей и установок цифрового поколения, сформированных под воздействием процесса глобализации, развития информационных технологий, мобильной связи и Ин-

ГЕНДИНА НАТАЛЬЯ ИВАНОВНА – доктор педагогических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, директор центра междисциплинарных исследований культуры, Московский государственный институт культуры

КОСОЛАПОВА ЕЛЕНА ВИТАЛЬЕВНА – кандидат педагогических наук, заместитель директора центра междисциплинарных исследований культуры, Московский государственный институт культуры

КУДРИНА ЕКАТЕРИНА ЛЕОНИДОВНА – доктор педагогических наук, профессор, Заслуженный работник культуры Российской Федерации, ректор Московского государственного института культуры

GENDINA NATALIA IVANOVNA – DSc in Pedagogy, Professor, Honorary Worker of Science of Russian Federation, Director of Center for Interdisciplinary Cultural Research, Moscow State Institute of Culture

KOSOLAPOVA ELENA VITALIEVNA – CSc in Pedagogy, deputy director of Center for Interdisciplinary Cultural Research, Moscow State Institute of Culture

KUDRINA EKATERINA LEONIDOVNA – DSc in Pedagogy, Professor, Honorary Worker of Culture of Russian Federation, Rector of the Moscow State Institute of Culture

© Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Кудрина Е. Л., 2024



тернета. Отмечается, что информационной подготовкой человека в России традиционно занимаются – наряду с семьей – образовательные учреждения (школы, колледжи, университеты) и библиотеки. Характеризуется использование современных интернет-платформ, веб-сервисов и электронных ресурсов в различных сферах жизни современного человека. Показывается влияние изменений современного информационного пространства и появления «цифрового поколения» на содержание вузовской учебной дисциплины «Информационная культура личности».

Ключевые слова: информационная подготовка, информационная культура личности, информационное мировоззрение, цифровое поколение, поколение Z, Московский государственный институт культуры, информационное пространство, библиотеки, образовательные учреждения.

Для цитирования: Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Кудрина Е. Л. Информационная культура цифрового поколения в контексте деятельности библиотек и образовательных учреждений в едином электронном информационном пространстве // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №4 (120). С. 157–171. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-4120-157-171>

INFORMATION CULTURE OF THE DIGITAL GENERATION IN THE CONTEXT OF THE ACTIVITIES OF LIBRARIES AND EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN A SINGLE ELECTRONIC INFORMATION SPACE

Natalia I. Gendina

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: cmik@mgik.org

Elena V. Kosolapova

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: cmik@mgik.org

Ekaterina L. Kudrina

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: rektor@mgik.org

Abstract. The characteristic of the concept of "information training" is given. The conception of the information culture of the individual is revealed. The model of the training course "Basics of the personal information culture" for various categories of students is characterized. The concepts of "digital generation" and "generation Z" are analyzed. The results of the study of mental and behavioral characteristics, values and attitudes of the digital generation, formed under the influence of the globalization process, the development of information technology, mobile communications and the Internet are presented. It is noted that in Russia, information training of a person is traditionally carried out by educational institutions (schools, colleges, universities) and libraries, along with the family. The use of modern Internet platforms, web services and electronic resources in various spheres of life of a modern person is characterized. The influence of changes in the modern information space and the emergence of the "digital generation" on the content of the university academic discipline "Personal Information Culture" is shown.



Keywords: information training, information culture of the individual, information worldview, digital generation, generation Z, Moscow State Institute of Culture, information space, libraries, educational institutions.

For citation: Gendina N. I. Kosolapova E. V., Kudrina E. L. Information culture of the digital generation in the context of the activities of libraries and educational institutions in a single electronic information space. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 4 (120), pp. 157–171. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-4120-157-171>

Ни один вид деятельности современного человека не возможен без умений работать с информацией. «Работа с информацией», «информационная подготовка человека» – эти понятия стали особенно актуальными в эпоху цифровизации и ускоренного роста потоков информации, в которые вынуждены ежедневно погружаться люди. Известно, что чем больше информации производится в мире, тем сложнее в ней ориентироваться, тем труднее найти действительно полезную, достоверную информацию. Для системы образования ситуация усугубляется еще и тем, что в потоке поступающих сообщений наряду с информацией может содержаться дезинформация, ложные сведения и антинаучные данные. Легкость и скорость нахождения информации в Интернете вовсе не гарантирует ее надежность и качество. Следовательно, современный человек должен быть способен осмысленно работать с информацией, уметь не только ее находить, но и анализировать, подвергать критической оценке, перерабатывать, отделяя важную информацию от бесполезной или ложной.

Цели данной статьи:

- раскрыть потери и приобретения, характеризующие информационную культуру цифрового поколения, появившегося в условиях глобализации, развития информационных технологий, мобильной связи и Интернета;
- показать соотношение стабильности и изменчивости вузовского курса «Информационная культура личности»;
- сформулировать рекомендации для педагогов и библиотекарей, занимающихся формированием информационной культуры цифрового поколения.

Понятие «информационная подготовка», на первый взгляд, интуитивно ясное, тем не менее, не имеет четкого определения. Причины «размытости» и неопределенности границ этого понятия связаны, прежде всего, с многообразием видов информации (текстовая, нотная, картографическая, аудиовизуальная, машиночитаемая и т. д.), множеством источников информации (статья, книга, патент, кинофильм, телепередача, веб-сайт и т. д.), разнообразием техники и технологий тиражирования, обработки и передачи информации – от гусиного пера, печатного станка Гуттенберга до электронных носителей типа флеш-карты, электронной книги и Интернета. В соответствии с эволюцией видов, носителей и источников информации, сообразно развитию информационной техники и технологий менялась и информационная подготовка людей в различные исторические периоды, что находило отражение в терминологии.

Информационной подготовкой человека в России традиционно занимались – наряду с семьей – такие социальные институты, как образовательные учреждения (школы, колледжи, университеты) и библиотеки. В библиотеках всегда учили навыкам разыскания источников информации и пользования ими, в образовательных учреждениях – приемам извлечения, осмыслиения и интерпретации информации. В условиях развития цифровых технологий и становления единого электронного информационного пространства и для библиотек, и для образовательных учреждений становится важным обеспечение нового уровня информационной подготовки обучаемых (пользователей).

Если в обобщенном виде попытаться очертить границы понятия «информационная



Базовый термин	Производные термины
Грамотность	Библиотечно-библиографическая, читательская, информационная, медийная, медийно-информационная, компьютерная, цифровая, сетевая, интернет-грамотность
Компетентность	Библиотечно-библиографическая, информационная, медийная, компьютерная, цифровая, сетевая, компетентность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), интернет-компетентность
Культура	Библиотечно-библиографическая, информационная, медиакультура, электронная, цифровая, интернет-культура, сетевая, культура информационной безопасности, киберкультура, культура чтения

Таблица 1. Термины, отражающие объем понятия «информационная подготовка»

подготовка», то их условно можно представить с помощью трех базовых терминов: «грамотность», «культура» и «компетентность», а также производных на их основе терминов, отражающих отдельные направления (виды) информационной подготовки.

Следует заметить, что избранные для анализа базовые термины характеризуют понятия разного логического объема. Любая грамотность – это всегда лишь некие элементарные, первичные, основные знания и умения. Компетентность – это реальная способность, готовность личности к выполнению какой-либо деятельности на основе жизненного опыта и приобретенных знаний, умений, навыков. Культура – это наиболее широкое и емкое понятие среди сравниемых. Культура характеризует сферу духовной жизни людей и, как известно, включает в себя не только предметные результаты деятельности людей (машины, сооружения, результаты познания, произведения искусства), но и нормы морали и права, а также – человеческие силы и способности, реализуемые в деятельности, уровень интеллекта, нравственного и эстетического развития, мировоззрение, способы и формы общения людей [6].

Именно значительная емкость, богатство содержания базового понятия «культура» способствовало появлению видового, образованного на его основе понятия «информационная культура личности».

Нами была предложена следующая дефиниция понятия «информационная культура личности». Информационная культура лично-

сти – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий. Является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также – социальной защищенности личности в информационном обществе [1].

Согласно этому определению информационная культура личности предполагает включение в свой состав не только всех новидностей грамотности и компетентности, перечисленных в таблице 1, но и такого важного компонента, как информационное мировоззрение.

Данное определение легло в основу разработанной нами концепции и технологии формирования информационной культуры личности, включающей интерпретацию функций информационной культуры личности (коммуникативной, адаптационной, аксиологической, развивающей, превентивной), обоснование общеметодологических принципов информационной подготовки граждан (культурологический, системный, деятельностный и технологический подходы) и модель учебного курса «Основы информационной культуры личности», которая состоит из инвариантной и вариативных частей для различных категорий обучаемых. Подробное описание концепции приводится в [1].



Практическая реализация концепции формирования информационной культуры личности была реализована нами на протяжении более чем трех десятилетий применительно к различным категориям обучаемых – школьников [5], студентов, [3], музеологов [2], библиотечно-информационных специалистов [4].

Независимо от категории обучаемых в данном учебном курсе акцент делается на интеллектуальной составляющей работы с информацией в условиях Интернет-среды. Учебный курс «Информационная культура личности» формирует метазнания и метаумения – общечтебные и междисциплинарные (надпредметные) познавательные умения и навыки. К ним относятся, прежде всего, информационно-логические навыки: анализ, синтез, классификация, обобщение, систематизация, интерпретация, оценка, аргументация, умение сворачивать и разворачивать информацию. При этом особое внимание уделяется реализации этих метаумений в условиях электронной информационной среды и активного использования информационно-коммуникационных технологий.

Формирование метаумений направлено на развитие критического и творческого мышления, способности личности не принимать на веру любую полученную информацию, подвергать ее логической оценке и анализу, находить новые самостоятельные решения для нестандартных ситуаций, комбинировать известные способы деятельности с новыми.

Особое внимание в учебном пособии, рассчитанном на студентов вузов культуры и искусств [3], уделяется тезису о неразрывной связи информации и творчества. Для успешной самореализации выпускника вуза культуры принципиально важно понимание информационной природы творчества и креативности. Создание нового, оригинального в культуре и искусстве невозможно без «погружения» человека-творца в потоки текстовой, звуковой, визуальной, аудиовизуальной, мультимедийной информации, созданной как

предшественниками, так и современниками. При этом принципиально важен самостоятельный, то есть не поручаемый другим лицам, поиск информации и личностная интерпретация получаемых сведений, что и составляет сущность творчества. Без постоянной «информационной подпитки» трудно ожидать творческих озарений и прорывов в любом виде искусства, в социально-культурной деятельности и т. д. Кроме того, без профессионального чтения, критической оценки и переработки информации, получаемой из различных источников, включая профессиональное общение, невозможно формирование психологической и интеллектуальной смелости, независимости, необходимых для творческой и креативной деятельности.

Таким образом, формирование метазнаний и метаумений специалиста в рамках вузовского учебного курса «Информационная культура личности» направлено на развитие профессионального мастерства и возможность быстрой адаптации в условиях динамично меняющегося мира, частой смены производственных и социальных технологий. В этом тезисе принципиально важной является мысль о динамичности происходящих перемен, связанных с существенным изменением того информационного пространства, в котором пребывает современный человек, и появлением так называемого «цифрового поколения». Именно эти два фактора диктуют необходимость изменения как содержания, так и методик информационной подготовки обучаемых в вузе.

Согласно «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» под информационным пространством понимается «совокупность информационных ресурсов, созданных субъектами информационной сферы, средств взаимодействия таких субъектов, их информационных систем и необходимой информационной инфраструктуры» [8]. Проявлением кардинальных изменений современного информационного пространства может служить появление интернет-платформ, веб-сервисов,



мобильных приложений. Поскольку в толковании этих понятий пока еще нет однозначности, дадим их определения.

Интернет-платформа – это электронный ресурс, который позволяет пользователям выполнять различные действия и операции в интернете. Одна платформа может содержать в себе несколько сервисов. Платформа может содержать в себе веб-сайт, базы данных, модули обработки данных, рабочее место оператора, мобильное веб-приложение. Типичным примером интернет-платформ могут служить маркет-плейсы. Маркет-плейс – это интернет-ресурс, предназначенный для продажи товаров в интернете. Он отличается от обычного интернет-магазина тем, что на нем торгует не один, а множество продавцов.

Веб-сайт, как известно, это набор веб-страниц, объединенных в одно целое общей тематикой, оформлением и электронным адресом. Заметим, что в настоящее время под сайтом чаще всего понимают один из видов электронных ресурсов, для которых характерно доминирование информационной функции. Несмотря на то, что наряду с предоставлением информации на веб-сайте могут предоставляться различные услуги и сервисы, тем не менее, функция интерактивности для сайтов не является ведущей.

Веб-сервис – это программный модуль, выполняющий какую-либо услугу для пользователя при помощи веб-сайта или мобильного приложения.

Мобильное приложение – это программное обеспечение, функционал и интерфейс которого оптимизированы под мобильные устройства (смартфоны, планшеты и др.).

Понятия «веб-сайт», «веб-сервис» и «интернет-платформа» часто пересекаются по смыслу и используются как взаимозаменяемые. Так, например, интернет-магазин может быть назван и веб-сайтом, и веб-сервисом, и интернет платформой. Веб-сайтом его можно назвать, потому что он представляет собой набор веб-страниц, с помощью которых пользователи могут просматривать и приобретать товары или услуги. Веб-сер-

висом он может считаться, если включает в себя услуги обработки платежей, логистики, доставки. Интернет-платформой интернет-магазин может быть назван в том случае, если он является маркет-плейсом, то есть представляет возможности для других продавцов размещать свои товары и услуги.

За изменением современного информационного пространства стоит ситуация, когда современный человек может с помощью персонального компьютера, смартфона или планшета решить широкий круг жизненно важных задач, не выходя из дома, вагона поезда или салона автомобиля: в любом месте, в любое время получить в свое распоряжение богатый ассортимент ранее недоступных продуктов или услуг. Иллюстрацией такого широкого проникновения новых электронных ресурсов, веб-сайтов, интернет-платформ и веб-сервисов во все сферы жизни современного человека могут служить данные, приведенные в таблице 2.

Разумеется, приведенные в таблице 2 сведения не носят исчерпывающий характер, они постоянно изменяются и обновляются в соответствии с изменением информационно-коммуникационных технологий. Тем не менее, интенсивность и динамика этих изменений такова, что следствием трансформации информационного пространства явилось появление так называемого цифрового поколения, то есть появление людей, чье жизненное становление и социализация происходят в условиях цифровой среды и активного развития интернет-сервисов. В частности, в вузы пришло цифровое поколение, обладающее специфическими ментальными и поведенческими характеристиками, значительно отличающимися от предыдущих поколений. Анализ этих ментальных и поведенческих характеристик цифрового поколения позволяет, как будет показано ниже, выявить сильные и слабые стороны в информационной культуре цифрового поколения, а также определить соотношение постоянных (стабильных) и изменяемых компонентов при организации вузовского учебного курса «Информационная культура личности».



Сфера жизни	Интернет-платформы, веб-сервисы, электронные ресурсы
Образование (учеба)	Интернет-платформы для образования (например, «Skillbox», «Нетология», «GeekBrains») Электронные библиотечные системы Электронные библиотеки
Работа	Интернет-платформы для заработка в сети: - интернет-площадки для поиска постоянной работы - биржи фриланса - биржи аутсорсинга - биржи исполнителей любых заданий простыми пользователями Интернет-платформы и веб-сервисы, применяемые в профессиональной деятельности Нейросети для написания текстов, генерирования изображений, разработки дизайна
Финансы	Интернет-банкинг Электронные платежные системы Электронные кошельки Блокчейн-кошельки Сервисы бесконтактного платежа
Здоровье	Веб-сервисы онлайн-записи к врачу в поликлинике Веб-сервисы онлайн-записи для сдачи анализов на дому Онлайн-платформы для медицинского консультирования Онлайн-платформы психологической помощи
Питание	Сервисы доставки продуктов и готовой еды Кейтеринг Сервисы подписки на ежедневную доставку еды или наборов продуктов и специй для готовки с рецептами Онлайн-консультации диетологов, нутрициологов
Деловые поездки и путешествия	Веб-сервисы бронирования и онлайн-покупки авиа и железнодорожных билетов, отелей, турков, экскурсий и т. д. Веб-сервисы шеринга (аренды) транспорта: каршеринг (автомобили), кикшеринг (самокаты, скейты, гироскутеры, моноколеса), байкшеринг (велосипед, скутер, мотоцикл), яхтшеринг
Культура и искусство	Виртуальные музеи Виртуальные концертные залы Электронные библиотеки Веб-сервисы бронирования и онлайн-покупки билетов в музеи, театры, концертные залы, кинотеатры
Развлечения	Онлайн-кинотеатры и стриминговые сервисы Интернет-телевидение Компьютерные игры Мобильные игры Сетевые игры Облачный гейминг
Дом / Быт	Системы «умный дом» Маркет-плейсы Веб-сервис заказа клининга
Творчество	VR, AR, приложения для компьютерной графики, написания музыки на компьютере, фоторетуши, видеомонтажа Веб-сервисы для создания мемов, эмодзи, эмодиконов Нейросети для создания изображений, музыки, песен, стихов, прозы
Общение	Социальные сети Интернет-платформы для блогинга ВидеоХостинги Веб-сервисы для создания и просмотра коротких видео Веб-сервисы для создания подкастов Чаты Веб-сервисы видеоконференций



Сфера жизни	Интернет-платформы, веб-сервисы, электронные ресурсы
Спорт	Интернет-платформы для киберспорта Интернет-платформы интерактивного стриминга киберспортивных мероприятий Сервисы отслеживания физических показателей спортсменов и любителей – пульса, веса, индекса массы тела, соотношения мышц и жира в организме, костной массы организма Фитнес-тренажеры Мобильные приложения для занятий спортом, тренировок по подписке
Общественная деятельность, гражданская активность	Интернет-платформы волонтерства Интернет-платформы для пожертвований Интернет-платформа для создания и подписания петиций
Безопасность	Системы видеонаблюдения Веб-сервисы онлайн-трансляций с камер города Системы распознавания лиц, объектов, транспорта с использованием нейросетей Интернет-сервисы «Кто звонил» Боты-автоответчики

Таблица 2. Использование интернет-платформ, веб-сервисов и электронных ресурсов в различных сферах жизни современного человека

Цифровое поколение (сетевое поколение, цифровые аборигены, Digital Native, поколения Y и Z) – собирательный, условный термин, характеризующий людей, появившихся на свет в период с 1995 по 2024 год, в период цифровой революции, с самого своего рождения находящихся в среде цифровых технологий.

К цифровому поколению относят людей, с рождения использующих цифровые технологии в повседневной жизни [10]. Взросление и социализация представителей этого поколения происходит в условиях стремительного внедрения цифровых технологий во все сферы жизни современного человека – в досуг, быт, учебу, работу; они интегрированы в цифровое общество с рождения, поэтому им присуще мировоззрение, отличающееся от взглядов старших поколений. Это «цифровые с рождения», поколение, выросшее в окружении гаджетов, разнообразных технических устройств, которые становятся все мощнее и компактнее. Для того, чтобы показать различие между людьми, родившимися в период появления и развития цифровых и компьютерных технологий, и теми, кто далек от этих технологических новшеств, американский педагог М. Пренски (M. Prensky) ввел в 2001 году термины «цифровые аборигены» и «цифровые иммигранты» [15]. В 2009 году М. Пренски предложил новые тер-

мины: *homo sapiens digital*, или *human digital* – «цифровой человек», то есть человек, для которого цифровые технологии являются неотъемлемой частью жизни в самых различных сферах. При этом «цифровой человек» может принадлежать как к цифровым аборигенам, так и быть хорошо адаптировавшимся цифровым иммигрантом [17]. В 2010 году исследователь опубликовал книгу, посвященную особенностям обучения «цифровых аборигенов» [16]. В работах М. Пренски были подмечены важные особенности восприятия и обработки данных цифровым поколением, включая развитие «клипового мышления», при котором человек воспринимает информацию фрагментарно, короткими порциями, не может сосредоточиться и склонен постоянно переключать внимание с одного на другое, затрудняется читать большие тексты.

Все эти проблемы связаны с познавательными или когнитивными способностями человека, изучением которых занимается когнитивная психология. Спектр вопросов чрезвычайно широк и охватывает весь диапазон психических процессов: ощущение, восприятие, распознавание образов, внимание, обучение, память, формирование понятий, мышление, язык, эмоции и процессы развития. А также и то, как люди получают



информацию о мире, как она представляется человеком, хранится в памяти и преобразуется в знания и как эти знания влияют на его внимание и поведение [11].

В российской педагогике и психологии проблеме развития когнитивных способностей цифрового поколения уделяется серьезное внимание. Среди научных публикаций, посвященных этой теме, следует назвать работу И. В. Роберт, видного специалиста в области дидактики периода цифровых технологий, академика Российской академии образования [9]. В ее статье сформулированы риски развития когнитивных способностей обучаемых, вызванные технологизацией и цифровизацией, массовой сетевой коммуникацией сферы образования. К их числу И. В. Роберт относит следующие угрозы:

1. Развитие «транзитивного типа памяти», или «эффекта Гугл», заключающегося в том, что приоритетным для обучаемых становится запоминание не содержания информации, а пути (или алгоритма) ее нахождения в поисковой системе. При этом у индивидуума ослабляется возможность дискурсивного (рассуждающего) мышления, что может привести к примитивизации восприятия им объектов или процессов окружающей реальной действительности, а также – к неспособности концентрировать внимание на вычленении существенных признаков отбираемой информации.
2. Преобладание визуально представленных компонентов информации по сравнению с ее содержательной составляющей, что снижает уровень понимания обучаемым содержания материала, но «тренирует» и усиливает его визуальное восприятие. В результате возникает «контентная слепота» пользователя – затруднение и даже невозможность осознания обучаемым целиового, структурно-содержательного, морально-ценостного компонентов информации.

3. Развитие «клиповско-комиксного восприятия информации». В этом случае дискурсивное (рассуждающее) мышление обучаемого замещается констатирующими, что ведет к примитивизации не только содержательных аспектов рассматриваемых на экране объектов или процессов, отражающих окружающую реальную действительность, но и к непониманию содержательной составляющей информации.
4. Бессистемное восприятие данных, отсутствие способности анализировать, выявлять структурные связи в содержании материала. Следствием этого является замедление реакции на понимание содержания рассматриваемых сведений.

Обстоятельный анализ современных психолого-педагогических исследований проблемы когнитивных способностей цифрового поколения содержится также в работах В. Д. Нечаева и Е. Е. Дурневой [7], С. А. Шейпак [14]. Кроме дискуссий о трудностях, связанных с цифровым поколением в целом, в обществе оживленно обсуждается вопрос о периодизации и типах цифрового поколения, в частности, особый интерес в настоящее время вызывает поколение Z.

К поколению Z принято относить людей 2003–2024 годов рождения – первое цифровое поколение, чье взросление и социализация неотрывны от цифровых технологий. Представителей поколения Z также называют «зеты», «хоумлендеры», «зумеры», «центениалы», «зелениалы». Именно это поколение в настоящее время не только учится в колледжах и вузах, но и выходит на работу. Работодатели, педагоги, менеджеры по персоналу, маркетологи сталкиваются с новым и непривычным для них мировоззрением современной молодежи. Об остроте проблемы свидетельствует приведенная ниже небольшая подборка заголовков публикаций в интернете:

- «Как понять поколение Z?» (Информационное агентство «Тасс»: <https://tass.ru/>).



- «Как ужиться с поколением Z?» (Сообщество ИТ-специалистов «Хабр»: <https://habr.com/>).
- «Поколение Z: как его учить?» (Образовательный блог издательства «Лань»: <https://lala.lanbook.com/>).

Вопросы, вынесенные в заголовки этих публикаций, свидетельствуют об острой потребности практики в постижении особенностей поколения Z. С этой целью Сбербанком совместно с агентством *Validata* в 2016 году было проведено масштабное социологическое исследование, направленное на выявление установок и ценностей, фruстраций и страхов, ожиданий от будущего, самовосприятия и других характеристик поколения Z. Результаты этой работы представлены на официальном сайте Сбербанка [13].

С нашей точки зрения, в данном исследовании наиболее важными являются три параметра, отражающие отличительные особенности поколения Z:

- обработка информации: «родились с кнопкой на пальце»; воспринимают краткую и наглядную информацию, представленную мелкими порциями, в виде иконок, смайликов и картинок, которые часто заменяют текст; характерно быстрое переключение внимания: средний период концентрации внимания людей поколения Z на одном объекте – 8 секунд;
- отношения со взрослыми: взрослые не являются безусловным авторитетом, отсутствует пietет к старшим;
- самовосприятие: уверенность в собственной исключительности и уникальности.

Результаты проведенного нами анализа публикаций дают основания согласиться и полностью поддержать вывод исследования об особенностях обучения поколения Z, который делает Н. В. Тамарская: «На данный момент педагогическая практика имеет дело с субъектом образовательного процесса, существенно отличающимся от всех предыдущих. Очевидно, что и подходы к обучению

поколения Z должны учитывать его особенности и адаптироваться к нему» [12].

Обоснованность тех черт поколения Z, которые выявлены в теоретических и эмпирических исследованиях, подтверждается результатами нашей педагогической деятельности при проведении лекционных и практических занятий по курсу «Информационная культура личности» со студентами четырех факультетов Московского государственного института культуры – библиотечно-информационного факультета, факультета государственной культурной политики, факультета музыкального искусства, хореографического факультета.

Проведенный анализ научных публикаций, а также опыт внедрения учебного курса «Информационная культура личности» в Московском государственном институте культуры в 2022–2024 учебных годах позволили выявить сильные и слабые стороны, достоинства и ограничения, характеризующие информационную культуру цифрового поколения, в частности, поколения Z.

К позитивным свойствам («приобретения»), присущим информационной культуре цифрового поколения, на наш взгляд, могут быть отнесены следующие:

- способность эффективно использовать мобильные устройства для решения любых задач учебной, профессиональной, обыденной жизни, досуга;
- готовность к работе в условиях цифровой экономики: более 70% зумеров предпочитают удаленный формат работы;
- стремление реализовать принцип *lifelong learning* и готовность к саморазвитию в нескольких областях одновременно;
- открытость и адаптивность к любой информации, ко всем технологическим инновациям, высокая обучаемость в сфере цифровых технологий;
- способность быстро добывать сведения из интернета, легко находить информацию и ориентироваться в социальных медиа;



- готовность оказать разные виды помощи в Интернет-среде: поделиться контентом или программными средствами, дать совет, отправить донат и др.;
- многозадачность, то есть способность одновременно выполнять несколько разных дел: одновременно пользоваться гаджетом (возможно, и не одним) и заниматься делом в аналоговом мире;
- способность к избирательному восприятию информации, умение выбирать нужное, не обращая внимания на рекламу, баннеры и всплывающие окна;
- способность интуитивно понимать организацию контента, легко ориентироваться в интерфейсах веб-сайтов, программ, приложений.

К ограничениям («потерям»), характеризующим информационную культуру поколения Z, по нашему мнению, относятся:

- развитие «транзитивного типа памяти», или «эффекта Гугл»: приоритетным становится не запоминание содержания информации, а запоминание пути (или алгоритма) нахождения информации в поисковой системе;
- затруднительность работы с длинными текстами, сложность восприятия больших объемов данных, стремление потреблять информацию маленькими порциями;
- возникновение «контентной слепоты» – затруднения и даже невозможность осознания обучаемым целевого, структурно-содержательного, морально-ценностного компонентов информации при ее восприятии;
- неспособность к глубокому погружению в изучаемый материал, поверхность восприятия (как обратная сторона многозадачности), убеждение, что в интернете намного больше интересной и полезной информации, чем в скучных учебниках;

- сканирующий характер чтения, тенденция считывать лишь заголовки материалов, не всегда точно отражающих смысл;
- ориентация на потребление информации в форме видео, картинок, заменяющих текст, следствием чего является снижение уровня абстрактного мышления;
- снижение концентрации внимания: средний период удержания внимания на одном объекте – 8 секунд;
- сложность самостоятельного управления объемом потребляемой информации, отсутствие волевых качеств, позволяющих прекратить бессмысленное поглощение постов из социальных медиа;
- избыточное доверие рекомендациям инфлюенсеров, убежденность в правдивости сообщений из пабликов, телеграм-каналов и т. п. Слабая способность воспринимать информацию критически;
- иллюзорность представлений об архаичности соблюдения традиционных правилуважительного отношения к чужой интеллектуальной собственности, необходимости корректного использования информации.

Анализ воздействия двух взаимосвязанных факторов (изменение информационного пространства, в котором пребывает современный человек, и появление цифрового поколения) на содержание и методику обучения основам информационной культуры личности дает возможность выделить то неизменяющееся «ядро» учебного курса «Информационная культура личности», которое остается постоянным, несмотря на происходящие динамичные изменения.

Стабильность данного учебного курса проявляется в следующем:

1. Неизменность использования сочетания методологических принципов (культурологического, системного, деятельностного, технологического подходов), обеспечиваю-



щих целостность и интегративный характер содержания курса. Так, культурологический подход позволяет обеспечить осознание глубокого взаимодействия категорий «информация» и «культура», формирование представления о том, что информационная культура личности есть неотъемлемая часть общей культуры человека; дает возможность формировать ценностные ориентации личности по отношению к информации как элементу культуры, препятствует дегуманизации и замене духовных ценностей достижениями, вызванными к жизни научно-техническим прогрессом и беспрецедентным ростом и развитием новых информационных технологий в информационном обществе.

Системный подход позволяет обеспечить целостное представление о феноменах информации, цифровизации, информационного общества, информационной культуры и на этой основе сформировать единую информационную картину мира. Реализация системного подхода в информационном образовании направлена на интеграцию традиционной (книжной) и новой (электронной) культуры.

Деятельностный подход позволяет связать содержание учебного курса с доминирующим видом деятельности: учебная, научно-исследовательская, досуговая, творческая и др. Основные разделы учебного курса обеспечивают решение тех информационных задач, которые необходимы для плодотворной учебной, научно-исследовательской, творческой деятельности обучаемых в целях интеллектуального, духовно-нравственного и творческого развития студентов институтов культуры.

Технологический подход предусматривает точное инструментальное управление учебным процессом и гарантированное достижение поставленных учебных целей. Он преследует цель научить обучаемых создавать с помощью персонального компьютера и информационно-коммуникационных технологий новые информационные продукты и творчески их использовать. Под информа-

ционным продуктом понимается результат интеллектуальной деятельности человека по созданию новой или смысловой переработке имеющейся информации, представленный в форме документа.

2. Неизменность структуры курса, включающего четыре раздела:

- Раздел I. Информационные ресурсы общества и информационная культура.
- Раздел II. Основные типы информационно-поисковых задач и алгоритмы их решения.
- Раздел III. Аналитико-синтетическая переработка источников информации.
- Раздел IV. Технология подготовки информационных продуктов.

3. Несменяемость тематического ядра курса, которое включает обязательный структурно-семантический анализ формулировки информационного запроса до проведения поиска информации, алгоритмы различных видов поиска (адресный, фактографический, тематический), основные виды аналитико-синтетической переработки информации, критический анализ информации, технологии подготовки информационных продуктов. Окружающая человека информационная среда кардинально изменилась: практически все виды информации обрели цифровую форму представления, все виды информационного поиска ведутся преимущественно в электронной информационной среде, а сам человек получил в свое распоряжение колоссальные возможности компьютерной обработки данных. Несмотря на это в содержании курса неизменными остаются темы, связанные с семантическим анализом информации и ее критической оценкой.

4. Постоянство сочетания инвариантного и вариативного компонентов курса. Перечисленные выше четыре раздела являются неизменными и составляют инвариантную часть курса. Она является обязательной для любой категории обучаемых (школьники, студенты, специалисты, люди «третьего возраста» и т. д.). Вариативная, меняющаяся в зависимости от категории обучаемых, часть курса



«Информационная культура личности» учитывает возраст, характер деятельности (учеба, работа), профиль и уровень подготовки, отраслевую специализацию, уровень информационной культуры, информационные потребности и другие факторы. Назначение этой части учебного курса – профилирование, адаптация содержания обучения применительно к тем жизненно важным задачам, которые стоят перед обучаемыми.

Вместе с тем, как и любая другая учебная дисциплина, курс «Информационная культура личности» подвержен изменениям. Эти изменения находят свое выражение в следующем:

- появление новых тем, связанных с технико-технологической составляющей учебного курса, обусловленных рождением принципиально новых технологий (нейросети, VR, AR, веб-сервисы и т. д.), необходимостью противодействия угрозам и рискам технического характера (фишинга, распространения вирусов, взлома аккаунтов, личных страниц, сайтов и т. п.);
- появление новых тем, связанных с духовно-нравственной и мировоззренческой составляющей учебного курса: формирование навыков распознавания и критического анализа деструктивного контента, необходимость обеспечения информационной безопасности личности путем противодействия распространению антиобщественной социально опасной информации; потребность в становлении и развитии информационной этики; выработка правил этичного поведения в сети; непримиримость к plagiarismу и некорректному заимствованию;
- изменение методик обучения, обусловленное особенностями психофизиологического развития, ценностных установок и мотивации цифрового поколения: расширение арсенала используемых активных методов обучения (case study, ролевые и деловые игры, квесты, квизы и т. п.).

Проведенное исследование позволило выявить специфические черты цифрового поколения, включая поколение Z, связанные с цифровой трансформацией общества. К типичным признакам, атрибутирующим это поколение, относятся: включенность в цифровую среду, зависимость от цифровых технологий, клиповое мышление, индивидуализм. Сильной стороной поколения Z является многозадачность, уверенное владение цифровыми технологиями, быстрый поиск информации, а слабой – снижение уровня развития некоторых когнитивных способностей: ослабление рассуждающего мышления, затруднительность проведения системного анализа и выявления логических связей в содержании информации, бессистемное восприятие сведений и др.

Результаты проведенного нами исследования адресованы педагогам (учителям, преподавателям), а также библиотекарям, работающим с детьми и молодежью. Знание особенностей цифрового поколения позволяет расширить набор форм и методов работы с обучаемыми в школах, колледжах и вузах и с пользователями – в библиотеках.

При работе с представителями поколения Z педагогам и библиотекарям следует знать о присущих им установках и ценностях:

- уверенность в собственной исключительности;
- отсутствие пietета к старшим;
- ориентация на гедонизм;
- установка «успех здесь и сейчас»;
- стремление к саморазвитию;
- убежденность в том, что работа должна приносить удовольствие, доход и не отнимать много времени;
- установка на индивидуализм;
- желание публичного признания и похвалы;
- приверженность семейным ценностям.

При обучении представителей поколения Z педагогам и библиотекарям рекомендуется учитывать ожидания и установки этой аудитории относительно форм подачи информации:



- необходимо максимально визуализировать учебный материал: лучше показывать, а не рассказывать;
- желательно представлять информацию малыми порциями, чтобы удержать внимание обучаемых;
- следует использовать простой неформальный язык, но не пытаться «подделяться» под сленг;
- не рекомендуется апеллировать к авторитету, возрасту, опыту, традиции и проверенности временем. Взамен следует убеждать, то есть объяснять, обсуждать и приводить аргументы.

Проведенное исследование и опыт реализации учебного курса «Информационная культура личности» позволяют сделать следующие выводы:

1. Курс «Информационная культура личности» не теряет своей актуальности, и опыт его многолетнего внедрения в школах, колледжах и вузах свидетельствует о стабильности структуры и целесообразности сохранения тематического ядра курса, ориентированного на изучение разнообразных информационных ресурсов, освоения алгоритмов поиска информации, семантический анализ и критическую оценку информации, а также – технологию создания информационных продуктов. Вместе с тем цифровая трансформация общества диктует необходимость тематического обновления курса, прежде всего за счет включения такой проблематики, как использование технологий искусственного интеллекта в учебной и будущей профессиональной

деятельности обучаемых, применение возможностей новейших интернет-платформ и веб-сервисов в разных сферах жизни современного человека.

2. Несмотря на высокий уровень технической и технологической грамотности, цифровое поколение демонстрирует дефицит навыков интеллектуальной работы с информацией и отсутствие сформированного информационного мировоззрения.

Наиболее типичными недостатками интеллектуальной деятельности учащихся во время учебного процесса являются: ослабление рассуждающего мышления; неспособность вычленения существенных признаков отбираемой информации; отсутствие навыков проведения логически обоснованной классификации объектов и явлений; бессистемное восприятие материала; отсутствие способности системного анализа, выявления структурных связей в содержании информации.

Отсутствие сформированного информационного мировоззрения проявляется в нарушении норм информационной этики, в частности, правил этичного поведения в сети, в беспринципном отношении к плалиату и нарушению авторских прав, некорректному заимствованию результатов чужого интеллектуального труда.

3. Информационная подготовка цифрового поколения должна строиться с учетом ментальных и поведенческих особенностей, ценностей и установок, сформированных под воздействием процесса глобализации, развития информационных технологий, мобильной связи и Интернета.

Список литературы

1. Гендина Н. И. Информационное образование и информационная культура как фактор безопасности личности в глобальном информационном обществе: возможности образовательных организаций и библиотек: монография. Москва: Литера, 2016. 392 с.
2. Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Родионова Д. Д., Рябцева Л. Н. Информационная культура музеолога: учебник. Кемерово: КемГИК, 2022. 227 с.
3. Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Рябцева Л. Н. Информационная культура личности: технология продуктивной интеллектуальной работы с информацией в условиях интернет-среды. В 2-х томах : учебное пособие для студентов вузов культуры. Кемерово: КемГИК, 2020. Т. 1. 357 с. Т. 2. 309 с.



4. Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Рябцева Л. Н. Медийно-информационная грамотность и информационная культура библиотечно-информационных специалистов в условиях цифровой среды : учебное пособие. 2-е изд. Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. 470 с.
5. Гендина Н. И., Косолапова Е. В. Основы информационной культуры школьника. В 2 ч.: учебно-методический комплекс для учащихся 8-9 кл. общеобразовательных организаций. Москва: РШБА, 2020. Ч. 1. 272 с. Ч. 2. 312 с.
6. Культура. Современная энциклопедия. 2000. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/25446>
7. Нечаев В. Д., Дурнева Е. Е. «Цифровое поколение»: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. 2016. № 1. С. 36–45.
8. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы : Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203. Москва, 2017. 27 с.
9. Роберт И. В. Дидактика периода цифровой трансформации образования // Мир психологии. 2020. № 3. С. 184–198.
10. Смолл Г., Ворган Г. Мозг онлайн. Человек в эпоху интернета. Москва: Колибри, 2011. 175 с.
11. Солсо Р. Л. Когнитивная психология. Москва : Тривола, 2002. 600 с.
12. Тамарская Н. В. Особенности подготовки преподавателей университета к обучению поколения Z // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 5. С. 51–57.
13. Тридцать фактов о современной молодежи. Сбербанк. URL: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf
14. Шейпак С. А. Дискурсивные презентации "цифрового поколения" и смена парадигмы образования // Современные исследования социальных проблем. 2018. Том 9, № 5. С. 114–138.
15. Prensky M. Digital natives, digital immigrants. Part 1. On the Horizon. Vol. 9 No. 5, October 2001. P. 1–6. URL: <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
16. Prensky M. Teaching digital natives: partnering for real learning. New York: Corwin. 2010. 224 p.
17. Prensky M. H. Sapiens digital: from digital immigrants and digital natives to digital wisdom. 2009. *The Wisdom Page: website*. URL: <http://www.wisdompage.com/Prensky01.html>

*

Поступила в редакцию 26.06.2024