

МОЛОДЕЖЬ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ)

С. Н. ЛИХАЧЕВА

В статье рассматривается молодежь как участник социальных инноваций. Выделяются причины стремления и более высокой готовности молодых к инновациям в сравнении с другими возрастными группами. Отмечается неравномерность проявления новых тенденций в социальном поведении молодых людей в разных сферах, особое значение приобретает сфера коммуникаций. На основе эмпирических данных показано участие молодежи в информационно-коммуникационных процессах через использование инноваций в оказании услуг населению.

Ключевые слова: молодежь, социальные инновации, коммуникация, информационно-коммуникационные технологии.

УДК 316.346.32-053.81(06)

В последние десятилетия инновации становятся частым атрибутом социального развития. Они иницируются как управленческими структурами разных уровней, исходя из необходимости планомерного совершенствования общества, его отраслей, отдельных организаций, так и населением, социальными группами с целью улучшения условий труда, социально-бытовой и культурной жизни, поиска новых возможностей самореализации. Научно-технические достижения изменили не только физический труд, облегчив его, наполнив интеллектуальным содержанием, но преобразовали и характер умственного труда, опираясь на рост информатизации и цифровизации творческого поиска в ходе реализации производственных процессов. Вместе с тем ставится вопрос о расширении границ познания человека, о его возможностях справиться с быстро нарастающими потоками научной, деловой и другой информации, о повышении эффективности умственных способностей и активности человека во всех сферах его деятельности. Задача заключается в том, чтобы не столько научиться запоминать нарастающее количество сведений, сколько уметь ориентироваться в возрастающей массе знаний, необходимых как в производственной, так и в административной, научной, культурно-творческой деятельности. В связи с этим неизмеримо растет значение методологической подготовки учащейся и студенческой молодежи.

Наряду с производственной сферой широкое распространение технических новшеств преобразует уклад повседневной жизни людей, привычки, способы общения и проведения свободного времени. Средства массовой коммуникации существенно повлияли на технические основы информации и доступ населения к источникам культуры, а также различного рода продуктам интеллектуальной жизни современного общества. Многие такие процессы протекают стихийно, однако практически все государства задумываются о необходимости их регулирования, например, с точки зрения защиты авторских прав, предотвращения деструктивных последствий.

В самом общем представлении инновация есть процесс изменений, связанный с внедрением новых образцов в материальное или духовное

производство. Необходимость социальных инноваций не ставится под сомнение, однако их создание и внедрение требует своевременных решений относительно формулировки целей, распределения материальных и трудовых ресурсов, оценки результатов. Е. Е. Кучко определяет этот феномен как «изменения в социальной сфере, основывающиеся на практических и фундаментальных научных знаниях, порождающие значимые изменения в социальной сфере, обусловленные групповыми и персональными качествами пользователей и выступающие средством общественного и экономического развития» [1, с. 30]. Новое нередко бывает чревато определенным «стрессом», принося с собой известную угрозу сложившимся способам мышления, взаимоотношениям, ценностям. Оно не всегда сразу дает реальный положительный эффект, особенно в случае с социальными инновациями, зависящими от многих факторов. Таким образом большое значение имеет не только сама новая идея, но и участники ее разработки и реализации. В этой ситуации возрастает роль и значение авторитета знаний, а также психологическая готовность отказаться от традиционного устоявшегося подхода, мнения в пользу нового более перспективного. Особое значение и функцию молодежи в жизни общества, его прогрессе отмечали многие исследователи. В частности, К. Мангейм видел эту функцию в том, что «она — оживляющий посредник, своего рода резерв, выступающий на передний план, когда такое оживление становится необходимым для приспособления к быстро меняющимся или качественно новым обстоятельствам» [2, с. 444].

Склонность молодежи к инновациям в сравнении с остальными возрастными группами может быть более выражено в силу нескольких причин. «В силу возраста молодежь в основном находится в состоянии социального перемещения, идейного, нравственного и профессионального становления и выбора, поиска своего места в системе общественных отношений, форм и способов включения в них. Вследствие того, что сознание молодых людей еще не столь догматизировано, не столь загружено стереотипами, предрассудками и ошибками, как у старших, оно более открыто для внешней информации. Следовательно, они способны быстрее других социальных групп овладевать новыми знаниями, развивать инновационные способы коммуникации, формировать новую нормативно-ценностную систему, увеличивая, тем самым потенциал развития общества» [3, с. 64–65].

Новые тенденции и явления в социальном поведении молодежи проявляются по-разному, с различными результатами и широтой в разных областях социальной жизни. Отличия в консерватизме и динамизме социальных областей обуславливают особенности проявления молодежной инновационной деятельности. Социальная энергия молодежи, например, легче проявляется в неформальных отношениях и намного труднее – в регулируемых, иерархических (армия, система образования). Следовательно, с точки зрения изучения новых тенденций и явлений в социальном поведении молодежи, отдельные области этих проявлений являются неравнозначными. Одна из выделяющихся в этом смысле областей – коммуникация, сопровождаемая стремительной цифровизацией. «Коммуникативные социальные практики вкупе с возможностью мгновенного распространения информации обусловили популярность интернет-ресурсов среди отечественной аудитории национального информационного поля» [4, с. 112]. Их востребованность у молодежи предопределяется тем, что, в отличие от строго специализированных профессиональных сфер, средства массовой коммуникации

позволяют и стимулируют непрофессиональное, стихийное включение, прямой контакт при наличии размытых границ между потреблением и производством. Отмечается более высокая по сравнению с другими областями степень свободы, возможности экспериментировать с новыми формами и моделями социального поведения. Также в период интенсивного технического развития общества тенденция к углублению различий в овладении навыков в работе с компьютерами и другими приспособлениями цифровизации между поколениями становится более выраженной. Имея в виду перечисленное, можно считать, что инновационное поведение молодежи является весьма существенным для понимания основных характеристик и особенностей ее социального творчества.

Вопросы отношения молодежи к социальным нововведениям и информационным технологиям рассматривались при проведении опроса в Могилевской области отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”» в 2020 г. Подавляющее число молодых людей пользуется интернетом ежедневно (91,9 %), и он является основным поставщиком информации о текущих событиях для этой возрастной группы. При ответе на вопрос «Из каких источников вы получаете информацию о событиях в мире, стране?» (можно было указывать несколько вариантов ответа) назвали социальные сети 81,8 %, информационно-новостные сайты, порталы – 45,8 %, телевидение – 34,7 %, газеты – 9,3 %, радио – 7,2 % опрошенных. Социальные сети предлагают широкие возможности для обсуждения новостей, их пользователи объединены в сообщества друзей, знакомых, по интересам и взглядам. Традиционные СМИ существенно утрачивают свою аудиторию. Однако результаты социологического опроса показывают, что интернет не является безусловным авторитетом, и определенная часть молодежи относится к получаемой информации критически или с некоторыми сомнениями, а также затрудняется дать ответ. На вопрос «Доверяете ли вы интернет-блогам и социальным сетям как источнику объективной информации?» ответили, что доверяют полностью 8,5 %, скорее доверяют – 34,3 %, скорее не доверяют – 14,4 %, совершенно не доверяют – 7,2 %, затруднились ответить – 35,6 %. Широкий информационный и коммуникационный потенциал интернета имеет свои ограничения в воздействии на молодежь, что связано с наличием большого выбора источников информации, возможностями перепроверить получаемые сведения.

Информационно-коммуникационные технологии стремительно проникают в повседневную жизнь человека, сопровождая и социальные инновации. Система управления разных уровней внедряет их для улучшения работы с обращениями граждан. Одной из основных функций социального управления является обеспечение устойчивого развития государства и его подсистем посредством учета мнений, интересов и потребностей людей. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2019 г. 19 % населения в возрасте 6–72 лет использовали сеть Интернет для осуществления взаимодействия с органами государственного управления [5] (табл. 1). Опрос молодежи, проживающей в Могилевской области, показал, что подавляющему большинству известны возможности электронного взаимодействия с госорганами, однако прибегали к нему немногие.

Таблица 1

Использование информационно-коммуникационных технологий при обращении в органы власти, %

Виды информационных сервисов	Да	Нет	Не знают, что это
Электронная очередь	24,8	69,0	6,2
Электронное обращение граждан	16,8	75,2	8,0

В условиях пандемии исключительное социальное значение приобретает система оказания медицинской помощи населению. В этой сфере возникает потребность в инновациях организационного характера, связанных с необходимостью справиться с большими потоками людей, которые не могут своевременно получить информацию по поводу своего состояния и лечения из-за очередей к врачам, невозможности дозвониться в поликлинику и т. д. В такой ситуации внедрение информационно-коммуникационных технологий становится важным условием преодоления неблагоприятной ситуации (табл. 2).

Таблица 2

Использование информационно-коммуникационных технологий в получении медицинских услуг, %

Виды информационных сервисов	Да	Нет	Не знают, что это
Электронная запись на прием	42,5	51,3	6,2
Электронная очередь	33,6	59,3	7,1
Электронный рецепт	22,1	69,0	8,8
Электронная карточка пациента	16,8	74,3	8,8
Электронные приложения о поиске лекарств	50,4	42,5	7,1

Молодежь активно осваивает появившиеся сервисы: по многим позициям в перечне видов информационного обслуживания пользователями были более трети, а это немало с учетом того, что еще не все медицинские учреждения оснащены соответствующим оборудованием и внедрили новую организацию работы с пациентами.

Молодежь – достаточно мобильная социальная группа, предпринимающая поездки на учебу, работу в другие населенные пункты, а также путешествующая. Сфера туризма стала активно внедрять информационно-коммуникационные технологии в обслуживание туристов и показала их широкие возможности для создания комфорта, оперативности и доступности разных вариантов отдыха в любой точке планеты, но эпидемиологическая ситуация пока остается сдерживающим фактором ее бурного развития. Молодые люди активно используют имеющиеся сервисы (табл. 3).

Таблица 3

Использование информационно-коммуникационных технологий в получении туристических услуг, %

Виды информационных сервисов	Да	Нет	Не знают, что это
Он-лайн бронирование	44,2	53,1	2,7
Он-лайн покупка билетов	43,4	53,1	3,5
Системы навигации	41,6	54,9	3,5
Сайты с умным поиском	41,6	53,1	5,3
QR-коды	27,4	68,1	4,4

Почти половина молодежи прибегает к электронным услугам при подготовке, планировании, решении транспортных вопросов и в самом путешествии. Меньше распространено использование QR-кодов, хотя большинство молодых людей знают, для чего они существуют.

Существенные изменения из-за распространения информационно-коммуникационных технологий претерпевает современная организация торговли. Исследования показывают, что в 2020 году онлайн-продажи показали самые высокие темпы роста с 2018-го [6]. Молодежь использует возможности интернет-торговли, причем пользуется как белорусскими (60,1 %), так и зарубежными сайтами (44,9 %).

Важнейшим аспектом развития информационного общества являются уже имеющие место коренные трансформации, затрагивающие саму специфику социальных отношений и человеческой коммуникации. Широкомасштабное вовлечение информационных технологий в процессы обучения и социализации поднимает вопросы когнитивного и социального развития человека в информационной среде и глобальной культуре с учетом возможностей сети Интернет, а также в условиях взаимодействия с интеллектуальными информационными технологиями.

Современные информационно-коммуникативные технологии стали спутниками практически всех сфер жизни молодых людей. Они помогают в работе, общении, проведении свободного времени и решении бытовых вопросов, создают более комфортную среду обитания. Заметные изменения претерпевает рынок труда: пропадает необходимость присутствия человека, например, при оказании ряда услуг, но вместе с тем знания и умения людей становятся востребованными при использовании и организации работы самой информационно-коммуникационной системы. Эти новые профессии берется осваивать в первую очередь молодежь. Результаты исследования показывают заинтересованность молодых людей в использовании новшеств, связанных с информационно-коммуникационными технологиями, но имеются и сдерживающие факторы: необходимость иметь определенный уровень знаний; знать, для чего можно применить информационно-коммуникационные технологии при внедрении инноваций; высокая стоимость компьютерной техники и связи.

Завершая анализ предпочтений молодежи, отметим то, что ее социальные и культурные интересы в современных условиях сориентированы на интернет-технологии и глобальные системы коммуникации. Но как и любое нововведение наряду с позитивным они в ряде случаев оказывают и негативное влияние на молодых людей. Связано это, прежде всего, с «уходом» молодежи в виртуальное пространство, в результате чего тормозится социализация и адекватное понимание объективной реальности. Сюжеты блогов, постов в социальных сетях не всегда реалистичны и зачастую искажают правдивое состояние жизненных событий. Глобальные картины миропонимания, транслируемые интернетом, в ряде случаев противоречат интересам конкретных обществ.

Список использованных источников

1. Кучко, Е. Е. Социальные инновации: подходы к определению и классификации / Е. Е. Кучко // Вестн. Харьков. нац. ун-та им. В. Н. Каразина. – 2011. – № 941. – С. 27–33.

2. Мангейм, К. Диагноз нашего времени / К. Мангейм; пер. с нем. и англ. — М.: Юрист, 1994. — 700 с.

3. Молодежь Беларуси на современном этапе: состояние, проблемы и пути их решения / Л. С. Аверин [и др.]; под ред. С. Д. Лаптенка; Ин-т соц.-полит. исслед. при Администрации Президента Респ. Беларусь, ОО «БРСМ». — Минск: ИСПИ, 2004. — 292 с.

4. Посталовский, А. В. Национальное информационное поле в контексте вызовов и угроз современного мира: социологическое измерение / А. В. Посталовский. — Минск: РИВШ, 2019. — 236 с.

5. Использование информационно-коммуникационных технологий населением, 2019 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/infograf-transport-2-200915.pdf. — Дата доступа: 26.01.2021.

6. Что произошло на рынке e-commerce Беларуси в 2020 году? Исследование E-data [Электронный ресурс] // BelRetail.by. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/chto-proizoshlo-na-rynke-e-commerce-belarusi-v-godu-issledovanie-e-data>. — Дата доступа: 26.01.2021.

Modern Youth and Society, Volume 9, 2021

YOUTH IN THE PROCESS OF SOCIAL INNOVATION (BASED ON THE MATERIALS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH IN THE MOGILEV REGION)

Sviatlana Likhachova

Abstract: The article considers youth as an agent of social innovation. The reasons for the desire and higher readiness of young people to innovate in comparison with other age groups are examined. The unevenness of the manifestation of new trends in the social behavior of young people in different spheres is noted, the sphere of communications is of particular importance. Based on empirical data, the participation of youth in information and communication processes through the use of innovations in the provision of services to people is shown.

Keywords: youth, social innovation, communication, information and communication technologies.

Дата подачи: 01.02.2021 г.