



ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

В. М. Сидоркина, Н. С. Полутина (Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск, Россия)

Рассматривается понятие ценностей виртуального общества. Под виртуальным понимается такое общество, основным фактором существования которого являются виртуальные (опосредованные компьютерными технологиями) коммуникации. Такое общество рассматривается как находящееся в настоящий момент в процессе активного становления и развития, т. е. виртуализации общества. В статье приводятся некоторые результаты пилотажного исследования, посвященного проблеме изменения ценностных ориентаций в современном обществе, связанных с его виртуализацией. Затрагиваются вопросы эволюции ценностных ориентаций активных участников интернет-сообществ по сравнению с их не вовлеченными и вовлеченными в меньшей степени сверстниками в виртуальные сообщества. Анализируется изменение места традиционных ценностей в иерархии ценностей, свойственной участникам виртуальных сообществ. Рассматривается трансформация отношения к образованию как к ценности и изменение его значимости, в частности, выявленная тенденция к возрастанию значимости данной ценности по мере повышения вовлеченности респондентов в виртуальное общество.

Ключевые слова: виртуальное общество; виртуализация социального; социальные ценности; иерархия ценностей; образование; социологический опрос.

TRANSFORMATION OF THE VALUE OF EDUCATION IN THE VIRTUAL SOCIETY

V. M. Sidorkina, N. S. Polutina (Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia)

The article discusses the concept values of a virtual society. Under the virtual society is understood such a society, a major factor in the existence of which is a virtual (mediated by computer technology) communication. Such a society is regarded as being in the present moment in the process of formation and development of active virtualization of society. The article presents some results of the pilot study on the problem of changes in the value orientations of modern society, associated with its virtualization, examines the changes affecting the value orientations of active participants in online communities compared to their not involved in virtual communities involved to a lesser extent peers. The authors analyze the change in the place of traditional values in the hierarchy of values inherent in the participants of virtual communities. We consider the transformation of the relationship to education as to the value and the change in its significance: in particular, the authors revealed a tendency to increase the significance of this value with increasing involvement of the respondents in the virtual society.

Keywords: virtual society; virtualization social; social values; hierarchy of values; education; sociological survey.

Современный этап развития общества (постиндустриального, или информационного) обладает специфическими чертами и особенностями. Одним из важнейших его признаков является значимая, а в ряде сфер и определяющая роль информационных технологий в общественном развитии. Такие технологии, пронизывая все сферы жизнедеятельности человека, переходят из разряда технических средств в разряд важнейших факторов, обуславливающих глубокую социальную и моральную трансформацию личности и общества. По сути, данные технологии осуществляют образовательную,

педагогическую, адаптивную и ряд других функций, воздействуя на общество, а особенно на его молодежные когорты параллельно с традиционными институтами (семьей, школой, друзьями и др.). Посредником такого воздействия на личность выступает виртуальное сообщество.

Понятие «информационное общество», широко применяемое в социологии и употребляемое для описания современного этапа развития общества, не является синонимичным понятию «виртуальное общество». Последнее описывает общество в более конкретном значении – как определенную общность взаимодействующих



между собой людей, разделяющих общие нормы, ценности, идеалы.

М. Кастельс рассматривает формирующуюся сегодня в глобальном масштабе социальную структуру как сетевое общество, в котором ведущую роль играют глобальные, сетевые структуры, вытесняющие прежние формы личной и вещной зависимости. Все общества информационной эпохи пронизаны повсеместной логикой сетевого общества, чья «динамичная экспансия постепенно абсорбирует и подчиняет предсуществовавшие социальные формы» [2].

По мнению М. Паэту, виртуализация – это процесс социальный, процесс изменения общества в целом, а не процесс создания параллельного виртуального общества. Определяя общество как систему коммуникаций, М. Паэту рассматривает возникновение глобальных информационных сетей, прежде всего Интернета, как результат использования обществом новых форм коммуникации для самовоспроизводства. Ученый убежден, что виртуальное есть особая форма социального [1].

Д. В. Иванов обращается к понятию «виртуализация» для описания происходящих во всех сферах общественной жизни процессов своего рода «киберпротезирования», т. е. подмены реальных объектов их образами (деньгами, товарами, отношениями, властью и социальными структурами). Таким образом, виртуальность в широком смысле рассматривается как замещение реальности образами, а перспектива того, что отношения между людьми примут форму отношений между образами, и есть перспектива виртуализации общества. Следует отметить, что речь идет о протекающем в настоящий момент процессе виртуализации, но не о сложившемся виртуальном обществе, которое понимается скорее как возможный итог развития общества, а не его актуальное состояние [1].

Следовательно, под виртуальным мы понимаем такое общество, системообразующим фактором существования которого являются виртуальные (опосредованные компьютерными технологиями) коммуникации. При этом трансформации под-

вергаются не только и не столько сами коммуникации, но, в первую очередь, индивиды и группы, включенные в процесс виртуализации. В современном обществе виртуализация превращается в важнейший фактор, оказывающий возрастающее влияние на ценностные ориентации современного человека.

В апреле–мае 2014 г. нами было проведено социологическое исследование, посвященное проблеме ценностей виртуального общества. Данное исследование носило пилотажный характер и позволило выявить основные тенденции изменения ценностных ориентаций, происходящие в виртуальном обществе. Проведенный на первом этапе экспертный опрос определил ряд параметров, позволяющих рассматривать степень включенности индивида в виртуальное общество. В качестве экспертов были привлечены люди, профессионально занимающиеся организацией виртуального сообщества, т. е. комьюнити-менеджеры (16 чел.). На основе типологизации, выявленной на первом этапе, осуществлялся массовый опрос. Опрашивались студенты пяти факультетов и институтов ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н. П. Огарева» по гуманитарным, естественно-научным и техническим направлениям подготовки с разной степенью включенности в виртуальное общество (n = 200 чел.). Следует отметить, что в исследовании был включен блок вопросов по ценностным отношениям, использовавшийся в социологическом исследовании «Резервы гармонизации социальных отношений в финно-угорских регионах», проведенном в 2011 г. кафедрой социологии МГУ им. Н. П. Огарева. Опросник содержал перечень из двадцати ценностей, респондентам предлагалось выбрать пять наиболее значимых из них. Выбор такого инструментария позволил нам использовать полученные в ходе указанного исследования результаты в качестве дополнительного параметра анализа изменений в системе ценностей виртуального общества по сравнению с обществом традиционным.

По степени включенности в виртуальное общество респонденты были разделены нами на три группы: не включенные, частично включенные и полностью включен-



ные. Предположение, что будут выявлены молодые люди, вообще не пользующиеся Интернетом, не подтвердилось (данный вариант ответа не был выбран ни разу).

Первую группу составили респонденты, утверждающие, что Интернет для них только средство поиска информации. Они не считают себя членами какого-либо виртуального сообщества и практически не общаются в Интернете. Эту группу мы рассматриваем как не включенных в виртуальное общество, и она составляет 36,5 % от опрошенных.

Во вторую группу вошли респонденты, отметившие, что они зарегистрированы в одном или нескольких виртуальных сообществах, но посещают их нерегулярно (реже одного раза в сутки) и не считают себя активными участниками этих сообществ, иногда общаются с другими людьми в этих сообществах, и некоторая часть (меньше половины) их социальных связей сосредоточена в Интернете. Данную группу мы рассматриваем как частично включенных в виртуальное общество, и она оказалась самой немногочисленной – 25,5 % опрошенных.

Третью группу составили респонденты, считающие себя активными участниками одного или нескольких сетевых сообществ, достаточно регулярно посещающие его, обладающие определенным авторитетом среди других участников этого сообщества, и значительная (больше половины) часть их социальных связей сосредоточена в Интернете. Такая группа была определена как включенные в виртуальное общество (38 %).

Понимая виртуализацию общества как процесс, активно протекающий в данный момент, отметим, что совокупная доля тех, кто в разной степени вовлечен в этот процесс, т. е. респондентов второй и третьей групп (63,5 %), почти в два раза превосходит не включенных в виртуальное общество, что, безусловно, должно рассматриваться как выраженная тенденция к виртуализации современного общества.

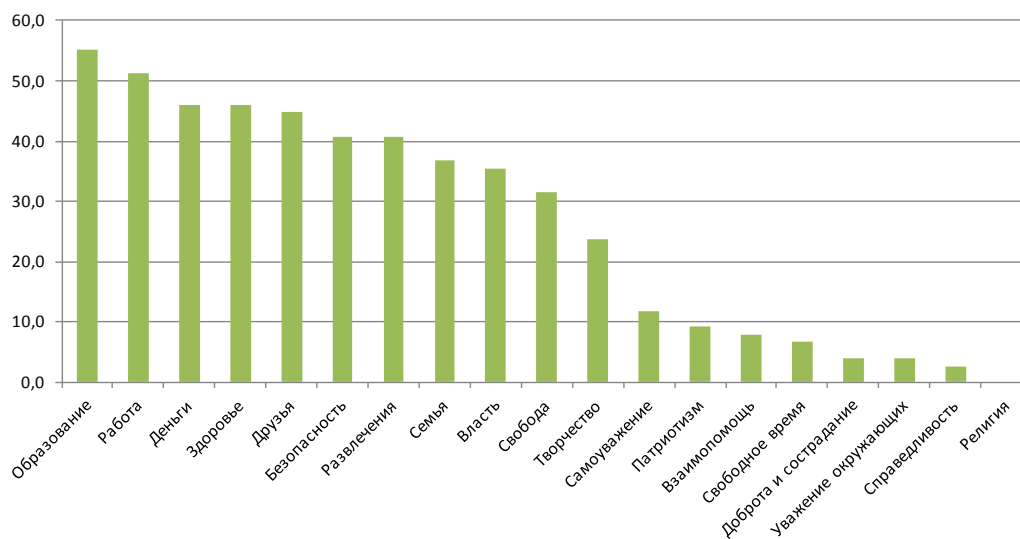
Прежде чем переходить непосредственно к анализу ценности образования в виртуальном обществе, остановимся на некоторых выявленных тенденциях в изменении иерархии ценностей в целом. Иерархия

ценностей в группе вовлеченных в виртуальное общество представлена на рисунке.

Во-первых, в группе вовлеченных в виртуальное общество наблюдается тенденция к переосмыслению базовых ценностей или ценностей первого уровня. В группах не вовлеченных и частично вовлеченных в виртуальное общество ценности базовой триады «друзья – семья – здоровье» занимают первые три места в иерархии и выбираются наиболее часто (в группе не вовлеченных в виртуальное общество 75 %, 73,6 %, 70,8 % соответственно, в группе частично вовлеченных – 68,6 %, 62,7 % и 58,8 % соответственно). Сходные данные получены и в «Гармонизации...». В группе вовлеченных в виртуальное общество ценности «Друзья» и «Здоровье» замыкают первую пятерку в иерархии ценностей (в качестве наиболее значимых их выбирали менее половины респондентов данной группы), а семья как ценность вообще опускается на восьмое место в иерархии, уступая даже ценности «Развлечения и удовольствия».

Во-вторых, характерной особенностью иерархии ценностей виртуального общества является сглаженный, слегка размытый характер, тогда как для иерархии ценностей свойственен ступенчатый характер, при котором ценности базовой триады по своей значимости существенно опережают ценности второго уровня важности. Основные ценности виртуального общества не являются в той же степени общепринятыми, что и основные ценности общества реального. «Стоимость» первых мест в иерархиях ценностей виртуального и не виртуального обществ несопоставима – семью как важную ценность отметили 3/4 респондентов, а образование – лишь немногим более половины. Таким образом, невозможно говорить о системообразующих ценностях виртуального общества, безусловно разделяемых всеми его членами, уместнее использовать не превосходную, а сравнительную степень.

Одной из наиболее интересных в плане дальнейшего исследования ценностей виртуального общества представляется проблема существенного изменения ценности образования.



Иерархия ценностей виртуального общества

В группе вовлеченных в виртуальное общество именно образование указывается в качестве значимой ценности наиболее часто. Значимость ценности образования для респондентов разных групп неодинакова. Если среди молодых людей, не включенных в виртуальное общество, эту ценность отмечали 27,8 % (что примерно соответствует данным «Гармонизации...» – 28,6 %), то уже в группе частично виртуализированных на важность образования указывают 35,3 %. Однако наиболее показательны оценки этой ценности в группе включенных в виртуальное общество. В оценках респондентов этой группы значимость образования возрастает вдвое по сравнению с аналогичными оценками не включенных в виртуальное общество.

На наш взгляд, значимость данной ценности в виртуальном обществе, связана с большим количеством значений, вкладываемых респондентами в это понятие. Мы предполагаем, что наряду с традиционным пониманием образования члены виртуального общества включают в это понятие также знания (или получение знаний) вообще, процесс по-

лучения полезной информации, самообразование. Кроме того, рассмотрение ценности образования вместе с двумя другими наиболее важными для этой группы ценностями – работой (51,3 %) и деньгами (46,1 %) – позволяет также предположить, что образование определяется в виртуальном обществе как важная ступень и необходимое условие успешной карьеры.

В определенной степени такое значительное повышение значимости ценности образования может быть связано с особенностями выборки – в опросе принимали участие молодые люди, основная деятельность которых связана с получением образования.

Несмотря на то, что в целом динамика изменения ценностей в виртуальном обществе представляется неоднозначной, данные изменения вряд ли следует рассматривать как исключительно негативные.

Проблема ценностей виртуального общества приобретает гораздо более широкое значение, чем может показаться на первый взгляд. Ценности, подобно своеобразным маякам, указывают путь. Следовательно, обращение к данной проблеме (особенно применительно к молодым людям) есть по сути поиск



ответа на вопросы: каким будет общество ближайшего будущего, и какими будут люди этого общества? Ценности виртуального общества не есть виртуальные ценности, возможно, они самый

реальный его феномен в том смысле, что, трансформируясь и изменяясь, все же вполне реальны для его членов и в полной мере выполняют функцию наполнения жизни человека целями и смыслом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов, Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов – Москва : Изд-во АСТ, 2004. – 512 с.
2. Кастельс, М. Зарождение сетевого общества / М. Кастельс. – Москва, 2000. – 323 с.

Поступила 28.10.14.

Об авторах:

Сидоркина Валентина Михайловна, доцент кафедры социологии ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева» (Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68), кандидат философских наук, sidorkinavm@yandex.ru

Полутина Наталья Сергеевна, психолог психологической службы Управления по внеучебной работе ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева» (Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68), polutina_ns@mail.ru

Для цитирования: Сидоркина, В. М. Трансформация ценности образования в виртуальном обществе / В. М. Сидоркина, Н. С. Полутина // Интеграция образования. – 2014. – № 4 (77). – С. 124–128. DOI: 10.15507/Inted.077.018.201404.124

REFERENCES

1. Ivanov D. V. Virtualizatsiia obshchestva [Virtualization of society]. Moscow, AST Publ, 2004, 512 p.
2. Castells M. Zarozhdenie setevogo obshchestva [The Rise of the Network Society]. Moscow, 2000, 323 p.

About the authors:

Sidorkina Valentina Mihajlovna, Associate Professor, Department of Sociology, Ogarev Mordovia State University (68, Bolshevistskaya Str., Saransk, Russia), candidate of philosophical sciences, sidorkinavm@yandex.ru

Polutina Natalia Sergeevna, Psychologist of psychological service of the Office of extracurricular work, Ogarev Mordovia State University (68, Bolshevistskaya Str., Saransk, Russia), polutina_ns@mail.ru

For citation: Sidorkina V. M., Polutina N. S. Transformacija cennosti obrazovanija v virtual'nom obshchestve [Transformation of the value of education in the virtual society]. *Integracija obrazovanija* [Integration of Education]. 2014, no. 4 (77), pp. 124–128. DOI: 10.15507/Inted.077.018.201404.124