

семьи, семейные отношения, репродуктивное поведение: Том 2. Анализ результатов исследования «Поколения и гендер». Минск: Белсэнс, 2018. С. 14–21.

9. Инглхарт, Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М.: Мысль, 2018. 347 с.

10. Rokeach M. Change and stability in American value systems, 1968-1971 / M. Rokeach // Understanding Human Values. New York: The Free Press, 1979. P. 129-148.

СООТНОШЕНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО И РЕАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В СТРУКТУРЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЁЖИ

Ю.М. Бубнов

*Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий,
Пр. Шмидта, 3, 212027, Могилёв, Беларусь,
bubnov_juri@tut.by*

По результатам проведённого под руководством автора в 2021 году социологического опроса 1634 представителей учащейся молодёжи Беларуси определены их предпочтения общаться, работать, играть и совершать покупки в сфере виртуального пространства. На основе этих данных выяснено, что виртуальное пространство для значительного числа наших молодых соотечественников уже стало предпочтительной нормой поведения в общении, развлечениях, в трудовой и экономической деятельности.

Ключевые слова: *молодёжь, виртуальное пространство, соотношение виртуального и реального пространства, общение, работа, игра, покупки через интернет.*

На закате XX века в широкий социальный обиход вошло понятие «виртуальное пространство», обозначающее сферу образов, в первую очередь компьютерных, симулирующих реальные объекты и процессы.

К концу первой четверти XXI века виртуальное пространство стало рядоположаться и даже противопоставляться реальному пространству, предлагая массовому потребителю широкий спектр принципиально новых возможностей, услуг и развлечений. В результате стремительного распространения компьютеров и компьютерных технологий в сферу компьютерного виртуального пространства стали включаться межличностные и массовые коммуникации, экономические и политические процессы. Всё это дало возможность уже на заре нового столетия во весь голос говорить о виртуализации всего современного общества [1].

Значение виртуального пространства в жизнедеятельности современного молодого человека возрастает день ото дня. Карантины и локдауны из-за пандемии коронавируса в начале второй декады нового века только ускорили этот всемирно исторический процесс, начало которому было положено с появлением и распространением интернета. Сегодня социологам остаётся только констатировать степень и скорость распространения этой тенденции. Опрос 1634 представителей учащейся молодёжи Беларуси, осуществлённый нами в 2021 году в рамках задания Министерства образования Республики Беларусь «Разработка научно обоснованной концептуальной модели противодействия зависимому поведению подростков и студенческой молодежи», рег. № НИОКТР 20211977, позволил определить соотношение реальной и виртуальной сфер деятельности современных молодых людей. Анкетный опрос учащихся 11 классов средних школ и гимназий, учащихся профессиональных лицеев и техникумов, а также студентов учреждений высшего образования проводился силами кафедры гуманитарных дисциплин Белорусского государственного университета пищевых и химических технологий в Минске, Гродно, Бресте, Бобруйске, Витебске, Жодино и в Могилёве. Таким образом, исследованием была охвачена почти вся территория Беларуси, что даёт основание нашему исследованию претендовать на общереспубликанский статус. В ходе опроса была применена случайная стратифицированно-гнездовая выборка со сплошным групповым опросом на последнем этапе. Доверительный интервал при использовании дихотомических вопросов («да», «нет»), при точности в 97% и разбросе ответов 50 на 50 (самый худший вариант) составил 2,7%.

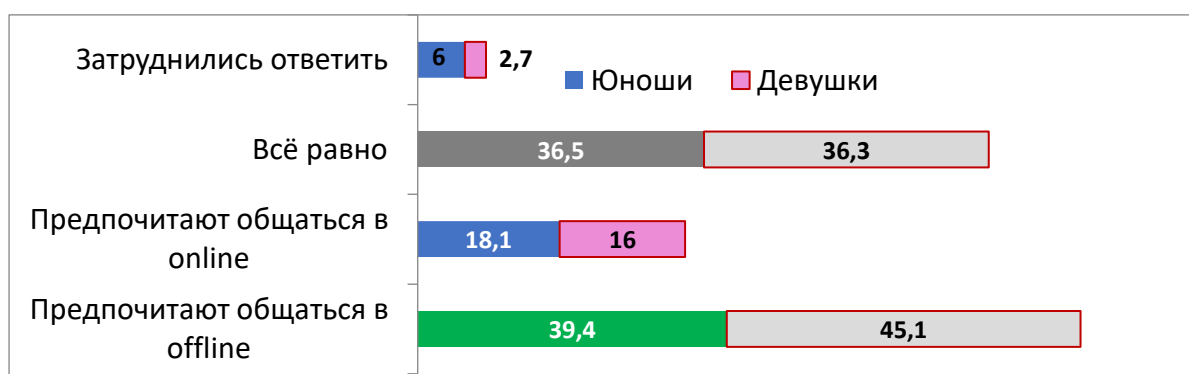


Рис. 1. Предпочтения юношей и девушек *общаться* в реальном и виртуальном пространстве, в процентах

Чаще всего нынешнее поколение молодёжи в виртуальном пространстве общается. Поэтому и мы начнём с представления на рисунке 1 удельного веса виртуального общения в сопоставлении с общением реальным.

Подчеркнём, что речь в данном случае идёт о предпочитаемом способе общения. Данная формулировка вопроса возводит предпочитаемый способ общения в ценностный приоритет. Это означает, что при выборе способа общения человек предпочтёт тот способ, который им выбран как приоритетный. Итак, на сегодняшний день предпочитают общаться в виртуальном пространстве почти пятая часть (18,1%) юношей и каждая шестая (16,0%) девушка. Для каждого третьего юноши и для каждой третьей девушки нет разницы между реальным и виртуальным общением. И только 39,4% юношей и 45,1% девушек определённо высказались за общение что называется «в живую».

Социологическими данными мы только конкретизировали количественным форматом уже ставшую привычной бытовую картину, когда подростки за партами и даже, зачастую, взрослые за праздничным столом в кафе или ресторане сидят, уткнувшись в собственные гаджеты. Общение в виртуальном пространстве, предъявляющее гораздо меньшие требования к коммуникативным навыкам человека, оказывается в ряде случаев фактическим бегством от реального общения с живым человеком. Результаты нашего опроса подтверждают это умозаключение. Так, склонность к виртуальному общению увеличивается в полтора раза у молодых людей и подростков с психологическими проблемами в семье и в учебной группе, а также почти в два раза у тех представителей учащейся молодёжи, кто психологически некомфортно чувствует себя в белорусском обществе и среди сверстников.

Не только общение, но и работа в последние годы всё чаще переходит в виртуальное пространство, чему немало поспособствовала пандемия коронавируса, начавшаяся весной 2020 года. Молодежь, наиболее чутко реагирующая на технологические и организационные новации, также готовится к работе в online формате. Насколько она готова к такой работе? Сейчас узнаем и это, внимательно рассмотрев данные социологического опроса 1634 представителей учащейся молодёжи Беларуси, представленные на рисунке 2.

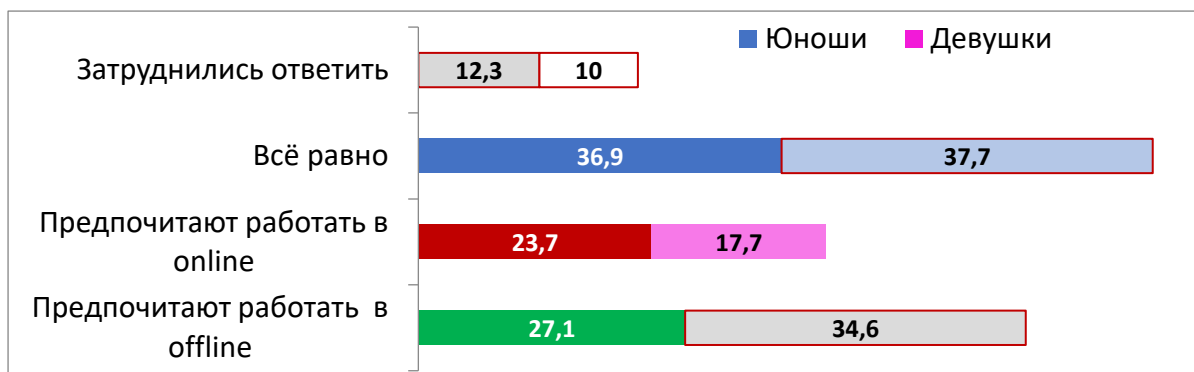


Рис. 2. Предпочтения юношей и девушек *работать* в реальном и виртуальном пространстве, в процентах

Да, морально готовы работать в интернете почти три четверти (72,9%) юношей и две трети (65,4%) девушек. Причём явный приоритет online формату отдали четверть (23,7%) юношей и 17,7% девушек. Трети участников опроса безразлично, в каком формате работать, в online или offline. И только немногим более четверти (27,1%) юношей и каждая третья (34,6%) девушка предпочитают по старинке каждое утро ходить на завод, в организацию и учреждение. Как видим, в сфере труда виртуальное пространство уже почти на равных соперничает с реальным пространством за приоритеты в сознании современных молодых белорусов.

А вот в сфере игр и развлечений виртуальное пространство уже определённо победило реальный мир. Это хорошо видно на рисунке 3, где показаны приоритеты учащейся молодёжи в сфере игровой деятельности.

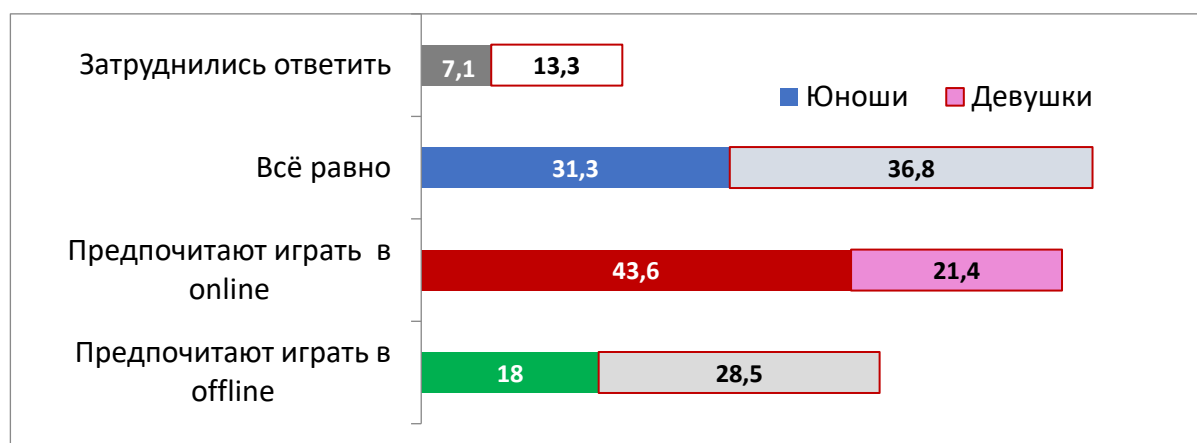


Рис. 3. Предпочтения юношей и девушек *играть* в реальном и виртуальном пространстве, в процентах

Среди юношей игровое виртуальное пространство уже сегодня вне конкуренции, имея 43,6% безоговорочных сторонников. Ещё около трети (31,3%) юношей всё равно, где играть, в сети или за реальной шахматной, условно говоря, доской. И лишь 18% молодых людей моложе 20 лет предпочитают играть с соперниками лицом к лицу. У девушек же онлайн-игры пока не столь популярны, хотя и среди них каждой пятой (21,5%) участнице опроса больше нравится играть в виртуальном пространстве. Однако игры с живыми партнёрами им всё же чаще нравятся (в 28,5% случаев). Ну а каждая третья (36,8%) девушка не делает в игре различий между реалом и виртуалом.

Игровую деятельность молодых людей нельзя недооценивать, считать пустым время препровождением. Известно же, что игры, моделируя реальные отношения, по сути, готовят подрастающее поколение к взрослой жизни. Социализирующая роль игр очевидна среди животных, не утратила она этого значения и в человеческом обществе. Поэтому приоритет онлайн-игр нынешних молодых людей очень скоро преобразуется в соответствующую виртуальную трудовую деятельность и виртуальную коммуникацию по мере того, как это поколение станет полностью социально дееспособным.

Впрочем, виртуальное будущее уже наступило. Во всяком случае, это касается покупательной активности современных молодых людей. Давайте посмотрим, сколько молодых людей совершают покупки через интернет (рисунок 4).

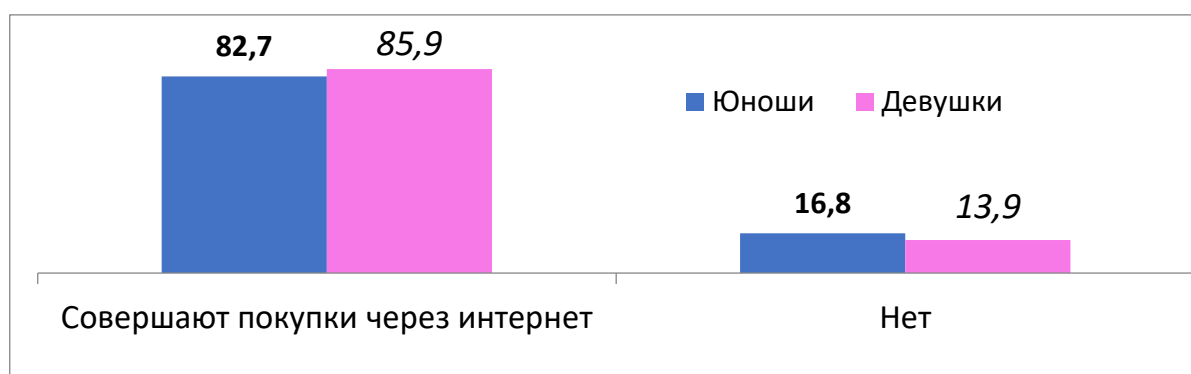


Рис. 4. Процентные доли юношей и девушек, совершающих покупки через интернет

Да, подавляющее большинство (82,7% юношей и 85,9% девушек) ответили в анонимной анкете, что совершали покупки через Сеть. Мы

решили уточнить, как часто они это делали. На рисунке 5 можно видеть интенсивность интернет-покупок учащейся молодёжи.

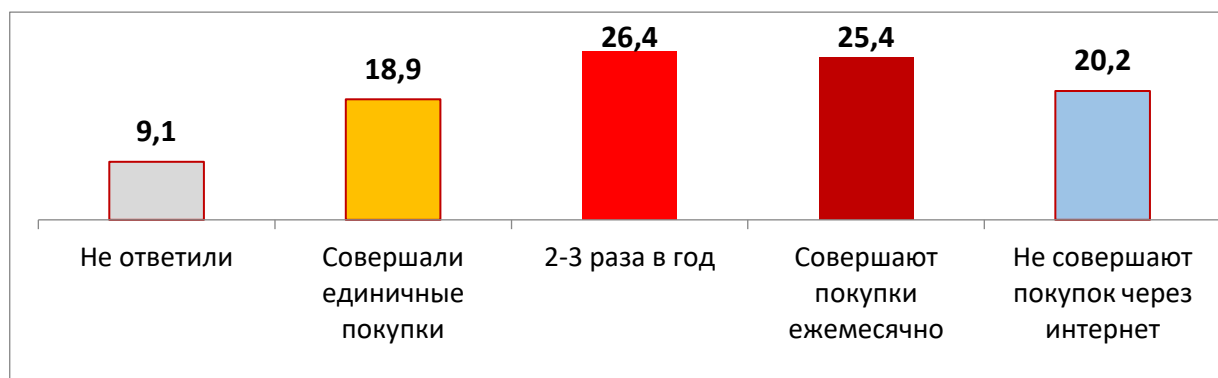


Рис. 5. Процентные доли юношей и девушек, совершающих покупки через интернет

Как видите, на этот уточняющий вопрос положительно ответили уже около 70% участников опроса. Возможно, часть респондентов, среди которых было много школьников, уклонилась от ответа по той причине, что они совершали покупки через интернет не самостоятельно, а с помощью родителей. Как бы там ни было, можно смело утверждать, что от 70 до 80 процентов современной учащейся молодёжи уже сегодня в той или иной степени интегрированы в торговые отношения в виртуальном пространстве. Уровень этой интегрированности неодинаков. Максимально интегрированными можно считать каждого четвёртого (25,4%) молодого человека, которые совершают интернет-покупки ежемесячно. Ещё примерно столько же (26,4%) ходят в виртуальное пространство за покупками по 2-3 раза в течение года. А примерно каждый пятый (18,9%) участник опроса ещё только получил первый опыт торговых отношений через интернет.

Итак, мы выяснили, что виртуальное пространство для наших молодых соотечественников уже стало обыденным явлением, прочно войдя в их социальную практику общения, развлечений, трудовой и экономической деятельности. Эта, принципиально новая, ситуация настоятельно требует самого пристального внимания со стороны социологов, психологов, экономистов, политологов, маркетологов и прочих специалистов не только социально-гуманитарного профиля. Возникла новая социокультурная среда человечества, в которой привычные социальные закономерности работают по-другому или не работают вовсе. А это означает, что исследователям

необходимо более активно возделывать этот новый пласт социума XXI века.

Библиографические ссылки

1. Иванов Д. В. Виртуализация общества. СПб.: Петербургское востоковедение, 2000. 96 с.

СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А.В. Винокурова, А.Ю. Ардальянова

*Дальневосточный федеральный университет
кампус ДВФУ на о. Русском, п. Аякс, 10, 690922, Владивосток, Россия*
vinokurova77@mail.ru, ardy2004@mail.ru

В данной работе охарактеризованы основные тенденции и проблемы, связанные с развитием социокультурного пространства малых городов Дальнего Востока России. В качестве исследовательского кейса выбран город Спасск-Дальний Приморского края. При изучении рассматриваемых аспектов применяются данные статистики и качественные социологические методы. В целом, социокультурное пространство малых городов тесно связано с социально-экономическим развитием территории. Важно сосредоточить внимание на перспективных направлениях развития социокультурного пространства малого города, в которых заинтересованы сами жители – это сфера дополнительного образования для детей и взрослых, спорт, реализация экологических проектов, развитие туризма.

Ключевые слова: *социокультурное пространство; социальная инфраструктура; социальная сфера; региональное развитие; малые города; качество жизни; социальное самочувствие.*

Социокультурное пространство можно рассматривать как один из вариантов «научной оптики», которая позволяет понять суть процессов, происходящих в той или иной социальной системе, выявить их латентное содержание и направленность. Основными характеристиками, влияющими на социокультурное пространство современного российского региона, являются уровень и качество жизни людей, состояние социальной