

5. Периодические издания [Электронный ресурс] // Минский облисполком. – Режим доступа: <http://minsk-region.gov.by/sotsialnaya-sfera/smi/periodicheskie-izdaniya/>. – Дата доступа: 10.02.2022.

6. Печатные СМИ [Электронный ресурс] // Гродненский облисполком. – Режим доступа: <https://www.region.grodno.by/ru/pechat-ru/>. – Дата доступа: 10.02.2022.

7. СМИ [Электронный ресурс] // Витебский облисполком. – Режим доступа: <https://vitebsk-region.gov.by/ru/smi/>. – Дата доступа: 10.02.2022.

8. УП «Агентство «Минск-Новости» [Электронный ресурс] // Минский горисполком. – Режим доступа: <https://minsk.gov.by/ru/org/8751/attach/c4525b9/>. – Дата доступа: 10.02.2022.

9. Численность населения на 1 января 2021 г. и среднегодовая численность населения за 2020 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, городов, поселков городского типа [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/naselenie/statisticheskie-izdaniya/index_28098/. – Дата доступа: 10.02.2022.

10. Popster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru/app/dashboard>. – Дата доступа: 09.02.2022.

В.В. Грицевский,
учащийся ГУО «Минский городской педагогический колледж» (Минск, Беларусь)
Научный руководитель – А.В. Кимбор

МЕСТО СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ В ПОВСЕДНЕВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ УЧАЩИХСЯ МИНСКОГО ГОРОДСКОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО КОЛЛЕДЖА

В наши дни Интернет-пространство играет важную роль в жизни общества. Согласно исследованию «DataReportal», на 31 марта 2021 г. Интернетом пользуются 4,66 миллиарда человек, что является большей частью населения планеты (59,5 %) [1]. Среди пользователей Интернета преобладают люди молодого возраста – средний возраст составляет 31 год.

Люди используют интернет для разных целей: чтение новостей, прослушивание музыки, общение. По данным исследования В. Н. Колесникова, Ю. И. Мельника и Л. И. Тепловой, основным видом деятельности в Интернете среди молодежи является использование социальных сетей [1, с. 39].

Целью исследования является изучение динамики использования социальных сетей среди учащихся ГУО «Минский городской педагогический колледж».

В ходе работы были поставлены следующие задачи: узнать, какой процент учащихся пользуется социальными сетями и мессенджерами, какими именно социальными сетями и мессенджерами пользуются учащиеся, с какого устройства участники опроса предпочитают выполнять вход в социальные сети и мессенджеры, считают ли себя респонденты зависимыми от социальных сетей и мессенджеров.

Проблематика использования социальных сетей занимает значительное место в отечественных и зарубежных исследованиях. Так, можно отметить работы Е. С. Серова «Социальные интернет-сети и их влияние на процесс социализации молодежи» [3], А. В. Горбатова «Социальные сети» [4], В. И. Семак «Последствия воздействия информации через интернет и социальные сети на сознание современной молодежи» [5], в которых авторы раскрывают место социальных сетей в Интернет-активности молодежи. Вместе с тем, необходимо отметить, что развитие Интернет-сообщества, усовершенствование механизма функционирования социальных сетей, слияние функций социальных сетей и мессенджеров требует дополнительных исследований в данной области.

В работах современных исследователей существует несколько подходов к определению понятия социальных сетей и мессенджеров.

В работе мы исходим с того, что социальная сеть – это онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы; мессенджер – это службы мгновенных сообщений, программы-онлайн-консультанты и программы-клиенты для обмена сообщениями в реальном времени через Интернет.

Как социальные сети, так и мессенджеры могут передавать текстовые сообщения, звуковые сигналы, изображения, видео, а также производить такие действия, как совместное рисование или игры. Многие из таких программ-клиентов могут применяться для организации групповых текстовых чатов или видеоконференций.

Зачастую социальные сети имеют официальные мессенджеры, которые упрощают коммуникацию пользователей.

В ходе работы была создана анонимная анкета с использованием сервиса «Google-формы», состоящая из ряда вопросов, направленных на изучение статистики использования социальных сетей и мессенджеров.

В опросе приняло участие 205 человек. Из них 105 учащихся первого курса (15–16 лет), 52 учащихся второго курса (16–17 лет) и 48 учащихся третьего курса (17–18 лет). В опросе приняли участие 5 юношей и 200 девушек.

На вопрос «Пользуетесь ли вы социальными сетями и мессенджерами?» 202 человека ответили положительно. При этом стоит учесть тот факт, что пользователи, ответившие «нет» на данный вопрос, продолжили прохождение опроса.

Далее участникам было предложено ответить на вопрос «В каких социальных сетях и мессенджерах вы зарегистрированы?», выбрав предложенные варианты. Данный вопрос был необязателен, но при этом на него дали ответ все опрошенные. Также на данном этапе была возможность дать ответ, используя вариант «Другое». Наибольшее количество голосов получили такие социальные сети и мессенджеры, как «ВКонтакте» (196), «Telegram» (196), «Viber» (187). Четверть пользователей отметили «Instagram» (54). Необходимо отметить, что респонденты указали социальные сети и мессенджеры, не пользующиеся широкой популярностью: «Pinterest», «KakaoTalk», «Discord», «Badoo».

Стоит учесть, что участники не видят разницы между понятиями «видеохостинг» и «социальная сеть». Это следует из того, что в поле «Другое» были отмечены такие сервисы, как «TikTok» и «Vlive».

На вопрос «Какими социальными сетями и мессенджерами вы пользуетесь наиболее часто?» ответ дали 202 человека. Как и в предыдущем вопросе, лидерами стали «Telegram» (174 голоса), «ВКонтакте» (97), «Viber» (58), «Instagram» (40).

198 студентов (97,1 %) предпочитают посещать социальные сети и мессенджеры с мобильного телефона; 6 человек (2,9 %) используют для этого компьютер.

На вопрос «Чаще всего вы выполняете вход в социальные сети через браузер или приложение?» также ответило 204 человека из 205. 191 участник опроса (93,6 %) предпочитает выполнять вход в социальные сети через приложение; 13 человек (6,4 %) проводят время в браузерной версии.

Далее участникам было предложено дать ответ на вопрос «Как много времени в день вы уделяете социальным сетям и мессенджерам?», используя предложенные варианты: меньше часа; 1–3 часа; более 3 часов. На данный вопрос ответило 203 студента. От 1 до 3 часов в день среди участников опроса проводит 97 человек (47,8 %); более 3 часов – 96 человек (47,3 %); и только 10 человек (4,9 %) проводят в социальных сетях и мессенджерах меньше часа в день.

На вопрос «С какой целью вы обычно используете социальные сети?» дали ответ все участники опроса. При ответе студенты имели возможность использовать предложенные варианты, среди которых были: публикация контента; просмотр контента других пользователей; общение; прослушивание музыки. Также участники могли воспользоваться вариантом «Другое». Согласно полученным данным, 195 человек (95,1 %) используют социальные сети для общения, 145 человек (70,7 %) посещают социальные сети для прослушивания музыки, 137 участников опроса (66,8 %) просматривают контент других пользователей, и только 47 человек публикуют собственный контент в социальных сетях. Среди предложенных ответов в варианте «Другое» присутствует только «Образование и развитие». Но стоит учесть, что данный вариант является по своей сути обобщением остальных.

Далее последовал вопрос «Посты какого характера вы размещаете в социальных сетях?». На него дал ответ 201 участник опроса. Среди предложенных вариантов ответа были: статьи, фото, видео, подкасты, а также вариант «Другое». Фотографии публикуют 188 человек (93,5 %), видео – 57 человек (28,4 %), статьи размещают 16 учащихся (8 %), подкасты публикуют 3 человека (1,5 %). Вопрос был необязательным, поэтому человек, не публикующий контент, имел возможность его пропустить. Но при этом 7 человек (3,5 %) в варианте «Другое» написали, что не размещают посты.

На вопрос «Считаете ли вы себя зависимым от социальных сетей?» дали ответ все 205 участников опроса. 66 человек (32,2 %) считают себя зависимыми от социальных сетей; 133 человека (67,8 %) ответили на вопрос отрицательно.

Популярность таких социальных сетей и мессенджеров, как «Viber», «Telegram» и «ВКонтакте» объясняется тем, что все участники опроса – учащиеся. В ГУО «Минский городской педагогический колледж» социальные сети считаются неотъемлемой частью современного обучения: с их помощью происходит более быстрый обмен информацией между учащимися и преподавателями, на базе некоторых социальных сетей возможно проведение онлайн-занятий и конференций.

Таким образом, опираясь на данные опроса, можно сделать вывод, что социальные сети и мессенджеры занимают значительное место в жизни учащихся Минского городского педагогического колледжа. Они используются как в ходе обучения, так и в досуговой деятельности. При этом респонденты не видят разницы между понятиями «социальная сеть», «мессенджер», «видеохостинг», «стриминг-сервис», что объясняется тем, что с течением времени социальными сетями начали называть абсолютно все Интернет-сервисы, где люди имеют возможность взаимодействовать между собой. Например, раньше сервис «YouTube» позиционировал себя как «видеохостинг». В момент проведения исследования «YouTube» является социальной сетью.

Частое использование социальных сетей и мессенджеров указывает на необходимость использования их потенциала в ходе учебных занятий и исследовательской деятельности учащихся.

Литература:

1. Интернет–портал DataReportal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/>. – Дата доступа: 13.02.2022.
2. Колесников, В. Н. Интернет–активность и проблемное использование интернета в юношеском возрасте / В. Н. Колесников, Ю. И. Мельникова, Л. И. Теплова // Национальный психологический журнал. – 2019. – № 1 (33). – С. 34–46.
3. Серова, Е. С. Социальные интернет–сети и их влияние на процесс социализации молодежи / Е. С. Серова // Социологическая наука и образование: современные вызовы и риски : материалы междунар. науч.–практ. конф., посвящ.

памяти проф. Г. П. Давидюка, Минск, 10 нояб. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. Н. Данилов (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2021. – С. 91–94.

4. Горбатов, А. В. Социальные сети / А. В. Горбатов // Труды Института государства и права Российской академии наук. – 2012. – № 1. – С. 182–193.

5. Семак, В. И. Последствия воздействия информации через интернет и социальные сети на сознание современной молодежи / В. И. Семак // Научные труды Республиканского института высшей школы. Исторические и психолого-педагогические науки. – 2019. – Вып. 19. – С. 320–327.

Я.Р. Жиманов,
магистрант БГЭУ (Минск, Беларусь)
Научный руководитель – к.и.н. А.В. Беляев

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ

Экономическая интеграция в современном мире приобрела огромное значение. На протяжении десятилетий государства налаживают тесное взаимодействие, ищут возможности сотрудничества с новыми партнёрами и объединяются в союзы. В переводе с латинского языка слово «интеграция» означает «объединение», то есть поиск общих связей или сотрудничество, постепенно перерастающее в союз.

После распада Советского Союза появилось большое количество интеграционных объединений, таких как Содружество Независимых Государств, Союзное государство Беларуси и России, Организация договора о коллективной безопасности и Евразийский экономический союз. Основная цель Евразийского экономического союза – проведение общей экономической политики в государствах, входящих в его состав (в России, Беларуси, Казахстане, Армении и Кыргызстане). Евразийский экономический союз в полной степени отвечает вызовам и угрозам современного мира, что придаёт ему геополитический масштаб.

Запрос на цифровое развитие в Евразийском экономическом союзе базировался на принципе повышения стимула конкурентоспособности. Цифровые технологии считаются обязательной составляющей для развития интеграции, экономического роста и конкурентоспособности. Существует ряд условий, выделяющих неотложность цифровых изменений:

1) утечка умов, выраженная в потере предпринимательских способностей в области информационно-коммуникационных технологий, рабочей силы и покупателей в этой сфере, сопровождаемая истощением навыков и обесцениванием традиционных активов, не прошедших цифровизацию;

2) снижение конкурентоспособности традиционной организации управления и хозяйствующих субъектов в условиях цифровизации бизнеса и развития экономики информации;