

СЕКЦИЯ 10. ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ РЕКЛАМНЫХ И PR ТЕКСТОВ

УДК 316.7

Е. Н. Заборова

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация

В современную информационную эпоху резко возрастает роль и значение информации как фактора успешного функционирования и развития как отдельного человека, так и общества в целом, увеличивается роль и значение поведенческих стратегий в выборе содержания информации, способов ее получения, временных затрат. В статье выделяется базовый вектор – основное направление стратегического развития населения в отношении к имеющемуся массиву информации. Исследуются формы стратегий: доминантная эмоциональная реакция на информационные потоки (позитивная, негативная, нейтральная); ценностно-ориентационная (приоритет в выборе содержания информации); поведенческая (выбор источников, каналов информации, приоритетные направления в использовании информации), в том числе – организационно-управленческая (управление поступающим потоком информации, реакции защиты (избегания или отторжения), контроля (отбора, дозирования), бесконтрольного подчинения информационному потоку). На основе анализа результатов эмпирических исследований автор делает вывод, что население региона Свердловская область имеет как общие, так и отличительные черты в выборе информационных стратегий. К общим чертам относятся: единый вектор – ориентация на поиск информации, осознание ее важности, признание большой роли информации в жизни современного человека; с точки зрения доминантной реакции в общем массиве преобладает реакция контроля (большинство респондентов считают, что они не испытывают избыточности поступающей информации, информации «достаточно»); фиксируется «нейтральная эмоциональная реакция (информация в целом не вызывает никаких эмоций). Единая стратегия выявлена и относительно ценностных приоритетов: население выбирает развлекательную и политическую информацию; выбирает телевидение и интернет в качестве доминантных каналов получения информации. В то же время результаты исследований позволяют сделать вывод: население региона Свердловская область демонстрирует достаточно четкие стратегические информационные траектории, при этом в выборе стратегий сегодня отмечается определенное неравенство. Выбор информационных стратегий обусловлен сложным комплексом объективных факторов (средовые факторы, социально-демографические факторы, уровень дохода и наличие свободного времени). В конечном счете решающую роль играет сама уникальная личность, ее поведение в рамках заданных условий (субъективный фактор).

Ключевые слова: информация, стратегия, поведение, социальные общности, поведение, среда, мотивация

Современная эпоха неслучайно получила название «информационной»: объем поступающей информации, ее роль и значение в жизни человечества возросли многократно. Сегодня обладание информацией — это фундаментальная предпосылка развития как трудового капитала, так и человеческого капитала в целом [1; 2; 3].

У человека нашего времени уже нет проблемы недостатка информации, перед ним стоят другие стратегические вызовы. Для успешной адаптации и эффективного функционирования в быстро изменяющихся условиях ему необходимо хорошо ориентироваться в неисчерпаемом потоке информации, уметь вычленять главное, отличать достоверную информацию от лживой, недостоверной, обладать способностью переключаться с одного информационного источника на другой.

Как реагируют различные социальные общности на вызовы информационной эпохи? Какие информационные стратегии они выбирают?

Оценивая выбор стратегий, следует, прежде всего, определиться с пониманием термина «стратегия» и вариантов ее реализации. В большом многообразии авторских позиций, мы выбираем следующее положение в качестве методологического: стратегия является многоуровневым феноменом, ее формирование происходит на двух уровнях: когнитивном и поведенческом. Основание для выделения уровней стратегий выступает степень реализации намерений по достижению стратегической цели в системе действий [4, с.106.].

Анализируя содержание стратегий, авторы указывают на необходимость выделения базового вектора — основного направления стратегического развития, выбираемого большинством граждан. Также существуют разнообразные формы стратегий, классификация которых соотносима с видами социально-психологических реакций человека и его поведенческими практиками. Применительно к заявленной теме мы выделяем:

- доминантную эмоциональную реакцию на информационные потоки (позитивная, негативная, нейтральная);

- ценностно-ориентационную (приоритет в выборе содержания информации);

- поведенческую (выбор источников, каналов информации, приоритетные направления в использовании информации), в том числе — организационно-управленческую (управление поступающим потоком информации, реакции защиты (избегания или отторжения), контроля (отбора, дозирования), бесконтрольного подчинения информационному потоку).

Выбор информационных стратегий обусловлен сложным комплексом факторов. Большую роль играют средовые факторы. Так, например, в Свердловской области городские и сельские поселения имеют разную степень обеспеченности радио связью, библиотеками и пр., что оказывает влияние на доступ к информационным источникам и выбор информационных стратегий. Играют роль такие факторы, как возраст и род занятий (профессия) [5]. В плане выбора поведенческих информационных стратегий значение также имеют уровень дохода и наличие свободного времени.

В совокупность этих объективных факторов необходимо добавить факторы субъективные — интерес, желания, потребности личности, степень ее самоорганизации и самореализации. В конечном счете решающую роль играет сама уникальная личность, которая может подчиниться объективным факторам или противостоять им.

Анализ результатов эмпирических исследований¹ позволяет заключить, что население региона Свердловская область имеет как общие, так и отличительные черты в выборе информационных стратегий. Общим можно считать единый вектор — ориентацию на поиск информации, осознание ее важности, признание большой роли информации в жизни современного человека. Такая стратегия присуща всем категориям респондентов, хотя фиксируются некоторые отличия в возрастных группах: молодежь оценивает значимость информации для профессиональной деятельности и самореализации более высоко, чем люди старше 60 лет.

В научной литературе в качестве актуальной поднимается проблема избыточности информации, поступающей из многочисленных источников. Результаты исследования показывают, что с точки зрения доминантной реакции в общем массиве преобладает реакция контроля: большинство респондентов считают, что они не испытывают избыточности поступающей информации, информации «достаточно». Такой ответ дали 68,0 % респондентов, только 16,5 % указали, что «информации слишком много, избыточно». При общей доминантной реакции можно отметить факты определенной дифференциации: так, для части молодежи характерна так называемая «компьютерная зависимость», проявляющаяся в «поглощении» интернетом, больших временных затратах, главным образом на интернет-игры.

При этом требует дальнейшей эмпирической проверки механизм контроля: «достаточность» может возникнуть в силу отторжения, игнорирования части поступающей информации (не смотрю телевизионные передачи, не читаю газет и т.п.) или при реализации друго-

¹ «Информационная культура населения Свердловской области: поселенческий и демографический аспекты». 2014- 2015 гг. N= 1130; «Проориентационная работа в УрГЭУ», 2016, N=400.

го механизма - смотрю и читаю, но отбираю только то, что для меня представляется важным. Также следует учесть, что «достаточность» имеет разную размерность для разных респондентов: то, что достаточно для одного человека может оказаться совершенно недостаточным для другого. Так, исследования показывают, что на избыточность информации указывают 22,5 % жителей села, в мегаполисе таких только 17,5 %. Эти обстоятельства, хотя и ориентируют на дальнейший научный поиск, в то же время не отменяют ранее выявленной тенденции. Поведение человека в различных ситуациях обусловлено действием двух механизмов: сознательного (осознанного) выбора и бессознательного (неосознанной реакции). Эта закономерность проявляется и в отношении выбора информационных стратегий. Ряд реакций населения можно отнести к разряду вполне осознанных, другие — к менее осознанным. Так, ценностно-ориентационная стратегия (выбор содержания информации) осознается человеком, в то время как его эмоциональная реакция чаще всего не осознана, мало рефлексивна. В ходе социологического опроса респондентам было предложено оценить их доминантную эмоциональную реакцию на поступающую информацию. Данные фиксируют «нейтральную» реакцию: информация в целом не вызывает никаких эмоций. Этот факт требует дополнительной интерпретации в плане его связи с содержанием информации. Нейтральная эмоциональная реакция может означать как реакцию на низкое качество предлагаемой информации, так и снижение «болевого порога» - привыкание к эмоциональным стрессам.

В целом единая стратегия выявлена и относительно ценностных приоритетов: население выбирает развлекательную и политическую информацию, затем граждан интересует экономическая информация и социально-духовная. Наименьший интерес в целом по массиву вызывает реклама и информация бытового плана (см. табл.1).

Таблица 1

Предпочтения респондентов в выборе информации, %

№:	Значения:	% отв.
1	Развлекательная	62,7
2	Политическая	62,2
3	Экономическая	40,2
4	В социально-духовной сфере	36,7
5	Спортивная	28,3
6	Рекламная	14,2
7	Бытовая	32,5
8	Другая	2,2

Сумма ответов более 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов.

Выявлены различия в приоритетах между полами: так женщины предпочитают развлекательную, политическую, социально-бытовую информацию, мужчины — политическую, развлекательную, спортивную [5, с. 76].

Общим моментом в поведенческих реакциях всех групп населения можно считать выбор телевидения и интернета в качестве главных каналов получения информации [6; 7]. В Свердловской области телевизионные передачи смотрят все жители области, при этом отмечается тенденция снижения времени просмотра по возрастным группам (от 3-4 часов в возрасте 60 лет до 1-2 у группы молодежи). Интернет использует 73 % домохозяйств, по количеству абонентов мобильного доступа к Интернету в расчете на 100 тыс., Свердловская область лидирует как в УрФО, так и в целом по РФ (5, с. 57). Радио занимает все меньшее место в качестве источника информации, при этом если телепередачи больше смотрят в сельской местности (более четырех часов в день — 24,1 % сельских жителей и 11,1 %- городских), то радио больше слушают в городе (10,9 % и 5,5 % соответственно). Специальная и художественная литература, оцениваемая респондентами как наиболее достоверная и полезная, в то же время используется в качестве информационного источника не часто (8 ранг из 11 по возможным источникам информации).

Подводя итог, можно сказать, что население региона Свердловская область демонстрирует достаточно четкие стратегические информационные траектории, при этом в выборе стратегий сегодня и отмечается определенное неравенство.

Библиографический список

1. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество» (2011-2020 годы): постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/ (дата обращения: 29.01.2017).
2. Концепция региональной информатизации: распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. Режим доступа: <http://government.ru/media/files/Ea8O35fPr3I.pdf> (дата обращения: 31.01.2017).
3. Банных Г. А., Заборова Е. Н., Костина С.Н, Феномен информационной культуры: теоретико-методологический подход к изучению // Вопросы политологии и социологии. 2014. №4 (9). С. 67-77.
4. Заборова Е. Н., Озерова М. В. Образовательные стратегии: подходы к определению понятия и традиции исследования // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 3 (116). С. 106.
5. Информационная культура жителей Свердловской области: поселенческий и социально-демографический аспекты: Монография. /под общей ред. проф. А. И. Кузьмина. Мин-во образования и науки Рос. Федерации, Уральский федеральный университет. Екатеринбург. Изд-во Урал. Ун-та, 2016.
6. Назаров М.М. Телевидение и интернет: типология российского медиапотребления / М.М. Назаров // Социологические исследования. 2014. № 6. С. 116-126.
7. Реутов Е. В., Тришина Т. В. Интернет практики и информационные предпочтения населения // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 140-148.

E. Zaborova

THE INFORMATION STRATEGIES OF THE REGION POPULATION (ON THE EXAMPLE OF SVERDLOVSK REGION)

Abstract

In this information age, dramatically increases the role and importance of information as factor of successful functioning and development of the individual and society as a whole, increases the role and importance of behavioral strategies in the selection of content, ways of its receipt. The article highlighted the basic vector. This is the main direction of strategic development of the population in relation to the existing array of information. We study the forms of strategies: the dominant emotional response to the flow of information (positive, negative, neutral); value-orientation (priority in the selection of the content information); behavioral (selection of sources, channels of information, priorities for the use of the information), including – organizational management (management of incoming information flow, response protection (avoidance or rejection), control (selection, dosing), the uncontrolled submission of information flow). Based on the analysis of the empirical results the author concludes that the population of the region of Sverdlovsk area has both common and distinctive features in choice of information strategies. Common features include: a single vector – the orientation on information search, the awareness of its importance, the recognition of the great role of information in modern life; the predominance of reaction (most of the respondents believe that they do not feel redundant to the information received, the information "sufficient"); fixed "a neutral emotional reaction. The single strategy identified value priorities: the population chooses the entertainment and political information; selects the TV and the Internet as the dominant information channels. At the same time the results allow to conclude that the population of the region Sverdlovsk oblast demonstrates a fairly clear strategic information path, while in the choice of strategy for today is a certain inequality. The choice of information strategies are conditioned by a complex of objective factors (environmental factors, socio-demographic factors, income level and availability of free time). A crucial role plays a unique personality, its behavior under given conditions (the subjective factor).

Keywords: information, strategy, behavior, social community, behavior, environment, motivation