

УДК 316

DOI: 10.31040/2222-8349-2022-0-4-78-90

**ВИРТУАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ**

© Г.Р. Фаткуллина

Актуальность данного исследования определяется возрастающими темпами виртуализации современного общества. «Новая реальность» диктует свои правила, социальные сети, как и интернет, становятся неотъемлемой частью жизни и в значительной мере меняют существующую социальную реальность, порождая новые противоречия и ограничения.

Проанализированы статистка и тренды использования интернета как за рубежом, так и в России. Рассмотрены результаты различных исследований на тему поведения молодежи в интернете, влияния виртуализации на молодое поколение. Также представлена часть результатов исследования молодежи Республики Башкортостан в возрасте 14–35 лет, проведенного в 2021 г. Объем выборки составил 2000 человек, методика включала как квартирный опрос респондентов, так и онлайн-опрос посредством Google Формы. Исследование позволило сделать следующие выводы: был составлен рейтинг популярных социальных сетей среди молодежи республики; было выявлено, что использование социальных сетей в определенной степени приносит в жизнь молодежи дополнительную социальную нагрузку; были определены различия в тенденциях поведения в интернет-среде поколений Y и Z; также были проанализированы ценности, приоритеты представителей поколений Y и Z.

Ключевые слова: молодежь, информатизация, виртуализация, интернет, социальные сети, ценности, поколение Y, поколение Z.

В современном информационном обществе виртуальная реальность занимает все большее место. Она имеет множество различных воплощений, начиная от всемирной сети Интернет и заканчивая популярными видеоиграми. На сегодняшний день проблема интернета как популярной формы досуга является одной из наиболее важных проблем современности. В данном случае проблема понимается как сильное влияние технического прорыва на мировоззрение молодежи. Интернет занял лидирующую позицию в списке проведения досуга, который в свою очередь является одной из первостепенных ценностей для современной молодежи. В этой области реализуются многие социокультурные, духовные, эстетические, моральные, физические и другие потребности молодых людей. Культурно-досуговая сфера жизнедеятельности характеризуется свободой от профессиональных и семейно-бытовых обязанностей, где ослабляется институциональное давление на личность молодого человека. Именно в интернете молодые люди наиболее ярко проявляют себя в качестве свободных индивидуальностей. По мнению российских социологов, именно свобода определила главенствующую позицию

интернета как одну из самых популярных форм проведения досуга. Поэтому в современном российском обществе, в котором наблюдается нестабильность ценностных ориентаций, проблема досуга молодежи приобретает острую социально-культурную, а также государственную значимость.

В использовании сети Интернет людей привлекает возможность мгновенного ухода от реальности, эмоциональных проблем и даже серьезных жизненных сложностей (обилие работы, трудности в учебе, внезапная безработица, семейные неурядицы). Таким образом, интернет – рай для людей, желающих сбежать от действительности и скрыться в виртуальном мире, в котором можно выдать желаемое за действительное.

Пользователей социальных сетей становится все больше, если в 2011 г. сетью Интернет пользовались чуть больше 2 млрд чел. во всем мире (что составляло примерно 30% мирового населения), то сегодня, 11 лет спустя, эта глобальная цифра выросла почти до 4.9 млрд. пользователей, что составляет примерно 62% населения земного шара, причем на конец 2021 г. во всем мире более 6 из 10 человек

пользовались интернетом. Последние данные показывают, что за последний год число пользователей Сети в мире увеличилось более чем на 220 млн (+4.8%). Сейчас более чем две трети населения мира пользуются мобильными телефонами, при этом число глобальных пользователей увеличилось почти на 100 млн (+1.9%) за последний год и достигло 5.29 млрд в октябре 2021 г. Пользователей социальных сетей увеличилось более чем на 400 млн (+9.9%) за последние 12 месяцев и достигло 4.55 млрд в октябре 2021 г. Рост пользователей немного замедлился за последние 3 месяца, но общее их число в мире продолжает расти со скоростью более 1 млн новых пользователей каждый день. За последние 12 месяцев эта цифра выросла на 490 млн, обеспечив рост в годовом исчислении более чем на 13%. Число пользователей социальных сетей в настоящее время составляет более 53% от общей численности населения мира и по-прежнему неуклонно растет, в среднем каждую секунду 13 новых пользователей начинают использовать социальные сети в первый раз – таковы результаты исследования, опубликованные DataReportal в ежегодном обзоре глобального цифрового рынка [1].

Последние данные GWI свидетельствуют о том, что типичный пользователь Сети в настоящее время проводит в интернете в среднем около 7 ч в день, а это означает, что человечество потратило в общей сложности 12 трлн ч, используя интернет только в 2021 г. [2].

В увеличении количества времени, которое люди проводят в интернете, сыграла важную роль и деятельность в социальных сетях. Однако, учитывая то, что на них в настоящее время приходится примерно треть всего мирового интернет-времени, это явно не единственное, чем люди занимаются онлайн.

На увеличение количества времени, проводимого как в интернете, так и в социальных сетях, также, безусловно, повлияло и увеличение скорости работы интернета. Так, последние данные показали, что самые быстрые средние скорости подключения в мире за последнее десятилетие выросли в 20 раз: текущий мировой рейтинг скорости мобильного интернета возглавляют Объединенные Арабские Эмираты (компания Ookla сообщает, что в октябре 2021 г. скорость мобильной связи в стране достигла в среднем 273.9 Мбит/с); мировой рейтинг скорости интернета возглавляет Монако (270.3 Мбит/с) [3].

В Российской Федерации по состоянию на январь 2021 г. насчитывалось 124.0 млн пользователей сети Интернет (количество пользователей в период с 2020 по 2021 г. увеличилось на 6.0 млн (+5.1%)). Проникновение Сети в Российской Федерации в январе 2021 г. составило 85.0%. Пользователей же социальных сетей в России в январе 2021 г. насчитывалось 99 млн (стало больше на 4.8 млн (+5.1%) за период с 2020 по 2021 г.). Число пользователей социальных сетей в Российской Федерации в январе 2021 г. составило 67.8% от общей численности населения [4].

Несмотря на широкое распространение интернета в жизни россиян, по оценкам Национальной исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), в России уровень владения цифровыми навыками заметно ниже по сравнению с показателями большинства европейских стран. Согласно исследованию, проведенному Институтом статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, среди взрослого населения страны наиболее широко распространены навыки, связанные с общением: свыше половины россиян старше 15 лет пользуются социальными сетями и относительно регулярно совершают телефонные или видеозвонки через интернет. Стоит отметить, что данные показатели по России даже немного превышают средний уровень европейских стран.

Чуть реже, чем в среднем по странам Евросоюза, в России используют интернет для загрузки собственного контента (26% против 30%) и получения информации с сайтов государственных/муниципальных органов власти (39% против 44%).

При том, что в ряде случаев покупка товаров и услуг через интернет позволяет сэкономить время и средства, а в условиях пандемии – становится нормой социально-ответственного поведения, на практике к онлайн-покупкам готовы лишь треть россиян. Для сравнения: в европейских странах данный способ совершать покупки в среднем используется в 2 раза чаще (63%). Подобная дифференциация поведенческих моделей объясняется не только инертностью мышления и силой привычек (предпочтение личных покупок – наиболее распространенная причина отказа от приобретения товаров и услуг через интернет – в 2019 г. ее указали 58% россиян старше 15 лет, отказавшихся от интернет-шопинга), но и невысоким уровнем

доверия к подобным операциям (недоверие к покупкам через интернет – вторая по распространенности причина – 19%). Аналогичная картина также прослеживается в отношении интернет-банкинга и продажи населением товаров и услуг в Сети.

Многие действия, связанные с использованием компьютеров и других электронных устройств (например таких, как установка/настройка программного обеспечения, передача файлов между устройствами), выполняются россиянами значительно реже, чем жителями европейских стран [5]. Это дает основание говорить о том, что население страны не использует в полной мере свой потенциал развития цифровых технологий.

Однако потенциал в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) у России достаточно серьезный, так, например, Россия входит в первую десятку рейтинга качества и доступности сети Интернет (на 9-м месте). Данное место России в рейтинге можно объяснить достаточно высокими показателями по всем оцениваемым критериям. Так, по уровню доступности мобильного интернета Российская Федерация оказалась на второй позиции среди 50 стран с наибольшим ВВП [6]. По данным информационно-аналитического агентства Content Review Российская Федерация занимает первое место в мире среди стран с самой низкой стоимостью безлимитного мобильного интернета. Также Россия занимает второе место среди стран с наименее низкой ценой за 1 Гб [7]. В среднем по стране стоимость доступа к сети Интернет в 5–6 раз меньше, чем в среднем по миру. По состоянию на 2021 г. Россия замыкает рейтинг «Фиксированная скорость широкополосного доступа в интернет» (находится на 50-ом месте из 50) по скорости широкополосного интернета. В рейтинге же стран мира по скорости мобильного интернета находится ниже, чем в предыдущем, – на 92-й позиции среди 140 стран мира по скорости мобильного интернета [8].

Среднестатистический пользователь интернета в России проводит в Сети 7 ч 52 мин каждый день. Это почти на час больше среднемирового значения в 6 ч 54 мин. При этом на телевидение у россиян уходит по 3 ч 13 мин, на социальные сети – 2 ч 28 мин, а на чтение прессы (учитываются онлайн и печатные СМИ) – 55 мин. Онлайн-радио немного уступает музыкальным стриминговым сервисам – 47 мин про-

тив 41. А на подкасты пользователи в России тратят 21 мин в день [9].

Развитие социальных сетей предоставило обществу как новые возможности взаимодействия между людьми, так и способы самовыражения. Социальные медиа каналы интерактивны, не ограничены временем и пространством, не требуют больших денежных затрат. Сегодня социальные сети используются не только в целях коммуникации, но и в целях продвижения себя, собственных услуг, услуг через продвижение личного бренда и прочих социальных взаимодействий. Многие известные личности не пренебрегают социальными сетями для поддержания своей популярности и наоборот – эпоха расцвета социальных сетей и видеохостингов открыла миру поколение интернет-персонажей.

На фоне растущей озабоченности по поводу влияния сети Интернет, социальных сетей на современную молодежь проводится множество исследований. Так, например, опрос подростков США, проведенный Pew Research Center, показал, что многие молодые люди признают уникальные проблемы и преимущества взросления в эпоху цифровых технологий.

Центральным вопросом, связанным с социальными сетями и молодежью, является влияние, оказываемое этими платформами на эмоциональное благополучие молодого поколения. В исследовании был сделан вывод о том, что большая часть молодежи считает, что социальные сети оказывают положительное влияние на различные аспекты их жизни: помогают людям их возраста разнообразить свои контакты, расширить взгляды и заняться волнующими их проблемами; позволяют им чувствовать себя более вовлеченными в жизни своих друзей; дают молодым ощущение того, что у них есть люди, которые поддержат их в трудную минуту; или чувство того, что у них есть место, где можно проявить свою творческую сторону. Молодые люди считают, что социальные сети помогают им стать более цивилизованными, а также открывают для них большее разнообразие – либо через людей, с которыми они взаимодействуют, либо через точки зрения, с которыми они сталкиваются. Молодое поколение рассматривает цифровую среду и как важное пространство для общения со своими друзьями и взаимодействия с другими людьми, разделяющими с ними общие интересы. Например, 60% респондентов отметили, что ежедневно

или практически каждый день проводят время со своими друзьями в интернете, а 77% ответили, что когда-либо проводили время в онлайн-группах и форумах.

Для некоторых подростков использование социальных сетей приносит в их жизнь дополнительную социальную нагрузку: примерно 4 из 10 сказали (45%), что испытывают давление, вынуждающее их создавать только положительные образы самих себя при размещении контента (43%) или делиться только тем, что получит много лайков или комментариев (37%). Другие считают, что социальные сети оказали негативное влияние на их самооценку: 26% респондентов заявили, что эти сайты заставляют их хуже относиться к собственной жизни и 4% указали, что из-за этих платформ они стали чувствовать себя «намного» хуже в своей жизни [10].

С тех пор, как интернет плотно вошел в повседневную жизнь практически каждого человека на Земле, прошло не так много времени (годом начала работы глобальной сети Интернет в России принято считать 1991 г., в США – 1969 г.). Несмотря на довольно «молодой» возраст, интернет уже успел плотно войти в жизнь россиян. Так, как уже было отмечено выше, в Российской Федерации по состоянию на январь 2021 г. насчитывалось 124.0 млн пользователей сети Интернет: проникновение Интернета составило 85.0%, число пользователей социальных сетей 67.8% от общей численности населения страны.

В 2020 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные о том, как россияне относятся к использованию интернета. Так, 81% респондентов в принципе используют интернет, причем среди них 69 % делают это ежедневно. Для 88% россиян интернет сегодня в первую очередь выступает средством коммуникации. Также пользователи часто отслеживают в Сети региональные, федеральные и мировые новости (83%), потребляют развлекательный контент, например, смотрят фильмы, читают книги либо играют в компьютерные игры (75%), совершают банковские переводы (72%) или оплачивают счета (68%). Более половины пользователей Интернета используют его для обучения и самообразования (63%), а также для получения государственных услуг (57%). При этом именно молодая аудитория пользователей Сети (34% 18–24-летних) преимущественно считает, что

исчезновение интернета коренным образом изменит их жизнь (с 5% в 2017 г. до 13% в 2020 г.) [11].

По результатам нашего исследования, молодежь Республики Башкортостан больше всего тратит свое время в интернете на социальные сети (74.9%), поиск различной информации (49.5%), а также на прослушивание музыки (38.2%) (табл. 1). При этом не было выявлено влияния демографических показателей (гендерная специфика, место жительства, возраст, семейное положение) на ответы респондентов.

Результаты исследования молодежи Башкортостана показали, что преобладающее большинство молодых людей (91.8%) зарегистрированы и пользуются социальными сетями. Самой популярной сетью является «ВКонтакте» (51.5%), 47.2% зарегистрированы в Instagram и 47.0% в WhatsApp. При этом активнее всего молодежь пользуется WhatsApp (18.6%), «ВКонтакте» (17.3%) и Instagram (16.3%). Наименее популярной социальной сетью среди молодежи региона является Twitter (всего 0.6% зарегистрированы и активно пользуются данной сетью, особенность которой заключается в публикации коротких заметок в формате блога). Явные гендерные предпочтения респондентов отслеживаются по отношению к социальной сети Instagram (зарегистрированы и активно пользуются данной социальной платформой преимущественно девушки – 60.5% против 39.5% юношей). Instagram – это сервис, позволяющий легко и удобно снимать креативные фото и видео, редактировать их, а также делиться ими с друзьями и родственниками [12].

Так, результаты нашего исследования коррелируют с результатами исследований Hootsuite и We are Social, согласно которым наиболее популярными социальными сетями в России являются «ВКонтакте» (78%), WhatsApp (75.8%), Instagram (61.2%) [4], и результатами исследования ВЦИОМ: «ВКонтакте» (48%), Instagram (39%), YouTube (34%), «Одноклассники» (32%), TikTok (17%) [13]. Несмотря на то, что Facebook является наиболее популярной социальной сетью в мире (ее аудитория составляет 2.8 млрд пользователей), в России ее использует 38.9% пользователей, в республике же всего 1.1% опрошенной молодежи зарегистрированы и активно используют данную платформу (табл. 2).

Т а б л и ц а 1

*Распределение ответов на вопрос  
«На какие ресурсы в сети Интернет Вы тратите больше всего времени?», %*

Ресурсы	Кол-во ответивших	Ресурсы	Кол-во ответивших
1. Социальные сети	74.9	9. Различные форумы	5.9
2. Поиск различной информации	49.5	10. Сайты по интересам, хобби	16.1
3. Почта	25.5	11. Игры	18.4
4. Новостные сайты	16.5	12. Сайты по образованию	16.8
5. Сайты госуслуг	15.8	13. Сайты по работе	20.4
6. Сайты с различными товарами и услугами	17.5	14. Сайты с контентом для взрослых	3.5
7. Видеохостинги (YouTube, RuTube и т.д.)	29.7	15. Сайты знакомств	2.1
8. Музыка	38.2	16. Другое	0

Т а б л и ц а 2

*Распределение ответов на вопрос  
«В каких из перечисленных социальных сетей Вы зарегистрированы?», %*

Социальные сети	Зарегистрирован	Активно пользуюсь/ посещаю	И зарегистрирован, и активно пользуюсь
Instagram	47.2	16.3	18.3
«ВКонтакте»	51.5	17.3	18.9
Facebook	32.9	3.0	1.1
TikTok	30.5	9.5	6.7
«Одноклассники»	21.4	3.5	1.7
Twitter	13.0	3.9	0.6
Telegram	39.5	9.6	8.9
WhatsApp	47.0	18.6	20.5
Другие социальные сети, мессенджеры	10.5	4.2	1.8

Стоит отметить также и возрастные особенности в предпочтениях при выборе социальных сетей: наиболее активными пользователями социальных сетей являются молодые люди в возрасте 34 (7.9%), 25 и 32 лет (6.8%), наименее активными – в возрасте 16 и 22 лет (по 2.2%). По данным ВЦИОМ за 2018 г. к «молодежным» социальным сетям относили «ВКонтакте» и Instagram. Наибольшая доля аудитории пользователей «ВКонтакте» (40%) приходится на аудиторию в возрасте 25–34 лет; 38% пользователей Instagram – в возрасте 18–24 лет и 37% – в возрасте 25–34 года. Среди аудитории Facebook больше всего людей в возрасте от 35 до 44 лет (28%) и от 45 до 59 лет (26%) [14].

Российская социальная сеть «ВКонтакте», позиционировавшая себя изначально социальной сетью для школьников и выпускников вузов, не стала вторыми «Одноклассниками»

(средний возраст аудитории которой 40 лет). В 2007 г. платформа стала стремительно набирать популярность и вскоре стала неотъемлемой частью жизни любого россиянина в возрасте от 10 до 35 лет. Это доказывают и результаты различных исследований. На конец 2021 г. демографический состав Сети был следующим: преобладающее большинство пользователей – это молодые люди в возрасте 25–34 лет (16% женщин и 14.2% мужчин) [15].

На наш взгляд, «ВКонтакте» является наиболее популярной социальной сетью главным образом по причине того, что на данный момент эта платформа является не только средством для поиска людей и общения с ними, но и информационной средой: на платформе объединены, помимо стандартных средств коммуникаций (обмен сообщениями, возможность совершать аудио/видео звонки), сервисы на ка-

ждый день (возможность вызова такси, заказа доставки еды, поиска работы, записи в салоны красоты и многое другое).

В Башкортостане к социальной сети с самой молодой аудиторией относится TikTok (22.9% респондентов в возрасте 14 лет являются активными пользователями данной платформы). TikTok – одна из самых молодых социальных сетей (была запущена в 2018 г. пекинской компанией «ByteDance»), придуманная для создания и просмотра коротких видео.

Популярность социальных сетей во многом связана с возможностью самовыражения, трансляции идей и мыслей на весь мир – это привлекает пользователей, особенно молодых. Среди прочих причин популярности – доступ к разного рода информации и упрощение коммуникаций. У молодежи Башкортостана наибольший интерес вызывает информация на тему музыки, кинофильмов и книг (50.4%), спорта и здорового образа жизни (44.3%), семьи и детей (40.8%); наименьший интерес – новости из жизни и события в мире звезд, «инфлюенсеров» (6.6%) (табл. 3).

Стоит отметить, что согласно многим исследованиям, современная молодежь стала читать намного больше, чем читали даже 10–15 лет назад. Данный факт мы связываем с тем, что сегодня молодому поколению открыт доступ к великому множеству различных книг тематики, в том числе и благодаря интернету.

Поколение Y (особенно его старшая часть) в интернете тратит больше времени на поиск полезной информации (о политике, финансах, науке и технике); ожидаемо, что миллениалы больше интересуются темой семьи и детей (особенно это ярко выражается у респондентов старше 30 лет); чем старше респондент, тем сильнее заинтересованность модой, красотой и стилем жизни (в принципе данные также являются ожидаемыми, так как миллениалы часто стараются перенять стиль жизни успешных людей). Результаты показали, что спортом и здоровым образом жизни молодежь начинает активно интересоваться ближе к 27 годам, к теме кулинарии интерес также появляется с возрастом. Таким образом, мы можем заключить, что в то время, когда поколение X тратит больше времени в Сети на поиск развлекательного контента, зумеры выискивают что-то полезное, ищут новые возможности. Миллениалы ищут музыкальные новинки, новые фильмы и сериалы, чтобы скоротать свободное время; зумеры

же учатся тому, как, например, заработать на своем профиле в социальных сетях. Конечно, мы не утверждаем, что все представители поколения X озабочены лишь вопросом развлечения, однако все же поколение Y извлекает больше пользы из своего времяпровождения в интернете. И это в первую очередь связано с тем, что они чаще используют интернет в качестве средства достижения цели, а не источника развлечений. Многие из этого поколения начинают зарабатывать в подростковом возрасте через социальные сети, и кто-то начинает вполне успешную карьеру, будучи школьником, и при этом тратит меньше средств, чем родители. Зумеры знают, что такое самодисциплина. Поэтому им несложно проходить обучение онлайн.

Четверть опрошенной молодежи, выкладывая информацию о себе в собственном аккаунте в социальных сетях, больше всего беспокоятся о своем внешнем виде (40.8%), для 26.5% респондентов важно выразить собственные взгляды и собственную точку зрения на различные актуальные вопросы и темы, 20% стремятся подчеркнуть свою образованность и эрудицию. Меньше всего молодежь региона волнует их этническая принадлежность группе (4.7%), а также количество подписчиков (5.2%). Была выявлена связь, как современная молодежь Башкортостана позиционирует себя в социальных сетях с микросоциальными факторами: вполне ожидаемо девушки чаще юношей, создавая свой виртуальный образ, в первую очередь заботятся о том, как они будут выглядеть в глазах своих контактов/подписчиков (51.1% против 31.1% юношей, также озабоченных своим внешним видом), затем молодые девушки стараются отразить в своих аккаунтах личные взгляды и собственную точку зрения на различные актуальные вопросы и темы (32.3%), продемонстрировать свою образованность и эрудицию (22.9%). Интересным, но в то же время ожидаемым оказался факт того, что юноши в 2 раза чаще девушек стремятся на своих страницах в социальных сетях отразить уровень достигнутого материального достатка (9.1% против 4.4%) и успешность (5.6% против 4.9%). Однако свой социальный статус, семейное положение чаще демонстрируют девушки (18.9% против 15.6%). Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что использование социальных сетей в определенной степени привносит в жизнь молодого поколения допол-

нительную социальную нагрузку: испытывая общественное давление, молодежь вынуждена публиковать в социальных сетях только тот контент, который выставит их перед собственной аудиторией в лучшем виде, или делиться только одобряемым социумом контентом, то есть тем, который получит больше лайков или комментариев (табл. 4).

С появлением открытого доступа к сети Интернет стремление максимально показать свою личную жизнь уже воспринимается как норма. Но есть и другая сторона данного процесса – появление зависимости от сетей, выражающейся в частых посещениях своих страниц, для того чтобы проверить, понравилось ли кому-то то, что они опубликовали. Это объясняется тем, что человек – существо социальное, для которого важно получать одобрение окружающих. Результаты опроса показали, что каждый пятый молодой человек, проживающий в Республики Башкортостан, выкладывая информацию о себе в собственном аккаунте,

скрывает или искажает ее. Принято считать, что основное назначение социальных сетей заключается в том, чтобы рассказать о себе, показать свои лучшие стороны, заявить о себе широкой общественности. Одной из причин, почему молодежь немного «приукрашивает свою реальность», эксперты называют попытку самоутверждения (таким образом человек поднимает свою значимость). Поэтому, анализируя чей-то профиль, мы должны понимать, что информация, демонстрируемая человеком, – это не совсем полная и достоверная картина. Заходя на чью-то страницу, мы видим идеальное Я человека, которое он создал. И не всегда оно совпадает с объективной реальностью. Но, так или иначе, человек рассказывает о себе и о своих ценностях, ведь именно он сам делает каждый раз выбор относительно выкладывания фотографии, постов и репостов, членства в группах и принятия в друзья других людей. И именно этот выбор может многое рассказать о человеке.

Т а б л и ц а 3

*Распределение ответов на вопрос «Какие темы представляют для Вас наибольший интерес?», %*

Тема	Количество ответивших	Тема	Количество ответивших
Семья, дети	40.8	Деньги, финансы	22.2
Спорт, здоровый образ жизни	44.3	Кулинария	24.0
Мода, красота, стиль жизни	28.6	Музыка, кино, книги	50.4
Путешествия	32.2	Жизнь и события в жизни звезд, «инфлюенсеров»	6.6
Политика, общество	17.3	Наука и техника	23.6
Юмор	38.4		

Т а б л и ц а 4

*Распределение ответов на вопрос «Когда Вы выкладываете информацию о себе в своем аккаунте (аккаунтах) в социальных сетях, на форумах, что для Вас важно в Вашем образе?», в %*

Элементы образа	%
Внешность	40.8
Социальный статус (семейное положение, место работы)	17.1
Демонстрация достигнутого уровня материального достатка	6.6
Этническая принадлежность	4.7
Образованность, эрудиция	20.0
Успешность у других (количество подписчиков)	5.2
Взгляды и собственная точка зрения на различные актуальные вопросы и темы	26.5
Другое	1.2
Никогда ничего о себе не выкладываю	1.1

Т а б л и ц а 5

*Распределение ответов на вопрос «Всегда ли информация о Вас в Ваших аккаунтах совпадает с реальным положением дел?», в %*

Варианты ответов	%
Практически всегда	48.4
Иногда скрываю/искажаю/ некоторые детали	22.6
Никогда не говорю о себе правду	4.6
Затрудняюсь ответить	15.4
Всегда	0.4
Не выкладываю информацию о себе	0.4

Т а б л и ц а 6

*Распределение ответов на вопрос «Когда Вы выкладываете информацию о себе в своем аккаунте (аккаунтах) в социальных сетях / на форумах, что для Вас важно в Вашем образе?», %*

Элементы образа	%
Внешность	25.9
Социальный статус (семейное положение, место работы)	10.9
Демонстрация достигнутого уровня материального достатка	4.2
Этническая принадлежность	3.0
Образованность, эрудиция	12.7
Успешность у других (количество подписчиков)	3.3
Взгляды и собственная точка зрения на различные актуальные вопросы и темы	16.8
Другое	0.8
Никогда ничего о себе не выкладываю	0.7

Всего 0.4% опрошенных ответили, что не выкладывают в Интернет информацию о себе. И это довольно тревожный знак, поскольку социальная сеть – это не просто удобная новинка инновационного общества, но и источник новых угроз, которые носят совершенно разноплановый характер – от угрозы возможного демографического кризиса, обесценивания института семьи и брака до распространения экстремизма и терроризма (табл. 5).

Была выявлена взаимосвязь возраста респондента с тем, насколько честен молодой человек в социальных сетях: молодежь, которая, согласно теории поколений, скорее всего все-таки относится к миллениалам (от 25 лет и старше), чаще зуммеров (от 14 до 24 лет) отвечали, что стараются по максимуму выкладывать достоверную информацию. Миллениалы оказались и более скрытными (вообще не выкладывают информацию о себе в Сеть). Среди тех, кто ответили, что в интернет выкладывает лишь ложную информацию, выделились 18-летние (13%).

Большая часть молодежи Башкортостана (25.9%) честна в Интернете и в то же время, вы-

кладывая информацию о себе в своих аккаунтах, ответила, что считает внешность самым важным в формировании собственного имиджа в виртуальном пространстве (табл. 6).

В 2019 г. ВЦИОМ опубликовал данные о том, как часто россияне фотографируются и размещают свои снимки в социальных сетях. Оказалось, что пользователи интернета являются одними из наиболее активных сторонников фотографии. При этом большинство из них пользуется социальными сетями (89%) и с разной регулярностью размещают фотографии на своих страничках. Обычно пользователи Сети примерно раз в полгода размещают новое фото в социальных сетях (41%): это преимущественно те, кому от 25 до 34 лет (47%). При этом около трети интернет-пользователей говорят, что совсем не размещают фотографий в социальных сетях (28%): чаще всего это люди от 60 лет и старше (41%). От нескольких раз в месяц до нескольких раз в неделю обновляют фотографии на страничке в социальной сети 20% россиян, пользующихся интернетом: это преимущественно 18–24-летние респонденты (57%) (табл. 7) [10].



Таблица 7

*Распределение ответов на вопрос «Размещаете или нет в социальных сетях фотографии, на которых изображены Вы сами? Если да, то как часто?», в %*

Частота	Все опрошенные	Возраст, лет				
		18–24	25–34	35–44	45–59	60 +
Эпизодически, но не менее 1 раза в полгода	41	32	47	42	44	31
Не размещаю	28	11	19	30	34	41
Несколько раз в месяц	16	39	23	13	8	3
Несколько раз в неделю	4	18	6	1	1	0
Практически ежедневно	0	0	0	1	0	0
Не пользуюсь социальными сетями	11	0	5	13	13	24

Таблица 8

*Распределение ответов на вопрос «В каких социальных сетях размещаете фотографии, на которых изображены Вы сами?», в %*

Социальные сети	Все опрошенные	Возраст, лет				
		18–24	25–34	35–44	45–59	60 +
ВКонтакте	59	84	72	49	45	18
Одноклассники	49	18	36	59	64	92
Instagram	44	83	49	35	23	18
Facebook	13	4	12	17	21	7
Мой мир (от Mail.ru)	2	0	1	2	7	3
Twitter	1	1	3	0	1	0
Живой Журнал (LiveJournal)	0	0	0	0	1	0
Google +	1	1	0	0	2	0
Другое	4	0	1	4	11	9

Так, несмотря на то, что селфи довольны популярны в социальных сетях и к тому же миллениалы считаются «поколением selfie», около половины опрошенных молодых американцев отметили, что они выкладывают собственные изображения довольно редко или же вообще не публикуют их, что, в свою очередь, говорит о том, что молодое поколение Америки, в отличие от молодежи России, не желает регулярно выкладывать информацию о своей частной жизни в социальных сетях [10]. Напомним, что согласно результатам нашего исследования, молодежь Республики Башкортостан в этом вопросе отличается от молодежи России и так же, как и молодежь Америки, старается не афишировать свою частную жизнь.

Больше половины опрошенных (52.3%) выкладывают личную информацию в социальных сетях регулярно. Исходя из того, что наиболее популярными платформами являются «ВКонтакте» и Instagram, алгоритм работы которых заключается в том, чтобы пользователи делились своими личными фотографиями, ви-

део, мы можем сделать вывод, что молодежь Башкортостана регулярно выкладывает в сеть свои фотографии.

По данным ВЦИОМ, тройку наиболее популярных социальных сетей для размещения собственных фотографий среди российских пользователей составляют: «ВКонтакте», «Одноклассники» и Instagram. Причем в «Одноклассниках» чаще всего размещают фотографии респонденты в возрасте от 45 до 59 лет (64%) и люди старше 60 лет (92%); во «ВКонтакте» и Instagram – представители молодежной аудитории от 18 до 24 лет (84 и 83% соответственно) и от 25 до 34 лет (72 и 49% соответственно) [16], что в очередной раз подтверждает молодежный имидж этих сетей (табл. 8).

Как мы можем видеть, интернет и социальные сети сегодня занимают довольно важное место в жизни современной молодежи, поэтому нам было интересно выявить мнение молодежи Республики Башкортостан о том, как это влияет на их социальную жизнь, а именно на дружеские связи. В молодом возрасте дружба играет

важную роль в социализации человека. В целом каждый четвертый респондент (19.7%) признался, что всегда доступен для звонков и сообщений и в целом сидит в интернете в личных целях практически круглосуточно, и 22.8% вынуждены постоянно быть онлайн из-за работы/учебы. Возможно поэтому все-таки у половины опрошенных (48.8%) число контактов в аккаунтах социальных сетей гораздо шире, чем количество тех, с кем они общаются непосредственно в реальной жизни. 20.5% в социальных сетях общаются только с теми, с кем знакомы непосредственно, и 11.8% ответили, что в виртуальном пространстве у них меньше друзей, чем офлайн.

По полученным результатам мы можем предположить, что зумеры, в отличие от миллениалов, предпочитают виртуальному общению живые встречи с друзьями; миллениалы же активно пользуются различными мессенджерами и дружеские связи предпочитают заводить там же. Наиболее социально-активными в социальных сетях являются молодые люди в возрасте 28–30 лет: больше половины респондентов признались, что в виртуальном пространстве друзей у них больше, чем в реальной жизни. В свою очередь данный феномен может быть связан с кризисом 30 лет, когда человек регулярно посещает виртуальные страницы друзей, бывших одноклассников и знакомых в попытках выяснить, есть ли у него все то, чего добились сверстники (табл. 9).

Результаты же исследования Pew Research Center показали, что около половины американской молодежи (51%) считают себя людьми, которые «довольно легко вписываются» в среду своих сверстников, в то время как почти такая же доля респондентов (48%) говорит, что они, как правило, выделяются среди сверстников. Но, независимо от того, как они воспринимают свои отношения со сверстниками, большинство молодых людей ответили, что у них есть по крайней мере один человек, которого они считают близким другом, и регулярно поддерживают связь с более широким кругом друзей – как онлайн, так и офлайн. 98% подростков отметили, что у них есть один или несколько близких друзей: в то время, когда у 78% есть от одного до пяти, у 20% – шесть или более близких друзей и только 2% опрошенной молодежи сказали, что у них нет никого, кого бы они могли считать близким другом. Между тем молодежь считает онлайн-группы и форумы важной

частью своей социальной жизни, а также странством, где они могут познакомиться с новыми людьми и получить поддержку, для того чтобы, например, справиться с трудными временами [10].

Сегодня социальные сети перестали быть лишь удобным средством коммуникации и получения информации. Многие сферы общественной жизни сейчас немыслимы без использования интернет-технологий и социальных сетей. Последние полностью отвечают запросам стремительно развивающегося общества, поэтому уже стали для современного человека не просто дополнительным удобным инструментом, но и жизненно важной необходимостью.

Подводя итог, следует отметить те краткие характеристики «новой реальности», которые для нас открылись в ходе проведения исследования. Социальные сети, как и Интернет, вошли в нашу жизнь не так давно, но уже стали ее неотъемлемой частью и в значительной мере изменили существующую социальную реальность. Сегодня, для того чтобы не выпасть из социальной жизни, необходимо быть зарегистрированным хотя бы в одной социальной сети, поскольку вся актуальная информация о внешнем мире поступает именно туда.

Таким образом, мы можем сделать следующие краткие выводы.

Самой популярной социальной сетью среди молодежи Республики Башкортостан является ВКонтакте, что соответствует в целом данным по России. Среди самых молодых наиболее востребован TikTok.

Использование социальных сетей в определенной степени привносит в жизнь дополнительную социальную нагрузку: испытывая общественное давление, молодежь вынуждена публиковать в социальных сетях только тот контент, который представит их в лучшем виде перед собственной аудиторией, или делиться тем, что будет одобрено социумом.

Представители поколения Y (особенно его старшая часть) в Интернете тратят больше времени на поиск полезной информации, новых возможностей (в том числе и по заработку денежных средств); миллениалы – на поиск развлекательного контента. То есть можно предположить, что зумеры чаще используют интернет в качестве средства достижения цели, миллениалы же – в качестве источника развлечений.

*Соотношение реальных и виртуальных контактов молодежи, в %*

Возраст, лет	Число контактов в аккаунтах гораздо шире, чем количество тех, с кем общаюсь непосредственно	В контактах в социальных сетях только те, кого я знаю и общаюсь непосредственно, офлайн	Число тех, с кем я общаюсь непосредственно, офлайн, больше, чем моих друзей в виртуальном пространстве	Не имею аккаунтов в социальных сетях
14	45.8	27.7	15.7	3.6
15	46.5	23.9	15.5	0.0
16	37.3	41.3	8.0	0.0
17	38.9	26.4	15.3	1.4
18	32.4	35.3	16.2	2.9
19	44.3	32.9	11.4	1.4
20	58.8	25.0	8.8	0.0
21	44.6	36.5	6.8	0.0
22	50.8	21.3	9.8	0.0
23	49.1	27.3	16.4	0.0
24	53.6	23.2	12.5	0.0
25	62.5	17.7	7.3	0.0
26	58.1	18.9	17.6	0.0
27	47.4	31.6	15.8	0.0
28	63.3	7.6	19.0	0.0
29	68.4	9.2	7.9	1.3
30	64.2	10.2	8.0	1.5
31	57.1	9.5	15.2	0.0
32	47.5	19.8	18.8	0.0
33	54.8	22.6	14.8	0.9
34	59.1	15.9	10.6	1.5
35	52.0	28.0	12.0	1.0

Результаты опроса показали, что каждый пятый молодой человек, проживающий в Республике Башкортостан, выкладывая информацию о себе в собственном аккаунте, скрывает или искажает информацию.

Всего 0.4% опрошенных ответили, что не выкладывают в Интернет информацию о себе. И это довольно тревожный знак, так как социальные сети – это не просто удобная новинка инновационного общества, но и источник новых угроз: от возможного демографического кризиса, обесценивания института семьи и брака до распространения экстремизма и терроризма.

Миллениалы в социальных сетях оказались самыми скрытными, но в то же время наиболее честными; зуммеры же чаще выкладывают ложную информацию.

Молодежь Башкортостана, вероятно, аполитична, а также равнодушна к религии.

Внешность играет огромную роль в жизни миллениалов и зуммеров: выкладывая личную информацию в социальных сетях, именно

о внешности в первую очередь беспокоится молодежь; именно ее каждый четвертый респондент считает самым важным в формировании собственного имиджа в виртуальном пространстве.

*Данное исследование выполнено в рамках Государственного задания УФИЦ РАН на 2022 г. №075-03-2022-001 от 14.01.2022 г.*

#### Литература

1. Digital 2021: global overview report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата обращения: 11.01.2022).
2. Официальный сайт GWI. URL: [https://www.gwi.com/book-demo?utm\\_source=kepios&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=2022+Kepios+Global+Audiences](https://www.gwi.com/book-demo?utm_source=kepios&utm_medium=referral&utm_campaign=2022+Kepios+Global+Audiences) (дата обращения: 11.01.2022).
3. Speedtest custom. URL: <https://www.ookla.com/speedtest-custom> (дата обращения: 29.01.2022).
4. Digital 2021: The Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation> (дата обращения: 11.01.2022)

5. Уровень владения цифровыми навыками в России и странах ЕС. URL: <https://issek.hse.ru/news/377859466.html> (дата обращения: 30.10.2021).
6. Россия вошла в первую десятку рейтинга качества и доступности Интернета // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/613eea0f9a7947a3178b11b3> (дата обращения: 13.11.2021).
7. Россия возглавила список стран с самым дешевым мобильным интернетом. URL: <https://rg.ru/2021/03/12/rossiia-vozglavila-spisok-stran-s-samym-deshevym-mobilnym-internetom.html> (дата обращения: 13.11.2021).
8. Рейтинг стран мира по скорости Интернета. URL: <https://tyulyagin.ru/ratings/rejting-stran-mira-po-skorosti-interneta.html> (дата обращения: 13.11.2021).
9. Вся статистика Интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 21.01.2022).
10. Teens' Social Media Habits and Experiences. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-and-their-experiences-on-social-media/> (дата обращения: 17.11.2021).
11. Цифровой детокс: зачем, как и почему? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/czifrovoj-detoks-zachem-kak-i-pochemu> (дата обращения: 12.02.2022).
12. Официальный сайт Instagram. URL: [instagram.com](https://www.instagram.com) (дата обращения: 02.02.2022).
13. Кибербуллинг: масштаб проблемы в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kiberbulling-masshtab-problemy-v-rossii> (дата обращения: 12.02.2022).
14. Каждому возрасту – свои сети. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=8936> (дата обращения: 21.11.2021).
15. Онлайн бизнес без рисков. Блог Оксаны Маркешиной. URL: [https://vk.com/wall-140572052\\_18087?z=photo-140572052\\_457241473%2Fwall-140572052\\_18087](https://vk.com/wall-140572052_18087?z=photo-140572052_457241473%2Fwall-140572052_18087) (дата обращения: 21.11.2021).
16. Социальная сеть – фотоальбом XXI века. URL: [wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbum-xxi-veka](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbum-xxi-veka) (дата обращения: 19.11.2021).
17. utm\_medium=referral&utm\_campaign=2022+Kepios+Global+Audiences (дата обращения: 11.01.2022).
18. Speedtest custom. URL: <https://www.ookla.com/speedtest-custom> (дата обращения: 29.01.2022).
19. Digital 2021: The Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation> (дата обращения: 11.01.2022).
20. Uroven` vladeniya cifrovymi navykami v Rossii i stranax ES. URL: <https://issek.hse.ru/news/377859466.html> (дата обращения: 30.10.2021).
21. Rossiya voshla v pervuyu desyatku rejtinga kachestva i dostupnosti Interneta // RBK. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/613eea0f9a7947a3178b11b3> (дата обращения: 13.11.2021).
22. Rossiya vozglavila spisok stran s samym deshevym mobilnym internetom. URL: <https://rg.ru/2021/03/12/rossiia-vozglavila-spisok-stran-s-samym-deshevym-mobilnym-internetom.html> (дата обращения: 13.11.2021).
23. Rejting stran mira po skorosti Interneta. URL: <https://tyulyagin.ru/ratings/rejting-stran-mira-po-skorosti-interneta.html> (дата обращения: 13.11.2021).
24. Vsya statistika Interneta i soczsetej na 2021 god – cifry` i trendy` v mire i v Rossii. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 21.01.2022).
25. Teens' Social Media Habits and Experiences. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-and-their-experiences-on-social-media/> (дата обращения: 17.11.2021).
26. Cifrovoy detoks: zachem, kak i pochemu? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/czifrovoj-detoks-zachem-kak-i-pochemu> (дата обращения: 12.02.2022).
27. Oficialny`j sajt Instagram. URL: [instagram.com](https://www.instagram.com) (дата обращения: 02.02.2022).
28. Kiberbulling: masshtab problemy` v Rossii. [E`lektronny`j resurs]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kiberbulling-masshtab-problemy-v-rossii> (дата обращения: 12.02.2022).
29. Kazhdomu vozrastu - svoi seti. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=8936> (дата обращения: 21.11.2021).
30. Onlajn biznes bez riskov. Blog Oksany Markeshinoj. URL: [https://vk.com/wall-140572052\\_18087?z=photo-140572052\\_457241473%2Fwall-140572052\\_18087](https://vk.com/wall-140572052_18087?z=photo-140572052_457241473%2Fwall-140572052_18087) (дата обращения: 21.11.2021).
31. Socialnaya set` — fotoalbum XXI veka. URL: [wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbum-xxi-veka](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbum-xxi-veka) (дата обращения: 19.11.2021).

## References

1. Digital 2021: global overview report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата обращения: 11.01.2022).
2. Oficialny`j sajt GWI. URL: [https://www.gwi.com/book-demo?utm\\_source=kepios&](https://www.gwi.com/book-demo?utm_source=kepios&)



## VIRTUALIZATION OF THE SOCIAL REALITY OF YOUTH

© G.R. Fatkullina

Institute of Social and Economic Researches – Subdivision of the Ufa Federal Research Center  
of the Russian Academy of Sciences,  
71, prospekt Oktyabrya, 450054, Ufa, Russian Federation

The relevance of this study is determined by the increasing pace of virtualization of modern society. The "new reality" dictates its own rules, social networks, like the Internet, become an integral part of life and significantly change the existing social reality, generating new contradictions and restrictions.

This publication analyzes statistics and trends in Internet usage both abroad and in Russia. The results of various studies on the behavior of young people on the Internet, the impact of virtualization on the younger generation are considered. Part of the results of the study of youth in the Republic of Bashkortostan aged 14-35 years, conducted in 2021, is also presented. The sample size was 2000 people, the methodology included both an apartment survey of respondents and an online survey using Google Forms. The study allowed us to draw the following conclusions: a rating of popular social networks among the youth of the republic was compiled; it was revealed that the use of social networks to a certain extent brings additional social burden into the lives of young people; differences in behavior trends in the Internet environment of generations Y and Z were identified; values and priorities of representatives of generations Y and Z.

Keywords: youth, informatization, virtualization, Internet, social networks, values, generation Y, generation Z.