УДК 316.774

DOI 10.18522/2658-5820.2021.2.16

**Контент-анализ топовых молодежных ресурсов российского сегмента
компьютерно-интерактивной социальной системы****М.В. Бештоков***Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

Аннотация. В данной работе рассматривается тема социализации российской молодежи в условиях современного информационного и информационального общества. Современная молодежь погружена в среду компьютерных и сетевых технологий, и социальным институтам необходимо адекватно реагировать на новые вызовы современного общества. Рациональность и результативность их действий напрямую влияет на степень рискогенности новых условий социализации молодежи. В представленном контент-анализе изучаются популярные молодежные мега-ресурсы компьютерно-интерактивной социальной системы - YouTube, VKontakte и Steam. Анализ этих мега-ресурсов и их подресурсов (каналов, сообществ, видеоигр) на предмет принадлежности к российским формальным социальным институтам и их агентам позволяет выявить ряд тенденций касательно статуса и результативности формальных социальных институтов в социализации российской молодежи в эпоху компьютерных и сетевых технологий, а также молодежные социализационные риски. Предполагается, что использованная методология может быть эффективной в сфере социальной аналитики и прогнозирования, а обозначенные проблемы помогут сформировать ряд практических мер по снижению рисков социализации молодежи в современном обществе.

Ключевые слова: социализация; молодежь; социальные институты; контент-анализ; компьютерно-интерактивная социальная система; формальные и неформальные институты; социальная сеть; видеоигры; компьютерные и сетевые технологии; YouTube; VKontakte; Steam.

Для цитирования: Бештоков М.В. Контент-анализ топовых молодежных ресурсов российского сегмента компьютерно-интерактивной социальной системы // Caucasian Science Bridge. 2021. №2. С. 162 – 172.

**The content analysis of the top youth resources of the Russian segment
in the computer-interactive social system****Magomet V. Beshtokov***Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia*

Abstract. The paper covers the issue of socialization of the Russian youth in modern informative and informational society. Modern youth is immersed in the medium of computer and web technologies. There for social institutions need to react to new challenges of modern social environment. The rationality and efficiency of its functioning affects the level of risk in new socialization conditions for young people.

The presented content analysis investigates popular youth mega-resources of a computer-interactive social system - YouTube, VKontakte and Steam. The analysis of the mega-resources and its sub-resources (channels, communities, video games) for inheritance to Russian formal social institutions and its sub-agents make it possible to identify a number of trends in the status and efficiency of formal social institutions in the socialization of Russian youth, as well as to detect youth socialization risks.

The author intends that the methodology would be effective in social analytics and forecasting, and the identified problems would help to design practical measures in order to reduce the socialization risk for young people in modern society.

Keywords: socialization; youth; social institutions; content analysis; computer-interactive social system; formal and informal institutions; social network; video games; computer and web technologies; YouTube; VKontakte; Steam.

For citation: Beshtokov M. V. The content analysis of the top youth resources of the Russian segment in the computer-interactive social system // Caucasian Science Bridge. 2021 Vol. 4 № 2. P. 162 – 172.

Введение

Говоря о социализации молодежи в современном информационном и информациональном мире, необходимо затронуть вопрос компьютерных и сетевых

технологиях, которые стали неотъемлемой частью жизни современной молодежи и ее социализации. В этом свете особой актуальностью обладает тема социальных институтов и их социализационной активности в условиях информационного и информационного общества, т.е. общества, в котором, благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти (Кастельс, 2000).

Цель данного исследования (контент-анализа) - рассмотреть и проанализировать топовые для российского сегмента и для аудитории российской молодежи ресурсы компьютерно-интерактивной социальной системы (далее - КИСС) по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и агентам. Данные приведены в сводных таблицах по состоянию на декабрь 2020 г. - февраль 2021 г.

Формулировка "российский сегмент" подразумевает, что либо ресурс зарегистрирован с локацией "Россия", либо ресурс русскоязычный и работает с российской аудиторией, либо ресурс отображается в топах и рекомендациях сайтов для российских пользователей. Иными словами, "ресурсы российского сегмента" - это те ресурсы КИСС, к которым через соответствующие мега-ресурсы получает доступ пользователь, находящийся в России.

Для исследования использовалась авторская концепция компьютерно-интерактивной социальной системы, под которой понимается опосредованная техническими устройствами система взаимодействия социальных акторов, обеспечивающая создание, функционирование и воспроизводство глобальной высокотехнологичной информационной и коммуникативной среды.

При подобном научном поиске новых актуальных форм и методов исследования социализации молодежи необходимо иметь прочную точку опоры, которой стали социальные институты как одни из важнейших участников процесса социализации. Согласно Д. Норт, институты - это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми (Норт, 1993). При этом институты неоднородны, их можно разделить на формальные и неформальные (North, 1990).

Формальный институт - это социальный институт, активность которого регулируется правовыми актами, предписаниями законов, формально утвержденных документов, распоряжений, регламентов, правил, уставов, должностных инструкций и т.д. К формальным институтам можно отнести семью, науку, образование, культуру, армию, спорт, политику и т.д. Наибольший интерес в данном исследовании вызывают институты семьи, науки, образования и культуры, поскольку именно они играют наибольшую роль в социализации молодежи, трансляции ценностей, норм, образцов поведения и мышления. Неформальный институт - это социальный институт, в котором отсутствуют установленные формальными правилами средства и методы деятельности; они не определены и не закреплены в нормативных документах и законодательных актах, поэтому гарантия устойчивости организации такого института отсутствует. В неформальных институтах социальный контроль происходит на основе норм, зафиксированных в общественном мнении, обычаях и традициях, т.е. неформальных санкций. К таким институтам можно отнести политические движения, объединения по интересам, любительские творческие объединения, фонды культурного и социального назначения.

Отметим, что в рамках данного исследования понятие "институт" используется как собирательное для составляющих его социальных агентов и акторов. В центре исследования стоит понятие формального социального института (в данном случае -

наука, образование, культура), а в качестве неформальных агентов и акторов рассматриваются те, которые не могут быть однозначно и определенно отнесены к формальным социальным институтам.

Формальные институты и их агенты обладают рядом преимуществ перед неформальными, что заключается в следующем: 1) нормативность - формальные институты устойчивы и стабильны, их деятельность, цели и нормы закреплены законами и формальными актами; 2) прогнозируемость - формальные институты предсказуемы, их деятельность можно прогнозировать, основываясь на формальных актах; 3) управляемость - формальные институты управляемы, т.к. их деятельность зависит от законов, формальных актов, которые можно целенаправленно менять, корректируя и улучшая деятельность самих формальных институтов и агентов. Неформальные институты и агенты не обладают этими качествами в должной мере, следовательно, с ними сложнее выстраивать целенаправленную, конструктивную работу по социализации молодежи.

В современном обществе высоких технологий огромную роль в результативности социализационной активности социальных институтов имеет их способность эффективно использовать эти технологии. Поэтому топовые ресурсы наиболее популярных мега-ресурсов КИСС являются отражением объективной социальной реальности, влияющей на формирование среды КИСС, в которой регулярно пребывает и активно социализируется современная российская молодежь.

Для исследования были выбраны три популярных среди российской молодежи направления ресурсов КИСС: видеоблоги, сообщества в социальных сетях и видеоигры. Для их системного изучения были выбраны три крупных мегаресурса КИСС: YouTube.com (видеохостинг), VK.com (социальная сеть), Steam.com (видеоигровая платформа). Они являются самыми популярными ресурсами своего типа в России по данным 2020-2021 гг. и пользуются особым вниманием российской молодежи.

Отдельно отметим, что ресурсы-видеоигры в мега-ресурсе Steam (в отличие от каналов в YouTube и сообществ в VK) не являются собственными частями мега-ресурса, а лишь транслируются с его помощью. Так, Steam является своего рода агрегатором, одной из самых крупных и популярных платформ, которая предоставляет широкий доступ аудитории к видеоиграм, которые в свою очередь являются самостоятельными ресурсами КИСС и могут существовать вне Steam. Поэтому, в ходе исследования изучаются именно видеоигры, в т.ч. топы различных баз данных российского сегмента, а Steam выступает в роли наиболее популярного мега-ресурса видеоигровой направленности.

Именно анализ топов позволяет в глобальном масштабе выявить тенденции информационно-коммуникационных процессов, происходящих в КИСС, в данном случае - соотношение статуса и результативности ресурсов формальных и неформальных социальных институтов и их агентов.

Контент-анализ ресурса YouTube

С позиций концепции КИСС, YouTube является не только мега-ресурсом, т.е. очень большим ресурсом, содержащим в себе множество полноценных под-ресурсов (YouTube-каналов, видеороликов и т.д.), но и гипер-ресурсом, т.к. он является наиболее популярным видеохостингом в мире (2-3 млрд. ежемесячной аудитории (*We Are Social u Hootsuite, 2020*)), и у многих людей само понятие "видео в интернете" ассоциируется с YouTube.

По данным статистики Mediascope, в 2020 году YouTube занимает 3-е место по популярности среди мега-ресурсов КИСС в России (*Mediascope, 2021*); в месяц его

использует более 78 млн. чел., а ежедневно - около 32 млн. чел., в т.ч. большое количество молодежи (см. таблицу № 1).

Таблица № 1.

Российская аудитория YouTube (тыс. чел. в месяц) от 12 до 34 лет на декабрь 2020 года
(источник: mediascope.net).

(пол \ возраст)	12-24 лет	25-34 лет	всего
мужчины	8 042	9 506	17 548
женщины	7 065	9 198	16 263
всего	15 107	18 704	33 811

Исследования ВЦИОМ 2019 года подтверждают высокую актуальность и популярность youtube среди российской молодежи. Так, пользователями YouTube являются 58% респондентов, среди них YouTube используют 88% респондентов в возрасте 18-24 лет и 90% в возрасте 25-34 лет (ВЦИОМ, 2019).

Для выявления топовых ресурсов было использовано 4 электронных базы данных (Socialblade, 2021; Br-analytics, 2021; Whatstat, 2021; Tuberank, 2021), на основе чего сформированы 16 таблиц с различными вариациями топ-20 каналов YouTube российского сегмента. Таблицы формировались на основе 6-ти комбинируемых индикаторов для усиления репрезентативности и объективности анализа. Индикаторы были подобраны, исходя из показателей и факторов информационно-коммуникационной результативности ресурса КИСС: количество подписчиков, количество просмотров, вовлеченность, а также, исходя из социализационной направленности ресурсов: общая категория, категория "наука и технологии", категория "образование". Здесь и далее, в параметрах результативности для YouTube и VK, под "вовлеченностью" понимается показатель реакции читателей на сообщения автора. Вовлеченность рассчитывается как сумма комментариев, лайков и репостов ко всем публикациям на странице автора или группы за месяц. При подсчете количества таблиц индикаторы категорий перемножаются с индикаторами результативности (см. таблицу № 2).

Таблица № 2.

Индикаторы и категории, базы данных и количество аналитических таблиц топ-20 каналов YouTube российского сегмента.

базы данных	socialblade.com	br-analytics.ru	whatstat.ru	tuberank.ru
категории топов:				
общий топ	+	+	+	+
"образование"			+	+
"наука и технологии"			+	+
индикаторы результативности:				
подписчики	+	+	+	+
просмотры	+		+	+
вовлеченность		+		
итого:				
всего таблиц	2	2	6	6
	16			

Сводные суммарные показатели по подписчикам, просмотрам и вовлеченности позволяют судить об информационно-коммуникационной результативности и статусе исследуемых ресурсов КИСС - каналов YouTube, а также о репрезентативности контент-анализа в целом (см. таблица № 3).

Таблица № 3.

Суммарные показатели по таблицам исследуемых топов каналов YouTube:

показатели (в млн.)	подписчики	просмотры	вовлеченность
в среднем	9,28	4 778,7	3,97
максимум	33,2	47 400	27,8
минимум	0,42	71,9	1,7

На основе 16-ти таблиц был проведен анализ представленных ресурсов, отсеяны повторы и нефункционирующие ресурсы, в результате чего была сформирована итоговая сводная таблица. В нее вошли 159 топовых каналов YouTube российского сегмента, которые были проанализированы по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и их агентам. Результат анализа принадлежности ресурсов КИСС (каналов YouTube) по данным сводной таблицы: "формальные" - 2; "неформальные" - 157.

Краткие выводы по контент-анализу YouTube. В итоговую сводную таблицу вошли 159 топовых каналов YouTube российского сегмента. Результат анализа данных ресурсов КИСС по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и агентам показал, что среди всех 159 каналов имеется только 2 (1,2%) канала, которые можно в определенной мере отнести к формальным социальным институтам, поскольку они принадлежат государственной компании ВГТРК. Можно полагать, что и другие представители формальных социальных институтов в определенной мере представлены на YouTube, однако, статуса и результативности их ресурсов недостаточно для попадания в сводный топ.

Это позволяет сделать вывод, что формальные социальные институты и их агенты имеют крайне низкую социализационную активность и результативность на мега-ресурсе КИСС "YouTube" в глобальном масштабе.

Контент-анализ ресурса VKontakte

По данным статистики Mediascope, в 2020 году VKontakte (VK) занимает 4-е место по популярности среди мегаресурсов КИСС в России и 1-е место среди социальных сетей; в месяц его использует более 74 млн. чел., а ежедневно - около 40 млн. чел., в т.ч. большое количество молодежи (*Mediascope, 2021*) (см. таблицу № 4).

Таблица № 4.

Российская аудитория VK (тыс. чел. в месяц) от 12 до 34 лет на декабрь 2020 года (источник: mediascope.net).

(пол \ возраст)	12-24 лет	25-34 лет	всего
мужчины	7 975	8 915	16 890
женщины	8 002	9 562	17 564
всего	15 977	18 477	34 454

Исследования ФОМ 2018 года подтверждают высокую актуальность и популярность VK среди российской молодежи. Согласно данным ФОМ, за последние 2-3 месяца на период опроса VK пользовались 80% респондентов в возрасте 18-30 лет (*ФОМ, 2018*).

Для выявления топовых ресурсов были использованы 3 электронные базы данных, а также инструменты самого сайта VK (*VKontakte, 2021; Vk-top-groups, 2021; All-social, 2021; Br-analytics, 2021*), на основе чего сформированы 13 таблиц с различными вариациями топовых сообществ VK российского сегмента. Таблицы формировались на основе 9-ти комбинируемых индикаторов для усиления репрезентативности и объективности анализа. Индикаторы были подобраны, исходя из показателей и факторов информационно-коммуникационной результативности ресурса КИСС: количество подписчиков, количество просмотров, вовлеченность; и исходя из тематической

направленности ресурсов: общая категория, общий топ; а также категории: "наука и образование", "молодежные сообщества", "наука и технологии", "искусство и культура". Под "охватом" аудитории подразумевается среднее количество пользователей, ежедневно просматривающих записи сообщества на стене или в разделе Новости. Также использовалась сортировка групп по релевантности (на сайте VK). При подсчете количества таблиц индикаторы категорий частично перемежаются с индикаторами результативности (см. таблицу № 5).

Таблица № 5.

Индикаторы и категории, базы данных и количество аналитических таблиц топов сообществ VK российского сегмента.

базы данных	vk.com	vk-top-groups.ru	br-analytics.ru	allsocial.ru
категории топов:				
общий топ	+	+	+	+
"наука и образование"				+
"молодежные сообщества"				+
"наука и технологии"	+			
"искусство и культура"	+			
индикаторы результативности:				
подписчики	+	+	+	+
вовлеченность			+	
охват				+
итого:				
всего таблиц	4	1	2	6
	13			

Ряд ресурсов имеет ограничение по открытой статистической информации. Так, сообщества VK с закрытой статистикой по охвату не включены в топ, т.к. их данные охвата скрыты. Некоторые ограничения для других мега-ресурсов также внесли коррективы в таблицы топовых ресурсов, однако, это не помешало достигнуть цели исследования.

Сводные суммарные показатели по подписчикам, охвату и вовлеченности позволяют судить об информационно-коммуникационной результативности и статусе исследуемых ресурсов КИСС - сообществ VK, а также о репрезентативности контент-анализа в целом (см. таблицу № 6).

Таблица № 6.

Суммарные показатели по таблицам исследуемых топов сообществ VK:

показатели (в млн.)	подписчики	охват	вовлеченность
в среднем	5,4	0,6	8,48
максимум	17,8	2	38,2
минимум	0,034	0,1	3,9

На основе 13-ти таблиц был проведен анализ представленных ресурсов, отсеяны повторы и нефункционирующие ресурсы, в результате чего была сформирована итоговая сводная таблица. В нее вошли 165 топовых сообществ VK российского сегмента, которые были проанализированы по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и их агентам. Результат анализа принадлежности ресурсов КИСС (сообществ VK) по данным сводной таблицы: "формальные" - 23; "неформальные" - 142.

Краткие выводы по контент-анализу VKontakte. В итоговую сводную таблицу вошли 165 топовых сообществ VK российского сегмента. Результат анализа данных ресурсов КИСС по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и агентам показал, что из 165 сообществ к "формальным" относятся 23, а к "неформальным" - 142, т.е. определенно принадлежащим соответствующим социальным институтам и их агентам.

Таким образом, топы сообществ VK представлены на 13,9% формальными социальными институтами и их агентами. Однако здесь следует дать серьезное пояснение, апеллирующее к деталям исследования.

Во-первых, поскольку в центре исследования все же стоит именно информационно-коммуникационная активность формальных социальных институтов, то в данном случае к "формальным" ресурсам были причислены и те, которые не принадлежат строго определенно полностью данным институтам и их агентам, но связаны с ними в большинстве своих функций и контента. Например, сообщества "КиберЛенинка" или "Роскосмос".

Во-вторых, в сводный топ эти ресурсы попали только благодаря специальным категориям - эти сообщества не входят ни в одну таблицу категории "общий топ", а их показатели результативности существенно ниже среднего уровня. Так, минимальное количество подписчиков на "формальных" ресурсах равно 9 тыс., максимальное - 2,5 млн., а суммарное - 5,1 млн. человек. Наряду с этим, даже один самый маленький "неформальный" ресурс из категории "общий топ" имеет 6,9 млн. подписчиков, что существенно превышает суммарное количество подписчиков на всех "формальных" ресурсах.

Это позволяет сделать вывод, что, несмотря на наличие в сводном топе VK ряда ресурсов формальных социальных институтов и их агентов, все же они слабо выражены и имеют весьма низкую социализационную активность и результативность на мега-ресурсе КИСС "VKontakte" в глобальном масштабе.

Контент-анализ видеоигровых ресурсов (в т.ч. на основе Steam)

По данным ВЦИОМ, в видеоигры играет 40% 18-24-летних и 25% 25-34-летних граждан (ВЦИОМ, 2019). На 2019 год в мире насчитывается около 2,5 млрд. геймеров, при этом на 2017 год из общего числа геймеров 12% составляли 10-20-летние и 20% - 21-35-летние люди. В России сегодня насчитывается около 65 млн. геймеров, а российский видеоигровой рынок составляет порядка 2 млрд. долларов, согласно данным за 2019 год (*Высшая школа экономики и Центр развития, 2020*).

Наряду с топами видеоигровых порталов российского сегмента, были проанализированы топы платформы Steam - одного из крупнейших видеоигровых мега-ресурсов (фактически гипер-ресурс) в КИСС. Это цифровая платформа продажи и покупки видеоигр, а также огромное сообщество игроков по всему миру. В среднем, ежедневно платформой Steam пользуются около 20 млн. человек. Суммарный трафик России в Steam на февраль 2021 года составляет 36.6 РВ или 5,2% от глобального трафика Steam (*Steam, 2021*).

При анализе видеоигр проводилось исследование принадлежности разработчиков (прим. - рабочая группа, команда специалистов, которая занимается непосредственно созданием игры, её наполнением и полностью отвечает за техническое состояние игры) видеоигр, а не издателей (прим. - опциональный партнер разработчика, который берет на себя функции издания игры, т.е. маркетинг, перевод на другие языки и т.д.). Это обусловлено тем, что именно разработчик изготавливает видеоигру и определяет ее идейно-целевое и ценностно-нормативное наполнение. Издатель может влиять на процесс разработки и характер наполнения (для обеспечения

наибольшей коммерческой успешности проекта), однако, изначальный вектор наполнения видеоигры определяется именно разработчиком. Выбор издателя и итоговое согласие на его условия также остаются за разработчиком. Возможны случаи, когда издатель сам формирует изначальный заказ и подыскивает свободного разработчика (т.е. использует разработчика, как подрядчика для своих проектов), но такие случаи редки среди топовых проектов и не входят в рамки данного контент-анализа.

Для выявления топовых ресурсов (видеоигр) были использованы 4 электронных базы данных и, непосредственно, инструменты самого сайта Steam (Steam, 2021; Высшая школа экономики и Центр развития, 2020; Vgtimes, 2021; Stopgame, 2021; Play-ground, 2021), на основе чего сформированы 8 таблиц с различными вариациями топовых видеоигр (в т.ч. Steam) российского сегмента. Таблицы формировались на основе 5-ти категорий с целью усиления репрезентативности и объективности анализа: общая категория, общий топ; категории "популярные новинки", "лидеры продаж", "лучшие игры по количеству игроков", "бесплатные игры в Steam - лидеры продаж" (см. таблицу № 7).

Таблица № 7.

Индикаторы и категории, базы данных и количество аналитических таблиц топов сообществ VK российского сегмента.

базы данных	Steam	Яндекс.Маркет	vgtimes.ru	stop-game.ru	play-ground.ru
категории топов:					
общий топ		+	+	+	+
"популярные новинки"	+				
"лидеры продаж"	+				
"лучшие игры по количеству игроков"	+				
"бесплатные игры - лидеры продаж"	+				
итого:					
всего таблиц	4	1	1	1	1
	8				

Сводные суммарные показатели по происхождению и принадлежности компаний-разработчиков видеоигр позволяют судить о степени развития крупной топовой видеоигровой индустрии в России.

Таблица № 8.

Суммарные показатели по таблицам исследуемых топов видеоигр:

компания-разработчики	количество
учреждены и находятся в РФ	2
зарубежные компании	65

На основе 8-ти основных таблиц был проведен анализ представленных ресурсов и отсеяны повторы, в результате чего была сформирована итоговая сводная таблица. В нее вошли 67 топовых видеоигр российского сегмента, которые были проанализированы по индикатору принадлежности их разработчиков к формальным или неформальным социальным институтам, а также их агентам. Результат анализа принадлежности ресурсов КИСС (видеоигр) по данным сводной таблицы: "формальные" - 0; "неформальные" - 67.

Краткие выводы по контент-анализу видеоигр. В итоговую сводную таблицу вошли 67 топовых видеоигр (в т.ч. на мега-ресурсе Steam) в российском сегменте. Результат анализа данных ресурсов КИСС по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и агентам показал, что из 67 видеоигр к "формальным" относятся 0, а к "неформальным" - 67, т.е. их компаниями-разработчиками являются организации, определенно принадлежащие соответствующим социальным институтам и их агентам.

Таким образом, топы видеоигр (в т.ч. мега-ресурса Steam) не содержат ресурсов формальных социальных институтов, а кроме того, к российскому игропрому определенно относятся только 2,9% (2 из 67) видеоигр из сводного топа. Наряду с этим, всероссийский опрос 2019 года (ВЦИОМ) показал низкую осведомленность аудитории об известных отечественных видеоиграх, что лишь подтверждает результаты исследования.

Это позволяет сделать вывод, что формальные социальные институты и их агенты имеют крайне низкую социализационную активность и результативность в отрасли видеоигр в глобальном масштабе.

Заключение

Проведя контент-анализ по трем направлениям, проанализировав популярные среди российской молодежи мега-ресурсы КИСС (YouTube, VKontakte и Steam) и составляющие их ресурсы (каналы, сообщества, видеоигры) по индикатору их принадлежности к формальным или неформальным социальным институтам и агентам, можно сделать определенные выводы.

Всего было проанализировано 391 ресурс КИСС, из которых только 25 (6,3%) можно в той или иной мере отнести к формальным социальным институтам российского общества. На мега-ресурсе YouTube (самый популярный в РФ видеохостинг) в сводный топ каналов вошли только 2 "формальных" ресурса, т.е. 1,2% от общего списка (2 из 159); на мега-ресурсе VKontakte (самая популярная в РФ социальная сеть) в сводный топ сообществ вошли только 23 "формальных" ресурса, т.е. 13,9% от общего списка (23 из 165), причем их показатели результативности в виде подписчиков и охвата существенно ниже, чем у "неформальных" соседей по топу (у всех 23-х "формальных" ресурсов в сумме 5,1 млн. подписчиков, в то время как у одного самого маленького "неформального" ресурса из категории "общий топ" - 6,9 млн.); среди видеоигровых ресурсов КИСС, в частности на мега-ресурсе Steam, "формальные" ресурсы не представлены вовсе (0 из 67), причем, только 2,9% ресурсов (2 из 67) определенно относятся к российским разработчикам, а остальные - зарубежные.

Приведенные данные позволяют заключить, что российские формальные социальные институты и их агенты имеют крайне низкую социализационную активность и информационно-коммуникационную результативность в КИСС в ракурсе глобального масштаба. Очевидно, что такая картина свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности формальных социальных институтов в отношении социализационного воздействия на российскую молодежь, вследствие чего неформальные социальные институты занимают лидирующие позиции в социализационном влиянии на российскую молодежь в КИСС. В результате, российская молодежь, погруженная в КИСС и активно использующая ее ресурсы, имеет серьезный социализационный риск дисконтакта с формальными социальными институтами и их агентами.

При этом, отсутствие у неформальных социальных институтов и их агентов таких свойств, как нормативность, управляемость и прогнозируемость, наряду с их доминированием над формальными социальными институтами и их агентами в КИСС, может стать причиной целого спектра других социализационных рисков для

молодежи, связанных с коммуникационной деятельностью человечества в условиях информационного и информационного общества.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ/ INFORMATION ABOUT THE AUTHOR.

Бештоков Магомет Владимирович

Соискатель,

Институт социологии и регионоведения,

Южный федеральный университет,

г. Ростов-на-Дону,

E-mail: xeluthor@gmail.com

Magomet Vladimirovich Beshtokov

External Postgraduate Student,

Institute of Sociology and Regional Studies,

Southern Federal University,

Rostov-on-Don,

E-mail: xeluthor@gmail.com

Литература

1. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество, культура. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
2. *Норт Д.* Институты и экономический рост: историческое введение // Тезис. 1993. Т.1. № .2. С. 69-91.
3. *North D.* Institutions, Institutional Change and Economic Performance. New York: Cambridge University Press, 1990. 152 p.
4. База данных Mediascope. Режим доступа: <https://webindex.mediascope.net>
5. База данных Br-analytics. Режим доступа: <https://br-analytics.ru>
6. База данных Socialblade. Режим доступа: <https://socialblade.com>
7. База данных Tuberank. Режим доступа: <https://tuberank.ru>
8. База данных Whatstat. Режим доступа: <https://whatstat.ru>
9. База данных Allsocial. Режим доступа: <https://allsocial.ru>
10. База данных Vk-top-groups. Режим доступа: <https://vk-top-groups.ru>
11. Видеоигровой портал Steam. Режим доступа: <https://store.steampowered.com>
12. Видеоигровой сайт Playground. Режим доступа: <https://www.playground.ru>
13. Видеоигровой сайт Stopgame. Режим доступа: <https://stopgame.ru>
14. Видеоигровой сайт Vgtimes. Режим доступа: <https://vgtimes.ru>
15. Исследование We Are Social и Hootsuite "Digital 2020 г.: ежегодное глобальное исследование от We Are Social и Hootsuite", 2020 г. Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/digital-2020-ezhegodnoe-globalnoe-issledovanie-ot-we-are-social-i-hootsuite/>
16. Исследование ВЦИОМ "YouTube - «телевидение» XXI века", 2019 г. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka>
17. Исследование ВЦИОМ "Видеоигры – и кто в них играет? ", 2019 г. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/videoigry-i-kto-v-nikh-igraet>
18. Исследование Национального исследовательского университета Высшая школа экономики и Центра развития "Индустрия Компьютерных Игр", 2020 г. Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2020/07/27/1599127653/Индустрия%20компьютерных%20игр-2020.pdf>
19. Исследование ФОМ "Пользование социальными сетями и мессенджерами", 2018 г. Режим доступа: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14137>
20. Социальная сеть VKontakte. Режим доступа: <https://vk.com>

References

1. Castells M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Moscow: HSE University, 2000, 608 p.
2. North D. (1993). Institutes and economic growth: a historical introduction / / Tezis. Vol. 1.No. 2. P. 69-91.
3. North D. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. New York: Cambridge University Press, 1990. 152 p.

4. Allsocial database. Available at: <https://allsocial.ru>
5. Br-analytics database. Available at: <https://br-analytics.ru>
6. Mediascope database. Available at: <https://webindex.mediascope.net>
7. Research by the We Are Social and the Hootsuite "Digital 2020 r.: annual global research by the We Are Social and the Hootsuite ", 2020. Available at: <https://exlibris.ru/news/digital-2020-ezhegodnoe-global-noe-issledovanie-ot-we-are-social-i-hootsuite/>
8. Research by the All-Russia Center for the Study of Public Opinion "YouTube - « television» of the XXI century", 2019. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka>
9. Research by the All-Russia Center for the Study of Public Opinion "Video games - and who plays them?", 2019. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/videoigry-i-kto-v-nikh-igraet>
10. Research by the National Research University Higher School of Economics and Development Center "Computer Games Industry", 2020. Available at: <https://dcenter.hse.ru/data/2020/07/27/1599127653/Индустрия%20компьютерных%20игр-2020.pdf>
11. Research by the Public Opinion Fund "Use of social networks and messengers", 2018. Available at: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14137>
12. Social network VKontakte. Available at: <https://vk.com>
13. Socialblade database. Available at: <https://socialblade.com>
14. Tuberank database. Available at: <https://tuberank.ru>
15. Vk-top-groups database. Available at: <https://vk-top-groups.ru>
16. Video game portal Steam. Available at: <https://store.steampowered.com>
17. Videogame site Playground. Available at: <https://www.playground.ru>
18. Videogame site Stopgame. Available at: <https://stopgame.ru>
19. Videogame site Vgtimes. Available at: <https://vgtimes.ru>
20. Whatstat database. Available at: <https://whatstat.ru>

Поступила в редакцию

10 сентября 2021 г.