



Научная статья  
DOI [10.19181/nko.2023.29.3.3](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.3)  
EDN [IWREJO](https://www.edn.ru/IDWREJO)  
УДК 327; 323.1



Н. В. Проказина<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС  
Орёл, Россия

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В РЕАЛЬНОМ И ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВАХ

**Аннотация.** В условиях цифровизации всех процессов и сфер жизнедеятельности существенно изменяется образ жизни современного человека. Большой трансформации подвержены коммуникативные практики, которые осуществляются в виртуальном пространстве. Коммуникативные практики формируют новые модели и паттерны поведения, придавая новый смысл и содержание механизмам взаимодействия. Виртуализация коммуникативного пространства наибольшее влияние оказывает на детей, подростков и молодёжь, поскольку выступает ключевым условием их социализации, конструируя смыслы, содержание, модели и практики взаимодействия.

Цель статьи – обоснование особенностей коммуникативных практик молодёжи в реальном и виртуальном пространстве. Коммуникативные практики молодёжи сегодня представляют объект междисциплинарного изучения. Именно этот подход позволяет выявить мотивы и установки молодёжи о возможностях, функциях, целях коммуникативных практик в реальном и виртуальном пространстве. Сегодня прослеживается взаимодополнение функций коммуникативных практик, осуществляемых молодёжью в реальном и виртуальном пространстве. Коммуникативные практики молодёжи следует рассматривать как один из ключевых компонентов саморегуляционных механизмов молодёжи, поскольку они направлены не только на передачу информации, но и на конструирование, производство и трансляцию смыслов. Особенности коммуникативных практик позволяют определить представления молодёжи о коммуникации, об их функциях и возможностях, о восприятии интернет-пространства.

Обосновано что повышение инструментальной компетенции, формирование навыков цифровой гигиены, развития коммуникативных навыков и трансмедиаграмотности в целом обеспечивают адекватность коммуникативных практик, снижают девиантные формы проявления в реальном и виртуальном пространствах. Полученные выводы позволяют разработать программы по развитию коммуникативных навыков, и трансмедиаграмотности, обосновывать программы сопро-вождения интернет-социализации для детей, подростков и молодёжи.

**Ключевые слова:** коммуникативные практики; молодёжь; реальное и виртуальное пространство; интернет-социализация; конструирование; саморегуляция; трансмедиаграмотность

**Для цитирования:** Проказина Н. В. Коммуникативные практики молодежи в реальном и виртуальном пространствах // Наука. Культура. Общество. 2023. Т. 29, № 3. С. 69–81. DOI [10.19181/nko.2023.29.3.3](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.3). EDN [IWREJO](https://www.edn.ru/IDWREJO)

**Введение.** Всеобщая цифровизация задаёт особые условия для коммуникативных практик, которые осуществляются в реальном и виртуальном пространстве. Виртуализация коммуникативного пространства и существенная роль интернет социализации обуславливает теоретическую и практическую значимость исследования коммуникативных практик молодёжи в условиях реального и виртуального пространства, выявление и обоснование их особенностей.

Важность рассмотрения коммуникативных практик в условиях виртуального пространства обусловлена тем, что «отзеркаливание» собственного поведе-

ния в информационном поле становится в определенной степени инструментом моделирования социальных действий и их последствий» [1].

В этих условиях смысловое и содержательное наполнение коммуникативных практик молодёжи, равно как и используемые инструменты и технологии представляют не только научно-исследовательский интерес, но имеют и практическую ценность. Поскольку «коммуникативный навык, коммуникативная компетентность являются теми личностными образованиями, через которые проявляются смыслы и ценности взаимодействия» [2, с. 213]. Следовательно, коммуникативные практики влияют на характер, содержание и виды жизнедеятельности молодёжи.

Исследование и выявление особенностей коммуникативных практик молодёжи в реальной и виртуальной среде обусловлено, *во-первых*, виртуализацией пространства, в котором осуществляются все процессы жизнедеятельности современного человека. *Во-вторых*, изменением характера коммуникации, которая сегодня направлена не только на передачу информации, но и на конструирование, производство и трансляцию смыслов. *В-третьих*, ориентацией на то, что коммуникативные практики следует рассматривать как один из ключевых саморегуляционных механизмов молодёжи.

**Методы и методология.** Исследование коммуникативных практик молодёжи целесообразно осуществлять на основе методологических подходов к исследованию молодёжи, с одной стороны, и концептуальных положениях коммуникологии, с другой.

Основу современного исследовательского подхода в социологии молодёжи составляет полипарадигмальность. Именно такой подход по мнению Ю. А. Зубок и В. И. Чупрова позволяет «преодолеть ограниченность классических социологических теорий и методов познания в условиях динамизма социальной реальности, отразить нелинейность и диверсификацию внутри молодёжи и общества, исследовать новые противоречия в их взаимодействии, увязать многообразие социальных практик» [3].

Для понимания особенностей социального развития в целом и формирования коммуникативных практик молодёжи в частности, эвристический потенциал имеет рискологический подход [4; 5]. Он позволяет выделить ключевые характеристики современного этапа общественного развития: динамизм, изменчивость, нелинейность, поливариативность, неустойчивость, необратимость, неопределённость.

Обоснование выводов об особенностях коммуникации и коммуникативных практик опирается на теоретические конструкты П. Бурдьё [6], П. Бергера и Т. Лукмана [7], Э. Гидденса [8].

Изучение публикаций по заявленной теме позволяет сделать вывод об исследовательском интересе к проблемам формирования и конструирования коммуникативных практик [9; 10], особенностям молодёжных коммуникаций в условиях цифровизации [11; 12], коммуникативных практиках молодёжи в социальных сетях [13], коммуникативной компетентности личности в изменяющейся социальной реальности [14; 15; 16].

В основе эмпирических выводов и положений лежат результаты всероссийских исследований, проведённых ВЦИОМ<sup>1</sup>, Циркон<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Медиапотребление и активность в интернете // ВЦИОМ: [сайт]. 23.09.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 17.07.2023).

<sup>2</sup> Медиаграмотность: расширенная подборка данных Циркон к тематическому выпуску СоциоДиггер. 2021. Июль. Т. 2, Вып. 6(11). URL <https://sociodigger.ru/releases/release/mediagramotnost> (дата обращения: 19.07.2023).

**Результаты.** Для определения понятия «коммуникативные практики» рассмотрим более широкое понятие – «социальные практики», а его ключевые характеристики будем использовать в качестве базовых.

Опираясь на концептуальные положения П. Бурдьё [5], представляем социальные практики не только как целе- и ценностно- рациональные действия, но и как обыденные рутинные операции и поступки. Следовательно, социальные практики обусловлены, как правило, условиями и особенностями социальной среды, с одной стороны, а с другой, имеют потенциальную возможность влиять на изменения этой среды.

В представлениях П. Бергера и Т. Лукмана [6] ключевую роль при формировании социальных практик приобретает хаби́туализация, т. е. опривычивание действий. Такой подход объясняет повторяемость практик, их общественное воспроизводство и институционализацию через сформировавшуюся систему интенций и ожиданий. Изменяющиеся условия социальной среды влияют и трансформируют и уровень готовности и ожиданий, поэтому социальные практики обладают изменчивостью, адаптивностью и гибкостью.

В соответствии с теоретическими подходами Э. Гидденса [7] социальные практики представляют первичную социальную реальность, привязанную к определённой ситуации.

Следовательно, социальные практики в широком смысле – это воссоздаваемые, опривыченные действия, привязанные к определённой ситуации, представляющие первичную социальную реальность. Социальные практики опираются на коллективный опыт, являются условием стабильности и воспроизводства социальных институтов. Социальные практики обеспечивают конструирование собственной социальной субъектности.

Понимание социальных коммуникаций, отражённое в работах Т. М. Дридзе, Н. Лумана, Ф. И. Шаркова, Ю. Хабермаса и др. формирует представление о том, что целью коммуникации является «не только передача информации, но и заложенного в ней личностно-значимого смысла, который должен быть понят адресатом» [15]. Таким образом, существенным признаком коммуникации является понимание другого.

Используя определение социальных практик и представлений о социальной коммуникации в качестве базовых, сформулируем определение коммуникативных практик. Под *коммуникативными практиками* мы понимаем разнообразные формы и способы общения, взаимодействия, сотрудничества молодёжи в реальном и виртуальном пространстве с целью обмена информацией и смыслами. Коммуникативные практики молодёжи позволяют молодёжи самоутверждаться, реализовывать свои интересы, формировать и конструировать основу смысложизненных целей и средств их достижения.

Особенностью коммуникативных практик молодёжи сегодня является активное использование разнообразных инструментов в условиях реальной и виртуальной среды.

Выбор виртуальной среды для осуществления коммуникативных практик обусловлен особенностями коммуникации в виртуальном пространстве. К ключевым особенностям относят: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, креативность, мозаичность неопределённость.

Виртуальность – не предполагает физического присутствия участников общения, позволяя общаться на расстоянии. Виртуальность выступает как возможность имитации реального мира и действий в нём, как если бы он существовал в реальности. Сложностью, которую порождает виртуальность, является

отсутствие невербальных каналов и, как следствие, возможность неправильной интерпретации сообщений, трансляции смыслов и содержания.

Интерактивность – обеспечивает взаимодействие, обмен информацией и реакцию на действия людей и изменения окружающей среды независимо от пространственного расположения участников. Интерактивность позволяет создавать собственные аккаунты, настройки профиля, настройки конфиденциальности и безопасности, управлять своими сообщениями, контактами. Интерактивность обеспечивает гибкость и доступность коммуникации.

Гипертекстуальность – обуславливает возможность легко находить нужную информацию, перемещаться по текстам, изображениям, аудио и видеофайлам, что оптимизирует время на поиск информации и расширяет возможности использования разнообразных источников.

Креативность – с одной стороны, обеспечивает свободу, а с другой, позволяет создать более запоминающийся контент, способный привлечь внимание аудитории. Благодаря креативности создаются новые формы взаимодействия и коммуникации, инструменты обучения и общения.

Мозаичность – проявляется как возможность использования различных каналов связи и платформ для общения и взаимодействия, выбор стиля общения, использование неформальных или формальных языковых средств. Используя множество альтернативных инструментов для коммуникативных практик, достигается их разнообразие и вариативность. Однако, это многообразие может таить в себе уязвимости, обусловленные тем, что разнообразие стилей, форматов, каналов и средств может создавать сложности во взаимопонимании.

Отдельно стоит выделить такую особенность коммуникации в виртуальном пространстве как неопределённость. Неопределённость связана с объективными (скорость передачи информации, качество связи), и субъективными характеристиками (различия во взглядах и ценностях, мнениях и убеждениях). Неопределённость виртуальной коммуникации может быть и связана с тем, в каком контексте сформулирована, передана и получена информации, как она интерпретирована.

Выбор коммуникативных практик зависит от представлений молодёжи об их рациональности, целесообразности, эффективности и привлекательности. Конкретный выбор, в том числе виртуального пространства для взаимодействия, обусловлен саморегуляционным механизмом деятельности молодёжи. В исследовании Е. В. Чанковой и О. В. Сорокина подчёркивается, что в «саморегуляции коммуникативных интеракций преобладает рационализация, выражаемая в гибкости и мобильности коммуникации, ускорении и установке на поверхностные контакты, необязательность как отражение сиюминутности, эмоциональная автономность, снижение эмпатии и «сетевая жаргонизация» [14].

Отличительной характеристикой коммуникативных практик является то, что они направлены не только на процесс передачи информации, но и являются инструментом создания, дополнения и конструирования содержания, новых правил, норм и практик жизнедеятельности. Следовательно, коммуникативные практики сегодня следует рассматривать как один из ключевых саморегуляционных механизмов молодёжи.

Ключевыми функциями коммуникативных практик молодёжи являются:  
– информационная – служит для передачи определённых потоков информации, в современных условиях коммуникация обеспечивает передачу и конструирование смыслов;

- регулятивная – направлена на координацию и синхронизацию социальных действий, взаимодействий, отношений, социальных связей в целом, обеспечивая определённый порядок;
- интерактивная – обеспечивает взаимодействие и формирование устойчивых связей между акторами;
- ориентирующая – задаёт определённые образцы и модели поведения, ценности и нормы;
- перцептивная – регулирует восприятие и понимание партнёра и себя и обеспечивает установление контактов, взаимодействий и социальных отношений;
- экспрессивная – проявляется в создании и поддержании определённой эмоционально-психологической атмосферы;
- компенсаторная – обуславливает поиск значимых других и «своего» социального пространства;
- смыслообразующая – связанная со структурированием опыта и выделении на его основе ключевых смыслов и идей.
- интегративная – создаёт условия для осознания своей причастности к определённым социальным общностям и группам, обуславливая консолидацию и солидарность.
- рекреативная – обеспечивает психологическую разгрузку, переключение внимания на другие объекты, реализацию своих интересов.

Коммуникативные практики молодёжи рассматриваем как социокультурный феномен, который находится под сильным влиянием социальных, культурных, технологических и других факторов микро-, мезо- и макро-среды.

Рассматривая коммуникативные практики, отмечаем их ключевую роль в механизмах саморегуляции в молодёжной среде. Под саморегуляцией в широком смысле понимаем «воздействие молодых индивидов и групп на самих себя с целью достижения желаемого состояния» [2, с. 28]. Особую значимость коммуникативным практикам придаёт тот факт, что они напрямую влияют на установки и представления молодёжи, и главное, на модели, практики поведения и образцы действий и поведения.

Выделяя направления изменения механизмов саморегуляции в молодёжной среде, Ю. А. Зубок и В. И. Чупров отмечают, что вектор «смещается в сторону индивидуального выбора на фоне снижения институциональных влияний» [3, с. 28]. Следовательно, именно вариативность и многообразие коммуникативных практик обеспечивают возможность выбора альтернатив на личностном и групповом уровне.

Таким образом, коммуникативные практики молодёжи направлены не только на передачу информации, но и на конструирование, производство и трансляцию смыслов. Коммуникативные практики, осуществляемые в виртуальном и реальном пространстве, взаимодополняют друг друга. Выбор формата коммуникативных практик зависит от представлений молодёжи об их рациональности, целесообразности, эффективности и привлекательности.

**Обсуждение.** Ключевая функция, ради которой осуществляются коммуникативные практики молодёжи, – информационная.

В условиях виртуализации коммуникативного пространства прослеживается существенное увеличение значения роли Интернета как источника информации, смыслов и содержания (таблица 1).

**Источники проверки и уточнения информации**  
(% от числа опрошенных, закрытый вопрос, не более двух ответов)

Варианты ответа	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019
Обращусь к друзьям, родственникам, знакомым	46	32	35	36	35	37	39	41	35
Поищу информацию в газетах или журналах	20	9	11	11	12	8	9	8	5
Поищу информацию на телевизионных каналах	22	16	9	15	12	15	11	16	14
Послушаю новости по радио	7	5	6	6	4	4	4	5	5
Поищу информацию в интернете	23	35	39	42	43	48	43	46	66
Ничего не буду делать / Я не буду тратить времени на уточнение и проверку	3	20	24	18	19	19	21	15	9
Другое	1	0	1	1	0	0	0	1	0
Затрудняюсь ответить	11	3	2	3	2	1	3	3	1

*Источник:* Результаты исследования ЦИРКОН (2016). Оценка уровня медиаграмотности населения в разрезе субъектов Российской Федерации (10 пилотных регионов). URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/b14/otsenka-urovnya-mediagramotnosti-naseleniya-v-razreze-subektov-rossiyskoy-federatsii-10-regionov.pdf> (дата обращения: 23.07.2023).

Дополнительно в базу мониторинга включены данные опросов:

1. ЦИРКОН (2018). Измерение степени ценностной солидаризации и уровня общественного доверия в российском обществе. URL: <http://doverie.zircon.tilda.ws/> (дата обращения: 23.07.2023).

2. ЦИРКОН (2019). Индекс цифровой грамотности населения России. URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/a63/Index\\_cifrivii\\_gramotnosti\\_2019\\_rocit.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/a63/Index_cifrivii_gramotnosti_2019_rocit.pdf).

Молодёжь занимает особое место по включенности в виртуальные практики коммуникации. Интернет как основной источник информации, в том числе о событиях в стране отмечают подавляющее большинство молодёжи. Отмечается вариативность и мозаичность используемых источников информации и снижение у молодёжных групп интереса к новостным, аналитическим, официальным сайтам, выполняющим роль институциональных регуляторов (таблица 2).

Если для старшего поколения общение с друзьями и родственниками является значимым и предоставляющим определённую информацию, то для молодёжи Интернет имеет преимущественное значение перед родственниками и друзьями. Отметим, что ориентация на критическое осмысление и поиск разных источников информации более выражены у представителей молодёжи, которые готовы тратить время на проверку и уточнение информации, а следовательно, на конструирование смыслов, их новую интерпретацию (таблица 3).

Таким образом, поиск смыслов, нахождение фактов, подтверждающих сформировавшиеся установки и уверенность в правоте собственной позиции можно отметить как один из мотивов коммуникативных практик в виртуальной среде.

Виды действий, которые осуществляет молодёжь в виртуальной среде достаточно разнообразны. Они позволяют говорить о проявлении таких особенностей коммуникации в виртуальном пространстве как креативность, гипертекстуальность, мозаичность (таблица 4).

Таблица 2

**Главный источник информации о событиях в стране**  
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных, сентябрь 2021)

Варианты ответов	Все	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45–59 лет	60 лет и старше
Телевидение	42	11	19	30	49	67
Интернет — социальные сети, блоги	21	45	35	28	14	7
Интернет — новостные, аналитические, официальные сайты	20	28	25	27	21	10
Разговоры с людьми	5	5	7	4	5	3
Мессенджеры (WhatsApp, Telegram, Viber и другое)	4	7	8	4	3	2
Радио	2	0	1	3	3	4
Газеты	1	1	1	0	1	3
Журналы	0	0	0	0	0	0
Ничего из перечисленного	2	0	4	3	2	2
Затрудняюсь ответить	3	3	0	1	2	2

Источник: Медиapotребление и активность в интернете // ВЦИОМ: [сайт]. 23.09.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 17.07.2023).

Таблица 3

**Источники проверки и уточнения информации в разных социально-демографических группах** (% от числа опрошенных, закрытый вопрос, любое число ответов)

Варианты ответов	Все опрошенные	Муж.	Жен.	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45–59 лет	60 +
Поищу информацию в Интернете	66	67	66	<b>83</b>	<b>85</b>	81	60	29
Обращусь к друзьям, родственникам, знакомым	35	33	36	24	31	31	36	49
Поищу информацию на телевизионных каналах	14	13	15	4	11	10	18	23
Поищу информацию в газетах или журналах	5	4	5	1	2	2	6	10
Послушаю новости по радио	5	5	5	1	3	3	6	9
Поищу информацию во всех возможных источниках	12	12	11	14	13	11	11	9
Другое	0	0	0	0	0	0	0	0
Ничего не буду делать, не буду тратить время на уточнение и проверку	9	9	9	6	4	6	10	20
Затрудняюсь ответить	1	1	1	1	1	0	1	1

Источник: Медиagramотность: расширенная подборка данных Циркон к тематическому выпуску СоциоДиггер. 2021. Июль. Т. 2, Вып. 6(11). URL: <https://sociodigger.ru/releases/release/mediagramotnost> (дата обращения: 19.07.2023).

Таблица 4

**Виды действий, осуществлённых в Интернете за последний месяц (30 дней)**  
*(закрытый вопрос, любое число ответов, %)*

Варианты ответов	Все	Муж.	Жен.	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45–59 лет	60 +
Размещал(а) фотографии, сделанные мной, на которых есть я	39	34	44	74	54	46	29	9
Размещал(а) фотографии, сделанные мной, на которых меня нет	22	21	23	44	31	27	15	4
Размещал(а) фотографии, сделанные кем-то другим, на которых есть я	16	15	18	35	21	19	12	2
Размещал(а) фотографии, сделанные кем-то другим, на которых меня нет	11	10	12	21	13	13	10	1
Размещал(а) картинки, нарисованные мной	5	5	5	10	5	7	5	0
Размещал(а) картинки, нарисованные кем-то другим	5	5	6	10	5	9	5	0
Размещал(а) видео, снятые мной, с моим участием	11	11	11	27	16	14	6	2
Размещал(а) видео, снятые мной, на которых меня нет	9	9	10	19	11	12	7	2
Размещал(а) видео, снятые кем-то другим, с моим участием	7	7	8	15	9	10	6	1
Размещал(а) видео, снятые кем-то другим, на которых меня нет	7	6	8	11	8	9	6	2
Размещал(а) собственные аудиофайлы (песни, музыку, диктофонные записи в моем исполнении/ написанные мной)	4	4	4	12	5	4	2	1
Размещал(а) другие аудиофайлы (песни и музыку других групп/исполнителей)	7	7	7	15	10	10	4	0
Публиковал(а) собственные тексты	5	5	6	11	7	8	4	0
Другое	0	1	0	1	1	0	0	0
Ничего из перечисленного не совершал	35	39	30	16	33	41	45	27
Затрудняюсь ответить	1	1	0	0	0	0	1	1
Пропуск / вопрос не задавался	18	18	19	0	3	4	19	61

Разнообразие задач, которые решают молодые люди благодаря коммуникативным практикам в виртуальном пространстве, отличается масштабом и вариативностью (таблица 5).

Таблица 5

**Цели использования Интернета**  
(% от числа опрошенных, закрытый вопрос, любое число ответов)

Варианты ответа	2009	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Читать новости	31	50	59	64	64	63	66
Пользоваться поисковыми сервисами (Yandex, Google и т. п.)	32	52	59	63	65	62	64
Скачивать, прослушивать аудио или видео	23	38	47	48	48	44	46
Скачивать, обновлять программное обеспечение	17	26	31	36	34	30	33
Играть в сетевые игры	12	22	29	30	28	27	29
Пользоваться электронной почтой	29	44	49	48	42	40	39
Размещать свои фотографии, видео в Интернете	15	31	44	46	40	39	43
Создавать собственные Интернет–страницы (сайты, блоги, дневники)	7	12	17	–	–	–	–
Искать работу через Интернет	12	16	24	26	24	20	24
Покупать, заказывать товары / услуги в интернет–магазинах	8	16	23	28	27	23	31
Оплачивать товары / услуги электронными деньгами	3	9	14	17	18	15	20
Управлять банковским счётом через Интернет (интернет–банкинг)	2	7	11	18	18	20	24
Подать заявление на получение госуслуг	–	–	–	16	17	16	24
Пользоваться облачными сервисами	–	–	–	15	14	16	19
Другое	–	–	–	1	3	1	1
Нет ответа	–	1	–	1	1	–	–
Не пользуются интернетом	61	37	35	30	28	31	26

*Источник:* Медиаграмотность: расширенная подборка данных Циркон к тематическому выпуску СоциоДиггер. 2021. Июль. Т. 2, Вып. 6(11). URL <https://sociodigger.ru/releases/release/mediagramotnost> (дата обращения: 19.07.2023).

Существенно увеличивается доля пользователей социальных сетей и мессенджеров для коммуникации. Относительно стабильно число респондентов, использующих для общения электронную почту.

Следовательно, коммуникативные практики молодежи сегодня активно осуществляются в условиях реальной и виртуальной среды. Эффективность коммуникации зависит от коммуникативной компетентности, которая в исследованиях Ю. А. Зубок и Е. В. Чанковой представлена как субъективно конструируемый феномен. Под коммуникативной компетентностью понимают «способность и готовность личности оптимизировать взаимодействие с учётом взаимных ожиданий и установок, общих интересов и ценностей» [15]. Коммуникативная компетентность обеспечивает передачу информации; трансляцию смысла, понимание содержания сообщения, адекватную обратную связь.

Сегодня, в условиях расширения, вариативности и многообразия коммуникативных практик молодёжи исследователи ставят закономерный вопрос о формировании трансмедиаграмотности [17]. Задача формирования трансмедиаграмотности молодёжи представляется особенно актуальной, если рассматривать коммуникативные практики как ключевой компонент саморегуляционного механизма. Трансмедиаграмотность имеет свои характеристики, которые отличают её от традиционной медиаграмотности. Под трансмедиаграмотностью А. Г. Качкаева и С. А. Шомова понимают «набор навыков, практик, ценностей, приоритетов, чувствительности и стратегий обучения/обмена, разработанных и применяемых в контексте новых культур участия» [17].

Таким образом, задача формирования трансмедиаграмотности – это объективный ответ на трансформацию ролей участников коммуникации. Сегодня это не пассивные наблюдатели или потребители, сегодня это активные потребители и производители новых смыслов и содержания. Следовательно, субъект коммуникации – это просьюмер как потребитель и производитель для своих потребностей. Это изменение ролей участников коммуникации стимулирует саморегуляционный потенциал коммуникативных практик и конструирование новых смыслов и содержания, которое влияет на поступки и деятельность в целом.

Формирование трансмедиаграмотности, повышение коммуникативной компетентности, формирование навыков цифровой гигиены и развития коммуникативных навыков молодёжи обеспечивают адекватность и эффективность коммуникативных практик, снижают девиантные формы проявления в реальном и виртуальном пространстве.

**Выводы.** Коммуникативные практики молодёжи – это социокультурный феномен, который находится под сильным влиянием социальных, культурных, технологических и других факторов микро-, мезо- и макросреды.

В условиях масштабной виртуализации коммуникативного пространства прослеживается специфика реализации тех или иных моделей поведения в целом, и коммуникативных практик в частности.

Многообразие и вариативность коммуникативных практик молодёжи в реальном и виртуальном пространстве позволяет удовлетворять потребности в общении, обмене информацией и опытом. Современные коммуникативные практики позволяют молодёжи быть не только пассивными потребителями контента, но и обеспечивают условия для его производства и распространения, и в целом, могут быть направлены и на решение проблем и достижение общих целей.

В условиях разрастания инструментов и вариаций коммуникации молодёжи, осуществляемой в условиях реальной и виртуальной среды, содержание и смысл являются разнообразными, динамичными, подвижными и изменчивыми. Коммуникативные практики молодёжи в реальном и виртуальном пространстве играют ключевую роль в саморегуляционных механизмах, и в целом, влияют на смыслы и содержание, установки и ценности молодёжи, модели и практики поведения. Особую роль выполняет коммуникативная компетентность, которая выступает ключевым ресурсом, позволяющим сохранить и расширить социальные связи посредством саморегуляции своей деятельности. В современных условиях актуальной является задача формирования трансмедиаграмотности. Поэтому перспективным направлением исследований являются социальные технологии по формированию коммуникативной компетентности и трансмедиаграмотности молодёжи.

### Библиографический список

1. Пеньков В. Ф., Маркарян Т. А. Молодежные коммуникации как феномен информационного общества // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. Т. 4, № 13. С. 39–46. EDN [XRMBWH](#).
2. Саморегуляция в молодежной среде: типологизация и моделирование / Ю. А. Зубок, О. А. Александрова, М. Б. Буланова [и др.]. Белгород : Эпицентр, 2022. 360 с. DOI [10.19181/monogr.978-5-89697-382-9.2022](#). EDN [TENQIH](#).
3. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся. 2017. № 15. С. 12–48. EDN [ZFBDYV](#).
4. Чупров В. И., Зубок Ю. А., Уильямс К. Молодёжь в обществе риска. М. : Наука, 2001. 230 с. ISBN 5-02-013150-4. EDN [YFHUUX](#).
5. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Рискогенность социокультурной среды обитания как фактор формирования социальных настроений // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2018. № 43. С. 148–160. DOI [10.17223/1998863X/43/14](#). EDN [XWEBPV](#).
6. Бурдые П. Практический смысл : пер. с фр. / Отв. ред. пер. и послесл. Н. А. Шматко. СПб. : Алетей, 2001. 562 с. ISBN 5-88329-351-7. EDN [QOGTMH](#).
7. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : Медиум, 1995. 322 с. ISBN 5-85691-036-2.
8. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации / Пер. с англ. И. Тюриной. М. : Академический проект, 2015. 528 с. ISBN 5-8291-0629-9. EDN [TNIRKP](#).
9. Зотов В. В., Лысенко В. А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества // Теория и практика общественного развития. 2010. № 3. С. 53–55. EDN [MWLEIR](#).
10. Лукман Т., Тягунова Т. Аспекты теории социальной коммуникации // Социологическое обозрение. 2007. Т. 6, № 3. С. 3–20. EDN [JWURZB](#).
11. Пеньков В. Ф., Маркарян Т. А. Молодежные коммуникации как феномен информационного общества // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. Т. 4, № 13. С. 39–46. EDN [XRMBWH](#).
12. Луцинка И. С. Когнитивные механизмы коммуникативного поведения в интернет-пространстве // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2018. Т. 4, № 3. С. 56–70. EDN [VJSNBF](#).
13. Гришаева С. А., Клюваев К. В. Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях // Цифровая социология. 2019. Т. 2, № 3. С. 4–9. DOI [10.26425/2658-347X-2019-3-4-9](#). EDN [DSDCZE](#).
14. Чанкова Е. В., Сорокин О. В. Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодежи // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. 2021. № 1. С. 131–142. EDN [OYDSZK](#).
15. Зубок Ю. А., Чанкова Е. В. Коммуникативная компетентность личности в пространстве виртуальной реальности // Научный результат. Социология и управление. 2019. Т. 5, № 4. С. 139–150. DOI [10.18413/2408-9338-2019-5-4-0-12](#). EDN [NSADIV](#).
16. 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. DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3](#). EDN [JAQKYX](#).
17. Качкаева А. Г., Шомова С. А. Понимая медиа. Медиаграмотность и критическая автономия в эпоху «коммуникативного капитализма», «эмпатичных медиа» и «чувствительных данных» // Социодиггер. 2021. Т. 2, № 6. С. 4–46. EDN [QBNFWW](#).

Поступила: 26.07.2023. Принята: 28.08.2023.

### Сведения об авторе:

**Проказина Наталья Васильевна**, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии и социальных технологий Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС. Орёл, Россия. [prokazina-nv@ranepa.ru](mailto:prokazina-nv@ranepa.ru)  
Author ID РИНЦ: [415159](#); ORCID: [0000-0002-1677-5324](#)

N. V. Prokazina<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Central Russian Institute of Management – Branch of the RANEPA  
Orel, Russia

## COMMUNICATIVE PRACTICES OF YOUTH IN REAL AND VIRTUAL SPACES

**Abstract.** In the context of digitalization of all processes and spheres of life, the lifestyle of a modern person is significantly changing. Communicative practices that are carried out both in real and virtual space are subject to great transformation. Communicative practices form new models and patterns of behavior, giving new meaning and content to the mechanisms of interaction. The virtualization of the communicative space has the greatest impact on children, adolescents and young people, since it is a key condition for their socialization, constructing meanings, content, models and practices of interaction.

The purpose of the article is to substantiate the features of the communicative practices of young people in real and virtual space. Communicative practices of young people today are an object of interdisciplinary study. It is this approach that makes it possible to identify the motives and attitudes of young people about the possibilities, functions, and goals of communicative practices in real and virtual space. Today, the complementarity of the functions of communicative practices carried out by young people in real and virtual space can be traced. Communicative practices of youth should be considered as one of the key components of self-regulatory mechanisms of youth, since they are aimed not only at the transfer of information, but also at the construction, production and transmission of meanings. Features of communication practices allow you to determine the ideas of young people about communication, about their functions and capabilities, about the perception of the Internet space.

It is substantiated that the increase in instrumental competence, the formation of digital hygiene skills, the development of communication skills and transmedia literacy in general ensure the adequacy of communication practices, reduce deviant forms of manifestation both in real and virtual space. The findings will make it possible to develop programs for the development of communication skills and transmedia literacy, to substantiate programs to support Internet socialization for children, adolescents and youth.

**Keywords:** communicative practices; youth; real and virtual space; Internet socialization; construction; self-regulation; transmediagrammatism

**For citation:** Prokazina N. V. Communicative practices of youth in real and virtual spaces. *Science. Culture. Society*. 2023;29(3):69–81. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.3>

### References

1. Penkov V. F., Markaryan T. A. Youth communications as a informational society phenomenon. *Tambov University review. Series: Social sciences*. 2018;4(13):39–46. (In Russ.).
2. Zubok Ju. A., Aleksandrova O. A., Bulanova M. B. Self-Regulation Among Young People: Typologization and Modeling. Belgorod: Epitsentr; 2022. 360 p. (In Russ.). DOI [10.19181/monogr.978-5-89697-382-9.2022](https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-382-9.2022).
3. Zubok Yu. A., Chuprov V. I. Modern sociology of youth: changing reality and new theoretical approaches. *Rossiia reformiruyushchayasya*. 2017;(15):12–48. (In Russ.).
4. Chuprov V. I., Zubok Yu. A., Williams K. Youth in risk society. Moscow: Nauka; 2001. 230 c. (In Russ.). ISBN 5-02-013150-4.
5. Zubok Yu. A., Chuprov V. I. Riskogenics of the sociocultural habitat as a factor of social sentiment formation. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2018;(43):148–160. (In Russ.). DOI [10.17223/1998863X/43/14](https://doi.org/10.17223/1998863X/43/14).
6. Bourdieu P. Le sens pratique. St. Petersburg: Aletheia; 2001. 562 p. (In Russ.). ISBN 5-88329-351-7.
7. Berger P., Luckmann T. The social construction of reality. A treatise in the sociology of knowledge. Moscow: Medium; 1995. 322 p. (In Russ.). ISBN 5-85691-036-2.

8. Giddens A. The constitution of society: Outline of the theory of structuration. Moscow: Academic Project; 2015. 528 p. (In Russ.). ISBN 5-8291-0629-9.
9. Zotov V. V., Lysenko V. A. Communicative practices as theoretical konstrukt of society studyng. *Theory and Practice of Social Development*. 2010;(3):53–55. (In Russ.).
10. Luckmann T., Tyagunova T. Aspects of the theory of social communication. *Sociological Review*. 2007;6(3):3–20. (In Russ.).
11. Penkov V. F., Markaryan T. A. Youth communications as a informational society phenomenon. *Tambov University review. Series: Social sciences*. 2018;4(13):39–46. (In Russ.).
12. Luchinkina I. S. Cognitive mechanisms of communicative behavior in the internet space. *Research result. Pedagogy and Psychology of Education*. 2018;4(3):56–70. (In Russ.).
13. Grishaeva S. A., Klyuvaev K. V. Communicative practices of young people in social networks. *Digital Sociology*. 2019;2(3):4–9. (In Russ.). DOI [10.26425/2658-347X-2019-3-4-9](https://doi.org/10.26425/2658-347X-2019-3-4-9).
14. Chankova E. V., Sorokin O. V. Traditional and modern in the youth communicative practices. *News from higher educational institutions. Sociology, economics, politics*. 2021;(1):131–142. (In Russ.).
15. Zubok Yu. A. Chankova E. V. Communicative competence of the personality in the space of virtual reality. *Research result. Sociology and Management*. 2019;5(4):139–150. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2019-5-4-0-12](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2019-5-4-0-12).
16. Seliverstova N. A., Chankova E. V. Socio-cultural reproduction of communicative competencies in young people. *Research result. Sociology and Management*. 2022;8(3):31–46. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3).
17. Kachkaeva A. G., Shomova S. A. Understanding media. Media literacy and critical autonomy in the era of “communicative capitalism”, “empathic media” and “sensitive data”. *Sociodigger*. 2021;2(6):4–46. (In Russ.).

Received: 26.07.2023. Accepted: 28.08.2023.

***Information about the author:***

**Natalia V. Prokazina**, Doctor of Sociology, Professor, Professor of the Department of Sociology and Social Technologies of the Central Russian Institute of Management, branch of the RANEPa. Orel, Russia. [prokazina-nv@ranepa.ru](mailto:prokazina-nv@ranepa.ru)  
ORCID: [0000-0002-1677-5324](https://orcid.org/0000-0002-1677-5324)