

УДК 371.8.061

DOI 10.23951/2307-6127-2020-1-129-137

СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ПОКОЛЕНИЯ Z

А. П. Глухов

Томский государственный педагогический университет, Томск

Рассматриваются ключевые подходы к концептуализации понятия «цифровая грамотность» в зарубежном и российском исследовательском дискурсе. Отмечается дефицит подходов к анализу компетенций, связанных с эффективной коммуникацией и адаптацией к социально-сетевой коммуникативной культуре молодежи. Предлагается новая концептуализация социально-сетевой цифровой грамотности как элемента сетевой цифровой культуры и общей цифровой грамотности поколения Z. На основании оценок и мнений представителей цифрового поколения, выявленных в результате проведения серии полевых исследований в рамках исследовательского проекта, посвященного изучению сетевой культуры поколения Z, описывается содержательное наполнение комплекса следующих лингвистических, коммуникативных и прагматических компетенций, образующих социально-сетевую цифровую грамотность: лингвистической компетенции по продуцированию разножанрового социально- сетевого контента и эффективной обратной связи; коммуникативной компетенции по организации контекстов социально-сетевой коммуникации с различными аудиториями пользователей; практико-нормативной компетенции по соблюдению этических норм и требований этикета и поддержанию бесконфликтного социально-сетевому общению; компетенции социально-сетевой самопрезентации.

Ключевые слова: *цифровая грамотность, социально-сетевая коммуникативная культура, цифровые компетенции, цифровая трансформация образования, поколение Z.*

В совместном докладе Центра стратегических разработок и Высшей школы экономики «Двенадцать решений для нового образования» (апрель, 2018) [1] ключевой проблемой системы образования определяется растущее отставание от требований цифровизации экономики, социальной и других сфер деятельности. Авторами доклада прогнозируется революционное изменение традиционных структур образования под воздействием цифровых технологий.

В октябре 2016 г. Правительством Российской Федерации в рамках реализации государственной программы «Развитие образования» на 2013–2020 гг. был утвержден приоритетный проект в области образования «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [2].

В декабре 2017 г. на уровне Правительства РФ были приняты решения и даны поручения принять за основу предложения Минобрнауки по подготовке приоритетного проекта «Цифровая школа». В частности, было предложено проработать меры по актуализации стандартов образования, разработать характеристики целевой модели «Цифровая школа» и ее поэтапное внедрение [3].

Грядущая цифровизация рынка труда порождает запрос к системе образования на воспитание и образование выпускников школ и вузов с навыками цифровой коммуникации, сетевой организации и креативным проектным мышлением.

Цифровые компетенции и цифровая грамотность всех участников образовательного процесса на всех уровнях образования (школьников, обучающихся, учителей и преподавателей)

являются одновременно и условием, и результатом цифровой трансформации системы общего и высшего образования.

В последние десятилетия концепции цифровой компетентности и цифровой грамотности все чаще обсуждаются и используются, особенно в документах и дискуссиях, связанных с определением политики развитых стран в области образования [4].

В рамочной конвенции ключевых компетенций Европейского союза [5] для всех граждан цифровая компетентность определяется как одна из восьми компетенций, «включающая уверенное и критическое использование технологий информационного общества для работы, отдыха и общения» [5].

В 2013 г. Европейская комиссия опубликовала документ «Основы цифровой компетентности», дифференцирующий ее по пяти направлениям и 21 компетенции, которые включают в том числе и понятие цифровой грамотности [6].

Сам термин «цифровая грамотность» был введен в 1997 г. П. Гилстером [7]. В одноименной книге П. Гилстер понимал под цифровой грамотностью «способность понимать и использовать информацию в различных форматах из широкого спектра источников, представленных с помощью компьютера» [7, с. 1]. В дальнейшем термин был использован, развит и переинтерпретирован такими исследователями, как Гудфеллоу [8], Гурлей [9], Холл [10] и др.

Т. Джуспен предлагает определение цифровой грамотности как адаптации «навыков к новой среде [и] нашему опыту Интернета через освоение основных компетенций [11, с. 6]. Цифровая грамотность связывается с такими терминами, как медиаграмотность и компьютерная грамотность, понимается на основе компетенций и, следовательно, относится к функциональному использованию технологии и адаптации навыков [9]. В более поздних публикациях при определении цифровой грамотности акцент делается также на когнитивные навыки [12].

Х. Спирс и М. Бартлет [13] разделили различные интеллектуальные процессы, связанные с цифровой грамотностью, на три категории: 1) поиск и использование цифрового контента, 2) создание цифрового контента и 3) передача цифрового контента.

Видный исследователь из Массачусетского технологического института Г. Дженкинс в рамках расширенного толкования понятия предлагает для характеристики цифровой грамотности как определенного типа коммуникативной культуры термин «культура участия». Г. Дженкинс с коллегами выделяют ряд ключевых измерений «культуры участия»: 1) аффилиации (формальное и неформальное членство в онлайн-комьюнити); 2) экспрессии (создание новых творческих форм – ремейков, мемов, гифок, анимаций и т. д.); 3) коллаборации (совместная работа в формальных и неформальных командах для выполнения задач и получения новых знаний, например посредством «Википедии»); 4) трансляции (формирование потока исходящих сообщений, например подкастинг, блогинг, «Ютуб»-каналы). Культура виртуально- сетевого участия включает в себя возможности для «обучения на равных» (peer-to-peer) [14, с. 3].

В Российской Федерации в 2015–2017 гг. региональной общественной организацией «Центр интернет-технологий» (РОЦИТ) осуществлялся практико-ориентированный исследовательский проект, направленный на измерение индекса цифровой грамотности россиян и проведение мероприятий по повышению уровня знаний и компетенций населения в данной области. В рамках проекта цифровая грамотность тематизировалась как набор знаний и умений, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета. Согласно методологическому допущению проекта, циф-

ровая грамотность должна включать в себя три ключевые компоненты: цифровое потребление, цифровые компетенции и цифровую безопасность [15].

Несмотря на многообразие подходов и интерпретаций цифровой грамотности, в поле исследовательского дискурса отсутствует отдельная экспликация компетенций, связанных с эффективной коммуникацией и адаптацией к социально-сетевой коммуникативной культуре. Как мы считаем, социально-сетевая коммуникация на базе цифровых платформ представляет собой автономную область общения, требующую специальных знаний, навыков и умений, несводимых к компетенциям из других цифровых областей. Ниже предлагается концептуализация особого вида цифровых компетенций – социально-сетевой цифровой грамотности.

Сферы применения цифровой грамотности и цифровой компетентности современного человека чрезвычайно разнообразны. Цифровые платформы и, соответственно, различные формы деловых цифровых коммуникаций распространены в области госуслуг, образовательных услуг, банковской сфере, онлайн-торговле, пассажирских перевозках и др. В то же время социальные сети общения, прежде всего такие как «ВКонтакте», Instagram, Facebook, «Одноклассники», и различные мессенджеры образуют для современного поколения Z свой особенный автономный мир, в котором происходит первичная социализация, налаживаются межличностные отношения, устанавливаются и реализуются межличностные и деловые контакты.

Автономия коммуникаций в социальных сетях общения проявляется в наличии и тренинге определенных цифровых компетенций и интериоризации определенных неписаных правил организации как межличностных, так и деловых коммуникаций на базе социальных платформ. Подобный уровень автономии и относительной замкнутости жизненного мира социальных сетей позволяет говорить о существовании определенной социально-сетевой коммуникативной культуры, отличающейся как от общения офлайн, так и от других типов цифрового общения, например, переписки по e-mail или коммуникации на корпоративном сайте организации.

Целью статьи является обоснование и описание содержания концепта социально-сетевой цифровой грамотности как элемента сетевой цифровой культуры и цифровой грамотности поколения Z на основании оценок и мнений представителей цифрового поколения, выявленных в ходе полевых исследований.

Культура сетевых коммуникаций цифрового поколения (со своим особым языком, идентичностью, фреймами межличностной и профессиональной коммуникации, типами виртуальных отношений, этикетом и способами аккумуляции социального капитала), выраженная в новом виртуальном когнитивном стиле и порядке коммуникации, требует своего специального изучения.

Социально-сетевая цифровая культура тезисно очерчивается нами в статье как социально желательный режим коммуникативного взаимодействия и интерпретации ситуации сетевого общения, имеющий принудительную силу и релевантный тем или иным сетевым форматам и жанрам общения, а социально-сетевая коммуникативная компетентность – как знание подобных режимов коммуникации и релевантное применение их правил в зависимости от ситуации общения.

Социально-сетевая цифровая грамотность (понимаемая в широком смысле слова, а не просто как техническое владение ИКТ) выступает как индикатор приобщенности пользователя к социально-сетевой культуре и является важным элементом общей цифровой грамотности молодежи. Коммуникативный характер социально-сетевой цифровой грамотности определяется ее интенцией на приобретение навыков, связанных прежде всего

с необходимостью организации эффективной сетевой коммуникации и ее этико-этикетным нормированием.

Социально-сетевая цифровая грамотность является понятием, производным от достаточно разработанного в научно-педагогическом дискурсе концепта «коммуникативная культура». Коммуникативная культура имеет несколько измерений (интерпретаций) в рамках различных наук. Исходя из комплексного совмещения лингвистического, социально-психологического и педагогического подходов к коммуникативной культуре, мы предлагаем следующую структуру описания социально-сетевой цифровой грамотности, включающей четыре ключевые компоненты:

1) лингвистическая компетенция по продуцированию разножанрового социально-сетевого контента и эффективной обратной связи; 2) коммуникативная компетенция по организации контекстов социально-сетевой коммуникации с различными аудиториями пользователей; 3) практико-нормативная компетенция по соблюдению этических норм и требований этикета и поддержанию бесконфликтного социально-сетевого общения; 4) компетенция социально-сетевой самопрезентации.

Особенности социально-сетевой коммуникативной культуры рассматривались в рамках более широкого исследовательского проекта [16], направленного на изучение трансформации коммуникативной культуры в области повседневных межличностных виртуальных коммуникаций цифрового поколения в социальных медиа.

Для описания интериоризации и применения в среде продвинутых пользователей студенческой аудитории вузов г. Томска новой виртуальной социально-сетевой культуры и менеджмента коммуникаций цифровым поколением Z были использованы методы анализа творческих эссе на заданную тему, глубинных (полуструктурированных или лейтмотивных) интервью и фокус-группы как в офлайн-, так и в онлайн-формате (ссылка на материалы исследовательской онлайн фокус-группы «Менеджмент режимов коммуникации»: <https://vk.com/event163852830>).

В результате проведения серии полевых исследований в рамках проекта, посвященного изучению сетевой культуры поколения Z, нами было выявлено следующее содержательное наполнение комплекса лингвистических, коммуникативных, прагматических и самопрезентационных компетенций, образующих социально-сетевую цифровую грамотность:

1) социально-сетевая лингвистическая компетенция проявляется в способности распознавания и владения гипержанрами социальных медиа (персональный сайт и видеоблог; блог на блог-платформе (типа ЖЖ); персональная страница (аккаунт) в социальной сети общения) и субжанрами социально-сетевого общения, такими как аватар, статус, пост, сторис, прямой эфир, постер, фотоколлаж, интернет-мем, фотожаба и др.

Использование всего спектра мультимедийных возможностей платформы социальных сетей при создании контента различных субжанров свидетельствует о продвинутой пользователем и является элементом социально-сетевой лингвистической компетенции. Авангардные молодежные социальные сети, прежде всего Instagram и «ВКонтакте», постоянно изобретают и запускают новые мультимедийные форматы, такие как Stories, постеры, видеообложки. Владение данными форматами является в молодежной среде элементом коммуникативной моды и показателем уровня цифровой компетентности.

Умеренное и уместное использование эмодзи и стикеров, выполняющих компенсаторную функцию в сетевом общении и подменяющих невербальные средства коммуникации (интонация, жестикация), наличествующих в off-line, также служит выражением социально-сетевой лингвистической компетенции. Нередко эмоджи, выполняя фатическую

функцию, выступают также как графические знаки препинания в тексте или элементы быстрой позитивной/негативной обратной связи (реакции на сообщения);

2) социально-сетевая коммуникативная компетенция включает в себя навыки организации и менеджмента контекстов коммуникации в плане управления контактами (зачисление/исключение во френды), управления уровнями приватности различной информации (в том числе в профиле), управления уровнями вовлеченности за счет использования различных коммуникативных форматов (видео-, аудиозвонок, аудиосообщение, текстовый пост, гифка/эмоджи). Важной особенностью цифрового поколения является то обстоятельство, что оно оптимизирует общение с различными целевыми аудиториями по различным цифровым каналам («Одноклассники» и WhatsApp – для общения с родителями и старшими родственниками, «ВКонтакте» для групповых коммуникаций со сверстниками, Facebook – для контактов с заказчиками или работодателями, e-mail – для деловых коммуникаций с преподавателями).

Социально-сетевая коммуникативная компетентность подразумевает навыки ненавязчивого установления сетевого контакта с незнакомыми людьми (потенциальный гендерный партнер/партнерша, потенциальный деловой партнер, работодатель) и безболезненного прерывания отношений (исключение из списка друзей).

К социально-сетевой коммуникативной компетенции может быть отнесена также компетенция управления синхронностью сетевой коммуникации: при асинхронном характере большинства форматов сетевой коммуникации, как свидетельствуют респонденты-представители поколения Z, определенные неписанные регламенты времени ответа для разных аудиторий (гендерного партнера, родителей, работодателей, преподавателей) все же существуют и требуют соблюдения. Форма обратной связи также зависит от контекста глубины отношений и социального статуса адресанта и варьируется от эмоджи/стикера, лайка, комментария, репоста до развернутого сообщения в ЛС или на стену пользователя;

3) социально-сетевая практико-нормативная компетенция включает в себя этикетные правила сетевого знакомства, вступления/завершения беседы, выбора формата и использования жаргона и эмоджи в коммуникации в зависимости от возраста или социального статуса партнера. Так респонденты указывают, что при инициировании коммуникации с социально (статусно) превосходящими партнерами (работодателями, преподавателями) они прибегают к форматам с низкой синхронностью (текстовые сообщения), не требующим немедленного ответа, и позволяют себе использование жаргона или эмоджи только как ответный жест на его иницирующее применение противоположной стороной коммуникации. Важной нормативной компетенцией являются навыки избегания и невовлечения (правило «не корми тролля») в сетевые конфликты и бессмысленные споры (холивары), а также умение распознавать и обращаться с сетевыми троллями без ущерба для идентичности и коммуникации;

4) компетенция социально-сетевой самопрезентации в социальных сетях сегодня является одним из ключевых элементов социализации молодых людей и может быть описана такими характеристиками, как возрастание самопрезентационной компетентности в процессе поколенческих изменений, направленность на выполнение двойственной функции самодемонстрации другим (имиджирования) и автобиографической саморефлексии. Развитые навыки управления цифровым впечатлением о себе являются элементом цифровой компетентности поколения Z.

С распространением цифровых коммуникационных технологий в области образования традиционные взгляды на грамотность как умение читать, писать и считать масштабировались в сторону охвата и включения в себя навыков работы с цифровыми инструментами и

цифровым контентом. Предлагаемая в статье концептуализация понятия социально-сетевой цифровой грамотности позволяет расширить понимание ключевых элементов общей цифровой грамотности, составляющих багаж современного представителя цифровой экономики. Обсуждение необходимости воспитания и приобретения компетенций (в том числе как среди учителей, так и педагогов высшей школы), связанных с адаптацией к сетевой коммуникативной культуре поколения Z, может послужить залогом преодоления цифрового разрыва (digital divide) между поколениями. Экспликация ключевых навыков и норм поведения, отражающих социально-сетевую компетентность и цифровую грамотность, позволит в дальнейшем через их операционализацию в формате опросников и тестов проводить измерения и мониторинг социально-сетевой цифровой грамотности как элемента общей цифровой грамотности школьников, студентов, учителей и педагогов высшей школы.

Статья подготовлена в рамках проекта «Культура сетевых полупубличных коммуникаций цифрового поколения» при поддержке гранта РФФИ № 18-011-00225А.

Список литературы

1. Двенадцать решений для нового образования (доклад Центра стратегических разработок и Высшей школы экономики). М., 2018. URL: https://www.hse.ru/data/2018/04/06/1164671180/Doklad_obrazovanie_Web.pdf (дата обращения: 17.09.2019).
2. Паспорт приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации». URL: <http://static.government.ru/media/files/8SiLmMBgjAN89vZbUUtmuF5IZYftvOAG.pdf> (дата обращения: 19.09.2019).
3. Паспорт федерального проекта «Цифровая школа». URL: <https://new.avо.ru/documents/33446/1306658/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F+%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0.pdf/82453653-bbcc-3356-ffdf-04b00193c783> (дата обращения: 19.09.2019).
4. Ilomäki L., Paavola S., Lakkala M., Kantosalo A. Digital competence – An emergent boundary concept for policy and educational research // Education and Information Technologies. 2016. 21 (3). P. 655–679. DOI:10.1007/s10639-014-9346-4.
5. European Commission. Recommendation on key competences for lifelong learning. Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning, 2006/962/EC, L. 394/15. Retrieved December 7, 2017. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/TXT/?uri=CELEX:32006H0962&qid=1496720114366> (дата обращения: 19.09.2019).
6. Ferrari A. DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe (Report EUR 26035 EN). JRC Technical Reports. Seville: Institute for Prospective Technological Studies, European Union, 2013.
7. Gilster P. Digital literacy. New York: John Wiley, 1997.
8. Goodfellow R. Literacy, literacies and the digital in higher education // Teaching in Higher Education. 2011. 16 (1). P. 131–144. DOI: 10.1080/13562517.2011.544125.
9. Gourlay L., Hamilton M., Lea M. R. Textual practices in the new media digital landscape: Messing with digital literacies // Research in Learning Technology. 2013. 23. P. 1–13. DOI: 10.3402/rlt.v21.21438.
10. Hall M., Nix I., Baker K. Student experiences and perceptions of digital literacy skills development: Engaging learners by design? // Electronic Journal of e-Learning. 2013. 11 (3). P. 207–225.
11. Joosten T., Pasquini L., Harness L. Guiding social media at our institutions // Planning for Higher Education. 2013. 41 (2). P. 125–135.
12. Mishra K. E., Wilder K., Mishra A. K. Digital literacy in the marketing curriculum: Are female college students prepared for digital jobs? // Industry and Higher Education. 2017. 31 (3). P. 204–211. DOI: 10.1177/0950422217697838.
13. Spires H., Bartlett M. Digital literacies and learning: Designing a path forward. Friday Institute White Paper Series. NC State University, 2012.
14. Jenkins H., Clinton K., Purushotma R. etc. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century // An occasional paper on digital media and learning. The MacArthur Foundation. 2006.
15. Шариков А. О четырехкомпонентной модели цифровой грамотности // Журнал исследований социальной политики. Т. 14, № 1. С. 87–98.

16. Глухов А. П., Бычкова М. Н., Гужова И. В., Окушова Г. А., Стаховская Ю. М. Культура сетевых коммуникаций цифрового поколения: ресоциализация отношений и доместикация социальных медиа (сборник материалов исследования) / науч. ред. А. П. Глухов. Томск: ИД Томского гос. ун-та, 2018. 120 с.

Глухов Андрей Петрович, кандидат философских наук, доцент, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061).
E-mail: GlukhovAP@tspu.edu.ru

Материал поступил в редакцию 23.09.2019.

DOI 10.23951/2307-6127-2020-1-129-136

SOCIAL AND NETWORK COMMUNICATIVE COMPETENCE AS AN ELEMENT OF DIGITAL LITERACY OF GENERATION Z

A. P. Glukhov

Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation

The key approaches to the conceptualization of the concept of digital literacy in foreign and Russian research discourse are considered. Along with the classical interpretation of P. Gilster of digital literacy as the understanding and use of information using a computer, the author analyzes functionalistic and cognitive approaches to the interpretation of digital literacy. There is a shortage of approaches to the analysis of competencies associated with effective communication and adaptation to the social network communication culture of youth. New conceptualization proposed social and network digital literacy as an element of network digital culture and digital literacy of generation Z. Based on the estimates and opinions of representatives of the digital generation identified as a result of a series of field studies in the framework of a research project devoted to the study of the network culture of generation Z, the content of the following complex is revealed, communicative and pragmatic competencies that form social network digital literacy: linguistic competency in the production of multi-genre social network content and effective feedback; communicative competencies in organizing contexts of social network communication with various user audiences; practical and normative competencies to comply with ethical standards and etiquette requirements and to maintain conflict-free social network communication; the competencies of social network self-presentation. It is concluded that a discussion of the need to educate and acquire competencies related to adaptation to generation Z network communication culture can serve as a key to bridging the digital divide between generations.

Keywords: *digital literacy, social network communication culture, digital competencies, digital transformation of education, generation Z.*

References

1. *Dvenadtsat' resheniy dlya novogo obrazovaniya (Doklad Tsentra strategicheskikh razrabotok i Vysshey shkoly ekonomiki)* [Twelve Solutions for New Education (Report of the Center for Strategic Research and the Higher School of Economics)]. Moscow, 2018 (in Russian). URL: https://www.hse.ru/data/2018/04/06/1164671180/Doklad_obrazovanie_Web.pdf (accessed 17 September 2019).
2. *Pasport prioritetnogo proyekta "Sovremennaya tsifrovaya obrazovatel'naya sreda v Rossiyskoy Federatsii"* [Passport of the priority project "Modern Digital Educational Environment in the Russian Federation"] (in Russian). URL: <http://static.government.ru/media/files/8SiLmMBgjAN89vZbUUtmuF5IZyftvOAG.pdf> (accessed 19 September 2019).

3. *Pasport federal'nogo proyekta "Tsifrovaya shkola"* [Passport of the federal project "Digital School"] (in Russian). URL: <https://new.avto.ru/documents/33446/1306658/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F+%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0.pdf/82453653-bbcc-3356-ffdf-04b00193c783> (accessed 19 September 2019).
4. Ilomäki L., Paavola S., Lakkala M., & Kantosalo A. Digital competence – An emergent boundary concept for policy and educational research. *Education and Information Technologies*, 2016, 21(3), pp. 655–679. DOI:10.1007/s10639-014-9346-4.
5. *European Commission. Recommendation on key competences for lifelong learning*. Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning, 2006/962/EC, L. 394/15. Retrieved December 7, 2017. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32006H0962&qid=1496720114366> (accessed 19 September 2019).
6. Ferrari A. DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe (Report EUR 26035 EN). *JRC Technical Reports*. Seville: Institute for Prospective Technological Studies, European Union, 2013.
7. Gilster P. *Digital literacy*. New York: John Wiley, 1997.
8. Goodfellow R. Literacy, literacies and the digital in higher education. *Teaching in Higher Education*, 2011, 16 (1), pp. 131–144. DOI: 10.1080/13562517.2011.544125.
9. Gourlay L., Hamilton M. & Lea M. R. Textual practices in the new media digital landscape: Messing with digital literacies. *Research in Learning Technology*, 2013, 23, pp. 1–13. DOI: 10.3402/rlt.v21.21438.
10. Hall M., Nix I. & Baker K. Student experiences and perceptions of digital literacy skills development: Engaging learners by design? *Electronic Journal of e-Learning*, 2013, 11 (3), pp. 207–225.
11. Joosten T., Pasquini L. & Harness L. Guiding social media at our institutions. *Planning for Higher Education*, 2013, 41 (2), pp. 125–135.
12. Mishra K. E., Wilder K. & Mishra A. K. Digital literacy in the marketing curriculum: Are female college students prepared for digital jobs? *Industry and Higher Education*, 2017, 31 (3), pp. 204–211. DOI: 10.1177/0950422217697838.
13. Spires H. & Bartlett M. *Digital literacies and learning: Designing a path forward*. Friday Institute White Paper Series. NC State University, 2012.
14. Jenkins H., Clinton K., Purushotma R. etc. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. In: *An occasional paper on digital media and learning*. The MacArthur Foundation, 2006.
15. Sharikov A. O chetyrekhkomponentnoy modeli tsifrovoy gramotnosti [About the four-component model of digital literacy]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki – The Journal of Social Policy Studies*, 2016, vol. 14, no. 1, pp. 87–98 (in Russian).
16. Glukhov A. P., Bychkova M. N., Guzhova I. V., Okushova G. A., Stakhovskaya Yu. M. *Kul'tura setevykh kommunikatsiy tsifrovogo pokoleniya: resotsializatsiya otnosheniy i domestikatsiya sotsial'nykh media (sbornik materialov issledovaniya)* [Digital Generation Network Culture: Resocialization of Relations and Domesticization of Social Media (collection of research materials)]. Ed. by A. P. Glukhov. Tomsk, Publishing House of Tomsk State University Publ., 2018. 120 p. (in Russian).

Glukhov A. P., Tomsk State Pedagogical University (ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: GlukhovAP@tspu.edu.ru