



ASSESSMENT OF YOUTH SOCIAL ACTIVITY: FROM REACH TO RESULTS

Erkinjonov Doniyorbek Erkinjon Ugli

Center for Analysis of Democratic Processes

Head of the Human Resources Management Department

Email: d.erkinjonov953@gmail.com. Tel.: +998 90 931-33-00

ORCID: 0009-0000-8152-8330

<https://doi.org/10.5281/zenodo.22159517>

ARTICLE INFO

Received: 20th August 2026

Accepted: 27th August 2026

Online: 28th August 2026

KEYWORDS

Youth social activity,
outcome criterion, digital
civic participation,
slacktivism, media literacy,
volunteering, youth policy,
institutional mechanism.

ABSTRACT

The article draws attention to the limitations of reach indicators used to assess youth social activity and proposes an outcome-based criterion instead, namely, the share of digital actions that have been transformed into real actions. An electronic survey conducted by the author among 1,201 respondents aged 14–30 showed that young people have achieved universal access to digital devices and network connectivity. Nevertheless, the share of actual, outcome-oriented actions does not exceed one-fifth, while the proportion of respondents who expressed their willingness to participate in a real-life event is four times higher. This gap is interpreted as a gap between intention and action, and a four-element institutional mechanism for overcoming this gap is substantiated.

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ: ОТ ОХВАТА К РЕЗУЛЬТАТУ

Эркинжонов Дониёрбек Эркинжон Угли

Центр анализа демократических процессов

Руководитель отдела управления персоналом

Email: d.erkinjonov953@gmail.com, Tel.: +998 90 931-33-00

ORCID: 0009-0000-8152-8330

<https://doi.org/10.5281/zenodo.22159517>

ARTICLE INFO

Received: 20th August 2026

Accepted: 27th August 2026

Online: 28th August 2026

KEYWORDS

Социальная активность
молодежи, критерий
результата, цифровое
гражданское участие,
слактивизм,
медиаграмотность,
волонтерство,

ABSTRACT

В статье обращается внимание на ограниченность показателей охвата, применяемых при оценке социальной активности молодежи, и вместо них предлагается критерий результата – доля цифровых действий, превратившихся в реальные. Электронный опрос, проведенный автором среди 1201 респондента в возрасте 14–30 лет, показал, что обеспеченность молодежи цифровыми устройствами и сетью достигла всеобщего охвата. Тем не менее доля реальных,



молодежная политика,
институциональный
механизм.

результативных действий не превышает одной пятой, тогда как доля заявивших о готовности участвовать в реальном мероприятии выше нее в четыре раза. Данный разрыв трактуется как разрыв между намерением и действием, и обосновывается четырехэлементный институциональный механизм его преодоления.

ВВЕДЕНИЕ. Сегодня в Узбекистане дверь в общественную жизнь для восемнадцатилетнего юноши или девушки начинается с экрана смартфона. По данным Министерства цифровых технологий, число пользователей интернета в стране превышает 33 миллиона [1]; **лица в возрасте 14–30 лет – это 9,7 млн человек, то есть 24,8 % населения.** Иными словами, каждый четвертый гражданин страны – одновременно молодой и цифровой гражданин. За этими цифрами стоит более сложный вопрос: какой результат дает обществу столь широкий охват? **Расширение интернет-охвата само по себе не формирует проактивного гражданина** – этот тезис служит отправной точкой настоящего исследования.

Именно здесь возникает исследовательская проблема. Ее условно можно назвать **разрывом конверсии**: это расхождение между огромной энергией молодежи в цифровой среде и ее реальным, институциональным участием. Слово «конверсия» употребляется здесь не как торговый или технический термин, а в самом простом значении – **превращения одного состояния в другое.** Если действие на экране –

лайк, репост – превращается в реальное: написание обращения, приход на мероприятие, – конверсия состоялась; если нет, разрыв сохраняется.

Масштаб этого разрыва отнюдь не мал. Даже рост этой доли на несколько процентов означал бы первый реальный гражданский опыт для сотен тысяч молодых людей – причем не требуется ни новой организации, ни дополнительного бюджета. Вопрос относится к уровню государственной политики: в стратегии «Молодежь Нового Узбекистана – 2030» поставлены задачи **привлечь к волонтерской деятельности до 2030 года 900 тысяч молодых людей** и создать единую цифровую платформу для молодежи [2].

Суть проблемы показывает бытовое сравнение. Двадцатидвухлетний студент вечером заказывает еду с телефона: открывает приложение, выбирает, нажимает кнопку – три действия, две минуты. На следующий день с того же телефона он собирается написать официальное обращение о разрушенном мосте: нужно найти сайт, зарегистрироваться, подтвердить почту, ввести номер документа и ждать, не зная, когда придет ответ. **В обоих случаях один**



и тот же человек, один телефон и одно намерение. Разница только в длине пути.

Цель – эмпирически выявить разрыв конверсии между цифровой активностью молодежи и ее институциональным и офлайн-участием, а также разработать общую архитектуру механизма его преодоления.

Задачи. Оценить обеспеченность молодежи цифровой инфраструктурой; определить в структуре реакции на общественную проблему соотношение символической и институциональной активности; измерить уровень готовности к участию в реальном мероприятии; на основе полученных результатов обосновать элементы механизма конверсии.

Научная новизна. Во-первых, при оценке активности молодежи вместо критерия «охвата» в научный оборот введен **критерий «конверсии»**: мерой активности является не число охваченных, а доля цифровых действий, превратившихся в реальный результат. Во-вторых, расхождение между заявленной готовностью и реальным действием измерено на национальном материале и концептуализировано через понятие **«разрыв конверсии»**. В-третьих, обеспечивающий конверсию четырехэлементный механизм – канал, действие, стимул и защита – обоснован как целостная экосистема.

Практическая значимость. Предлагаемый критерий конверсии может быть включен в действующую систему оценки эффективности

работы с молодежью как дополнительный показатель и стать практической основой при достижении волонтерского показателя стратегии «Молодежь Нового Узбекистана – 2030» [2].

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ.

Соотношение цифровой активности и гражданского участия в социологии обсуждается прежде всего в рамках теорий цифрового неравенства. Эстер Харгиттай еще в 2002 году ввела понятие «цифрового разрыва второго уровня», доказав, что даже при выравнивании доступа к интернету онлайн-навыки пользователей резко различаются [3]. Ян ван Дейк рассматривает цифровой разрыв как стадийный процесс, глубинный слой которого – неравенство на уровне результата [4, с. 38, 118]. **На примере Узбекистана проблема также проявляется не на уровне «возможности доступа», а именно на уровне «результата».**

Второе направление – дискуссия о границах цифрового участия. Согласно критике slackтивизма Евгения Морозова, символическое действие – лайк, репост – вызывает удовлетворение «я уже что-то сделал» и гасит потребность в реальном действии [5, с. 190]. Однако ставить вопрос в форме «инструмент полезен или вреден?» неверно: **цифровой инструмент ни вовлекает, ни гасит – он лишь меняет условия действия.** Если институциональный путь открыт, инструмент мобилизует; если закрыт – он же порождает slackтивизм. **Правильный вопрос**



иной: что происходит после действия на экране?

Третье направление – когнитивные основания восприятия. Даниэль Канеман разделяет человеческое мышление на быструю, автоматическую **Систему 1** и медленную, логическую **Систему 2** и отмечает, что «Система 2 часто занята или ленива» [6, с. 20–21]. Короткое видео и броский заголовок рассчитаны на Систему 1; официальное обращение или проверка источника требуют Системы 2. Поэтому **Систему 2 запускает не призыв, а упрощение пути.**

В национальной литературе вопрос освещен под другим углом. Профессор М. Бекмуродов в концепции обратной связи государства и гражданина обосновывает, что основная задача молодежной политики – перевести молодежь из позиции «пассивного потребителя» в позицию «активного креатора» [7, с. 84, 91]. Профессор С. Отамуратов подчеркивает, что сознание молодежи способен защитить только «цифровой иммунитет», опирающийся на прочные духовные основы [8, с. 45, 52]. Таким образом, **связующее их звено – измеримый механизм конверсии, превращающий цифровую активность в институциональное участие, – в национальной социологии до сих пор системно не разработан.**

Методология исследования. Эмпирические данные собраны посредством электронного социологического опроса,

проведенного автором в 2026 году на платформе Google Forms [9]. В опросе приняли участие 1201 респондент 14–30 лет из всех регионов республики. Тип выборки – добровольная онлайн-выборка, поэтому результаты описывают слой молодежи, активной в цифровой среде. **Данное ограничение не опасно для основного вывода и даже усиливает его:** если разрыв конверсии столь широк даже среди активных в интернете молодых людей, то в слое с более низкими навыками он окажется еще шире.

Основными измерительными показателями приняты структура реакции на общественную проблему и уровень готовности к участию в реальном мероприятии; связь цифровой грамотности с офлайн-участием проверялась через композитные индексы. В теоретической части использованы методы сравнительного анализа и анализа вторичных источников.

ОБСУЖДЕНИЕ. Начнем с простого вопроса: какие цифровые инструменты есть в руках узбекистанской молодежи? Результаты опроса показали, что вопрос инфраструктуры фактически закрыт. **91,5 % респондентов пользуются смартфоном, а 95,0 % – Telegram** – эти два показателя означают практически всеобщий охват [9]. Отсюда четкий практический вывод: любое цифровое решение для молодежи должно проектироваться **прежде всего под интерфейс смартфона; «тяжелый» портал, созданный для настольного компьютера, для**

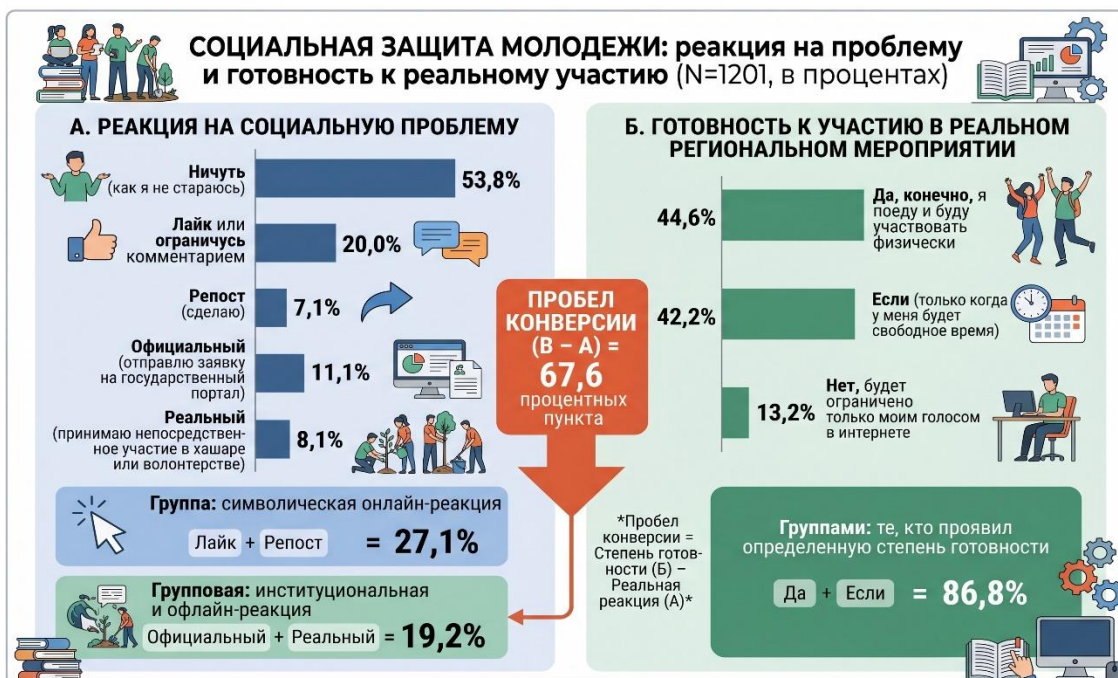
молодежи фактически не существует.

Здесь необходимо принципиальное замечание об измерительном критерии. Эффективность работы с молодежью обычно оценивают по показателям охвата. Однако ни один из них не измеряет социальную активность – они измеряют лишь собственное действие института. Поэтому основным критерием в статье предлагается не охват, а конверсия: при почти насыщенном охвате каждое дополнительное «доставленное сообщение» дает малый результат, тогда как у повышения конверсии остается широкий нераскрытый потенциал.

Здесь следует отметить обстоятельство, которое часто остается вне поля зрения. Его условно можно назвать парадоксом отчетности: отчеты улучшаются, показатели растут, но в повседневной жизни молодежи изменений не видно.

Причина не в обмане – так устроен сам критерий измерения. Изменится вопрос – изменится и поведение: если вместо «сколько мероприятий провели» спросить «сколько молодых людей впервые включились в реальное дело», исполнитель начнет делать другую работу: организация производит то, что измеряет.

Картина по целям использования интернета читается двояко: молодежь активно использует цифровое пространство для общения и образования, а доля пользования электронными госуслугами в несколько раз ниже. Потенциал цифровой технологии как средства информации освоен, а ее возможность как инструмента управления пока не раскрыта. Теперь перейдем к главному вопросу: что делает молодой человек, увидев общественную проблему?





Данные инфографики ведут к одному твердому выводу. Из увидевших общественную проблему **восемь из каждых десяти** либо молчат, либо ограничиваются символическим жестом за экраном; доля перешедших к реальному действию **не превышает одного человека из пяти**. При этом почти восемь из девяти тех же молодых людей заявляют о готовности участвовать в реальном мероприятии. Разница – почти четырехкратная. **Она свидетельствует не об отсутствии у молодежи гражданского потенциала, а об отсутствии механизма, превращающего этот потенциал в действие.**

Эта структура в международной литературе получила название **слактивизма** – символическая активность, выглядящая активной в сетях, но не переходящая в реальное действие; ее тончайшая опасность в том, что она «дешево» удовлетворяет чувство общественного долга [5, с. 190]. Наиболее наглядный случай – призыв сдать кровь: срочное сообщение за ночь доходит до десятков тысяч людей, а на завтра в больницу приходят десятки. **Из каждой сотни поделившихся сообщением реальный шаг делают один-два человека** – чтобы поделиться, нужна секунда, чтобы поехать – время. **В результате система поощряет самое легкое действие и усложняет самое нужное.**

Та же закономерность видна на платформах электронного бюджета: подавляющее большинство респондентов участвует лишь на

этапе голосования, а доля перешедших к авторству проекта более чем в десять раз ниже. То есть **у молодежи активность поддержки готового проекта заметно выше активности самостоятельного выявления проблемы и предложения решения**. Выявлена и отдельная категория – ответившие «хотел участвовать, но не знаю как»; это **прямой показатель нехватки институциональных ориентиров**.

Почему так происходит? Часть ответа дает когнитивная социология: алгоритмы сетей и сенсационный контент рассчитаны на Систему 1, а написание официального обращения требует Системы 2 [6, с. 20–21]. **Расстояние между двумя действиями лежит не в желании, а в требуемом ими когнитивном усилии**. Вторая часть связана с информационной средой: привычка постоянно проверять информацию есть чуть более чем у половины респондентов, **а при встрече с вредным или радикальным контентом более двух третей не реагируют никак** – это называется «эффектом свидетеля».

В ходе исследования выявлен парадокс. Обычно ответ «вообще не сталкивался» с угрозой читается как положительный признак. Однако в разрезе практики фактчекинга эта доля резко возрастает среди тех, кто никогда не проверяет информацию. **То есть неспособность заметить угрозу чаще является признаком не безопасности, а нехватки критического навыка**. Следовательно, программы медиаграмотности нужно направлять



прежде всего на тех, кто чувствует себя в безопасности: **человек, считающий себя вне опасности, и есть самый незащищенный.**

Наконец, статистическая проверка гипотезы. В группе с высоким уровнем грамотности офлайн-участие заметно выше, и различие статистически достоверно – **значит, ресурс, вложенный в медиаграмотность, возвращается и активностью**; вместе с тем слабость связи не позволяет считать ее единственным фактором. Именно здесь проявляется природа разрыва конверсии: **это не разрыв знания и не разрыв мотивации, а разрыв институциональной инфраструктуры** [4, с. 38, 118].

РЕЗУЛЬТАТЫ. Диагностика привела не к безнадежному, а, напротив, к оптимистичному выводу: гражданский потенциал у молодежи есть, недостает лишь канала, переводящего его в реальное действие. Ниже обосновывается общая архитектура канала; технические решения и порядок внедрения разработаны в соответствующих главах диссертации. Механизм состоит из четырех элементов: первый обеспечивает канал, второй – действие, третий – мотивацию, четвертый – защиту; результат дает лишь их работа как целостной экосистемы.

Первый элемент: единый цифровой канал. Сегодня государственные платформы для молодежи разрознены: для каждой задачи нужны отдельный сайт, регистрация и пароль. **Каждая новая**

платформа – это новый порог входа. Содержание элемента – объединить разрозненность в единый центр внутри цифрового пространства, которым молодежь уже пользуется. Канал требует двух условий: защиты персональных данных и экспертного фильтра – результат массового голосования должен проходить оценку специалистов, иначе возникает **электронный популизм** [7, с. 84, 91].

Второй элемент: перевод онлайн-активности в офлайн-действие. Этот элемент превращает виртуальную энергию в реальный социальный капитал. Логика трехступенчатая – территориальное уточнение призыва, организация исполнения и подтверждение результата. Чем ближе и конкретнее задача, тем выше конверсия. Проще говоря: молодому человеку надо сообщать не «что делать», а «где, когда и сколько человек нужно». Призыв «Берегите экологию!» никого не приводит в действие; а призыв «в субботу в 9:00, нужно двенадцать человек» работает – потому что в нем человек видит свое место.

Третий элемент: система социальных стимулов. Третий элемент дает прозрачный ответ на прагматичный вопрос «а что мне с этого?». Опрос показал, что одного административного призыва недостаточно: наибольшая часть молодежи активизируется, если общественно полезная деятельность связана с образовательными или профессиональными возможностями. Если же стимул настроен неверно, **главным мотивом может стать не**



благо, а чистая материальная выгода; поэтому он должен строиться на сочетании выгоды, общественного признания и прозрачной оценки.

Четвертый элемент: цифровой иммунитет. Четвертый элемент выполняет защитную функцию. Приведенные выше результаты показывают, что **техническая грамотность не гарантирует защищенности от информационных атак**; активность, не защищенная критическим мышлением, способна превратить возможности трех предыдущих элементов в орудие манипуляции [8, с. 45, 52]. Выражение заимствовано из медицины: опровергать каждое ложное сообщение по отдельности – метод лечения лекарством, он всегда запаздывает; **если же у молодого человека сформирован навык самостоятельно распознавать ложь, он сопротивляется тысячам сообщений одновременно.**

Институциональные условия внедрения механизма. Главное препятствие не в технологии, а в институциональном сопротивлении – ослаблении или затягивании решения на уровне исполнения. Для молодого гражданина результат оставшегося без ответа обращения один: «писать бесполезно». Поэтому выдвигаются три условия: закрепить в законодательстве понятия цифрового гражданского участия и виртуального волонтерства; определить порядок интеграции законодательства о волонтерстве с цифровыми платформами; а также **превратить скорость ответа в**

показатель оценки деятельности местных руководителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Исследование корректирует оба противоположных взгляда на цифровую активность молодежи. Первый считает высокую онлайн-активность самой по себе гражданской зрелостью; второй обвиняет молодежь в пассивности как «поколение экрана». **Опрос с участием 1201 респондента показал, что неверны оба взгляда.** Во-первых, доступ к цифровой среде фактически достиг всеобщего охвата – вопрос теперь не в средстве, а в содержании и канале.

Во-вторых, в реакции на общественную проблему преобладает символическая активность: доля институциональной и офлайн-реакции не превышает одной пятой. В-третьих, критическая цифровая грамотность достоверно влияет на офлайн-участие, однако слабость связи означает, что **для превращения знания в действие необходим институциональный канал.** В-четвертых, доля «вообще не заметивших» угрозу выше именно среди не проверяющих информацию – это **требует пересмотра целевой группы программ медиаграмотности.**

В-пятых и главное, установлен высокий потенциал конверсии: доля заявивших о готовности участвовать в реальном мероприятии почти вчетверо выше доли реально действующих. Это расхождение доказывает не отсутствие у молодежи гражданского потенциала, а отсутствие мобилизующего его механизма. Для его восполнения



обоснован четырехэлементный механизм: единая цифровая платформа, модуль перехода в офлайн, система социальных стимулов и цифровой иммунитет. Его внедрение создает социологическую основу для достижения волонтерского показателя стратегии «Молодежь Нового Узбекистана – 2030» [2].

Напомнить об ограничении исследования – требование научной честности: результаты добровольной онлайн-выборки не распространяются на всю молодежь. На следующем этапе предстоит проверить готовность очным методом, измерить региональный разрез по репрезентативной выборке и испытать элементы механизма в пилотном режиме. На практическом языке для внедрения нового критерия достаточно **трех шагов, которые можно начать завтра:**

подсчитать, сколько раз молодому человеку нужно нажать кнопку по каждой инициативе; заранее объявлять срок ответа на обращение; и добавить в отчет одну новую строку – **сколько человек участвовало впервые?**

Все три шага не требуют дополнительного финансирования. **Молодежь не равнодушна – она ждет.** У нее есть и устройство, и сеть, и время; недостает пути, соединяющего намерение на экране с реальным делом. Для этого нужны не большие деньги, а четкое решение: сделать призыв конкретным, сократить путь и признавать результат. **Ведь гражданская позиция начинается не с лозунга, а с первого успешного действия** – и задача государственной политики состоит именно в том, чтобы сделать это первое действие максимально удобным.

References:

1. Официальный сайт Министерства цифровых технологий Республики Узбекистан. – www.digital.uz
2. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждении стратегии “Молодежь Нового Узбекистана – 2030” и мерах по всесторонней поддержке молодежи», 20 апреля 2026 г., № УП-66.
3. Hargittai E. Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills // First Monday. – 2002. – Vol. 7, № 4.
4. Van Dijk J.A.G.M. The Digital Divide. – Cambridge: Polity Press, 2020. – P. 38, 118.
5. Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. – New York: PublicAffairs, 2011. – P. 190.
6. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. – P. 20–21.
7. Бекмуродов М.Б. Бошқарув социологияси. – Тошкент: Фан, 2020. – Б. 84, 91.
8. Отамуратов С.С. Ёшлар ва маънавий-руҳий тикланиш. – Тошкент, 2021. – Б. 45, 52.
9. Результаты электронного социологического опроса автора. – 2026. (N=1201, Google Forms, 23 вопроса).