

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIESУДК [316.728:004]:303.425.2(476)
<https://doi.org/10.29235/1561-8323-2025-69-3-248-257>Поступило в редакцию 25.03.2025
Received 25.03.2025**О. В. Кобяк***Институт социологии Национальной академии наук Беларуси, Минск, Республика Беларусь***СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ПОВСЕДНЕВНЫХ ПРАКТИКАХ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ***(Представлено академиком А. А. Коваленей)*

Аннотация. На основе результатов республиканского социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2024 г. при участии автора, выявлены основные социальные детерминанты распространения цифровых технологий в повседневных практиках жителей Беларуси: 1) новые возможности, облегчающие и ускоряющие рутинные операции, а также – упрощающие включение в образовательные процессы; 2) высокотехнологичные и гибкие формы занятости с существенно более комфортными условиями труда; 3) эффективные средства, помогающие в реализации самосохранительного поведения; 4) разнообразные и доступные формы свободной коммуникации; 5) удобные и быстрые способы получения многочисленных, в том числе финансовых, услуг. Такие надпрофессиональные навыки социальных субъектов, как навык переобучения, адаптативность, целеустремленность, самостоятельность и умение оценивать риски, составляют компетентностный фактор, обеспечивающий базовые разрешающие условия для освоения цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровые технологии, повседневные практики, социальные факторы, социальные субъекты, стимуляционно-мотивационный механизм

Для цитирования. Кобяк, О. В. Социальные факторы распространения цифровых технологий в повседневных практиках населения Республики Беларусь: опыт социологического исследования / О. В. Кобяк // Доклады Национальной академии наук Беларуси. – 2025. – Т. 69, № 3. – С. 248–257. <https://doi.org/10.29235/1561-8323-2025-69-3-248-257>

Aleh V. Kabiak*Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Republic of Belarus***SOCIAL FACTORS OF DISTRIBUTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES
IN THE EVERYDAY PRACTICES OF THE POPULATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS:
EXPERIENCE OF SOCIOLOGICAL RESEARCH***(Communicated by Academician Alexander A. Kovalenya)*

Abstract. Based on the results of a republican sociological study conducted by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus in 2024, in which the author participated, the main social determinants of the distribution of digital technologies in the everyday practices of residents of Belarus were identified: 1) new opportunities that facilitate and speed up routine operations, as well as simplifying inclusion in educational processes; 2) high-tech and flexible forms of employment with significantly more comfortable working conditions; 3) effective means to help implement self-preservation behavior; 4) diverse and accessible forms of free communication; 5) convenient and fast ways to receive numerous services, including financial ones. The aforementioned supra-professional skills of social subjects, including retraining skills, adaptability, determination, independence, and the ability to assess risks, constitute a competency factor that provides the basic enabling conditions for the development of digital technologies.

Keywords: digital technologies, everyday practices, social factors, social subjects, stimulation and motivational mechanism

For citation. Kabiak A. V. Social factors of distribution of digital technologies in the everyday practices of the population of the Republic of Belarus: experience of sociological research. *Doklady Natsional'noi akademii nauk Belarusi = Doklady of the National Academy of Sciences of Belarus*, 2025, vol. 69, no. 3, pp. 248–257 (in Russian). <https://doi.org/10.29235/1561-8323-2025-69-3-248-257>

Введение. В проекте концепции подпрограммы «Социология» Государственной программы научных исследований «Социально-экономическая и национально-культурная безопасность белорусской государственности» на 2026–2030 гг. в основу комплексного анализа процессов стабильного функционирования белорусского общества закладывается систематическое изучение социальной динамики в мониторинговом режиме, а также – технологии социологического прогнозирования, способствующие обеспечению социально-экономической и национально-культурной безопасности белорусской государственности в современных условиях. Повсеместное распространение цифровых технологий все в большей мере определяет условия организации жизнедеятельности граждан Беларуси во всех сферах производства и досуга. Поэтому исследование основных причин и движущих сил расширенного внедрения этих технологий становится сегодня важной задачей социологической науки.

Цель работы – посредством социологического анализа выявить основные факторы распространения цифровых технологий в повседневных социально-экономических практиках населения Республики Беларусь. Факторы, способствующие этому процессу, мы выявляем и интерпретируем на основе оценок преимуществ и предпочитаемых направлений использования цифровых технологий, которые доминируют в общественном сознании населения республики.

Материалы и методы исследования. Эмпирической базой проводимого нами анализа выступают данные, полученные в ходе планового исследования отдела экономической социологии на тему «Факторы, специфика и социальные последствия процессов цифровизации в Республике Беларусь», проведенного Институтом социологии НАН Беларуси с участием автора в мае–июне 2024 г., в рамках выполнения Государственной программы научных исследований «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства», 2021–2025 годы; Подпрограмма 5 «Социология». В ходе исследования был использован метод поквартирного анкетного опроса во всех регионах республики (объем выборочной совокупности – 1850 респондентов, доверительный интервал – $\pm 2,28\%$, данные репрезентативны для населения Республики Беларусь).

Результаты и их обсуждение. Первичную социологическую процедуру выявления факторов распространения цифровых технологий как компонентов общественного сознания, обуславливающих новое содержание повседневных социально-экономических практик населения, произведем на основе распределения ответов респондентов на вопрос с возможностью множественного выбора вариантов: «Что из перечисленного Вы можете отнести к преимуществам использования цифровых технологий (гаджеты, сервисы, приложения и т. п.) в различных сферах?». Проведенная нами при помощи программного пакета SPSS процедура факторного анализа позволила выявить несколько вариантов группировок переменных. На наш взгляд, наиболее интерпретируемый вариант включает 5 факторов, которые в своей совокупности дают 73,17 % объясненной совокупной дисперсии. Представим эти факторы с переменными, входящими в их состав (в скобках указаны факторные нагрузки переменных).

Фактор 1 – «Интересные возможности»:

изменение способов организации повседневной жизни, упрощение выполнения повседневных задач (онлайн заказ еды, билетов; виртуальное посещение музеев, система «умный дом» и т. д.) (0,693);

появление новых форм платежных систем и возможностей осуществления финансовых операций (интернет-банкинг, мобильный банк, получение кредита онлайн, электронные кошельки, ЕРИП и т. п.) (0,682);

появление новых форм организации образовательного процесса, новых технических средств и приложений (электронные дневники, Moodle, Telegram-боты, чаты, искусственный интеллект, интерактивные доски и т. п.) (0,677);

возможность получения знаний, образования дистанционно (в любом месте, в любое время) (0,640);

появление международных торговых площадок – маркетплейсов (Wildberries, Ozon и т. п.) (0,586).

Первый – самый сильный и масштабный фактор, который объединяет целый ряд переменных с существенной корреляцией. Уже он один, по сути, «крупными мазками пишет картину» основных перемен в повседневной жизни людей, которые произошли под влиянием цифровизации.

Фактор 2 – «Привлекательная работа»:

новое техническое оборудование, программное обеспечение для улучшения производственных процессов (0,784);

появление новых профессий и форм занятости, новых возможностей для заработка за счет применения навыков использования цифровых технологий (удаленная работа, фриланс и т. д.) (0,680).

Фактор 3 – «Мониторинг здоровья»:

новые возможности в диагностике, лечении заболеваний и отслеживании состояния здоровья (цифровые тонометры, цифровые глюкометры и т. п.) (0,809);

новые способы/формы доступа к медицинским услугам (онлайн-консультация врача, электронная запись к врачу, электронная очередь и т. д.) (0,733).

Фактор 4 – «Безграничное общение»:

расширение возможностей общения с людьми в любой точке мира (0,829);

появление банкоматов, инфокиосков, позволяющих совершать финансовые операции в любое время суток (0,580).

Фактор 5 – «Быстрые услуги»:

новые формы обслуживания клиентов (онлайн обращения в сфере гос. услуг и ЖКХ, появление касс самообслуживания в магазинах и т. д.) (0,768);

появление банкоматов, инфокиосков, позволяющих совершать финансовые операции в любое время суток (0,580).

Как видим, переменная «Появление банкоматов, инфокиосков...», работающих в режиме 24/7, с равной факторной нагрузкой распределилась на два фактора – четвертый и пятый. Это может быть связано с тем обстоятельством, что как услуги связи, так и другие актуальные для населения услуги, предполагают безусловную и одинаково важную для пользователей возможность их круглосуточной и удаленной оплаты.

Выявленные факторы позволяют в первом приближении сформировать наиболее общее представление об основных причинах распространения цифровых технологий в повседневных социально-экономических практиках. Дальнейшее погружение в суть изучаемых процессов связано с более детальным изучением мотивации пользователей. Логика нашего научного поиска состоит в том, чтобы «пройти» от уже сформированной мотивации по цепочке «стимулы–интересы–мотивы», только в обратную сторону, т. е. аналитически воссоздать стимулы, которые обусловили мотивацию, и тем самым выйти на реконструкцию факторов распространения цифровых технологий.

Для этого на первом этапе мы выделили три группы социальных субъектов, которые различаются по уровню их мотивации, под которой мы понимаем внутреннее, уже сложившееся побуждение к действиям по освоению цифровых технологий. При ответе на вопрос «Планируете ли Вы осваивать цифровое оборудование, программы, сервисы в ближайшие год/два для повседневной жизни?» 42,7 % ответивших выразили такую готовность, поэтому мы определили их в группу с наименованием «**Активные**»; 38,2 % отметили, что «пока не планируют, но будут действовать по ситуации», их мы выделили в группу с названием «**Адаптивные**»; и оставшиеся 19,1 %, в планы которых не входит освоение цифровых технологий при любой ситуации, составили группу, которую мы назвали «**Пассивные**».

По социально-демографическим характеристикам выделенные группы ожидаемым образом распределились в территориальной дихотомии «город–село» и не показали сколько-нибудь ярких отличий в гендерном плане (табл. 1). Среди «Активных», естественно, большей оказалась доля жителей городов, где сравнительно лучше развита цифровая инфраструктура. В этой группе также несколько большая доля мужчин по сравнению с их представительством в группах «Адаптивных» и «Пассивных», где по гендерному основанию различий вообще не выявлено.

Наиболее выраженные отличия выделенных групп связаны с возрастом их представителей. В группе «Активных» лица до 30 лет составляют 26,1 %, от 30 до 49 лет – 46,6 %, от 50 лет и старше – 27,3 %. В группе «Адаптивных» доля молодежи до 30 лет уже заметно ниже, а именно – 10,0 %, доля лиц среднего возраста (от 30 до 49 лет) несколько меньше, чем в первой группе, –

42,7 %, а доля лиц от 50 лет и старше в 1,7 раз больше и составляет 47,3 %. В группе «Пассивных» преобладание лиц старшего возраста выражено еще заметнее. Представители в этой группе в возрасте до 30 лет составили всего 2,8 %, от 30 до 49 лет – 14,0 %, а самая большая доля – 83,2 % – это лица от 50 лет и старше. Собственно говоря, ничего удивительного в этом распределении по возрасту нет. Оно лишь констатирует тот факт, что представители молодежи с большей вероятностью оказываются реализаторами активного поведения в области освоения цифровых технологий.

Т а б л и ц а 1. Территориальное и гендерное распределение представителей выделенных групп (% по группам)

Table 1. Territorial and gender distribution of representatives of the identified groups (% by group)

Группа Group	Территория Territory		Пол Gender	
	Город City	Село Village	Мужской Male	Женский Female
Активные	84,7	15,3	46,2	53,8
Адаптивные	77,2	22,8	41,8	58,2
Пассивные	69,2	30,8	41,6	58,4

На втором этапе мы озадачились вопросом, чем же еще существенно отличаются, помимо возрастных характеристик, представители выделенных групп в «цифровом мире»? Самыми очевидными, потенциально наблюдаемыми и, судя по высокой активности при ответах, хорошо рефлекслируемыми признаками, по которым можно сравнивать группы «Активных», «Адаптивных» и «Пассивных», являются умения, навыки и качества, проявляемые социальными субъектами, входящими в эти группы, в области освоения цифровых технологий в повседневных социально-экономических практиках.

В качестве эмпирической основы для анализа групповых отличий мы взяли распределение ответов представителей выделенных групп на вопрос «В какой мере Вам присущи следующие навыки и качества?» (далее по тексту – компетенции). В перечне 12 оцененных респондентами компетенций (на предмет степени обладания) мы выделили 5 и объединили их в «Компетентностный» фактор. Эти 5 переменных в составе фактора наилучшим образом характеризуют компетентностный профиль пользователей цифровых технологий, в большей или меньшей мере включенных в процесс их освоения и использования в повседневных практиках. Это: 1. Навык обучения и переобучения; 2. Умение быстро адаптироваться к новым условиям, стрессоустойчивость; 3. Умение доводить начатое дело до конца, настойчивость; 4. Умение оценивать риски; 5. Умение решать задачи без посторонней помощи, самостоятельность. В рамках настоящей работы мы сознательно ограничили круг компетенций только «надпрофессиональными» или «мягкими» компетенциями [1]. Понятно, что субъекты, которые уже обладают профессиональными цифровыми компетенциями или активно формируют их, будут заведомо более продвинутыми пользователями цифровых технологий также и в повседневных практиках по сравнению с субъектами, профессиональная деятельность которых не связана столь глубоко с «цифрой». Поэтому профессиональные компетенции в наш фактор не входят. С целью снижения размерности пространства признаков мы рассчитали для каждой группы значения показателя групповой выраженности указанных компетенций по 5-балльной шкале, где 1 – минимальное, а 5 – максимальное значение показателя (рис. 1).

Сравнительный анализ значений показателя выраженности компетенций по группам свидетельствует о том, что, во-первых, компетентностные профили обладают преобладающей структурной идентичностью – большинство «реперных точек» профилей не нарушают принцип «больше-меньше»; во-вторых, компетентностный профиль «Адаптивных» заметно «тяготеет» к компетентностному профилю «Активных», явно воспроизводя его «архитектуру»; в-третьих, навык переобучения явно «провисает» в группе «Пассивных» и тем самым в целом препятствует поднятию их профиля до уровня, близкого к уровню профиля по меньшей мере «Адаптивных». В связи с этим мы можем предположить, что частичное перераспределение группового потенциала «Пассивных» с заметно доминирующего навыка «целестремленности и настойчивости» в пользу «навыка к переобучению» может способствовать поднятию на шкале всего

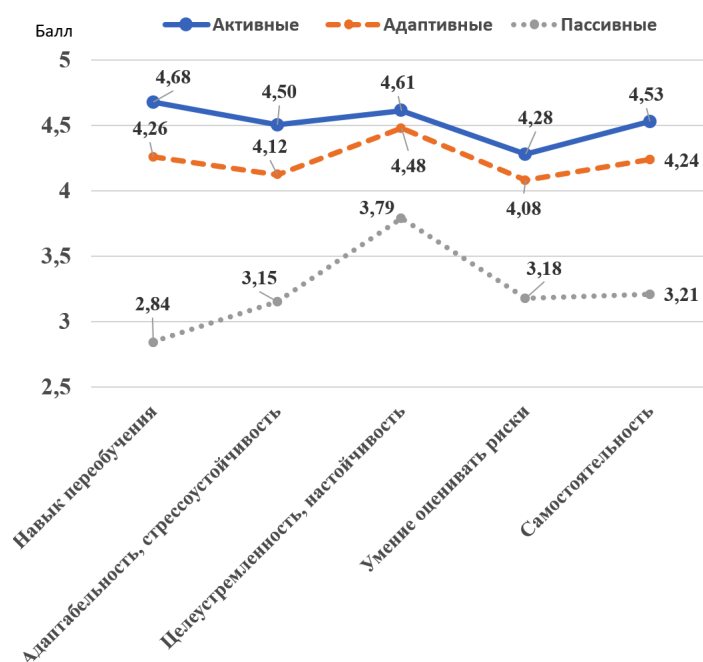


Рис. 1. Компетентностные профили «Активных», «Адаптивных» и «Пассивных» (наименования компетенций сокращены)

Fig. 1. Competency profiles of “Active”, “Adaptive” and “Passive” (abbreviated names of competencies are given)

компетентностного профиля этой группы и его приближению к профилю «Адаптивных». В целом же компетентностные профили «Активных» и «Адаптивных» не столь уж отдалены друг от друга, что говорит о близких «стартовых условиях» на пути освоения цифровых технологий. И даже группа «Пассивных» в этом плане не выглядит такой уж безнадежной. Поэтому роль «Компетентностного» фактора освоения цифровых технологий, включающего в себя все 5 выделенных компетенций, мы характеризуем как в общем разрешающую, открывающую потенциальные возможности для успешного освоения этих технологий.

Что же тогда все-таки обуславливает «на выходе» существенно отличающуюся мотивацию субъектов, представляющих разные группы? В поисках ответа на этот вопрос на следующем этапе исследования обратимся к определяемому на основе самооценок показателю цифровой грамотности, значения которого мы рассчитываем, опираясь на распределение ответов респондентов на вопрос: «В какой мере Вам присуща цифровая грамотность?». В группе «Активных» 57,3 % уверены, что обладают ею в достаточной степени, 36,0 % отметили, что обладают, но в минимальной степени, 5,4 % полагают, что не обладают цифровой грамотностью (1,3 % – затруднились ответить). В группе «Адаптивных» 30,8 % указали на достаточную степень обладания, 44,1 % склонились к выбору минимальной степени, 23,5 % считают, что не обладают цифровой грамотностью (1,6 % – затруднились ответить). В группе «Пассивных» аналогичные доли составили: 7,7, 17,7 и 71,2 % (3,4 % – затруднились ответить). Как видим, фактор цифровой грамотности в самооценках респондентов, который мы для краткости будем далее условно называть «Грамотный» фактор в большей мере нежели «Компетентностный» дифференцирует группы. Это особенно хорошо заметно, если сравнить весомость этого фактора по группам в той же 5-балльной шкале, которую мы использовали ранее. В группе «Активных» мы получили значение 4,05 балла, в группе «Адаптивных» – 3,15 балла, а в группе «Пассивных» – 1,68 балла. Таким образом, роль «Грамотного» фактора состоит в расширении и конкретизации потенциально доступной меры освоения цифровых технологий на данный момент времени. Схожие результаты были получены в ходе оценки восприимчивости населения регионов России к внедрению цифровых технологий, где была «показана тесная положительная, однако не исчерпывающая взаимосвязь между цифровой грамотностью и уровнем цифровой восприимчивости населения. Чем

выше осведомленность жителей в отношении использования цифровых технологий, тем шире ими внедряются более сложные цифровые рутины (в первую очередь в сфере цифровой экономики и пространственной мобильности)» [2, с. 180].

Что влияет на весомость самого «Грамотного» фактора? Помимо оцениваемого респондентами уровня своих знаний о цифровых технологиях как на усиление, так и на ослабление этого фактора оказывают влияние социальные стереотипы как устойчивые программы мышления и поведения, причём, как правило, эмоционально окрашенные. Если в личностно значимом социальном окружении распространены представления о том, что «цифра – это круто!», то такой стереотип будет побуждать осваивать гаджеты. Если же, например, авторитетные для данного субъекта люди полагают, что «гаджеты отупляют!», то это будет порождать, как минимум, «прохладное» отношение к цифровым технологиям. Близкие по своей сути регуляторы, работающие на индивидуальном уровне, связаны с так называемой эмоциональной памятью [3, с. 21]. Если предыдущий опыт использования гаджетов связан у субъектов с положительными переживаниями, приятными эмоциями, то это будет на подсознательном уровне подталкивать их к дальнейшему обращению к цифровым устройствам, если же предыдущий опыт эмоционально негативный, то это будет, помимо воли, сдерживать освоение цифровых технологий в повседневных практиках. Российские коллеги, изучая распространение цифровых технологий в жизни россиян, также пришли к выводу, что «позитивное отношение к инновациям и информационно-коммуникационным технологиям определяется опытом применения современных технологий в образовательном процессе, возрастом и заинтересованностью (готовностью) респондентов к использованию инноваций и цифровых технологий в повседневной жизни. Отношение к инновациям определяется во многом психологическими характеристиками респондента, его готовностью воспринимать инновации. Несмотря на различные масштабы распространения таких инновационных практик, как использование планшета и дистанционные финансовые услуги, их распространённость определяется схожими факторами» [4, с. 45].

С учетом вышеизложенного, сильный, весомый «Грамотный» фактор существенным образом подталкивает субъекта к дальнейшему внедрению цифровых технологий в свои повседневные практики. В обратную сторону этот механизм тоже работает. Если субъект оценивает себя как недостаточно грамотного (или совсем не грамотного) в цифровом плане, то и «всматриваться» в стимуляционное поле цифровых технологий он не видит особого смысла.... Считает, что «может, для кого-то они и могут быть полезны, но лично я как обходился(-ась) без них, так и дальше проживу...». В этом случае оценка «цифрового» стимуляционного поля в кругу пассивных в цифровом плане субъектов может носить сугубо теоретический и эмоционально нейтральный, не побуждающий к действиям характер. Что мы и наблюдаем по результатам проведенного нами исследования.

При ответе на вопрос: «Что из перечисленного Вы можете отнести к преимуществам использования цифровых технологий (гаджеты, сервисы, приложения и т. п.) в различных сферах?» первую тройку самых распространенных во всех выделенных группах составили одни и те же ответы, только рейтинговые места «перемешаны» и доли выборов существенно отличаются. Вариант «появление новых форм платежных систем и возможностей осуществления финансовых операций (интернет-банкинг, мобильный банк, получение кредита онлайн, электронные кошельки, ЕРИП и т. п.)» выбрали 77,9 % «Активных» (I рейтинговое место в группе), 66,1 % «Адаптивных» (также I рейтинговое место) и 27,2 % «Пассивных» (III рейтинговое место); вариант «расширение возможностей общения с людьми в любой точке мира» отметили 70,0 % «Активных» (II место), 58,5 % «Адаптивных» (III место) и 30,9 % «Пассивных» (II место); вариант «появление банкоматов, инфокиосков, позволяющих совершать финансовые операции в любое время суток» указали 67,1 % «Активных» (III место), 60,5 % «Адаптивных» (II место) и 31,8 % «Пассивных» (I место в группе). Полученное распределение ответов позволяет нам сделать следующий вывод: представители выделенных групп «по контурам» видят в стимуляционном поле примерно одну и ту же структуру возможностей, но в видении «Пассивных» она «бледная» и «разреженная», а в видении «Активных» – «яркая» и «концентрированная». «Адаптивные» занимают промежуточное положение с тяготением к «Активным». Сформулированный вывод подтверждается тем,

что при ответе на указанный вопрос о преимуществах использования цифровых технологий 25,5 % «Пассивных» затруднились с ответом и 13,2 % представителей данной группы выбрали вариант «ничего из перечисленного». В группе «Адаптивных» аналогичные доли намного ниже: 8,6 и 2,4 %, а в группе «Активных» они составляют всего лишь 2,8 и 0,8 % соответственно.

В структуре стимуляционно-мотивационного механизма социального субъекта ключевую роль играет интерес, который обеспечивает оценку и избирательную активацию стимулов, присутствующих в поле возможностей, производя тем самым их трансформацию в мотивы действий субъекта [5, с. 47–49]. «Если физический мир подчинен закону движения, то мир духовный не менее подчинен закону интереса. На земле интерес есть всемогущий волшебник, изменяющий в глазах всех существ вид всякого предмета» [6, с. 186–187]. Даже если представить себе, что в определенной ситуации переменные в составе «Стимуляционного» фактора выражены заметно, т. е. имеется значительное количество потенциально привлекательных для субъекта возможностей в освоении цифровых технологий, но все они или большинство из них по тем или иным причинам субъекту не интересны, то он может все время так и остаться «прозябать на старте» и не включиться в реальный процесс освоения этих технологий. Оценить в социологическом измерении роль интереса как фактора распространения цифровых технологий позволяет распределение ответов респондентов на вопрос: «По каким направлениям Вы бы хотели повысить уровень своих знаний и навыков?». Исследование показало, что несмотря на сравнительно недавнюю всеохватывающую повседневные социально-экономические практики «цифровую экспансию», структура внутригрупповых интересов «Активных», «Адаптивных» и «Пассивных» к цифровым технологиям уже довольно сильно отличается (табл. 2). Это свидетельствует о том, что из всех рассматриваемых нами «субъектных» факторов («Компетентностный», «Грамотный», «Стимуляционный», «Интересный») именно «Интересный» фактор является самым сильным регулятором «цифрового» поведения социальных субъектов.

Т а б л и ц а 2. Распределение ответов на вопрос: «По каким направлениям Вы бы хотели повысить уровень своих знаний и навыков?», % (в скобках указаны рейтинговые места внутри группы)

Table 2. Distribution of answers to the question: “In what areas would you like to improve the level of your knowledge and skills?”, % (ranking places within the group are indicated in brackets)

Направление Direction	Группа Group		
	Активные Active	Адаптивные Adaptive	Пассивные Passive
Работа с искусственным интеллектом и изучение его возможностей	35,7 (1)	13,4 (5)	1,7 (10)
Правила безопасности в сети Интернет, защита личной информации	25,6 (2)	20,5 (1)	6,0 (4)
Недопущение вовлечения детей/подростков в незаконную/противоправную деятельность в интернете	21,0 (3)	14,1 (4)	3,1 (8)
Работа с различными программами и приложениями (как скачать, установить и пользоваться)	20,0 (4)	16,5 (3)	5,4 (5)
Правовые аспекты регулирования интернет-среды (защита интеллектуальной собственности, цензура и т. п.)	16,5 (5)	9,3 (9)	0,6 (12)
Подача онлайн документов, заявлений/заказ услуг в различных организациях (онлайн заполнение декларации, онлайн-запись к врачу, электронное обращение в ЖКХ и т. п.)	16,1 (6)	11,8 (7)	3,7 (6)
Работа с компьютером, смартфоном (базовые навыки)	15,1 (7)	19,1 (2)	15,4 (1)
Работа с информацией из источников в сети Интернет (как формулировать запрос, находить нужную информацию, проверить достоверность)	13,9 (8)	11,3 (8)	3,4 (7)
Ведение социальных сетей, каналов и т. д.	12,5 (9)	4,9 (11)	2,3 (9)
Оплата товаров и услуг с помощью онлайн-сервисов (интернет-банкинг, ЕРИП, мобильный банк и т. д.)	12,4 (10)	12,6 (6)	6,8 (2)
Использование онлайн-сервисов (Telegram, Zoom, Viber, Яндекс-такси и т. п.)	9,4 (11)	8,0 (10)	6,3 (3)
Кибербуллинг и как ему противостоять (травле и запугиванию в интернете)	9,2 (12)	4,9 (12)	0,9 (11)
Другое	0,6 (13)	0,3 (13)	0,3 (13)
Ничего из перечисленного	10,7	16,5	41,9
Затрудняюсь ответить	10,2	22,4	28,2
Нет ответа	0,9	0,6	0,3

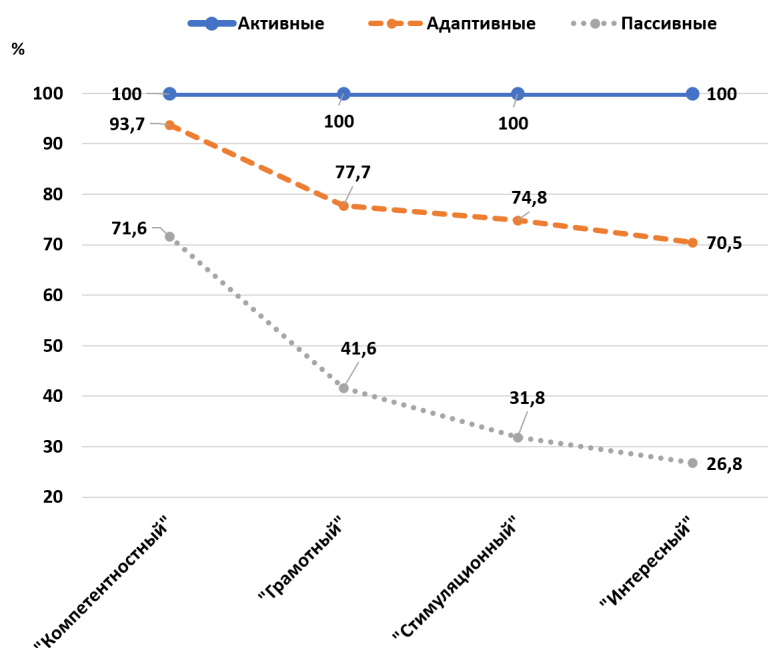


Рис. 2. Профили «субъектных» факторов распространения цифровых технологий в группах «Адаптивных» и «Пассивных» относительно профиля «Активных», принятого за эталон – 100 %

Fig. 2. Profiles of “subjective” factors of the spread of digital technologies in the “Adaptive” and “Passive” groups relative to the “Active” profile taken as the standard – 100 %

Сравнительный анализ данных по группам, представленных в табл. 2, позволяет сделать следующие основные выводы. Во-первых, проявленность общего интереса «Активных» к повышению своих знаний и навыков в области цифровых технологий, определяемая по частоте выбора всех ответов в данной группе, существенно выше, чем у «Адаптивных» и «Пассивных». Во-вторых, «Активные», образно говоря, готовы «рвануть» в освоении всех возможных преимуществ цифровых технологий «рука об руку» с искусственным интеллектом, хотя сами научиться это делать безопасно, и передать соответствующие навыки своим детям. В-третьих, «Адаптивные» пока даже в мыслях не могут себе позволить столь глубокое погружение в мир цифровых технологий, но уже довольно четко понимают, что погружению этому нужно учиться путем освоения безопасных навыков и технологий, и, в принципе, они к этому готовы. В-четвертых, «Пассивные» – это самая сложная группа, с одной стороны, в смысле отрицательной и отрицающей направленности их интереса к цифровым технологиям, а с другой – неожиданной, пусть и незначительной, включенности в их освоение. Вроде бы, в этом плане, им ничего не надо, но, вместе с тем, каждый шестой не против осваивать базовые навыки работы с компьютером или смартфоном.

Если степень выраженности группового интереса «активных» к освоению цифровых технологий, которую мы определяем по сумме всех ответов респондентов на вопрос «По каким направлениям Вы бы хотели повысить уровень своих знаний и навыков?», условно принять за 100 %, то в группе «Адаптивных» этот уровень составляет 70,5 %, а группа «Пассивных» демонстрирует лишь 26,8 % от степени выраженности интереса «Активных». По остальным «субъектным» факторам мы также рассчитали аналогичные значения, которые представлены на рис. 2.

Выявленные в ходе исследования профили «субъектных» факторов позволяют охарактеризовать роль «Компетентностного» фактора как «разрешающую», т. е. обеспечивающую на основе имеющихся навыков и качеств потенциальное вхождение социальных субъектов в мир цифровых технологий. Роль «Грамотного» фактора – «подготавливающая», формирующая теоретические основы и соответствующий положительный эмоциональный настрой на освоение цифровых технологий. Роль «Стимуляционного» фактора – «предстартовая», задающая спектр имеющихся возможностей в области цифровых программ, сервисов, приспособлений. Роль «Ин-

тересного» фактора – «включающая», т. е. запускающая в работу весь стимуляционно-мотивационный механизм активации поведения социальных субъектов в области освоения цифровых технологий в повседневных социально-экономических практиках.

Заключение. Факторы, определяющие распространение объекта исследования – цифровых технологий в повседневных социально-экономических практиках населения («объектные» факторы), – наиболее «фактурно» представлены «пятеркой» детерминант, включающей: 1) комплекс новых интересных возможностей, облегчающих и ускоряющих рутинные операции, а также – упрощающих включение человека в образовательные процессы; 2) высокотехнологичные и гибкие формы занятости, которые обеспечивают существенно более комфортные условия труда и дают работнику невиданные ранее степени свободы в плане места и времени включения в трудовые процессы; 3) эффективные технические средства и способы реализации самосохранительных моделей поведения; 4) разнообразные и доступные средства коммуникации вне границ и расстояний; 5) удобные и быстрые способы получения многочисленных, в том числе финансовых, услуг. Эти «объектные» факторы задают «общий тон» в распространении цифровых технологий в повседневной жизни.

Детализация «факторной палитры» предполагает выделение, наряду с «объектными» факторами, еще и группы «субъектных» факторов, непосредственно детерминирующих мотивацию социальных субъектов к освоению цифровых технологий. Среди «субъектных» факторов, как показало проведенное исследование, ключевую роль играет «Интересный» фактор. Мало знать или думать, что знаешь о цифровых технологиях. Пока не будет сформирован конкретный интерес, преобразующий потенциальные возможности стимуляционного поля в мотивы как внутренние побуждения к действиям, освоение цифровых технологий не произойдет. А формирование интереса (ненавязчивое и аккуратное в отношении «Адаптивных» и особенно – «Пассивных») возможно через обучение, дополнительное образование, доступные мастер-классы по освоению новых социальных практик, чтобы постепенно «разогревался интерес», который потом «увидит» в стимуляционном поле привлекательные для человека возможности. Так, во-первых, сформируется внутреннее побуждение к действию и, во-вторых, одновременно поднимется самооценка цифровой грамотности. Стратегически важно в организации переобучения «Адаптивных» и, по возможности, «Пассивных» учитывать степень и направленность (по конкретным задачам и сферам приложения) проявленных ими интересов в освоении цифровых технологий.

Список использованных источников

1. Айбазова, М. Ю. Формирование надпрофессиональных компетенций студентов в цифровой образовательной среде / М. Ю. Айбазова, А. К. Айбазова, А. А. Карасова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2021. – № 2 (31). – С. 143–147. <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2021-31-143-147>
2. Михайлова, А. А. Оценка восприимчивости населения регионов России к внедрению цифровых технологий / А. А. Михайлова // Балтийский регион. – 2021. – Т. 13, № 3. С. 168–184. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2021-3-9>
3. Дейнека, О. С. Экономическая психология / О. С. Дейнека. – СПб., 2000. – 160 с.
4. Кучмаева, О. В. Цифровые технологии в повседневной жизни россиян / О. В. Кучмаева, М. Ю. Архипова // Вопросы статистики. – 2021. – № 28 (3). – С. 45–55. <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2021-28-3-45-55>
5. Кобяк, О. В. Экономическое поведение: принципы и методы социологического моделирования / О. В. Кобяк. – Минск, 2015. – 240 с.
6. Гельвеций, К. А. Сочинения: в 2 т. / К. А. Гельвеций. – М., 1973. – Т. 1. – 647 с.

References

1. Aybazova M. Yu., Aybazova A. K., Karasova A. A. Formation of supra-professional competences of students in the digital educational environment. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya* = Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research, 2021, no. 2 (31), pp. 143–147 (in Russian). <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2021-31-143-147>
2. Mikhaylova A. A. Valuating the appropriation of digital technologies across Russian regions. *Baltic Region*, 2021, vol. 13, no. 3, pp. 168–184 (in Russian). <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2021-3-9>
3. Deineka O. S. *Economic Psychology*. St.-Petersburg, 2000. 160 p. (in Russian).

4. Kuchmaeva O. V., Arkhipova M. Yu. Digital technologies in everyday life of the Russians. *Voprosy statistiki = Statistics questions*, 2021, no. 28 (3), pp. 45–55 (in Russian). <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2021-28-3-45-55>
5. Kabiak A. V. *Economic behavior: principles and methods of sociological modeling*. Minsk, 2015. 240 p. (in Russian).
6. Helvetius K. A. *Collected Works in 2 vol.* Moscow, 1973, vol. 1. 647 p. (in Russian).

Информация об авторе

Кобяк Олег Витальевич – д-р социол. наук, профессор, заведующий отделом. Институт социологии НАН Беларуси (ул. Сурганова, 1/2, 220072, Минск, Республика Беларусь). E-mail: aleh.kabiak@mail.ru. ORCID: 0000-0001-9520-576X.

Information about the author

Kabiak Aleh V. – D. Sc. (Sociology), Professor, Head of the Department. Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus (1/2, Surganov Str., 220072, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: aleh.kabiak@mail.ru. ORCID: 0000-0001-9520-576X.