

## Имеет ли значение наличие высшего образования для поведения молодёжи в сети Интернет?

Научная статья

DOI: 10.31992/0869-3617-2024-33-8-9-123-139

**Габдрахманова Гульнара Фаатовна** – д-р социол. наук, доцент, заведующая отделом этнологических исследований Института истории им. Ш. Марджани Академии наук Республики Татарстан, ведущий научный сотрудник кафедры общей и этнической социологии, ORCID: 0000-0002-1796-5234, Researcher ID: N-1811-2017, [medi54375@mail.ru](mailto:medi54375@mail.ru)

Институт истории им. Ш. Марджани Академии наук Республики Татарстан, Казань, Россия  
Адрес: 420111, г. Казань, ул. Батурина, д. 7

Казанский федеральный университет, Казань, Россия

Адрес: 420008, г. Казань, ул. Кремлёвская, д. 35

***Аннотация.** В статье решается задача сравнения влияния двух факторов – наличия высшего образования и поколенческой принадлежности – на цифровую компетентность и на поведение молодёжи в интернет-пространстве. К её решению привлекаются вытекающие из теории цифрового неравенства подходы, проблематизирующие значение социально-демографических и иных характеристик населения для использования информационно-технологических новинок. Также важной для исследования является теория поколений. Она позволила выделить поколения Y и Z, сформировавшихся в условиях технологических изменений рубежа XX–XXI вв. В статье основное внимание уделяется представителям поколения Z. Их цифровая компетентность и поведение в сети Интернет сравнивается с обладателями высшего образования. Источники исследования: результаты социологического опроса молодёжи, проведённого в 2023 г. в 8 федеральных округах России, данные аналитических компаний, подвергнутые вторичной оценке, материалы официальной статистики.*

*В России образование является третьим по значимости фактором, влияющим на цифровое неравенство российской молодёжи, уступая двум другим причинам – месту проживания и материальной обеспеченности. Высшее образование сохраняет свои позиции в обеспечении цифровой компетентности молодёжи. Однако его наличие не влияет на поведение молодёжи в сети Интернет. Представители поколения Z, которые сегодня ещё только обучаются в российских вузах или поступают в них, по уровню использования информационно-технологических новинок не уступают тем, кто имеет высшее образование. «Цифровые аборигены» заметно чаще миллениалов оценивают Интернет как источник образования, самообразования, расширения кругозора. Такой запрос формирует новые задачи перед высшим образованием. Статью завершают рекомендации для вузов России в части их работы в значимых для поколения Z социальных медиа.*

*Ключевые слова:* цифровое неравенство, высшее образование, поколение Z, цифровая компетентность, поведение в сети Интернет

*Для цитирования:* Габдрахманова Г.Ф. Имеет ли значение наличие высшего образования для поведения молодёжи в сети Интернет? // Высшее образование в России. 2024. Т. 33. № 8-9. С. 123–139. DOI: 10.31992/0869-3617-2024-33-8-9-123-139

## Is It Matters to Have a Higher Education for the Young People Behavior on the Internet?

Original article

DOI: 10.31992/0869-3617-2024-33-8-9-123-139

*Gulnara F. Gabdrakhmanova* – Dr. Sci. (Sociology), Associate Professor, Head of the Department of Ethnology, Institute of History named after Sh. Mardjani, Leading Researcher, Department of General and Ethnic Sociology, ORCID: 0000-0002-1796-5234, Researcher ID: N-1811-2017, medi54375@mail.ru

Academy of Sciences of the Tatarstan Republic, Kazan, Russia

Address: 7 Baturina str., 420111, Kazan, Russia

Kazan Federal University, Kazan, Russia

Address: 35 Kremlevskaya str., 420008, Kazan, Russia

**Abstract.** The article solves the problem of comparing the influence of two factors – the presence of higher education and generational affiliation – on digital competence and on the behavior of young people in the Internet space. Approaches arising from the theory of digital inequality are involved to solve it. They are problematizing the importance of socio-demographic and other population's characteristics for the use of information and technological innovations. Another important study aspect was the theory of generations. It made it possible to identify generations Y and Z, formed under the conditions of technological changes at the turn of the 20th-21st centuries. The article focuses on representatives of Generation Z. Their digital competence and behavior on the Internet is compared with higher education. Sources of the study: a sociological survey of young people in 8 federal districts of Russia conducted in 2023, data from analytical companies subjected to secondary assessment, materials from official statistics.

Education is the third most important factor influencing the digital inequality of Russian youth, two other reasons are behind – place of residence and material security. Higher education maintains its position in ensuring the digital competence of young people. However, its presence does not affect the behavior of young people on the Internet. Representatives of Generation Z, who today are still studying at or enrolling in Russian universities, are not inferior to those who have higher education in terms of the information and technological innovations level of use. Digital natives are noticeably more likely than millennials to evaluate the Internet as a source of education, self-education, and broadening their horizons. Such a request creates new tasks for higher education. The article concludes with recommendations for Russian universities regarding their work in social media that is significant for generation Z.

**Keywords:** digital inequality, higher education, generation Z, digital competence, behavior on the Internet

*Cite as:* Gabdrakhmanova, G.F. (2024). Is It Matters to Have a Higher Education for the Young People Behavior on the Internet? *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 33, no. 8-9, pp. 123-139, doi: 10.31992/0869-3617-2024-33-8-9-123-139 (In Russ., abstract in Eng.).

### Введение

Одним из признаков современной социальной дифференциации является вовлечённость населения в интернет-пространство. Для её фиксации исследователи ввели понятие «цифровое неравенство». Многочисленные исследования раскрывают факторы, влияющие на неравенство стран, их отдельных регионов и социальных групп. В числе причин, провоцирующих цифровой разрыв, называется уровень интернетизации государств, подразумевающий наличие или отсутствие доступа людей к компьютерам и компьютерным сетям, средств на подключение к ним. Он, по оценке авторов *Inclusive Internet Index*, постоянно поднимался до 2021 г., после чего произошло замедление темпов роста<sup>1</sup>. Однако разрыв в интернетизации между развитыми и развивающимися странами остаётся всё ещё существенным [1].

В последние годы при изучении цифрового неравенства в центре научно-аналитического внимания оказываются человекоориентированные факторы, влияющие на включённость населения, его заинтересованность в освоении информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [2; 3]. Для Международной компании *Digital Riser* наличие соответствующих знаний, онлайн-креативность, цифровое мышление населения конкретных стран становятся критериями измерения цифрового разрыва между современными государствами<sup>2</sup>.

Значительное число исследований о цифровом неравенстве посвящено другой группе социальных характеристик населения – демографическим, образовательным, поселенческим, поколенческим, материальной обе-

спеченности. Выяснилось, что пол не имеет значения для вероятности использования Интернета. Высокую степень активности в глобальной сети проявляют жители столичных регионов и обладатели более высоких доходов [4]. Уровень цифровой грамотности оказывает влияние на субъективные оценки благополучия молодёжи [5].

Уровень образования трактуется как одно из главных условий, существенно влияющего на цифровые компетентности и открывающие для обладателей высшего образования безграничные возможности Интернета. Так же доказано, что определяющим фактором вхождения в цифровой мир и жизни в нём является возраст [6]. Он «...имеет отрицательный эффект, т. е. чем старше человек, тем с меньшей вероятностью он пользуется всемирной информационной сетью» [7, с. 175]. Однако всё большее число исследователей обращает внимание на значение для цифрового неравенства факта принадлежности к конкретному поколению – представителям групп X, Y или Z, которые сильно отличаются друг от друга по поведению в интернет-пространстве. Среди особенностей поколения Z называется стремление его представителей к самообразованию и к использованию социальных сетей для обучения, прагматическое отношение к образованию (они выбирают лишь то, что им пригодится в жизни) [8]. Всё это проблематизирует вопрос о конкурентоспособности высшего образования – насколько этот классический институт сохраняет своё значение для структурирования цифрового общества. В статье ставится задача сравнения влияния двух факторов – наличия высшего образования и поколенческой принадлежности – на цифровую компетент-

<sup>1</sup> Global connectivity index Mode. URL: <https://www.huawei.com/minisite/gci/en/> (accessed 13.05.2024).

<sup>2</sup> The Digital Economy and Society Index (DESI). Available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi> (accessed 14.05.2024).

ность и на поведение молодёжи в интернет-пространстве.

### Теоретические основы исследования

История изучения влияния уровня образования на цифровое неравенство начиналась с анализа его связности с частотой обращения к Интернету. Дж.П. Робинсон, П. ДиМаджио и Э. Харгиттай выяснили, что люди с высшим и средним специальным образованием более вероятно являются интернет-пользователями по сравнению с респондентами, имеющими среднее образование и ниже. Высокообразованные граждане США проводят в Интернете больше времени, чем люди с низким образованием, и чаще обращаются к нему для решения профессиональных и образовательных задач, для проявления политического и социального участия [9]. Российские исследователи зафиксировали, что в стране в начале второго десятилетия 2000-х гг. число активных пользователей с высшим образованием на 20% превышало количество респондентов со средним специальным профессиональным образованием (57% и 36% соответственно), при этом актуальная ситуация получения образования и занятость усиливали пользовательскую активность [4].

В последние годы учёные рассматривают связь между наличием высшего образования и использованием Интернета в контексте жизненных стратегий и идентичностей людей. Например, доказано, что получение высшего образования напрямую и значительно снижает патриархальные взгляды как городских, так и сельских китайских женщин, но использование ими Интернета ослабляет эту связь, особенно в случае частого обращения к нему [10].

Для нашего исследования особое значение имеет теория поколений. Её роль для анализа российского общества, как и для всего мира, определяется происходящей сменой поколений – приходом молодых людей с другими поведенческими практиками и способами восприятия окружающего. И хотя волна изменений 2000-х гг. в сравне-

нии с 1980–1990-ми менее яркая и не всегда чётко различимая, но не менее важная по своим долгосрочным последствиям, новые цифровые и сетевые технологии начали действительно воспроизводить новые практики, стимулируя социальные сдвиги [11]. Именно эти глобальные технологические изменения можно рассматривать как историческое событие, оказавшего символическое влияние на судьбу социальной общности и определившего «дух времени». Оно рассматривается как существенная точка отсчёта в социологическом определении границ поколений [12], поэтому для исследователей социальности выделение поколений на основании их включённости в цифровой мир стало специальным инструментом анализа разных когорт. Устоявшимся является понимание о том, что поколение X – это те, кто родился в промежутке между 1965–1980 гг., Y – между 1980–1990-ми гг., Z – с начала 2000-х гг. и примерно до 2012 г., А (альфа) – это те, кому сейчас от 8 лет и 15 лет. Их специфичное потребительское поведение является предметом целого ряда исследований [13].

На нынешнем этапе высшее образование получает поколение Z. Как вузам реагировать на специфику «цифровых аборигенов» – вопрос, вокруг которого в экспертном сообществе развернулась большая дискуссия. Исследователи подчёркивают неподготовленность современного образования к нуждам поколения Z [14]. В России эта ситуация выражается в преобладании цифровых технологий, ориентированных лишь на информирование абитуриентов, студентов и выпускников, в распространении «традиционных» цифровых технологий сопровождения процесса обучения, в дефиците размещения учебных кейсов [15]. Сдержанный характер цифровизации образовательной среды объясняется следствием медленного оснащения вузов необходимыми для перехода на «цифру» финансовыми, техническими, кадровыми ресурсами [16].

Отдельное внимание исследователей привлекают негативные последствия цифрови-

зации образования. По мнению П. Кишнер и Р. Де Брюйкере, изменение образовательных технологий ухудшает качество обучения и снижает его результаты [17]. Дистанционный формат обучения сопровождается проблемами технического, психологического, дидактического и воспитательного характера [18]. Поэтому поиск органичной модели цифровой среды высшего образования, учитывающей качество образования и необходимость достижения им всех необходимых, социально значимых задач вкупе с интересами современного обучающего поколения Z и будущих студентов – представителей ещё более технологичного поколения Альфа – становится актуальной задачей не только системы образования, но и иных институций, прямо или опосредованно связанных с молодёжью и детьми.

#### Эмпирическая база исследования

Наше исследование состоялось в 2023 г. Оно проводилось с помощью социологического опроса молодёжи от 18 до 35 лет, проживающей в 8 федеральных округах России. Анкета распространялась через сервис *Google Forms*. Рекрут респондентов осуществлялся с применением метода «снежного кома», предполагающего поиск участников исследования по рекомендациям знакомых с ними людей. Использовалась квотная выборка по каждому федеральному округу, репрезентирующая молодёжь по полу и возрасту. Опрошено 2292 человека, из них число лиц со средним общим образованием составило 515 чел., средним специальным – 586, высшим – 1191. Поскольку нас интересовали особенности поколений, были выделены две возрастные группы. К поколению Y отнесены респонденты, родившиеся между 1988 и 2000 гг. ( $n=1008$ ), т. е. те, кто получил общее, среднее, высшее образование или кто не имеет профессионального образования, а к поколению Z – родившиеся в промежутке 2001–2005 гг. ( $n=1198$ ). Во второй группе оказывались лица, заканчивающие школу, обучающиеся в учреждениях среднего или

высшего профессионального образования, работающая или неработающая молодёжь.

Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью программы *SPSS*. Она позволила построить и проанализировать одномерные и двумерные частотные распределения, рассчитать коэффициенты сопряжённости.

В статье представлены результаты вторичного анализа данных исследовательских компаний о процессах цифровизации и развитии высшего образования в РФ, а также материалы официальной статистики.

#### Рейтинг социальных факторов, влияющих на поведение молодёжи в сети Интернет

На первом этапе анализа выяснялось, какое место среди прочих человекоориентированных причин, влияющих на цифровое неравенство, занимают два интересующих нас фактора – наличие высшего образования и принадлежность к поколению. Ключевым параметром стала категория «цифровая грамотность» / «цифровая компетентность». Оба словосочетания рассматриваются нами как синонимы в силу того, что эти категории пока слабо операционализированы и требуют от социологии чувствительного инструментария, который ещё предстоит разработать. Мы будем придерживаться определения цифровой грамотности как навыка поиска данных в больших информационных потоках, определения фейков, оценки достоверности, обработки информации, интерпретации, знания правил использования и других способностей оперирования сведениями [19].

В нашем исследовании цифровая грамотность замерялась с помощью субъективных оценок респондентов: как они оценивают собственный уровень цифровой компетентности и в каких сферах используют ИКТ. По каждому такому вопросу анкеты рассчитывались коэффициенты сопряжённости со следующими признаками – пол, поколенческая принадлежность, место жительства, материальное положение. Населённые пун-

Таблица 1

Коэффициенты сопряжённости между социально-демографическими характеристиками молодёжи, уровнем её цифровой компетентности и поведением в сети Интернет

Table 1

Association coefficients between the socio-demographic characteristics of young people, their level of digital competence and behavior on the Internet

Показатели	Пол	Поколение	Место жительства	Материальное положение	Образование
Оценка уровня собственной цифровой компетентности	0,104	0,092	0,204	0,162	0,128
Используют ИКТ...					
на работе и в бизнесе	0,069	0,324	0,209	0,205	0,249
в образовании	0,116	0,132	0,261	0,136	0,240
в общении	0,105	0,165	0,226	0,115	0,151
при самообразовании	0,123	0,098	0,239	0,175	0,197
при приобретении товаров и услуг	0,162	0,098	0,236	0,176	0,168
в развлечениях и на отдыхе	0,064	0,097	0,206	0,152	0,112

кты – места проживания участников исследования, были разделены на четыре группы: сёла и населённые пункты до 50 тыс. жителей, малые города (до 50 тыс.), средние города (50–500 тыс.), крупные города (500 тыс. – 1 млн) и города-миллионники. В качестве показателей уровня материального положения использовались данные о согласии участников исследования с одним из суждений: «Денег не хватает даже на самые необходимые продукты», «Все деньги расходуются на продукты и необходимые недорогие вещи», «В основном денег хватает, но приобретение товаров длительного пользования (телевизор, холодильник, мебель) затруднительно», «Живём обеспеченно, но на покупку квартиры, автомобиля нужно копить», «Можем себе позволить практически всё».

Изучение полученных данных показало, что образование является важным фактором, влияющим на субъективные оценки цифровой компетентности молодёжи и на её практики в сети Интернет (табл. 1). Особенно сильно оно влияет на использование ИКТ в сфере образования и в трудовой сфере, бизнесе. Между тем сравнение коэффициентов сопряжённости с другими социальными характеристиками молодёжи показывает, что фактор образования уступает по значимости такому условию как тип населённого

пункта. Место проживания оказывает главным, самым значимым условием, влияющим на уровень цифровой компетентности и на использование ИКТ при получении образования, самообразовании, общении, приобретении товаров, услуг и развлечениях. Материальное положение, половая и поколенческая принадлежность также в целом оказываются значимыми условиями поведения молодёжи в сети Интернет. Однако образование всё же является третьим по силе влияния обстоятельством: оно определяет дизайн поведения молодёжи в интернет-пространстве, освоения ею современных информационно-технологичных новинок. Особым случаем таких действий является использование ИКТ на работе и в бизнесе. Здесь выявлена самая сильная связь с таким параметром как поколение. Его значение, как и значение уровня образования, требуют отдельного рассмотрения.

#### Высшее образование или поколения – кто выигрывает в Интернете?

Для оценки респондентами собственного уровня цифровой компетентности им предлагалось три варианта ответа – «низкий», «средний», «высокий». Анализ субъективных мнений подтвердил ожидаемый вывод – цифровая компетентность оказалась самой

Таблица 2

Уровень цифровой компетентности молодёжи по самооценкам в зависимости от уровня образования и поколенческой принадлежности, %

Table 2

Young people digital competence level according to self-assessments depending on the education level and generational affiliation, %

Уровень цифровой компетентности	Образование			Поколение	
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее	Y	Z
Низкий	6,4	9	5,2	8,3	5,1
Средний	50,7	56	46,1	47,5	50,7
Высокий	39,4	32,3	46,3	41,5	41,5
Затруднились с ответом	3,5	2,7	2,4	2,7	2,8
Коэффициенты сопряжённости	0,129			0,020	

Таблица 3

Сферы использования молодёжью цифровых и интернет-технологий в зависимости от уровня её образования и поколенческой принадлежности, %

Table 3

Digital and Internet technologies areas of use by young people depending on their education level and generational affiliation, %

Сфера использования цифровых и интернет-технологий...	Образование			Коэффициент сопряжённости	Поколения		Коэффициент сопряжённости
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее		Y	Z	
Работа и бизнес	44,9	36,3	60,4	0,247	51,1	54	0,001
Образование	72,2	42,2	66,3	0,237	44,1	76,4	0,324
Общение	77,5	66,7	80,7	0,145	70,4	81,7	0,135
Самообразование, расширение кругозора, чтение новостей	65,4	49,5	69,9	0,194	56,1	70,8	0,171
Приобретение товаров и услуг	49,9	41,8	59,3	0,173	49	57,2	0,1
Развлечения и отдых	54,6	43	53	0,116	46,5	56,2	0,1

Примечания: В таблице представлена доля выбравших ответ «часто».

Note: The table shows the share of those who chose the answer “often”.

высокой среди лиц с высшим образованием (табл. 2). Значение уровня образования подтверждает значимый коэффициент сопряжённости (0,129). Высшее образование остаётся существенным фактором, влияющим на цифровую компетентность молодёжи. В тоже время довольно близкие показатели цифровой грамотности между обладателями общего и высшего образования, как и отсутствие по этому параметру статистической связи между представителями поколений Y и Z демонстрирует приближение си-

туации стирания границ между носителями разных уровней образования и не имеющими профессионального образования. Иными словами, наличие высшего образования в перспективе может перестать быть достаточным и необходимым условием цифровой компетентности.

Значение поколенческого фактора подтвердилось ответами на вопрос об использовании респондентами ИКТ (табл. 3). Их представители поколения Z используют так же активно, как и респонденты с высшим об-

Таблица 4

Поведение молодёжи в Интернете в зависимости от уровня образования и поколенческой принадлежности, %

Table 4

Behavior of young people on the Internet depending on the education- and generation level, %

Сфера использования цифровых и интернет-технологий...	Образование			Поколения	
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее	Y	Z
	Повседневная онлайн-коммуникация, переписка...				
Общение					
– с друзьями, коллегами	76,9	62,5	76,2	62,9	80,6
– с семьёй	55	47,6	61,8	51,9	60
– в домовых чатах	14,2	14,7	18,1	17,9	15
– в чатах района, города	8,2	9,1	8,3	10	7,5
– с потенциальным партнёром, поиск романтических отношений (Баду, Тиндер, Мамба и т. п.)	8,5	9,2	7,2	8,8	7,7
<i>Трудоустройство</i>					
Поиск работы (hh.ru, Superjob, Работа.ру, VK работа и т. п.)	10,7	12,1	13,9	14,1	11,9
<i>Онлайн-покупки и онлайн-услуги</i>					
Покупки товаров в маркетплейсах (Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет, Сбермега-маркет, KazanExpress, Aliexpress и т. п.)	46,2	38,2	55,2	43,8	59,3
Заказ продуктов и еды (Яндекс Еда, Яндекс Лавка, Delivery Club, Самокат, СберМаркет, и т. д.)	27,8	26,1	35,4	31,5	31,7
Заказ такси (Яндекс. Такси, Ситимобил, Uber, Максим и т. п.)	42,3	31,7	50,9	38,3	48
Покупка билетов для поездок, на культурные мероприятия (Aviasales, Tuti, Яндекс.Афиша, Kassir, Афиша, Ticketland)	26,2	16,4	43,1	24,2	28,1
Покупка и аренда недвижимости	8	7	8,6	8,9	7,5
<i>Использование информационных технологий –</i>					
Облачные сервисы хранения файлов (Яндекс.Диск, Google Drive, OneDrive, DropBox, iCloud)	38,6	28,8	41,4	32,6	41,3
Платформы для видеоконференций (Zoom, Microsoft Teams, Skype, Яндекс. Телемост, VK Звонки, Google Meet)	29,7	20,8	37,1	29,6	33,5
Голосовой ассистент (Алиса, Маруся, Сири, Олег и т. п.)	18,4	15,5	17,3	18,4	16,7

разованием, при общении, самообразовании, приобретении товаров и услуг, развлечениях (табл. 4). Выявлен высокий уровень значимости связи с такой онлайн-практикой как использование ИКТ в образовании (0,324 – по принадлежности к поколению, 0,237 – по уровню образования). Отчасти его можно объяснить тем, что для обладателей высшего

образования обращение к всемирной паутине по образовательным мотивам перестаёт быть актуальным, они покинули учебные заведения и многие занимаются трудовой деятельностью. Однако представленные в таблице данные показывают более высокую технологичность поколения Z, представители которого используют облачные сервисы

Таблица 5

Темы, по которым молодёжь обращается к Интернету,  
в зависимости от уровня её образования и поколенческой принадлежности, %

Table 5

Topics which young people turn to the Internet  
depending on their education- and generational affiliation level, %

Темы	Образование			Поколение	
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее	Y	Z
Политика, государственное и муниципальное управление	33	32,4	39,1	42,4	33,3
Экономика и финансы	20,2	26,3	28,5	33	22,1
Бизнес и инвестиции	17,5	23,4	28,6	30,3	22
Спорт и физическая культура	32,8	34,1	32,2	32,2	35,7
Семья	17,3	24,9	19,9	24,7	18,6
Отдых и развлечения	59,2	51,4	51,8	45,3	63,9
Наука и образование	46,4	30,4	41,4	30,7	50,1
Светская жизнь	16,7	15,7	16,8	19	15,6
Юриспруденция и правовые отношения	11,5	9	8,3	10,2	9
Информационные технологии и сфера связи	15	10,9	16	15,6	14,6
Гражданское общество и общественная деятельность	15,9	14	13	15,6	13,5
Правопорядок и общественная безопасность	7,8	9,4	8,3	10,5	7,3
Журналистика и средства массовой информации	16,3	14,5	16,1	15,3	17,3
Хобби и увлечения	53,2	43	47,1	38,3	58,5
Транспортная сфера	13	15,4	11,1	14,4	12
Техника и технологии	18,6	17,6	16,4	17,6	18,1
Медицина и здоровье	20,2	22,4	21,8	22,8	22,1
Мода, стиль и дизайн	40	27,4	36,9	28,4	43,3
Искусство и народное творчество	25,2	16,2	19,6	14,8	25,8
Экология и природопользование	9,1	8,2	8	8,4	8,8
Массовая культура (кино, сериалы, музыка, литература)	58,3	41,6	54,1	46,7	59,8
Туризм и путешествия	25,8	22	20,3	25,6	29,5
Игровая индустрия	31,3	20,3	20,9	14,8	31,7

Примечания: Сумма не равна 100%, т. к. респондент мог выбрать любое количество ответов.

Note: The amount is not equal to 100%, because the respondent could choose any number of answers.

хранения файлов и голосовые ассистенты, возможности видеоконференций не меньше, чем респонденты с высшим образованием и более активно, чем поколение Y. Кроме того, поколение Z, как и те, кто имеет высшее образование, одинаково прибегают к повседневной онлайн-коммуникации и к решению повседневных проблем с помощью ИКТ. Поэтому можно говорить о том, что для нынешнего высшего образования в России

контингент обучающихся представлен такими учащимися, для которых ИКТ являются естественным спутником жизни при решении самых разных, в том числе образовательных задач. Обращают на себя внимание данные о тех, кто имеет общее образование, т. е. о тех, кто станет в ближайшем будущем студентами российских вузов. Две трети таких респондентов используют ИКТ в образовательных целях.

Таблица 6

Используемые молодёжью источники информации о значимых событиях жизни общества и страны в зависимости от уровня образования и поколенческой принадлежности, %

Table 6

Information sources used by young people about significant events in the society life and the country, depending on the level of education and generational affiliation, %

Обращаются к...	Образование			Поколение	
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее	Y	Z
социальным сетям, мессенджерам, блогам, форумам	90,5	88,2	92	86,3	94,2
видеохостингам	42,7	34,5	38,5	34,8	42,4
тематическим веб-сайтам	24,1	23	22,8	26,3	21,2
электронным СМИ	66	56,3	66,2	60	66,1
телевидению	27,6	42,5	29,7	40,9	25
радио	5,8	14,2	7,9	13,3	5,9
печатным СМИ	5,6	7,3	4,8	7,3	4,3

Примечания: Сумма не равна 100%, т. к. респондент мог выбрать любое количество ответов.

Note: The amount is not equal to 100%, because the respondent could choose any number of answers.

### О стратегиях работы высшего образования с поколением Z

Российская молодёжь обращается к Интернету по самым разным причинам (табл. 5). Развлекательный контент – для отдыха, развлечений, потребления продуктов массовой культуры – является самым востребованным. К этой сфере несколько чаще обращается молодёжь с общим образованием. Второй по значимости для молодёжи темой является наука и образование. Её востребованность прежде всего среди поколения Z и среди лиц с общим образованием, т. е. среди тех, кто будет поступать в вузы, ставит перед высшим образованием задачу учёта цифровых интересов потенциальных и реальных участников образовательного процесса в вузах.

В фокусе нашего внимания оказались цифровые каналы, которые могут быть использованы высшим образованием в самых разных целях – для повышения престижа высшего образования, продвижения имиджа университетов, создания цифровой среды вузов. В нынешних условиях достижение всех их не обеспечивают традиционные институты – радио и печатные СМИ, а также телевидение, которое востребовано лишь

среди лиц со средним профессиональным образованием и представителей поколения Y (табл. 6). К условно традиционным каналам отнесём тематические сайты. На них обращает внимание лишь четверть респондентов. Высокую значимость для молодёжи представляют электронные СМИ: их читают около 60% респондентов. Но самыми востребованными площадками, к которым обращается молодёжь при поиске информации о значимых событиях, являются социальные сети, мессенджеры, блоги, форумы. Особенно они популярны у поколения Z.

Поколение Z среди разнообразных сетей и платформ предпочитает прежде всего Telegram – 91,9% (Табл. 7). Причём, отвечая на вопрос о контенте, которым он привлекает пользователей – участников исследования, четверть назвала образовательный. Ещё более высокий показатель выявлен при анализе ответов в отношении YouTube. К этой платформе обращается 70% представителей поколения Z, причём 37% респондентов стимулирует образовательные причины. Instagram и TikTok хотя и пользуются популярностью у молодёжи, однако образовательный контент не назывался участниками исследования в качестве побуждающего

Таблица 7

Предпочтения социальных сетей и мессенджеров среди молодёжи  
в зависимости от уровня образования и поколенческой принадлежности, %

Table 7

Preferences for social networks and instant messengers among young people depending  
on their level of education and generation, %

Виды социальных сетей и мессенджеров	Образование			Поколение	
	общее среднее	среднее профессиональное	высшее	Y	Z
ВКонтакте	78,1	74,7	70,4	64,3	82
WhatsApp	60,4	74,6	74,4	76,8	65,3
Telegram	87,6	74,9	87,3	75,3	91,9
Viber	8,2	18,9	10,4	17,7	8,2
Одноклассники	4,9	12,6	6,8	13	4
Twitter	6,6	10,8	12,4	12	8,7
Instagram	56,9	49,1	58,4	48,8	60,5
TikTok	38,4	36	30,3	24,7	41,2
YouTube	68,2	59,7	62,9	54,6	70,1
Discord	21,7	13,1	13,1	10,7	18,6
Twitch	10,1	6,8	6,5	6,3	9,9

Примечания: Сумма не равна 100%, т. к. респондент мог выбрать любое количество ответов.

Note: The amount is not equal to 100%, because the respondent could choose any number of answers.

обстоятельства. *RuTube*, ТамТам, *Facebook*, Дзен, *Likee*, *Trovo*, *WASD*, *ICQ*, МойМир, Живой Журнал, ЯРУС, *Signal*, ДругВокруг, *imo HD*, *LinkedIn*, *Reddit* использует не более 10% респондентов. Их предпочтения не связаны с уровнем образования и поколенческими особенностями. Платформа «Одноклассники» больше привлекает молодёжь со средним профессиональным образованием, *Twitter* – с высшим. Можно говорить о том, что конкретные социальные медиа становятся участниками образовательной сферы.

### Обсуждение

В России образование остаётся значимым фактором цифрового неравенства. Социологический опрос Всероссийского центра изучения общественного мнения, проведённый в 2018 г., показал, что наиболее активными пользователями Интернета в стране

являются высокообразованные респонденты (78%)<sup>3</sup>. Однако образование не является ведущим фактором различий поведения молодёжи в Интернете. По-прежнему на возможности использования всемирной паутины и на онлайн-практики в первую очередь влияют такие выделенные ещё в первом и втором десятилетии 2000-х гг. факторы как материальная обеспеченность и место жительства [7].

В России всё ещё сохраняется высокий цифровой разрыв между территориями. На уровне федеральных округов (ФО) в стране фиксируется сохранение значительного разрыва между лидерами и отстающими (пример – Уральский ФО и Северо-Кавказский ФО) (табл. 8), обусловленного темпами цифровизации входящих в их состав регионов<sup>4</sup> [20]. Согласно рейтингу Минцифры РФ, в 2022 г. в Северо-Западном, Южном и

<sup>3</sup> Просторы Интернета: для работы или развлечений? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/prostory-interneta-dlya-raboty-ili-razvlechenij> (дата обращения: 27.05.2024).

<sup>4</sup> Индекс «Цифровая Россия». Отражение цифровизации субъектов Российской Федерации через призму открытых источников. Авторская методология с учётом российской специфики и лучших практик. Сколково: Московская школа управления, 2018. URL: <https://finance.skolkovo.ru/downloads/>

Северо-Кавказском ФО не было ни одного региона, входящего в топ лидеров по уровню цифровой зрелости. В других округах весьма заметно проявляется расслоение входящих в них субъектов: на фоне лидерских позиций отдельных регионов в составе Приволжского ФО (республики Башкортостан, Татарстан, Удмуртия, Оренбургская, Нижегородская, Самарская области), Центрального ФО (Белгородская, Тульская, Калужская, Липецкая, Московская области), Сибирского ФО (Ханты-Мансийский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ, Тюменская, Кемеровская области), Уральского ФО (Челябинская, Курганская области), Дальневосточного ФО (Приморский край, Республика Саха (Якутия), Сахалинская область) другие соседние территории входят в группу явных аутсайдеров (например, Чукотский автономный округ в Дальневосточном ФО, Тамбовская область в Центральном, Ставропольский край – в Южном). Общие, происходящие в регионах процессы цифровизации напрямую влияют на расположенные на их территориях вузы, стимулируя или препятствуя созданию цифровой образовательной среды, на использование учебными заведениями ИКТ и на возможности обладателей высшего образования, которые оказываются в ситуации цифрового неравенства при использовании современных технологических возможностей.

Высшее образование в России сохраняет свою роль в наращивании цифровой компетентности молодёжи. Однако конкурирующим с ним фактором становится поколенческий. Высшее образование уже не задаёт особый дизайн поведения молодёжи в Интернете. Как показало наше исследование, представители поколения, которое сегодня обучаются в российских вузах или поступа-

ют в них, активнее прибегают к технологическим новинкам и заметно чаще миллениалов оценивают Интернет как источник образования, самообразования, расширения кругозора. Тенденция усиления значимости образовательных онлайн-источников для новых поколений была выявлена Всероссийским центром изучения общественного мнения ещё в 2014 г.: тогда образовательную причину обращения к всемирной паутине назвали 37% респондентов, в 2018 г. – 44%. Среди 18–24-летних доля таких респондентов составила 68%, среди высокообразованных лишь 56%<sup>5</sup>. Перед современным высшим образованием возникает вопрос о стратегиях встраивания в глобальные потоки образовательной информации.

Сегодня на рынке образовательной информации в Интернете всё больший сегмент начинают занимать частные EdTech-корпорации. В России их выручка по итогам I квартала 2023 г. составила 26 951 млн рублей, I квартала 2024 г. – 33 015 млн рублей<sup>6</sup>. Онлайн-школы, онлайн-курсы идут в тренде раннего освоения профессий, предоставляют возможность для получения востребованных, модных цифровых специальностей и разнообразных знаний, навыков. Интернет-образование привлекает внимание крупных компаний, испытывающих дефицит специалистов и выражающих всё большую заинтересованность в высоких профессионалах, в удержании кадров и повышении их квалификации.

Классические способы получения образования оказываются в ситуации конкуренции с новыми формами его получения. Режим соперничества поляризует российское общество: в том, что новые образовательные онлайн-платформы не смогут заменить традиционное высшее образование однозначно

documents/FinChair/Research\_Reports/SKOLKOVO\_Digital\_Russia\_Resume\_2019-04\_ru.pdf (дата обращения: 27.05.2024).

<sup>5</sup> Просторы Интернета: для работы или развлечений? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/prostory-interneta-dlya-raboty-ili-razvlechenij> (дата обращения: 27.05.2024).

<sup>6</sup> Выручка топ-100 компаний по кварталам. URL: <https://edtechs.ru/analitika-i-intervyu/edtech-rynok-v-nachale-2024-goda-vyros-na-225-do-33-mlrd-rub/> (дата обращения: 29.05.2024).

Таблица 8

## Рейтинги федеральных округов РФ по уровню цифровизации

Table 8

## Ratings of the Russian Federation federal districts by digitalization level

ФО	Авторы рейтинга						
	Минцифры РФ, баллы		СКОЛКОВО, баллы		АНО «Диалог», 10 лучших регионов		
	2022 г.	Динамика 2021-2022 гг.	2018 г.	Динамика 2017-2018 гг.	Качество обратной связи, 1 полугодие 2023 г.	Личные страницы глав регионов, 2021 г.	Официальные паблики правительств регионов
УФО	23,1	-4,2	68,34	+11,17	Ханты-Мансийский автономный округ	Ямало-Ненецкий автономный округ	Ханты-Мансийский автономный округ, Тюменская область, Ямало-Ненецкий автономный округ
ПФО	20,4	+1	62,65	+15,72	Пермский край, Пензенская область	Удмуртская Республика, Республика Башкортостан	Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Чувашия
ЦФО	19,8	+3,4	62,24	+12,19		Белгородская область, Орловская область, Калужская область	Тульская область, Калужская область, Рязанская область
СЗФО	18,8	+2,1	62,02	+11,12	Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Мурманская область, Новгородская область	Мурманская область	–
СФО	18,6	+0,2	50,00	+8,09	–	–	–
ДФО	17,6	-1,1	54,66	+10,46	Еврейская автономная область, Сахалинская область	Республика Саха(Якутия), Сахалинская область, Амурская область	Чукотский автономный округ
ЮФО	18,1	-7,3	53,88	+10,82	–	–	–
СКФО	16,1	-4	45,36	+11,99	–	–	–

*Источники:* Таблица составлена на основании данных рейтинга цифровой трансформации регионов, осуществляемого Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ (URL: <https://clck.ru/3VfH6a> (дата обращения: 12.01.2024)), рейтинга Центра финансовых инноваций и безналичной экономики Московской школы Сколково<sup>7</sup> и рейтинга Центра компетенций в сфере интернет-коммуникаций АНО «Диалог» (URL: <https://dialog.info/ratings/> (дата обращения 12.01.2024)).

*Source:* The table is compiled based on data from regions digital transformation rating carried out by the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Communications of the Russian Federation (URL: <https://clck.ru/3VfH9H> (accessed 12.01.2024); URL: <https://dialog.info/ratings/> (accessed 12.01.2024)).

<sup>7</sup> Индекс «Цифровая Россия». Отражение цифровизации субъектов Российской Федерации через призму открытых источников. Авторская методология с учётом российской специфики и лучших практик. Сколково: Московская школа управления, 2018. URL: [https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research\\_Reports/SKOLKOVO\\_Digital\\_Russia\\_Resume\\_2019-04\\_ru.pdf](https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_Digital_Russia_Resume_2019-04_ru.pdf) (дата обращения 27.05.2024)..

уверена лишь половина участников опроса компании «ПромРейтинг», проведённого в 2022 г. Положительные оценки образовательных онлайн-платформ зафиксированы у 60% представителей молодого поколения: 30% среди них уверены в том, что такое образование в будущем сможет заменить традиционное образование, и столько же считает, что сегмент онлайн-курсов, онлайн-школ уже победил<sup>8</sup>. Ситуацию осложняет падение ценности высшего образования. Доля респондентов, считающих, что высшее образование является необходимым условием успеха, снизилась, по данным Фонда общественного мнения, с 65% в 1999 г. до 54% в 2014 г.<sup>9</sup> В 2022 г. лишь 37,1% учащихся и выпускников российских вузов согласилось с мнением о том, что в России важно иметь высшее образование<sup>10</sup>.

### Рекомендации

Для более активного и эффективного поддержания статуса высшего образования необходимо увеличивать объём информации о его значении и престиже, кардинально менять формы и способы преподнесения информации о нём, адекватно реагировать на образовательные и технологические запросы «цифровых аборигенов». Представителей поколения Z мало интересуют традиционные институции воздействия – радио, ТВ, печатные СМИ, тематические сайты. Более востребованными у них являются цифровые технологии, нацеленные на коммуникацию,

интерактивные форматы, которые в цифровой среде университетов пока заметно уступают цифровым технологиям, направленным на информирование (сайтам) [15]. Перспективными площадками для коммуникации видятся в том числе социальные сети, мессенджеры. Российским вузам можно порекомендовать активнее присутствовать на двух наиболее востребованных у молодёжи площадках – *Telegram* и *YouTube*. Важность их использования и эффективного воздействия на молодёжную аудиторию показывают данные исследования *MediaScope*. Ежедневно к социальным сетям, *Telegram* или *YouTube* обращаются 92% 18–24-летних<sup>11</sup>. *Telegram* демонстрирует положительную динамику в привлечении внимания посетителей. В нём наблюдается рост времени потребления по всем возрастным группам. Но особенно сильный рост среди 12–25-летних: в феврале 2022 г. они тратили на посещение *Telegram* 16 минут, в октябре 2022 г. – уже 31 минуту<sup>12</sup>.

Присутствие и работа вузов в социальных сетях в РФ включены в рейтинг медийной активности 218 подведомственных Минобрнауки РФ вузов<sup>13</sup>. Пока же этот показатель в силу значительной дистанции между лидерами и аутсайдерами (например, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова – 27,915, Херсонский технический университет – 3,697)<sup>14</sup> становится ещё одним показателем цифрового разрыва, но уже в самой системе высшего образования.

<sup>8</sup> Интернет-образование в РФ: уровень, особенности, варианты регулирования со стороны государства. URL: <https://promrating.ru/issledovaniya/internet-obrazovanie-v-rf-uroven-osobennosti-varianty-regulirovaniya-so-storony-gosudarstva/> (дата обращения 5.05.2024).

<sup>9</sup> Зачем нужно высшее образование? URL: <https://fom.ru/Nauka-i-obrazovanie/11596> (дата обращения 29.05.2024).

<sup>10</sup> Интернет-образование в РФ: уровень, особенности, варианты регулирования со стороны государства. URL: <https://clck.ru/3VfHG3> (дата обращения 05.05.2024).

<sup>11</sup> Суанова И. Social Media. URL: <https://clck.ru/3VfHCV> (дата обращения: 18.05.2024).

<sup>12</sup> Ачкасова К. Медиа 2022: главные тренды (аналитический отчёт, 9 декабря 2022 г.). URL: <https://clck.ru/3VfHDi> (дата обращения: 18.05.2024).

<sup>13</sup> Соцсети вузов растут: опубликован рейтинг медийной активности вузов за апрель 2022 года. Министерство науки и высшего образования РФ. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/51394/> (дата обращения: 10.06.2024).

<sup>14</sup> Рейтинг медийной активности вузов. URL: <https://xn----ftbfmepluu.xn--p1a/> (дата обращения: 10.06.2024).

## Литература

1. *Gebremichael M.D., Jackson J.W.* Bridging the gap in Sub-Saharan Africa: A holistic look at information poverty and the region's digital divide // *Government Information Quarterly*. 2006. Vol. 23. No. 2. P. 267–280. DOI: 10.1016/j.giq.2006.02.011
2. *Mullick M., Patnaik A.* Pandemic management, citizens and the Indian Smart cities: Reflections from the right to the smart city and the digital divide // *City, Culture and Society*. 2022. No. 30. DOI: 10.1016/j.ccs.2022.100474
3. *Grisbchenko N.* The gap not only closes: Resistance and reverse shifts in the digital divide in Russia // *Telecommunications Policy*. 2020. Vol. 44. No. 8. DOI: 10.1016/j.telpol.2020.102004
4. *Бродовская Е.В., Шушлова О.Е.* Российские пользователи и непользователи: соотношение и основные особенности // *Мониторинг общественного мнения*. 2013. № 3 (115). С. 5–18. EDN: QIVARN.
5. *Шихгафизов П.Ш., Конищева Е.В., Котляров С.А.* Влияние цифровой грамотности на субъективное благополучие молодого населения региона // *Цифровая социология*. 2023. Т. 6. № 4. С. 61–66. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-61-66
6. *Алексеева О.А., Бестужева О.Ю., Вершинская О.Н., Скворцова Е.Е.* Адаптация пенсионеров к интернет-среде // *Социальная психология и общество*. Международное научное издание. 2018. Т. 9. № 2. С. 150–165. DOI: 10.17759/sps.2018090210
7. *Волченко О.В.* Динамика цифрового неравенства в России // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2016. № 5. С. 163–182. DOI: 10.14515/monitoring.2016.5.10
8. *Богачева Н.В., Сивак Е.В.* Мифы о «поколении Z» / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. М.: НИУ ВШЭ, 2019. Современная аналитика образования. № 1 (22). 63 с. URL: <https://ioe.hse.ru/pubs/share/direct/408113365.pdf> (дата обращения: 10.06.2024).
9. *Robinson J.P., DiMaggio P., Hargittai E.* New social survey perspectives on the digital divide // *IT & Society*. 2003. Vol. 1. No. 5. P. 1–22. URL: <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/new-social-survey-perspectives-on-the-digital-divide> (дата обращения: 10.06.2024).
10. *Гао Ц., Лю Ю.* Высшее образование, пользование сетью «Интернет» и отождествление китайских женщин с патриархальным укладом: эмпирический анализ с учётом эффекта модерации // *Цифровая социология*. 2023. Т. 6. № 1. С. 79–88. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-79-88
11. *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // *Социологические исследования*. 2018. № 3. С. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518030029
12. *Семенова В.В.* Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» // *Россия реформирующаяся: Ежегодник-2003*. Дробижева Л.М. (ред.) М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 213–237. ISBN: 5-89697-081-1.
13. *Тимохина Г.С., Мхитарян С.В., Скоробогатых И.И., Корягина И.А., Лукина А.В.* Устойчивое поведение потребителей: исследование через призму теории поколений // *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*. 2022. Т. 13. № 3. С. 420–442. DOI: 10.18184/2079-4665.2022.13.3.420-442
14. *Seemiller C., Grace M.* *Generation Z Goes to College*. San Francisco: Jossey-Bass, 2015. 320 p. ISBN: 978-1-119-14345-1.
15. *Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Петрова Т.Э., Пырфа Р.В., Азаров А.А.* Цифровая среда ведущих университетов мира и РФ: результаты сравнительного анализа данных сайтов // *Высшее образование в России*. 2019. Т. 28. № 12. С. 9–22. DOI: 10.31992/0869-3617-2019-28-12-9-22
16. *Юдина Т.Н., Сёмочкина Н.Н.* Постпандемия: итоги и перспективы цифровизации высшего образования // *Цифровая социология*. 2024. Т. 7. № 1. С. 86–96. DOI: 10.26425/2658-347X-2024-7-1-86-96
17. *Kirschner P., De Bruyckere P.* The myths of the digital native and the multitasker // *Teaching and Teacher Education*. 2017. Vol. 67. P. 135–142. URL: <https://gwern.net/doc/psychology/2017-kirschner.pdf> (дата обращения: 10.06.2024).
18. *Щербакова И.К.* Влияние дистанционного формата обучения на качество образовательного процесса (по результатам исследования, проведённого в Государственном университете управления) // *Цифровая социология*. 2023. № 6 (2). С. 89–98. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-2-89-98

19. Каменева Т.Н., Кульчицкий А.В., Котляров С.А., Казафян М.Ю., Орлова Е.С. Анализ проблемы распространения фейковой информации в интернет-пространстве // *Цифровая социология*. 2023. № 6 (3). С. 73–78. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78

**Благодарность.** Исследование проведено за счёт средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету

для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодёжи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

*Статья поступила в редакцию 11.06.2024*

*Принята к публикации 10.07.2024*

### References

1. Gebremichael, M.D., Jackson, J.W. (2006). Bridging the Gap in Sub-Saharan Africa: A Holistic Look at Information Poverty and the Region's Digital Divide. *Government Information Quarterly*. Vol. 23, no. 2, pp. 267-280, doi: 10.1016/j.giq.2006.02.011
2. Mullick, M., Patnaik, A. (2022). Pandemic Management, Citizens and the Indian Smart Cities: Reflections from the Right to the Smart City and the Digital Divide. *City, Culture and Society*, No. 30, doi: 10.1016/j.ccs.2022.100474
3. Grishchen, N. (2020). The Gap Not Only Closes: Resistance and Reverse Shifts in the Digital Divide in Russia. *Telecommunications Policy*. Vol. 44, no. 8, doi: 10.1016/j.telpol.2020.102004
4. Brodovskaya, E.V., Shumilova, O.E. (2013). [Russian Users and Non-Users: Correlation and Basic Features]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3, pp. 5-18. Available at: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_19412737\\_15451638.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_19412737_15451638.pdf) (accessed 10.06.2024). (In Russ.).
5. Shikhgafizov, P.Sh., Konischeva, E.V., Kotlyarov, S.A. (2023). Digital Literacy Impact on the Subjective Well-Being of the Region Young Population. *Digital Sociology*. Vol. 6, no. 4, pp. 61-66, doi: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-61-66 (In Russ., abstract in Eng.).
6. Alekseeva, O.A., Bestuzheva, O.Yu., Vershinskaya, O.N., Skvortsova, E.E. (2018). [Adaptation of Pensioners to the Internet Environment]. In: *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo. Mezhdunarodnoye nauchnoye izdaniye* [Social Psychology and Society. International Scientific Publication]. Vol. 9, no. 2, pp. 150-165, doi: 10.17759/sps.2018090210 (In Russ.).
7. Volchenko, O.V. (2016). Dynamics of Digital Inequality in Russia. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5, pp. 163-182, doi: 10.14515/monitoring.2016.5.10 (In Russ., abstract in Eng.).
8. Bogacheva, N.V., Sivak, E.V. (2019). *Mify o "pokolenii Z"* [Myths about "Generation Z"]. National Research University "Higher School of Economics", Institute of Education. Moscow: National Research University Higher School of Economics. Modern education analytics. No. 1 (22). Available at: <https://ioe.hse.ru/pubs/share/direct/408113365.pdf> (accessed 10.06.2024). (In Russ.).
9. Robinson, J.P., DiMaggio, P., Hargittai, E. (2003). New Social Survey Perspectives on the Digital Divide. *IT & Society*. Vol. 1, no. 5, pp. 1-22. Available at: <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/new-social-survey-perspectives-on-the-digital-divide> (accessed 10.06.2024).
10. Gao J., Lu, Y. (2023). Higher Education, Internet Usage, and Chinese Female's Identification with Patriarchal Perspective: An Empirical Analysis Considering Moderating Effect. *Digital Sociology*. Vol. 6, no. 1, pp. 79-88, doi: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-79-88 (In Russ., abstract in Eng.).

11. Radayev, V.V. (2018). Millennials Compared to Previous Generations: An Empirical Analysis. *Sotsiologicheskie issledovania* [Sociological Studies]. No. 3, pp. 15-33, doi: 10.7868/S0132162518030029 (In Russ., abstract in Eng.).
12. Semenova, V.V. (2003). *Sovremennyye kontseptual'nyye i empiricheskiye podkhody k ponyatiyu "pokoleniye"* [Modern Conceptual and Empirical Approaches to the Concept of "Generation"]. In: Drobizheva, L.M. (Eds.) *Rossiya reformiruyushchayasya: Yezbegodnik-2003* [Reforming Russia: Yearbook-2003]. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, pp. 213-237. ISBN: 5-89697-081-1. (In Russ.).
13. Timokhina, G.S., Mkhitaryan, S.V., Skorobogatykh, I.I., Koryagina, I.A., Lukina, A.V. (2022). Sustainable Consumer Behavior: Research Through the Prism of Generational Theory. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. No. 13 (3), pp. 420-442, doi: 10.18184/2079-4665.2022.13.3.420-442 (In Russ., abstract in Eng.).
14. Seemiller, C., Grace, M. (2015). *Generation Z Goes to College*. San Francisco: Jossey-Bass. 320 p. ISBN: 978-1-119-14345-1.
15. Brodovskaya, E.V., Dombrovskaya, A.Yu., Petrova, T.E., Pyrma, R.V., Azarov, A.A. (2019). Digital Space of Leading Universities: The Comparative Analysis of Sites. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 28, no. 12, pp. 9-22, doi: 10.31992/0869-3617-2019-28-12-9-22 (In Russ., abstract in Eng.).
16. Yudina, T.N., Semochkina, N.N. (2024) Post-pandemic: Outcomes and Prospects of the Digitalisation of Higher Education. *Digital Sociology*. No. 7 (1), pp. 86-96, doi:10.26425/2658-347X-2024-7-1-86-96 (In Russ., abstract in Eng.).
17. Kirschner, P., De Bruyckere, P. (2017) The Myths of the Digital Native and the Multitasker. *Teaching and Teacher Education*. Vol. 67, pp. 135-142. Available at: <https://gwern.net/doc/psychology/2017-kirschner.pdf> (accessed 10.06.2024).
18. Shcherbakova, I.K. (2023). The Distance Learning Impact on the Quality of the Educational Process (According to the Study Results Conducted at the State University of Management). *Digital Sociology*. No. 6 (2), pp. 89-98, doi: 10.26425/2658-347X-2023-6-2-89-98 (In Russ., abstract in Eng.).
19. Kameneva, T.N., Kulchitskiy, A.V., Kotlyarov, S.A., Kazaryan, M.Yu., Orlova, E.S. (2023). Analysis of the Problem of Spreading Fake Information in the Internet Space. *Digital Sociology*. No. 6 (3), pp. 73-78, doi: 10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78 (In Russ., abstract in Eng.).

**Acknowledgement.** The study was carried out by allocated subsidies to the Kazan Federal University for the project implementation No. FZSM-2023-0022 "Digital socialization and digital competence of young people in the context of global systemic changes: regulatory technologies, risks, scenarios" as a part of the state assignment.

*The paper was submitted 11.06.2024  
Accepted for publication 10.07.2024*