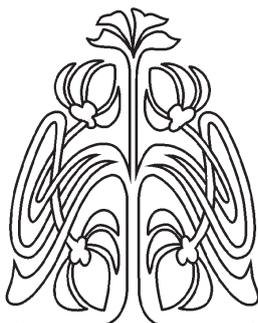




СОЦИОЛОГИЯ



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2023. Т. 23, Вып. 2. С. 124–137

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2023, vol. 23, iss. 2, pp. 124–137

<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-2-124-137>

EDN: KLTCZG

Научная статья

УДК 316.473

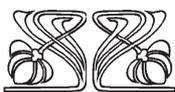
Специфика коммуникативных практик саратовской молодежи в социальном и виртуальном пространстве

С. Г. Ивченков, Н. В. Шахматова 

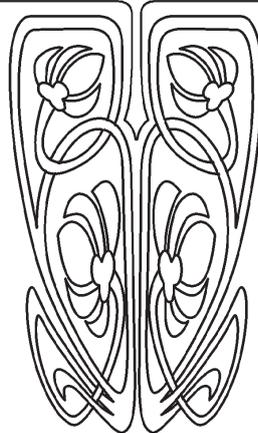
Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Ивченков Сергей Григорьевич, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии молодежи, декан социологического факультета, ivchenkovsg@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1939-214X>

Шахматова Надежда Владимировна, доктор социологических наук, профессор кафедры истории, теории и прикладной социологии, директор Центра региональных социологических исследований, nadezhdashakhmatova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8459-0938>



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ



Аннотация. В статье представлены результаты социологического мониторинга, проведенного методом анкетирования в Саратове в 2022 г. По вероятностной квотной-территориальной выборке были опрошены 698 молодых саратовцев. Результаты обрабатывались в программе SPSS. Исследование показало, что коммуникация находится на пятом месте среди ценностей молодежи (после здоровья, семьи, дружбы и свободы). В представлениях молодежи наиболее эффективный канал коммуникации – реальное «живое» непосредственное общение. Ему они доверяют больше всего. Однако на практике доминируют электронно опосредованные, виртуальные посредники. Чем выше ценится коммуникация, тем больше молодежь общается с помощью интернета, мобильного телефона. Большинство респондентов (55,5%) удовлетворены временем своих коммуникативных процессов, носящих синтетический характер, где эффективное живое общение относительно успешно дополняется телефонным общением, но продуктивность интернет-коммуникаций оценивается ими неоднозначно. Основными коммуникаторами для большей части молодежи являются сверстники. Однако с возрастом возникает потребность делиться опытом с младшими, увеличивается круг коммуникаторов. Самая старшая категория молодежи чаще встречается для общения и одновременно чаще других общается по телефону и интернету. Основой для возникновения стабильных коммуникативных процессов в молодежной среде выступает взаимная эмпатия. При этом искренность особенно важна для тех, кто общается непосредственно. Для тех, кто общается по телефону, важнее открытость, стабильность и общность интересов, увлечений. Интересно, что с возрастом среди молодежи растет значимость таких качеств, как бескорытность, стабильность и общий опыт пережитых событий, но уменьшается роль искренности, близости, внимательности, общности интересов, душевности беседы, возможности получить совет или опору в трудное время. Выделено несколько барьеров коммуникации молодежи: проблемы социально-территориального пространства; инерция включенности (озабоченность коммуникатора другими проблемами); антиципация к чужим мыслям, алекситимия (эмоциональная холодность), стереотипизированность, амбициозность; неприятие некомпетентного вторжения коммуникатора в личное пространство реципиента; утрата доверия к собеседнику.

Ключевые слова: молодежь, коммуникация, посредники коммуникации, субъективные коммуникативные барьеры молодежи



Для цитирования: Ивченков С. Г., Шахматова Н. В. Специфика коммуникативных практик саратовской молодежи в социальном и виртуальном пространстве // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2023. Т. 23, вып. 2. С. 124–137. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-2-124-137>, EDN: KLTCZG

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The specifics of Saratov youth communication practices in social and virtual space

S. G. Ivchenkov., N. V. Shakhmatova ✉

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Sergey G. Ivchenkov, ivchenkovsg@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1939-214X>

Nadezhda V. Shakhmatova, nadezhdashakhmatova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8459-0938>

Abstract. The article presents the results of sociological monitoring conducted by the method of questioning in Saratov in 2022. According to the probabilistic quota-territorial sample, 698 young Saratov residents were interviewed. The results were processed in the SPSS program. The study showed that communication takes the fifth place among the values of young people (after health, family, friendship and freedom). In the perceptions of young people, the most effective channel of communication is real "live" direct communication. They trust it the most. However, in practice, virtual electronically mediated intermediaries dominate. The more communication is valued, the more young people communicate using the Internet and mobile phones. The majority of young people (55.5%) are satisfied with the time of their communicative processes, which are synthetic by nature, where effective live communication of young people is relatively successfully complemented by telephone communication, but the effectiveness of Internet communications is assessed by them ambiguously. Peers are the main communicators for most young people. However, in the course of time, they need to share experience with younger ones and the circle of communicators increases. The oldest category of young people communicates more often and, at the same time, communicates more often than others by the phone and the Internet. Mutual empathy is the basis for the emergence of stable communicative processes in the youth environment. At the same time, sincerity is especially important for those who communicate directly. For those who communicate by the phone, openness, stability and common interests of hobbies are more important. It is of interest that, in the course of time, the importance of such qualities as selflessness, stability and general experience of the events increases, but the role of sincerity, intimacy, attentiveness, common interests, sincerity of conversation, the opportunity to get advice or support in difficult times decreases. Several barriers for communication of young people have been identified: problems of socio-territorial space; the inertia of inclusion, (the communicator's concern about other problems); anticipation to other people's thoughts, alexithymia (emotional coldness), stereotyping, ambition; rejection - the incompetent invasion of the communicator into the personal space of the recipient; loss of confidence in the interlocutor.

Keywords: youth, communication, intermediaries, subjective communication, youth barriers

For citation: Ivchenkov S. G., Shakhmatova N. V. The specifics of Saratov youth communication practices in social and virtual space. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2023, vol. 23, iss. 2, pp. 124–137 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-2-124-137>, EDN: KLTCZG

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Социология молодежи – одно из самых развитых направлений в социологической науке. И социология коммуникаций ненамного отстает от нее. В современном обществе происходит превращение коммуникации в глобальный процесс. В отечественной и зарубежной науке существуют мнения, что XXI век – это век коммуникаций, именно они определяют и динамику, и весь уклад жизни современного общества и его молодежной аудитории. Однако молодежной коммуникации уделяется гораздо меньше исследовательского внимания. Между тем в условиях глобализации и формирующегося цифрового общества актуальность исследования молодежных коммуникаций обусловлена ростом объемов и интенсивности информационных потоков, а также увеличением средств реализации коммуникационных взаимодействий, важнейшим потребителем которых является молодое поколение. Поэтому молодежные ком-

муникации непременно должны мониториться социологами, чтобы разрешать возникающие в этом поле проблемы.

Проблемы социальной коммуникации всегда находятся в фокусе исследователей (Т. З. Адамьянц [1]), особенно это касается проблем, связанных с пандемией (М. М. Назаров, В. Н. Иванов, Е. А. Кублицкая [2]), с идентичностью человека (В. А. Шилова [3], А. А. Яковлева [4]), конфликтным общением (Т. З. Адамьянц [5]). Много внимания сегодня уделяется интернет-коммуникациям (А. Ю. Антоновский, Р. Э. Бараш [6], Ю. Г. Волков [7], В. Б. Гольбрайх [8], О. И. Карпунин [9], Г. А. Мальшева [10]). Влияние цифровизации на коммуникативные процессы рассматривают В. Л. Дубровин [11], О. А. Колосова, С. В. Ковалева [12].

Коммуникативные представления и практики молодежи рассматривают Ю. А. Зубок [13], Е. В. Чанкова [14], Н. А. Васильев, С. Н. Комис-



саров [15], акцентируя внимание на их социокультурной специфике. М. С. Ивченкова [16], С. Г. Ивченков [17], О. В. Сергеева, Н. А. Мизиряк [18] сосредоточены на влиянии цифровых игр, интернет-сетей и телефонов на характер общения молодого поколения.

Как известно, существует много видов коммуникации. В различных классификациях выделяют профессиональную, учебную, досуговую, повседневную, реальную и виртуальную и т.д. Существуют типологии по различным критериям – по субъектам коммуникации, содержанию трансакций, формам проявления (печатная, визуальная, вербальная), по целям, характеру их протекания (стабильные / стихийные / ситуационные) и т.п. Поэтому отметим, что в данном случае будем вести разговор о повседневной коммуникации молодежи, которая чаще всего проявляется на обыденном уровне в виде общения.

Под молодежной коммуникацией мы понимаем универсальный многоплановый процесс и результат взаимодействия, общения, обмена потоками информации (интеракции), отвечающий жизненным потребностям молодежи. Она отличается особым восприятием (перцепцией), системой кодирования (сленгом), динамичностью, противоречивой стабильностью, эмоциональностью, экспрессивностью, многообразием, взаимосвязью с конкретным поведением собеседников и часто – наличием посредников.

Это определение и стало исходным основанием для социологического исследования, проведенного Центром региональных социологических исследований социологического факультета СГУ им. Н. Г. Чернышевского в Саратове в 2022 г. По вероятностной квотно-территориальной выборке были опрошены 698

молодых саратовцев. Результаты обрабатывались в программе SPSS. В соответствии с выборочной совокупностью в исследовании приняли участие 51% юношей и 49% девушек. По результатам социологического опроса, 15,0% респондентов относятся к возрастной группе, включающей в себя людей до 19 лет; 35,5% – от 20 до 24 лет; 49,5% – от 25 лет и старше.

По уровню образования модальной группой среди опрошенных является саратовская молодежь, обладающая средним общим образованием, – 32,5% от общего числа, 19,0% имеют высшее образование, бакалавриат, 17,5% – магистратуру, 11,5% – среднее профессиональное образование (училище, колледж), 11,0% – неполное высшее образование, 6,0% – высшее образование – специалитет, 2,5% – аспирантуру. По роду деятельности доминирует учащаяся молодежь – 50,5%, 47,5% опрошенных являются работающей молодежью, 2,0% – служащей и 2,0% – неработающей.

Саратовская молодежь представляет собой мультикультурную и активно взаимодействующую среду. Ее коммуникативная практика осуществляется в условиях современной неустойчивости, рискогенности и характеризуется воспроизводством и конструированием социальных значений и смыслов, ценностных и нормативных образований (табл. 1). Ценности молодежи измерялись по пятибалльной шкале, где 1 – почти не имеет значения, 5 – имеет максимальное значение. Полученные данные затем переводились в средние показатели и коррелировались с выбором посредников для общения. Он показывает, что молодежь, больше других ориентированная на здоровье и семью (первое и второе место в рейтинге), чаще других использует для общения телефон.

Таблица 1

Влияние молодежных ценностей на выбор посредников для коммуникации, средние показатели

Рейтинг ценностей	Наиболее предпочитаемый способ общения			Средние показатели по выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
1. Здоровье	4,60	4,66	4,89	4,65
2. Семья	4,59	4,59	4,78	4,61
3. Дружба	4,50	4,66	4,33	4,44
4. Свобода	4,41	4,49	4,56	4,42
5. Общение	4,36	4,44	4,44	4,32
6. Творчество	4,10	4,12	4,33	4,11
7. Труд	3,89	4,02	4,56	3,95
8. Любовь	3,94	3,88	4,44	3,92
9. Престиж	2,76	2,54	2,67	2,69



Те, кто ориентирован на дружбу (третье место) чаще других пользуется компьютером, интернетом, социальными сетями / мессенджерами, а также непосредственным общением (лицом к лицу). Те, кого больше волнуют свобода, общение как самооценочность и творчество, чаще других пользуются компьютером, интернетом и телефоном. Молодые люди, для которых важнее всего труд, чаще других пользуются интернетом с его социальными сетями. Молодые саратовцы, задумывающиеся о любви, чаще других используют интернет или непосредственное общение. Тех, кто особенно озабочен престижем, предпочитают непосредственное общение (лицом к лицу). Таким образом чаще лицом к лицу общаются те, кто больше ориентирован на дружбу, любовь и престиж. Остальные чаще пользуются компьютером или телефоном.

Опрос показал, что большинство молодых людей (57,5%), особенно девушек (62,0%), не могут обходиться без коммуникации. Это представление чаще других разделяют 19–24-летние саратовцы (соответственно 60,0 и 62,0%). Однако 24,0% юношей и 19,0% девушек полагают, что это возможно. Этому мнению придерживаются самые юные (до 19 лет) – 16,7%, 15,5% молодежи 20–24 лет и 27,3% – от 25 лет и старше. Ситуативно оценивают значимость обще-

ния 10,0% девушек и в два раза реже – юноши. Общение имеет ощутимое значение для 43,5% молодежи, больше – для девушек (44,0%).

Если говорить о возрастных различиях, то увидим, что среди тех, кто не придает значения коммуникации или оценивает ее как незначительную, доминируют самые юные саратовцы (6,7% при выборке 2,5%). Среди тех, кто оценивает общение ситуативно, доминируют 20–24-летние – 8,5% (при выборке 7,5%). Об ощущении влияния коммуникации на их повседневную жизнедеятельность чаще других говорили представители молодого поколения от 25 лет и старше и самые юные (соответственно 50,5 и 46,7%). Максимально высоко значение коммуникации чаще других оценивали 20–24-летние (56,3%).

Интересно, что лицом к лицу общаются чаще всего те, кто оценивает коммуникацию как достаточно значимое явление (44,7% при средневыборочном 43,5%). Но среди молодежи, максимально высоко оценивающих значение коммуникации, большинство предпочитают общаться с помощью сетей (53,5%) или телефона (55,6%) (табл. 2). Иными словами, чем выше ценится коммуникация, тем больше молодежь общается с помощью интернета, мобильного телефона.

Таблица 2

Взаимосвязь значения коммуникации в жизни молодежи и выбора посредников для общения, % по способу общения

Значимость общения	Наиболее предпочитаемый способ общения			По выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
Совсем не имеет значения	0,8	–	–	0,5
Имеет небольшое значение	1,6	2,4	–	2,5
По ситуации	5,7	4,9	11,1	7,5
Имеет ощутимое значение	44,7	39,0	33,3	43,5
Имеет максимальное значение	47,2	53,7	55,6	46,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Круг постоянного повседневного общения молодежи, особенно девушек (36,0%), чаще всего включает 3–4 человек (35,0%). В два раза реже (17,0%) – 1–2 человек. Постоянно общаются с 7–8 реципиентами 14,0%. Среди юношей таковых больше – 18,0% (среди девушек – 10,0%). Больше 10 собеседников имеют 6,5%, среди юношей – немного больше (7,0%, 10,0% среди девушек). В самой юной группе чаще встречается от 3 до 6 коммуникаторов (60,0%), среди 20–24-летних – 1–4 собеседника (54,9%). В старшей категории и собеседников больше – от 7

до 10 и более (33,2%), среди них чаще встречаются ситуативные коммуниканты (7,1%). Иными словами, с возрастом расширяется круг коммуникаторов.

В ходе интервью представители молодежи говорили, что используют интернет и мобильный телефон для расширения круга знакомств с интересными людьми. Однако это свойственно преимущественно тем, для кого мобильный телефон выступает главным средством коммуникации. Среди них 22,2% имеют 5–6 собеседников, 44,4% – более 10 человек. Те, кто использует



интернет, чаще поддерживают коммуникацию с 1-4 собеседниками (68,3%). Среди общающихся непосредственно чаще самый большой круг собеседников. Видимо, это объясняется не столько способом коммуникации, сколько коммуникативными навыками молодежи.

Встречаются для общения ежедневно 16,0% молодых саратовцев. Причем среди девушек таковых намного больше – 21,0% против 12,0% среди юношей. Зато каждые выходные используют для общения чаще юноши, чем девушки (31,0 и 20,0% соответственно). Еще больше тех,

кто непосредственно видится реже, но поддерживают связь. Таковых 41,0% среди юношей и 43,0% среди девушек. Видятся с собеседниками в зависимости от ситуаций или два–три раза в месяц и реже 16,0% молодежи.

Мы предполагали, что чем моложе наши респонденты, тем чаще они будут встречаться со своими собеседниками для общения. Однако опрос показал, что чем старше представители молодого поколения, тем чаще они встречаются для общения и одновременно чаще других общаются по телефону и интернету (табл. 3).

Таблица 3

Влияние возраста молодежи на частоту общения, % по возрасту

Частота встреч с друзьями для общения	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Каждый день	10,0	14,1	20,2	16,5
Каждые выходные	26,7	23,9	26,3	25,5
Мало их вижу, но поддерживаю связь	46,7	47,9	36,4	42,0
Два–три раза в месяц и реже	3,3	4,2	5,1	4,5
По разному	13,3	9,9	12,1	11,5
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Из данных табл. 4 видно, что в представлениях опрошенной молодежи непосредственное общение является наиболее предпо-

читаемым способом коммуникации. Иными словами, ее больше привлекает реальное общение, чем виртуальное.

Таблица 4

Гендерные различия в предпочитаемом способе общения молодежи, % по полу

Наиболее предпочитаемый способ общения	Гендерная принадлежность		По выборке
	юноши	девушки	
Непосредственное общение (лицом к лицу)	62,0	61,0	61,5
При помощи социальных сетей и/или социальных мессенджеров	21,0	20,0	20,5
По ситуации	13,0	10,0	11,5
По мобильному телефону	4,0	5,0	4,5
Затрудняюсь ответить	–	4,0	2,0
Итого	100,0	100,0	100,0

В ходе социологического опроса респондентам было предложено указать те социальные сети и/или социальные мессенджеры, которые они используют для общения (табл. 5). Так, например, модальной группой среди респондентов являются те, кто указал ВКонтакте в качестве используемой социальной сети (71,8%), 69,2% используют Instagram, 61,0% – Telegram, 56,9% – WhatsApp, 15,9% – Viber, 6,2% – Twitter, 6,2% – Одноклассники, 5,6% – Discord, 2,6% – TikTok и 2,1% – Facebook. Интересно,

что все эти сети и мессенджеры активнее используются теми, кто заявлял о предпочтении непосредственного общения. Это может свидетельствовать о существенном расхождении молодежных представлений и практик в сфере коммуникации.

Таким образом, подтверждена современная специфика молодежного общения – активизация виртуального общения, значительная роль телефона и интернет-сети как мощных инструментов, позволяющих поддерживать



Таблица 5

**Взаимосвязь рейтинга мессенджеров и выбора коммуникативных посредников,
% по способу общения (по положительным ответам)**

Рейтинг социальных сетей и мессенджеров	Наиболее предпочитаемый способ общения			По выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
1. ВКонтакте	82,1	70,7	66,7	70,0
2. Instagram	77,2	73,2	77,8	67,5
3. Telegram	71,5	53,7	55,6	59,5
4. WhatsApp	61,0	75,6	44,4	55,5
5. Viber	17,1	19,5	22,2	15,5
6. Twitter	5,7	9,8	–	6,0
7. Одноклассники	6,5	9,8	–	6,0
8. Discord	5,7	7,3	–	5,5
9. TikTok	3,3	2,4	–	2,5
10. Facebook	1,6	4,9	–	2,0

коммуникацию молодежи в том формате, который наиболее комфортен для них. Но отсюда вытекает важное противоречие между увеличением интенсивности информационных потоков и развитием информационных технологий, с одной стороны, и невозможностью полноценной обработки и осмысления информационных массивов молодежной аудиторией, с другой стороны.

Предпочтением в выборе субъектов общения для большинства респондентов являются сверстники (табл. 6). Только примерно половине из них кажется интересным и полезным опыт старших поколений. Однако по мере взросления возникает потребность делиться опытом с младшими, т.е. возрастает стремление к самоорганизации и передаче информации подрастающему поколению.

Таблица 6

**Взаимосвязь предпочитаемых способов общения молодежи и предпочитаемого возраста собеседника,
% по способам общения (по положительным ответам)**

Возраст собеседника	Наиболее предпочитаемый способ общения			По выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
Своего возраста (сверстник)	93,5	85,4	100,0	90,5
Старше себя	54,5	51,2	33,3	49,5
Младше себя	27,6	19,5	11,1	23,0

Коммуникационный процесс молодежи в современном обществе – это, прежде всего, трансляция и обмен символами как способ самопрезентации. Исходя из этого, мы выясняли социальные основы для возникновения стабильных коммуникаций. Ими оказались взаимопонимание (73,5% опрошенных), взаимное доверие (70,7%), духовная эмоциональная близость (68,0%), общие интересы, ценности, взгляды (60,0%), взаимная симпатия (45,5%). При этом заметим, что на взаимопонимание больше ориентирована самая юная часть молодежи (до 19 лет) – 83,3% опрошенных. На общие интересы, ценности, взгляды больше

других настроены 20–24-летние саратовцы (62,0%). У старшей категории молодого поколения приоритетные основания общения более разнообразны – взаимное доверие, духовная, эмоциональная близость (по 71,7%), взаимная симпатия (48,5%). Иными словами, чем старше молодежь, тем меньше она полагается на взаимопонимание, но больше на указанные характеристики.

Таким образом, основой для возникновения стабильных коммуникативных процессов в молодежной среде выступают: взаимная эмпатия как способность чувствовать эмоциональное состояние другого человека, точно восприни-



мать смысловые оттенки его общения; способность взглянуть на обстоятельства глазами собеседника, безоценочное принятие чувств другого человека. При этом на непосредственное общение ориентированы в первую очередь те, для кого важна духовная, эмоциональная близость (табл. 7). По мобильному телефону

чаще других общаются молодые люди, ориентированные на взаимопонимание и общие интересы, ценности, взгляды. К интернет-технологиям чаще прибегают при общении те, кто ориентирован на взаимное доверие, взаимопонимание, общие интересы, ценности, взгляды взаимную симпатию.

Таблица 7

Влияние предпочитаемых способов общения на представления молодежи об основах возникновения стабильного общения, % по способам общения (по положительным ответам)

Основы возникновения стабильного общения	Наиболее предпочитаемый способ общения			По выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
Взаимопонимание	71,5	75,6	77,8	73,5
Взаимное доверие	66,7	80,5	66,7	70,0
Духовная, эмоциональная близость	69,9	65,9	66,7	68,0
Общие интересы, ценности, взгляды	57,7	61,0	66,7	59,5
Взаимная симпатия	43,9	51,2	44,4	45,5

В ходе социологического опроса респондентам было предложено ответить на вопрос о мотивах повседневных коммуникаций молодежи (табл. 8). Так, например, модальной группой среди участников опроса являются те, кто ориентирован на существование схожих взглядов и интересов – 64,0%. Среди самых юных таковых

больше – 76,0%, среди 20–24-летних – 66,2%. По 57,0% опрошенных стимулированы возникновением взаимной заинтересованности друг в друге или совместной учебой/работой. На взаимную симпатию ориентированы 54,5%. Таковых больше среди самых юных (60,0%) и 20–24-летних (63,4%).

Таблица 8

Влияние возраста на мотивы коммуникации молодежи, % по возрасту (по положительным ответам)

Мотивы возникновения коммуникаций	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Существование схожих взглядов и интересов	76,7	66,2	58,6	64,0
Возникновение взаимной заинтересованности друг в друге	60,0	63,4	51,5	57,0
Совместная учеба/работа	60,0	56,3	56,6	57,0
Взаимная симпатия людей	70,0	50,7	52,5	54,5
Оказание помощи друг другу	30,0	43,7	47,5	43,5
Поддержка друг друга	20,0	52,1	43,4	43,0
Стремление избежать одиночества	43,3	45,1	36,4	40,5
Осуществление общих целей	40,0	28,2	45,5	38,5
С целью борьбы против кого-то/чего-то	13,3	7,0	18,2	13,5

Мотивированы возникшей взаимной симпатией 54,5% опрошенных. Этим отличаются самые юные саратовцы (70,0%). На оказание помощи друг другу ориентированы 43,5%, особенно это отличает самую старшую категорию молодежи (47,5%). Стремятся поддержать друг друга 43,0%, избежать одиночества – 40,5%, особенно это проявилось среди 20–24-летних

молодых людей (соответственно 52,1 и 45,1%). Для осуществления конкретных общих целей общаются 38,5% (среди самых юных – 40,0%), с целью борьбы против кого-то/чего-то – 13,5% (среди самой старшей категории молодежи – 18,2%). Таким образом, мотивы коммуникаций молодежи заключаются в интересе, проявляемом с обеих сторон, и совместной деятельности,



в ходе которой люди сближаются друг с другом. Это подтверждает, что важным стимулом молодежной коммуникации выступает совместная практическая деятельность. Следовательно, общение в молодежной среде характеризуется не только динамичностью, но и практицизмом, нестабильностью, ситуативностью и эмоциональностью межличностных коммуникаций.

Анализ коммуникативного содержания (табл. 9) показал, что 59,0% молодежи утверждают, что в процессе общения с ними часто советуются. Как правило, это происходит с девушками (61,0%) и 20–24-летними (64,8%) при непосредственном общении (68,3%) или по интернету (65,9%). Второе место по популярности разделили стремление давать и получать советы (по 51,5%). Давать советы больше нравится юношам (57,0%), особенно в возрасте 25 лет и старше (54,5%), чаще по телефону (66,7%), реже по интернету (61%) или при непосредствен-

ном контакте (57,7%). Получать советы больше нравится девушкам (57,0%), особенно в самом юном возрасте (63,3%), чаще – по интернету (58,5%) или «вживую» (56,9%). Не могут принять важное решение без совета со стороны 20,5% опрошенных, особенно юноши (22,0%) от 20 лет и старше, которые чаще общаются непосредственно (24,4%) или по телефону (22,2%).

Однако каждому третьему представителю молодежи, особенно юношам (43,0%), легче принять решение самому и поставить всех в известность. Это чаще касается тех, кто ориентирован на реальное общение (39,8%) или по телефону (36,6%). Пожаловались, что в процессе общения никто их не понимает по-настоящему, 3,0%. Чаще об этом говорили девушки (4,0%), 20–24-летние (4,2%) и те, кто больше других предпочитает общаться по телефону (11,1%). Чем старше молодые люди, тем реже им нравится советоваться с друзьями.

Таблица 9

Влияние возраста на содержание коммуникации молодежи, % по возрасту (по положительным ответам)

Содержание общения	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Со мною часто советуются	46,7	64,8	58,6	59,0
Даю друзьям советы для их же пользы	50,0	47,9	54,5	51,5
Мне нравится советоваться с друзьями	63,3	53,5	46,5	51,5
Мне легче принять решение самому и поставить всех в известность	33,3	32,4	34,3	33,5
Не могу принять важное решение без совета со стороны	10,0	22,5	22,2	20,5
Никто не понимает меня по-настоящему	3,3	4,2	2,0	3,0

Для стабильной коммуникации нужен постоянный хороший собеседник, обладающий рядом характеристик. Среди них на первом месте – искренность (91,0% опрошенных). Это особенно важно для самой юной молодежи (93,3%) и тех, кто чаще беседует лицом к лицу. Почти таким же важным качеством является взаимоуважение (90,5%), особенно для 20–24-летних молодых саратовцев, активно пользующихся социальными сетями (90,8%). Далее (по нисходящей) следуют такие качества, как бескорыстие (76,5%), доверительность (62,0%), открытость (50,0%), привязанность (36,0%), внимательность (33,0%), устойчивость (25,5%), общность интересов и увлечений 24,0%, верность и преданность, надежность и честность близкого человека (21,0%), который всегда придет на помощь, душевность беседы, возможность получить совет, опору, которая всегда поддержит в трудное время (16,5%), общий опыт (12,0%), товарищ, соратник (5,0%). При этом искренность особенно важна для тех, кто

общается непосредственно. Для общающихся по телефону наибольшую ценность представляют открытость, стабильность и общность интересов, увлечений. Все остальные качества важнее для интернет-общения.

Интересно, что с возрастом в среде молодежи растет значимость таких качеств, как бескорыстие, стабильность и общий опыт пережитых событий, но уменьшается роль искренности, близости и принятия собеседника таким, какой он есть, внимательности, общности интересов и увлечений, душевности беседы, возможности получить совет или опору, которая всегда поддержит в трудное время (табл. 10). Все это подтверждает важнейшую роль эмпатии в молодежных коммуникациях.

Логика анализа заставила обратить внимание на уточнение степени доверия, которое испытывает молодежь к своим собеседникам (табл. 11). Выяснилось, что 51,0% опрошенных, особенно юноши (52,0%), полностью им доверяют. Чаще других такие ответы давали



Таблица 10

Влияние возраста на качества постоянного собеседника молодежи, % по возрасту (по положительным ответам)

Качества постоянного собеседника	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Искренность	93,3	91,5	89,9	91,0
Взаимоуважение	80,0	93,0	91,9	90,5
Бескорыстие	63,3	70,4	84,8	76,5
Доверительность	63,3	67,6	57,6	62,0
Открытость	53,3	62,0	40,4	50,0
Близость и принятие тебя таким, какой ты есть	53,3	43,7	44,4	45,5
Привязанность	40,0	31,0	38,4	36,0
Внимательность	40,0	36,6	28,3	33,0
Стабильность	23,3	15,5	33,3	25,5
Общность интересов и увлечений	43,3	23,9	18,2	24,0
Верность и преданность, надежность и честность близкого человека, который всегда придет на помощь	23,3	18,3	22,2	21,0
Душевность беседы, возможность получить совет, опору, которая всегда поддержит в трудное время	20,0	18,3	14,1	16,5
Общий опыт	3,3	11,3	15,2	12,0
Товарищ, соратник	–	8,5	4,0	5,0

Таблица 11

Влияние предпочитаемых способов общения на оценку степени доверия молодежи к собеседникам, % по способам общения (по положительным ответам)

Оценка степени доверия собеседнику	Наиболее предпочитаемый способ общения			По выборке
	непосредственное общение (лицом к лицу)	при помощи социальных сетей / мессенджеров	по мобильному телефону	
Полностью доверяю	58,5	45,5	22,2	51,0
В основном доверяю	38,2	34,1	77,8	34,5
По ситуации	3,3	4,9	–	3,0
Не доверяю	–	11,5	–	11,5
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

20–24-летние респонденты, общающиеся непосредственно. В основном доверяют 34,5% (чаще юноши – 35,0%). Подобная осторожная доверчивость больше свойственна старшей категории молодежи, чаще других общающейся по телефону. Девушки (6,0%), преимущественно 20–24 лет и чаще других общающихся в сетях, заявили, что их доверие проявляется в зависимости от ситуации. Общающиеся только в интернет-сетях (11,5% опрошенных), преимущественно самые молодые (13,3%) и самые старшие (12,1%), чаще юноши (13,0%) не испытывают доверия к собеседникам. Таким образом, способ общения значительно влияет на степень доверия в молодежных коммуникаци-

ях. Больше всего доверия вызывает реальное общение, недоверия – интернет-коммуникации.

Это вызвало необходимость обратиться к степени удовлетворенности молодежью своими коммуникациями в свободное время (табл. 12). Замеры производились с помощью трех индикаторов: удовлетворенность временем общения, способом общения и общением в целом. По поводу времени, затраченного на коммуникацию, выяснилось, что 32,0% юношей и девушек, преимущественно 20 лет и старше (соответственно 33,8 и 34,3%), полностью удовлетворены временем своего общения; 23,5% опрошенных, преимущественно юношей (24,0%), старше 25 лет (26,5%), говорили, что в



основном удовлетворены количеством времени своего общения; 17,0% респондентов, особенно девушки (20,0%) и молодежь в возрасте 20–24 лет (18,3%), скорее не удовлетворены длительностью коммуникативных процессов; 11,5%, преимущественно юноши (13%), говорили, что это бывает по-разному; 9,0% молодежи, особенно юноши (13%) и участники опроса в возрасте до 19 лет (10,0%), категорично

не удовлетворены временем своего общения; 5,5% опрошенных, преимущественно девушки (9,0%), особенно самые юные (13,3%), настаивали на том, что степень их удовлетворенности временем общения носит ситуационный характер. Тем не менее можно констатировать, что большинство молодых людей (55,5%) удовлетворены временем своих коммуникативных процессов.

Таблица 12

Влияние возраста на оценку степени удовлетворенности количеством времени общения молодежи, % по возрасту (по положительным ответам)

Оценка степени удовлетворенности количеством времени общения	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Полностью удовлетворен	20,0	33,8	34,3	32,0
В основном удовлетворен	23,3	19,7	26,3	23,5
Скорее не удовлетворен, чем удовлетворен	16,7	18,3	16,2	17,0
Не удовлетворен	10,0	8,5	9,1	9,0
По ситуации	13,3	7,0	2,0	5,5
Затрудняюсь ответить	16,6	12,7	12,1	13,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Полностью удовлетворены своим способом общения 49,0% опрошенных, особенно девушки (53,0%). Немного чаще других об этом говорили молодые люди 20–24 лет (50,7%) и 25 лет и старше (50,5%). Более осторожно говорили, что удовлетворены, в основном 27,0%, преимущественно юноши (32,0%). Эти оценки немного чаще других давала молодежь 20–24 лет (31,0%). Настаивали на ситуационных характеристиках степени удовлетворенности своим способом общения 3,0%, особенно девушки (4,0%). Однако самые юные заявляли об этом в четыре раза чаще (13,3%). Скорее не удовлетворены способом общения 6,5% опрошенных, чаще девушки (8,0%) и молодежь преимущественно самого старшего возраста (9,1%). Категорично высказались по поводу неудовлетворенности своим способом общения 2,5% респондентов, чаще юноши (3%), особенно самого младшего (3,3%) и старшего возраста (3,0%). Затруднились с ответом 12,0%, преимущественно самые молодые (16,6%).

Интересно, что те, кто общается непосредственно, чаще других говорили о полной удовлетворенности своим способом коммуникации (37,4%) или высказывали осторожную неудовлетворенность (22,8%). Молодежь, чаще других общающаяся с помощью интернет-сетей, больше затруднялась с ответом (2,4%). Среди общающихся по телефону было больше тех,

кто выказывал частичную удовлетворенность (44,4%), ситуационный характер оценок или категоричную неудовлетворенность (по 11,1%). Можно предположить, что эффективное живое общение доминирует среди молодежи и относительно успешно дополняется телефонным общением, но успешность интернет-коммуникаций оценивается ею неоднозначно.

Одной из главных идей социологического изучения коммуникаций является то, что коммуникация рассматривается не просто как некая данность, изначально присущая человеку, но как инструмент, формирующий из молодой личности социально активного субъекта. В связи с тем, что современная молодежь сталкивается с большим количеством проблем в повседневной жизни, из-за чего замыкается в себе, наиболее остро возникает проблема социального одиночества, которое считается эффектом недостаточной социальной приспособленности, адаптации молодых людей в современном обществе. Исходя из этого, коммуникативные барьеры молодежи оценивались среди тех, кто имел негативный опыт, и по нескольким индикаторам. Во-первых, по тому, что может служить основанием для прекращения общения, во-вторых, по тому, что выступает помехой для общения и что становится значимым субъективным барьером для коммуникаций.



По ходу анализа выяснилось (табл. 13), что юноши чаще прекращают общение при потере заинтересованности (10,0% при 9,0% по выборке), столкновении с обманом (6,0% при 3,5% по выборке) и нарушении личных границ (5,0% при 4,5% по выборке), а также в ситуациях распространения слухов (1,0%, при 0,5% по выборке). Девушки чаще прекращают общение

в ситуациях негативного опыта предательства близкого человека (8,0% при 7,0% по выборке), обсуждения «за спиной» (3,0% при 2,5% по выборке), когда сталкиваются с завистью (2,0% при 1,0% по выборке) и мелочностью (1,0%, при 0,5% по выборке), что, видимо, интерпретируется как некомпетентное вторжение в личное пространство.

Таблица 13

Гендерные различия в основаниях прекращения общения, % по полу (по положительным ответам)

Основания прекращения общения	Гендерная принадлежность		По выборке
	юноши	девушки	
Отсутствие заинтересованности	10,0	8,0	9,0
Плачевный опыт, предательство близкого человека	6,0	8,0	7,0
Нарушение личностных границ	5,0	4,0	4,5
Ложь, обман	6,0	1,0	3,5
Обсуждение другими людьми «за спиной»	2,0	3,0	2,5
Зависть	–	2,0	1,0
Вера в слухи	1,0	–	0,5
Мелочность	–	1,0	0,5

Ответы на контрольный вопрос о том, почему прекращается общение (табл. 14), показали, что чаще других прекращают коммуникацию в связи с предательством самые юные саратовцы (93,3% при 89,0% в среднем по выборке). Они же чаще перестают общаться в силу длительного отсутствия контактов из-за занятости, отъезда или других причин (40,0% при 36,0% по выборке) а также при появлении у партнера по общению семьи, детей (27,3% при 15,5% по выборке). Молодые люди 20–24 лет чаще других прекращают коммуникацию из-за потери инте-

реса (73,2% при 67,0% по выборке), перерастания отношений в ненависть (45,1% при 43,0% по выборке). Самая старшая категория молодежи чаще других (хотя чуть реже самых юных) прекращает коммуникацию из-за предательства (92,9% при 89,0% по выборке), а также из-за утраты доверия (63,6% при 59,5% по выборке), появления новых интересов, увлечений, работы, изменения образа жизни (54,5% при 48,5% в среднем по выборке), разногласий в религиозных, политических и других взглядах (27,3% при 27,0% по выборке).

Таблица 14

Влияние возраста на основания прекращения общения молодежи, % по возрасту (по положительным ответам)

Основания прекращения общения	Возраст			По выборке
	до 19	20–24	25+	
Предательство	93,3	81,7	92,9	89,0
Потеря интереса	63,3	73,2	63,6	67,0
Утрата доверия	50,0	57,7	63,6	59,5
Появление новых интересов, увлечений, работы, изменение образа жизни	43,3	42,3	54,5	48,5
Перерастание отношений в ненависть	43,3	45,1	41,4	43,0
Длительное отсутствие контактов (из-за занятости, отъезда или других причин)	40,0	35,2	35,4	36,0
Противоречия во взглядах (религиозных, политических и др.)	26,7	26,8	27,3	27,0
Появление у партнера по общению семьи, детей	23,3	14,1	14,1	15,5



Давая оценку себе как субъекту проблемной коммуникации (табл. 15), юноши и девушки в равной степени говорили о заикленности на себе (6,0%), о том, что они слишком мало времени отводят общению, выплескивают на окружающих свой негатив (по 4,0%). Юноши в три раза чаще девушек говорили о своей подозрительности (10,0%), что они не ценят дру-

жескую коммуникацию (6,0%), объясняя это собственным сложным характером (5,0%). Девушки чаще сокрушались, что не дают окружающим людям проявить себя (2,0%). Только они говорили, что отодвигают общение на задний план, когда появляются отношения (3,0%), и что им хочется быть правыми в любой ситуации (1,0%).

Таблица 15

Гендерные различия в коммуникативных барьерах, % по полу (по положительным ответам)

Коммуникативные барьеры	Гендерная принадлежность		По выборке
	юноши	девушки	
Отсутствие способности поддерживать отношения с другими людьми	8,0	8,0	8,0
Депрессивное состояние	6,0	6,0	6,0
Замкнутость	6,0	5,0	5,5
Эмоциональная холодность	4,0	4,0	4,0
Пассивность в отношениях	4,0	3,0	3,5
Низкая самооценка (неуверенность в себе, наличие комплексов)	3,0	3,0	3,0
Переезд на новое место жительства	4,0	2,0	3,0
Наличие слишком высоких ожиданий	1,0	3,0	2,0
Сложный характер (эгоизм, зависть и др.)	3,0	1,0	2,0
Отсутствие доверия к окружающим людям	1,0	–	0,5

На отрицательные самохарактеристики молодежи как субъекта коммуникации значимо влияет возраст. Так, самые молодые чаще других говорили о неумении отдыхать и веселиться (10,0% против 6,0% в среднем по выборке), о том, что слишком мало времени отводят на общение и встречи, о своем сложном характере (по 6,7% при 4,0% по выборке). Молодежь 20–24 лет немного чаще других жаловалась на излишнюю подозрительность и заикленность на себе (по 7,0% при 6,0% по выборке). Именно они преимущественно говорили о том, что не ценят дружеское общение и выплескивают на окружающих свой негатив (по 5,6% при 4,0% по выборке), не дают окружающим проявить себя (2,8% при 1,5% по выборке). Только они говорили о своем стремлении быть правым в любой ситуации.

Среди тех немногих, кто испытывает проблемы с общением (у 88,5% таких проблем нет), 8,0% ответили, что барьером выступает отсутствие способности поддерживать отношения с другими, 6,0% – депрессивное состояние, 5,5% – замкнутость, 4,0% – эмоциональная холодность, 3,5% – пассивность в отношениях, 3,0% – низкая самооценка (неуверенность в себе, наличие комплексов), 3,0% – переезд на новое место жительства, 2,0% – наличие слиш-

ком высоких ожиданий, 2,0% – сложный характер (эгоизм, зависть и др.) и 0,5% – отсутствие доверия к окружающим людям. Таким образом, основные коммуникативные барьеры молодежи связаны с субъективными личностными комплексами, невозможностью эмпатии.

Для самых юных саратовцев коммуникативными барьерами чаще всего выступают неумение общаться (10,0%), низкая самооценка (6,7%) и недоверие к окружающим. Среди 20–24-летних такими барьерами выступают преимущественно наличие слишком высоких ожиданий или сложный характер (эгоизм, зависть) – по 2,8%. Среди самой старшей категории молодежи общению чаще других препятствует алекситимия – эмоциональная холодность (5,0%) и пассивность (4,0%).

Таким образом, нами выделено несколько основных явных барьеров коммуникации молодежи: проблемы социально-территориального пространства; инерция включенности (озабоченность коммуникатора другими проблемами); антиципация к чужим мыслям, алекситимия (эмоциональная холодность); стереотипизированность сознания, амбициозность; неприятие некомпетентного вторжения коммуникатора в личное пространство реципиента; утрата доверия к собеседнику. Таких барьеров,



как неприятие имиджа коммуникатора или языкового барьера, выделенных в свое время В. Шепелем [19], выявлено не было.

Как субъекты коммуникации, молодые люди осознают, переживают различие собственных и чужих правил и норм повседневного общения как социальную проблему и пытаются преодолеть ее тем или иным способом. Несмотря на способность определять основные коммуникативные барьеры, молодые саратовцы затрудняются в выборе средств их преодоления. Такими способами формирования коммуникативных компетенций молодежи могут стать закрепление традиций адекватного толерантного общения, управляемая коммуникативная адаптация, коммуникативный тренинг, социологический мониторинг.

Подводя итог, еще раз подчеркнем, что молодые люди отличаются динамизмом, стихийностью, противоречивостью, многовариантностью, практицизмом и сиюминутностью, существенным расхождением молодежных представлений и практик в сфере коммуникации. Это проявляется в том, что в представлениях молодежи наиболее эффективный канал коммуникации – реальное, «живое», непосредственное общение. Ему они доверяют больше всего. Однако на практике доминирует электронно опосредованный, виртуальный тип коммуникаций, отличающийся значительным расширением каналов получения информации. Более того, как показал анализ, чем выше ценится коммуникация, тем больше молодежь общается с помощью интернета, мобильного телефона. Иными словами, современная специфика молодежного общения – активизация виртуального общения, значительная роль телефона и интернет-сети как мощных инструментов, позволяющих поддерживать коммуникацию молодежи в наиболее комфортном формате.

Можно констатировать, что большинство молодых (55,5%) удовлетворены временем своих коммуникативных процессов, носящих синтетический характер, где эффективное «живое» общение молодежи относительно успешно дополняется телефонным общением, но эффективность интернет-коммуникаций оценивается молодежью неоднозначно.

Основным предпочтением в выборе субъектов общения для большинства молодежи являются сверстники. Однако по мере взросления возникает потребность делиться опытом с младшими, т.е. возрастает стремление к самоорганизации и передаче информации подрастающему поколению. С возрастом увеличивается

круг коммуникаторов, они чаще встречаются для общения и одновременно чаще других общаются по телефону и интернету.

Основой для возникновения стабильных коммуникативных процессов в молодежной среде выступает взаимная эмпатия. При этом искренность особенно важна для тех, у кого общение происходит непосредственно. Для тех, кто общается по телефону, важнее открытость, стабильность и общность интересов, увлечений. Все остальные качества важнее для интернет-общения. Интересно, что с возрастом среди молодежи растет значимость таких качеств, как бескорыстность, стабильность и общий опыт пережитых событий, но уменьшается роль искренности, близости и принятия собеседника таким, какой он есть, внимательности, общности интересов и увлечений, душевности беседы, возможности получить совет или опору, которая всегда поддержит в трудное время.

Список литературы

1. *Адамьянц Т. З.* Современная наука о социальной коммуникации: социологический аспект // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов : сб. докладов VI Всероссийского социологического конгресса (Тюмень, 14–16 октября 2020 г.) / отв. ред. В. А. Мансуров ; ред. Е. Ю. Иванова. М. : РОС ; ФНИСЦ РАН, 2020. С. 1810–1815. 1 электрон. опт. диск 12 см. (CD-ROM). <https://doi.org/10.19181/kongress.2020.219>
2. *Назаров М. М., Иванов В. Н., Кублицкая Е. А.* Социальные представления о covid-19 в условиях нестабильной информационной среды (исследование середины 2021 года) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Социология. 2022. Т. 22, № 2. С. 275–290. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2022-22-2-275-290>
3. *Шилова В. А.* Связь включённости человека в коммуникативные процессы с оценкой собственного социального благополучия // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 13–15 мая 2021 г.) / Белорус. гос. ун-т ; гл. ред. В. Ф. Гигин [и др.]. Минск : БГУ, 2021. С. 67–71.
4. *Шилова В. А., Яковлева А. А.* Потребление информации как форма проявления идентичности (Часть 2) // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Т. 6, № 3. С. 130–149.
5. *Адамьянц Т. З.* Смысловые барьеры в современных смысловых противостояниях // Традиционные и новые социальные конфликты в XXI веке : XIV Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2020» : сб. материалов. М. : МАКС Пресс, 2020. С. 193–196. (Электронное издание комплексного распространения). <https://doi.org/10.29003/m1402.978-5317-06450-1>



6. Бараш Р. Э., Антоновский А. Ю. Новые социальные движения и их эволюция в сетевую эпоху // Вопросы философии. 2019. № 7. С. 99–110. <https://doi.org/10.31857/S004287440005731-9>
7. Волков Ю. Г. Субъекты сетевого сообщества: социальные позиции и установки // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов : сб. докладов VI Всерос. социологического конгресса (Тюмень, 14–16 октября 2020 г.) / отв. ред. В. А. Мансуров ; ред. Е. Ю. Иванова. М. : РОС ; ФНИСЦ РАН, 2020. С. 3097–3105. 1 электрон. опт. диск 12 см. (CD-ROM). <https://doi.org/10.19181/kongress.2020.369>
8. Гольбрайх В. Б. Исследования социальных сетей в России: попытка библиометрического анализа // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 4. С. 62–83. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2140>
9. Васильев Н. А., Карпунин О. И. Социальные сети: превращение поля свободы в оружие антироссийской информационной войны // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2022. № 4 (93). С. 18–32.
10. Мальшева Г. А. Цифровые сети как ресурс социальной коммуникации в условиях пандемии // Цифровое общество – новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития : материалы Всерос. науч. конф. XIV Ковалевские чтения, 12–14 ноября 2020 г. / отв. ред. : Н. Г. Скворцов, Ю. В. Асочаков. СПб. : Скифия-принт, 2020. С. 418–419.
11. Дубровин В. Л. Традиционные российские духовно-нравственные ценности и некоторые особенности их отображения в аудиовизуальном контенте // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 1. С. 204–215. <https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.1.51762>
12. Леньков Р. В., Колосова О. А., Ковалева С. В. Социально-психологическая диагностика и прогнозирование протестного поведения молодежи в цифровой среде // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 1. С. 31–41. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-1-31-41>
13. Зубок Ю. А., Чанкова Е. В. Общение в молодежной среде: социокультурные особенности ожиданий // Социальные и гуманитарные знания. 2022. № 2 (30). С. 178–189. <https://doi.org/10.18255/2412-6519-2022-2-178-189>
14. Селиверстова Н. А., Чанкова Е. В. Социокультурное воспроизводство коммуникативных компетенций в молодежной среде // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 3. С. 31–46. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3>
15. Васильев Н. А., Комиссаров С. Н. Культурный код. Новые поколения российской молодежи // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2020. № 5. С. 38–62.
16. Ивченкова М. С. Роль мобильных телефонов в повседневной жизни молодежи (по результатам социологического исследования) // Социальные инновации в жизни россиян: тенденции и парадоксы : материалы науч.-практ. конф. Дыльновские чтения. Саратов : Саратовский источник, 2018. С. 310–314. EDN: USYGEC
17. Ивченкова М. С., Ивченков С. Г. Сетевой сленг в молодежной среде г. Саратова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2016. № 4 (40). С. 190–199. EDN: YQQPGR
18. Сергеева О. В., Мизиряк Н. А. Игровые компьютерные среды и меняющийся опыт городских коммуникаций // Logos et Praxis. 2020. Т. 19, № 4. С. 51–60. <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2020.4.5>
19. Шепель В. М. Настольная книга бизнесмена и менеджера: управленческая гуманитарология. М. : Финансы и статистика, 1992. 238 с.

Поступила в редакцию 30.01.2023; одобрена после рецензирования 10.02.2023; принята к публикации 15.02.2023
The article was submitted 30.01.2023; approved after reviewing 10.02.2023; accepted for publication 15.02.2023