

**А. Н. Писарева**

**Использование коммуникативного потенциала социальных сетей Интернета  
в разрезе теории поколений**

---

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В.И. Ульянова (Ленина), г. Санкт-Петербург, Россия*

***Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению потенциальных возможностей задействования социальных сетей Интернета как современного канала коммуникации с точки зрения теории поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Приводится краткий обзор поколений, представленных среди Интернет-пользователей, некоторые особенности их цифрового потребления.*

**Ключевые слова:** социальные сети Интернета; теория поколений; новые медиа; цифровые аборигены

Социальные сети Интернета стремительно развиваются: за последние два десятилетия из простых средств коммуникации они превратились в масштабные площадки для маркетинга, образования, эфирного вещания и так далее. Актуальность данных сайтов как современных и эффективных каналов коммуникации для исследователей очевидна. Значительное число публикаций посвящено анализу наиболее актуальных для пользователей тем, эффективных методик взаимодействия с пользователями, изучению портрета Интернет-«юзеров» и другим темам. Часто выносимыми тезисами является неравномерная представленность возрастных групп в социальных сетях, разница в популярности конкретных сайтов в зависимости от возраста, пола или географического положения у пользователей, эффективность определенных площадок для достижения конкретных целей (PR,

маркетинг, имидж и так далее). Тем не менее, не менее важным является рассмотрение задействования социальных сетей Интернета для различных коммуникативных задач с точки зрения теории поколений. Виртуальная реальность с каждым днём всё больше стремится к отображению реальности физической – социальные сети больше не являются уделом молодёжи. Как показывают опросы, почти половина россиян старше 18 лет используют хотя бы одну из социальных сетей каждый день. И, несмотря на то, что максимальный уровень вовлечённости зафиксирован именно у молодёжи (от 18 до 24 лет), тем не менее, представлены на данных площадках представители разного возраста – 15 процентов людей старше 60-лет также ежедневно используют социальные сети [1]. Для многих социальные сети стали неотъемлемой частью жизни: наиболее популярная среди жителей нашей страны социальная сеть «ВКонтакте» [2] появилась в 2006 году. То есть, уже можно заявить, что выросло целое поколение, не представляющее себе жизнь без подобных площадок. А ведь, так или иначе, все поколения взаимосвязаны. Именно поэтому актуальным является изучение потенциала социальных сетей Интернета с точки зрения теории поколений.

Данную теорию в 1991 году представили экономист Н. Хоув и историк В. Штраус. Авторы проанализировали историю США и определили периоды, в которые большинство людей обладают схожими ценностями. Социальным поколением учёные назвали совокупность людей, рождённых в один двадцатилетний период и обладающих сходными показателями по трем параметрам: возрастное положение в истории (то есть переживание одних и тех же исторических событий примерно в одном возрасте), общие верования и модели поколения и субъективное ощущение причастности к данному поколению [3]. Авторы теории поколений выделили определённые архетипы – «пророки», «кочевники», «герои», «художники». Все они обладают своими особенностями групповых ценностей и поведения. Отдельно выделяется так называемое «молчаливое поколение». Архетипы сменяются циклично, так как молодые поколения стремятся исправить или компенсировать определённые черты предыдущего поколения. Границы поколений могут смещаться в зависимости от географии и уровня экономического развития.

Если говорить о нашей стране, то принято в 20 веке принято выделять следующие поколения:

1. Молчаливое поколение (1924-1943 гг);
2. Беби-бумеры (1944-1963);
3. Поколение X (1964-1983);
4. Поколение Y (1984-2004);
5. Поколение Z (2005-2025).

В социальных сетях Интернета, согласно данным исследований, на данный момент представлены поколения от «беби-бумеров» и позже. К характерным особенностям «беби-бумеров», выросших в эпоху подъема, можно отнести веру в возможности человека, склонность к занятиям спортом, командной работе, доверие к людям, чувство ценности семьи. «Иксы» напротив, яркие индивидуалисты, ценят свободу, выбор, возможности карьерного роста. «Игреки» непостоянны, стремятся к самореализации, предпочитают эмоциональное прагматичному, не спешат обзаводиться семьей. «Зеты» – это «зумеры», «цифровые аборигены», они не представляют мира без Интернета, чувствуют свою причастность к большому миру, нуждаются во взаимодействии с ним, не могут долго концентрироваться на одном предмете, нуждаются в быстром результате, лучше воспринимают визуальный контент, нежели текстовый. Представители различных поколений отличаются друг от друга характером цифрового потребления. Что приводит к тому, что коммуницировать с представителями различных поколений в социальных сетях Интернета необходимо по-разному.

В России одними из первых к этой практике обратились специалисты по человеческим ресурсам. Так, например, ряд российских компаний сменил HR-стратегию для привлечения на работу молодёжи – вводят свободный график, обучение в игровой форме, социальные медиа в качестве канала коммуникации [4].

По степени вовлеченности в процесс коммуникации в социальных сетях представители поколений Y и Z практически не различаются [5]. Сходства есть и в характере потребления. Так, например, для общения с ними необходимо использовать понятный им язык: к примеру, эмоджи и стикеры, видеоконтент, инфографику. Поколение Z называют «цифровыми аборигенами», тогда как «игреков» можно отнести к «цифровым мигрантам» (деление предложено Н. Пренски [6]). Если «зеты» естественным образом воспроизводят цифровые привычки, обычаи и этикет (мемы, смайлы, длину сообщений, сопровождающий контент и т.д.), то «игреки» могут продолжать коммуницировать, сохраняя привычки офлайн общения. Различаются и темы, актуальные для представителей разных поколений в социальных сетях. Хотя данная область нуждается в дополнительном изучении, так как цифровые привычки различных поколений также подвержены изменениям и способны разрушить определённые стереотипы. Например, с 2016 по 2019 годы число людей старше 50 лет, играющих в видеоигры резко увеличилось на 25 процентов [7]. Причём женщин играет больше, чем мужчин.

Таким образом, применение теории поколений в отношении социальных сетей не должно сводиться только к определению степени вовлеченности различных возрастных групп в использовании данных площадок. Перспективным и актуальным является выделение и изучение актуальной тематики, способов представления информации (текстовой, визуальной), варианта подачи (прямая реклама, публикация отзывов, экспертных интервью и т.д.), понятного для определенной возрастной группы языка.

#### Список литературы:

1. Каждому возрасту – свои сети. – Текст: электронный // Официальный сайт ВЦИОМ: [сайт]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrastu-svoi-seti> (дата обращения: 19.03.2023).
2. Социальные сети в России. Осень 2022. – Текст: электронный // Brand Analytics: [сайт]. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/wp-content/uploads/2022/11/VA-sotsseti-2022-fin.pdf> (дата обращения: 19.03.2023).
3. Ожиганова, Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения / Е. М. Ожиганова. – Текст: непосредственный // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – № 1. – С. 16–20.
4. Идеальная работа для поколения Y: свободный график, соцсети и квесты. — Текст: электронный // 66.ru: [сайт]. – URL: <https://66.ru/news/business/154485/> (дата обращения: 19.03.2023).
5. Кондрашихина, О.А. Особенности личностной идентичности пользователей социальных сетей поколений Y и Z / О.А. Кондрашихина. – Текст: электронный // CYBERPSY: [сайт]. – URL: <https://cyberpsy.ru/articles/identichnost-pokoleniya-y-z/> (дата обращения: 19.03.2023).
6. Чудова, И. Изучение социальных сетей в перспективе поколений / И. Чудова. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-sotsialnyh-setey-v-perspektive-pokoleniy/viewer> (дата обращения: 19.03.2023).
7. Nancy, Monson More people over 50 are playing video games. How you can learn to play like your grandkids / Monson Nancy. – Текст: электронный // www.marketwatch.com: [сайт]. – URL: <https://www.marketwatch.com/story/more-people-over-50-are-playing-video-games-how-you-can-learn-to-play-like-a-millennial-11618601869> (дата обращения: 19.03.2023).
8. Шамис, Е. Теория поколений / Е. Шамис, А. Антипов. – Текст: непосредственный // Маркетинг. Менеджмент. – 2007. – № 6. – С. 42–46.
9. Черткова, А. Виртуальные социальные сети как молодёжная реальность / А. Черткова. – Текст: непосредственный // Вопросы студенческой науки. – 2018. – № 1. – С. 12–16.

A. N. Pisareva

The use of the communicative potential of social networks of the Internet in the context of the theory of generations

*Saint Petersburg Electrotechnical University, Russia*

**Abstract.** *The article is devoted to the consideration of the potential possibilities of using social networks of the Internet as a modern communication channel from the point of view of the theory of generations by N. Howe and V. Strauss. A brief overview of the generations represented among Internet users, some features of their digital consumption is given.*

**Keywords:** Internet social networks; generational theory; new media; digital aborigines