

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-3-572-581

Цифровой детокс молодежи (на примере использования социальных сетей)*

Г.З. Ефимова, М.Ю. Семенов

Тюменский государственный университет
ул. Ленина, 16, Тюмень, 625003, Россия
(e-mail: g.z.efimova@utmn.ru; m.y.semenov@utmn.ru)

Статья посвящена изучению практик использования виртуальных социальных сетей и установок учащейся и работающей молодежи на отказ от информационно-коммуникационных сервисов под влиянием объективных и субъективных факторов (возраст, социальный статус, конкурентоспособность, доверие к окружающим). Метод исследования — анкетный опрос учащейся (старшеклассники, студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования) и работающей молодежи Тюменской области. Выборочная совокупность — учащиеся 10–11 классов (N=1130), студенты (N=1097) и работающая молодежь (N=942). Результаты исследования свидетельствуют о том, что основная цель использования социальных сетей — получение новой информации (81%) и потребление развлекательного видео- и аудио контента (72%); удовлетворяют свои образовательные потребности 32% в группе учащейся молодежи (старшеклассники и студенты). С возрастом снижается интенсивность поиска молодежью своей идентичности и уменьшается стремление к поддержанию социального статуса в виртуальной реальности. Наивысший уровень готовности к цифровому детоксу на короткий промежуток времени зафиксирован среди старшеклассников (84%). Готовность к продолжительному отказу от социальных сетей в большей степени выражена среди работающей молодежи (32%), тогда как среди старшеклассников и студентов таковых не более четверти от числа опрошенных. Чем ниже уровень генерализированного доверия респондента, тем проще ему отказаться от использования социальных сетей. Результаты исследования свидетельствуют о следующей тенденции в отказе молодежи от виртуальных социальных сетей: допускающие однодневный детокс в редких случаях готовы на отдых от социальных сетей в течение месяца; допускающие отказ от виртуального общения на неделю считают более реалистичным его продление до месяца.

Ключевые слова: молодежь; старшеклассники; студенты; работающая молодежь; социальные сети; цифровой детокс; медийный аскетизм; информационно-коммуникационные технологии

Повседневные социальные практики современной молодежи невозможно представить без использования технических средств, обеспечивающих опосредованную включенность в глобальную сеть Интернет. Взаимодействие человека с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) определило не только внедрение новых форм социальных интеракций, но и увеличение количества и качества информационных потоков, воздействующих на личность на протяжении всей жизни, в том числе в период наиболее активных стадий социализации. Обозначенные изменения сформировали

* © Ефимова Г.З., Семенов М.Ю., 2020.

Статья поступила 19.02.2020 г. Статья принята к публикации 22.05.2020 г.

необходимость междисциплинарного изучения позитивных и негативных последствий внедрения ИКТ в жизнь индивида, социальных групп и общества.

Основной формой времяпрепровождения молодежи в интернет-пространстве становятся общение и самопрезентация в виртуальных социальных сетях: 95% подростков зарегистрированы в них и имеют собственные аккаунты [8. С. 24]. По данным ВЦИОМ, в 2019 году 89% молодежи в возрасте 14–17 лет ежедневно или практически ежедневно пользовались социальными сетями [6]. Данное поведение может свидетельствовать об аддиктивном характере использования социальных сетей частью современной молодежи. Появляются риски увеличения стрессовых состояний и формирования новых фобий — вплоть до боязни остаться без мобильного телефона или вдалеке от него (номофобия). В свою очередь, это негативно влияет на психофизиологическое состояние детей, подростков и молодежи, о чем свидетельствуют зарубежные исследования последних десятилетий [25]. Таким образом, возрастает потребность в изучении практик использования молодым поколением виртуальных социальных сетей и возможностей уменьшения проводимого в них времени или готовности отказа от них. Справедливости ради отметим, что в современных реалиях полный отказ представляется маловероятным для подавляющего большинства пользователей социальных сетей.

В течение последних пяти лет в информационном пространстве как научного, так и публицистического характера набирают популярность темы цифрового детокса («digital detox»), медийной аскетике, отказа от использования информационно-коммуникационных технологий. Данный отказ характеризуется определенной периодичностью и реализуется индивидом для достижения конкретных целей. Оксфордский словарь трактует цифровой детокс как «период времени, в течение которого человек воздерживается от использования электронных устройств, что рассматривается как возможность уменьшить стресс или сосредоточиться на социальном взаимодействии в реальном мире» [15]. В контексте изучения практик цифрового детокса молодежи можно отметить высказывание создателя одной из самых популярных социальных сетей в русскоязычном Интернете (VK) П. Дурова: «Будущее за теми, кто выработает иммунитет к технологическим ловушкам внимания» [7]. По его мнению, в современную информационную эпоху подобный навык, основанный на способности к концентрации, встречается у людей крайне редко. Аналогичные заявления о необходимости цифрового детокса делал и директор по развитию Facebook М. Цукерберг [22]. Как бы парадоксально это ни звучало, но люди, имеющие отношение к созданию и управлению глобальными виртуальными социальными сетями, отмечают необходимость сокращения ежедневного взаимодействия человека с ИКТ.

Институционализация цифрового детокса активно продвигается в западных странах. С одной стороны, приобретают популярность флэш-мобы и акции, посвященные массовому отказу от использования информационных

систем: например, ряд общеобразовательных организаций Великобритании проводит мероприятия по цифровому детоксу, результаты которых широко освещаются в СМИ [19]; последнее воскресенье января с 2002 года объявлено Международным днем без Интернета [17]. С другой стороны, проявления цифрового детокса используются компаниями как инструмент привлечения клиентов: в маркетинговой практике их применяли Coca-Cola, McDonalds и Burger King [1]. Существуют туристические направления, удовлетворяющие потребность в отказе от использования Интернета, — этим занимаются как отдельные отели под управлением известных брендов (JW Marriott, Westin, Four Seasons) [16], так и специализированные летние лагеря на территории США [14]. Можно сделать вывод, что в настоящее время у людей появляется потребность в сокращении времени использования средств цифровой коммуникации и обмена информацией.

Теоретическая база исследований цифрового детокса может быть разделена на два основных уровня: на макроуровне можно назвать теорию «информационного общества» М. Кастельса, в которой рассмотрена взаимосвязь между развитием информационных технологий и системы международного бизнес- и культурного взаимодействия [5]; теорию «коммуникации» М. Маклюэна, где особое внимание уделено коммуникационным каналам, изменение которых приводит к появлению новых форм коммуникации и в последующем трансформирует общество в «глобальную деревню» [20]; концепцию «силы слабых связей» М. Грановеттера [18], где интернет-коммуникации, в том числе в виртуальных социальных сетях, рассмотрены как инструмент повышения личностной конкурентоспособности посредством усиления «слабых связей».

На микроуровне можно выделить работы под руководством В.С. Собкина, направленные на изучение поведенческих практик подростков в социальных сетях, особенностей виртуальной самопрезентации и факторов, которые на них влияют [9]; исследования С.Н. Вачковой, в которых рассматривается специфика сетевых форм коммуникации молодежи и основные платформы компьютерно-опосредованной коммуникации [2]; концепцию взаимосвязи информационной избыточности и цифрового детокса Ю.М. Шаева [11]; работы Н.А. Анашкиной (описание процесса институционализации практик цифрового детокса) [1], А.Е. Войскунского (анализ межличностного восприятия в виртуальном пространстве) [3], Д.Н. Соловьева (рассмотрение отказа от технологий с позиции цифровой культуры) [10]; Д. Твенджа (исследование особенностей взаимодействия нового поколения с ИКТ) [24], Н. Колиера (изучение практик отказа от технологий) [21], С. Мелера, Э. Паурера, Д. Робертса (международный анализ последствий кратковременного цифрового детокса у учащейся молодежи) [23].

ИКТ, Интернет и виртуальные социальные сети принесли целый ряд положительных изменений в повседневную жизнь индивида и общества благодаря своим неотъемлемым характеристикам. Среди них можно выделить

глобальность, доступность и неограниченность информации, возможности обучения, коммуникации и т.д. Вместе с тем актуальность исследования новых технологий в большей степени обусловлена их негативными эффектами.

Несмотря на наличие в научной литературе информации по теме цифрового детокса, остаются нераскрытыми вопросы о готовности молодежи к временному отказу от социальных сетей, а также о ключевых детерминантах цифрового детокса. Мы определяем данное явление как временный отказ, ограничение использования виртуальных сервисов, т.е. детокс основан на осознанной регуляции поведения. Полный отказ от цифровых технологий и Интернета в современных условиях, особенно среди молодежи, является крайне редким явлением, в отличие от временного отказа. Цель исследования, проведенного авторами в составе научного коллектива социологической лаборатории Тюменского государственного университета, — изучение факторов, определяющих установки учащейся и работающей молодежи на реализацию цифрового детокса, т.е. анализ объективных и субъективных факторов, определяющих готовность молодежи к сокращению использования виртуальных социальных сетей как основной формы времяпрепровождения.

Основным предположением, проверяемым в исследовании, стало то, что готовность к отказу от виртуальных социальных сетей у разных групп молодежи определяется рядом объективных и субъективных факторов: возраст, социальный статус (тип образовательного учреждения или уровень дохода), конкурентоспособность (самооценка) и уровень общего доверия. Общая гипотеза исследования конкретизируется в ряде частных: во-первых, чем выше молодежь оценивает личную конкурентоспособность, тем ниже ее готовность к отказу от социальных сетей, т.е. Интернет и социальные сети воспринимаются как инструмент реализации своей конкурентоспособности через усиление социальных связей «слабого» типа [8]. Говоря о слабых социальных связях, следует сослаться на концепцию М. Грановеттера, в рамках которой в межличностной коммуникации слабые связи (с малой частотой и длительностью контактов) имеют большее значение, чем сильные. Под личной конкурентоспособностью индивида мы понимаем также его нацеленность на достижение максимального результата, ориентацию на деятельность и результаты других субъектов, вступающих с ним в конкурентное взаимодействие. Во-вторых, существует зависимость между уровнем общего доверия и готовностью отказаться от социальных сетей: низкий уровень доверия определяет выраженную потребность в приватности [12].

Для проверки данных гипотез с января по март 2019 года исследовательский коллектив провел социологический опрос учащейся (старшеклассники и студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования) и работающей молодежи. Метод — анкетный опрос по месту обучения или работы. Выборочная совокупность: учащиеся 10–11 классов (1130), студенты (1097), работающая молодежь (942) — всего 3169 человек. Опрос был

проведен на территории Тюменской области (в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и ряде муниципальных районов). Средний возраст опрошенных студентов — 20,2 года, работающей молодежи — 26,4 года. В опросе старшеклассников участвовали обучающиеся 10 и 11 классов, т.е. их средний возраст не превышал 18 лет. Всем респондентам был задан ряд вопросов, направленных на определение их отношения к виртуальным социальным сетям и популярным в них людям, способов использования социальных сетей и готовности к отказу от них.

Результаты опроса свидетельствуют о наличии обратной зависимости между возрастом респондента и его оценкой популярных в социальных сетях молодых людей («Считаете ли вы конкурентоспособными (успешными) молодых людей, имеющих большую популярность в виртуальной среде (блогеры, видеоблогеры, звезды Инстаграма и т.д.)?»). С возрастом отношение респондентов к молодежи, популярной в виртуальной среде, меняется: 71% старшеклассников считают их конкурентоспособными, 64% студентов и каждый второй представитель работающей молодежи (56%).

В анкету был включен вопрос о важности наличия популярного аккаунта в социальных сетях. Популярность аккаунта проявляется в увеличении числа подписчиков, лайков, комментариев и других видов виртуальной активности. Наличие популярного аккаунта в социальной сети несколько важнее для учащейся молодежи: среди старшеклассников — 21% (варианты ответа «очень важно» и «важно») и студентов — 24%, среди работающей молодежи — 18%. Вероятно, подобные различия обусловлены потребностью в поиске идентичности, которая (в силу возраста) выше у старшеклассников и студентов и может быть удовлетворена через личный аккаунт.

Лидером среди социальных сетей, в которых респонденты хотели бы повысить значимость своего аккаунта («Отметьте социальные сети, в которых вы бы хотели поднять популярность и значимость вашего аккаунта (увеличить количество подписчиков, лайков, комментариев и т.д.)?»), является Инстаграм (69% старшеклассников, 62% студентов и 59% работающей молодежи), далее со значительным отрывом следует ВКонтакте (45% старшеклассников, 46% студентов и 42% работающей молодежи). Интерес к данным социальным сетям, а также к YouTube и Twitter, с возрастом снижается, а в отношении Facebook и Одноклассников наблюдается обратная (слабая) тенденция.

Предпочтения респондентов можно объяснить рядом причин. Во-первых, сегодня Инстаграм — одна из самых популярных социальных сетей в мире: из миллиарда ежемесячно активных пользователей его каждый день используют более 500 миллионов; 71% пользователей Инстаграма моложе 35 лет [14]. Во-вторых, учитывая специфику контента Инстаграма (собственные фотографии и видеозаписи), для учащейся молодежи его активное использование является компонентом поддержания своего «статуса» в референтных группах [2, с. 141].

Для чего молодежи необходим популярный аккаунт, рассчитывает ли она на получение дополнительного дохода от этой деятельности? Возможность монетизации своей популярности в социальных сетях рассматривает каждый третий старшеклассник (35% — варианты ответа «да» и «скорее да»), каждый пятый студент (20%) и лишь каждый шестой представитель работающей молодежи (16%). Вероятно, различия определяются рядом причин, в первую очередь большей социальной инфантильностью подростков по сравнению с работающей и студенческой молодежью, которая часто уже имеет опыт трудовой деятельности и потому может адекватно оценить шансы на успешную монетизацию своего профиля в социальной сети. Следует учитывать и различия цифровой социализации у разных подгрупп молодежи. Так, у старшеклассников различаются доли желающих превратить в доход свою популярность в социальных сетях в зависимости от успеваемости: чаще это желание высказывают «троечники» («учусь преимущественно удовлетворительно») — 65%, чем «отличники» и «хорошисты» (54% и 52% соответственно).

Респонденты в основном используют социальные сети для получения новой информации (81% в среднем по выборке), просмотра фильмов и музыкального сопровождения (72%), общения со сверстниками (72%). Значительно реже молодежь обращается к социальным сетям в образовательных целях (в среднем 32% среди старшеклассников и студентов) и участвует в группах по интересам (32%). Старшеклассники чаще слушают музыку и смотрят фильмы в социальных сетях (83%), общаются со сверстниками (80%). По 8% старшеклассников и студентов находятся в социальных сетях, чтобы не чувствовать себя одинокими (среди работающей молодежи — 3%).

Косвенно определить, насколько высока включенность молодежи в виртуальные социальные сети, можно через готовность отказаться от них на определенный период времени — от суток до месяца. Более высокую готовность выйти из социальных сетей мы видим у старшеклассников — 84% могут отказаться от социальных сетей на сутки и уже имеют подобный опыт. В старших возрастных группах аналогичную готовность выразили 73% студентов и 76% работающей молодежи. Вместе с тем работающая молодежь чаще готова отказаться от социальных сетей сразу на месяц и даже имеет подобный опыт (32%) — аналогичного мнения придерживается каждый пятый старшеклассник (24%) и студент (25%). Причем чем ниже доверие респондентов к окружающим («Как вы считаете, большинству людей вокруг можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?»), тем проще им отказаться от социальных сетей. Для примера рассмотрим период отказа от социальных сетей на неделю (Табл. 1), аналогичные различия наблюдаются и по другим периодам (сутки и месяц).

Полученные данные подтвердили гипотезу исследования: низкий уровень доверия к окружающим в реальном мире распространяется и на социальные коммуникации в виртуальном пространстве, что определяет более высокую готовность респондентов с низким уровнем обобщенного доверия

к отказу от социальных сетей. Однако эта гипотеза требует дальнейшей серьезной проработки.

Таблица 1

Взаимосвязь уровня обобщенного доверия и готовности к отказу от социальных сетей на неделю (в %)

Могут и имеют опыт отказа на неделю	Доверие к окружающим людям		
	Большинству людей можно доверять	В отношениях с людьми следует быть осторожными	Затрудняюсь ответить
Старшеклассники	13	81	6
Студенты	22	67	11
Работающие	21	72	7

Взаимосвязь между восприятием личной конкурентоспособности («Считаете ли Вы себя конкурентоспособным (успешным)?») и отказом от социальных сетей прослеживается для большинства временных периодов отказа. Во всех подгруппах молодежь, считающая себя конкурентоспособной, чаще готова отказаться от социальных сетей на период от суток до месяца. Исключение составляет работающая молодежь с отказом от виртуальных социальных сетей на месяц — 31% среди конкурентоспособных и 39% среди неконкурентоспособных (Табл. 2). Вероятно, это связано с изменением роли социальных сетей для конкурентоспособной работающей молодежи — это уже не только инструмент коммуникации и потребления информации, но и «портфолио» для позиционирования себя в качестве профессионала [4]. Соответственно, продолжительный выход конкурентоспособной молодежи из социальных сетей может восприниматься как «виртуальная смерть» и негативно отразиться на карьерном росте и социальной «карьере» в целом. Максимальный период, на который конкурентоспособная молодежь готова отказаться от социальных сетей — до месяца.

Таблица 2

Взаимосвязь уровня конкурентоспособности (самооценка) и готовности к отказу от социальных сетей (в %)

«Да, могу и уже имею опыт»	Конкурентоспособен	Неконкурентоспособен
	На сутки	
Старшеклассники	86	81
Студенты	75	70
Работающие	77	68
	На неделю	
Старшеклассники	47	42
Студенты	43	37
Работающие	49	42
	На месяц	
Старшеклассники	25	19
Студенты	28	21
Работающие	31	39

Полученные данные свидетельствуют, что среди всех подгрупп молодежи наблюдается схожая тенденция: молодежь, допускающая однодневный детокс, редко готова на отдых от социальных сетей в течение месяца;

молодежь, допускающая отказ от виртуального общения на неделю, чаще готова на его продление до месяца. Более высокая готовность молодежи отказаться от социальных сетей на сутки отмечена среди старшеклассников. Для работающей молодежи характерен отказ от виртуальной реальности на более длительный период (до месяца) в силу социальной зрелости и сформированности ценностной мотивации.

Результаты исследования подтверждают наличие реальных факторов, влияющих на готовность молодежи временно отказаться от социальных сетей, и подтверждают выдвинутые предположения, конкретизирующие общую гипотезу исследования. Так, подтвердилась прямая связь между субъективной оценкой личной конкурентоспособности и уровнем готовности к отказу от социальных сетей; были выявлены различия в готовности к отказу от социальных сетей в зависимости от уровня обобщенного доверия (чем ниже доверие к окружающим людям, тем проще респондентам отказаться от виртуального взаимодействия в социальных сетях).

Среди ограничений исследования можно отметить невыявленность социально-психологических типов пользователей социальных сетей, что позволило бы определить мотивы реализации практик цифрового детокса. Эту задачу можно решить в дальнейших исследованиях с применением качественных методов (глубинных и фокус-групповых интервью). Кроме того, важно рассмотреть практики цифрового детокса молодежи не только в отношении социальных сетей, но и в целом во взаимодействии с ИКТ.

Информация о финансировании

Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики» (проект 28.2941.2017/4.6).

Библиографический список / References

- [1] Анашкина Н.А. Digital detox: новый тренд в коммуникациях // Сборник трудов XV международной научно-практической конференции «Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии». Омск, 2016 /Anashkina N.A. Digital detox: novy trend v kommunikatsiyakh [Digital detox: A new trend in communications]. *Sbornik trudov XV mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Vizualnaya kultura: dizain, reklama, informatsionnye tekhnologii"*. Омск; 2016 (In Russ.).
- [2] Вачкова С.Н. Особенности сетевых форм коммуникации современных школьников // Социальная психология и общество. 2014. Т. 5. № 4 / Vachkova S.N. Osobennosti setevykh form kommunikatsii sovremennykh shkolnikov [Features of the network communications of today's schoolchildren]. *Sotsialnaya Psikhologiya i Obshchestvo*. 2014; 5 (4) (In Russ.).
- [3] Войскунский А.Е. Социальная перцепция в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2014. № 2 / Voiskunsky A.E. Socialnaya pertseptsija v socialnyh setjah [Social perception in social networks]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya*. 2014; 2 (In Russ.).
- [4] Ефимова Г.З., Зюбан Е.В. Влияние социальных сетей на личность // Мир науки. 2016. Т. 4. № 5 / Efimova G.Z., Zyuban E.V. Vliyanie sotsialnykh setei na lichnost [The impact of social networks on personality]. *Mir Nauki*. 2016; 4 (5) (In Russ.).

- [5] *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под ред. О.И. Шкаратана. М., 2000 / Castells M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Ed. by O.I. Shkaratan. Moscow; 2000 (In Russ.)
- [6] Подросток в социальной сети: норма жизни — или сигнал опасности? // ВЦИОМ. 06.03.2019 / Podrostok v sotsialnoi seti: norma zhizni — ili signal opasnosti? [Teenager in the social network: A norm or a danger signal?]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9587> (In Russ.).
- [7] Правила жизни Павла Дурова // Esquire. 16.04.2015 / Pravila zhizni Pavla Durova [Rules of life of Pavel Durov]. URL: <https://esquire.ru/rules/6599-10-2006-durov/#part0> (In Russ.).
- [8] Семенов М.Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодежи // Образование и наука. 2018. № 3 / Semenov M.Yu. Virtualnaya konkurentosposobnost: otsenka molodezhi [Virtual competitiveness: The youth's estimates]. *Obrazovanie i Nauka*. 2018; 3 (In Russ.).
- [9] Собкин В.С., Федотова А.В. Подросток в социальных сетях: к вопросу о социально-психологическом самочувствии // Национальный психологический журнал. 2018. № 3 / Sobkin V.S., Fedotova A.V. Podrostok v sotsialnyh setyah: k voprosu o sotsialno-psihologicheskom samochuvstvii [Teenager in social networks: Social-psychological well-being]. *Natsionalny Psikhologicheskyy Zhurnal*. 2018; 3 (In Russ.).
- [10] Соловьев Д.Н., Белоус П.Э. Медийная аскетика как феномен цифровой культуры // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2014. Т. 2. № 8 / Soloviev D.N., Belous P.E. Mediinaya asketika kak fenomen tsifrovoi kultury [Media asceticism as a phenomenon of digital culture]. *Filosofskie Problemy Informatsionnykh Tekhnologiy i Kiberprostranstva*. 2014; 2 (8) (In Russ.).
- [11] Шаев Ю.М. Информационная избыточность и цифровой детокс: в контексте онтологии коммуникаций // Гуманитарный вектор. 2018. Т. 13. № 2 / Shaev Yu.M. Informatsionnaya izbytochnost i tsifrovoi detoks: v kontekste ontologii kommunikatsii [Information redundancy and digital detox: Ontology of communication]. *Gumanitarnyy Vektor*. 2018; 13 (2) (In Russ.).
- [12] Эко У. Утраченная укромность частной жизни // Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. М., 2007 / Eco U. Utrachennaya ukromnost chastnoi zhizni [The loss of privacy]. *Polny nazad! "Goryachie voiny" i populizm v SMI*. Moscow; 2007 (In Russ.).
- [13] 22+ Instagram Stats That Marketers Can't Ignore This Year. URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics>.
- [14] Digital Detox LLC. URL: <http://digitaldetox.org>.
- [15] Digital Detox. URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/digital_detox.
- [16] Emek M. Digital detox for the holidays: Are we addicted? *International Conference on Tourism Transport & Technology*. Dogus University; 2014.
- [17] International Internet-Free Day. URL: <https://www.encyclopedia.com/computing/news-wires-white-papers-and-books/international-internet-free-day>.
- [18] Granovetter M.S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*. 1973; 78 (6).
- [19] Mass 'digital detox' challenge begins. URL: <http://www.bbc.co.uk/schoolreport/35706226>.
- [20] McLuhan M. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York; 2002.
- [21] Colier N. *The Power of off: The Mindful Way to Stay Sane in a Virtual World*. Sounds True Inc.; 2016.
- [22] Sister of Facebook creator Mark Zuckerberg says we're too plugged in. URL: <https://www.smh.com.au/technology/sister-of-facebook-creator-mark-zuckerberg-says-were-too-plugged-in-20150708-gi7ssf.html>.
- [23] Moeller S., Powers E., Roberts J. "The World Unplugged" and "24 Hours Without Media". *Communicar*. 2012; XX (39).
- [24] Twenge J.M. *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy — and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us*. New York; 2017.

- [25] Xu G., Strathearn L., Liu B., Yang B., Bao W. Twenty-year trends in diagnosed attention-deficit/hyperactivity disorder among US children and adolescents, 1997–2016. *JAMA Network Open*. 2018; 1 (4).

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-3-572-581

Digital detox of the youth (on the example of social networks)*

G.Z. Efimova, M.Yu. Semenov

Tyumen State University
Lenina St., 16, Tyumen, 625049, Russia
(e-mail: g.z.efimova@utmn.ru; m.y.semenov@utmn.ru)

The article considers practices of using virtual social networks and attitudes of the student and working youth to the digital detox under the influence of objective and subjective factors (age, social status, competitiveness, social trust). The research was conducted with the survey of students (high school, vocational and higher education) and working youth in the Tyumen Region. The sample consisted of 10th-11th grade students (N=1130), university students (N=1097) and working youth (N=942). The results show that the main purpose of using social networks is to get new information (81%), entertaining video- and audio-content (72%); only 32% of students satisfy their educational needs. When getting older, the intensity of the youth's search for identity decreases together with the desire to keep one's social status in the virtual reality. The high school students show the highest level of readiness for digital detox for a short period (84%), the long-term detox is more typical for the working youth (32% vs. a quarter in two other groups). The lower the level of the general social trust, the easier respondents choose digital detox from social networks. The results of the survey prove the following trend in using virtual social networks: those who accept a day detox are rarely ready for a month detox; those who accept a week detox from virtual communication consider it quite realistic to extend it to a month.

Key words: youth; high school students; university students; working youth; social networks; digital detox; media asceticism; information-communication technologies

Funding

The research was conducted by the state assignment of the Russian Ministry of Science and Higher Education “Development of competitive orientation and competitiveness of the Russian youth under the contemporary social-cultural dynamics” (project No. 28.2941.2017/4.6).

* © G.Z. Efimova, M.Yu. Semenov, 2020.

The article was submitted on 19.02.2020. The article was accepted on 22.05.2020.