

Оригинальная статья / Original article

УДК 316.4

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-204-218>



## Проблемы информационного сопровождения государственной молодежной политики в оценках молодежи

Н. А. Цибуля<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308015, Российской Федерации

✉ e-mail: nikitacibulya@mail.ru

### Резюме

**Актуальность** определяется необходимостью формирования у молодых людей адекватных представлений о практиках государственной политики в отношении молодежи и недостаточной эффективностью медиасопровождения молодежных проектов и программ.

**Цель** заключается в диагностике специфики представлений молодежи в отношении информационного компонента системы государственной молодежной политики.

**Задачи:** установление текущего уровня информированности молодых людей о практиках государственной молодежной политики; определение наличия или отсутствия у них заинтересованности в получении сведений о молодежных проектах и программах; анализ предпочтительных источников ознакомления с материалами об инициативах государственной молодежной политики; диагностика наиболее удобных форматов информационных сообщений; исследование представлений молодежи о перспективных направлениях совершенствования медиакомпонента системы государственной молодежной политики.

**Методология.** Эмпирическую базу работы составили данные, полученные в ходе авторского социологического исследования, проведенного в Курской области в 2024 г. методом фокус-групповых интервью. Респондентами выступили молодые люди в возрасте от 15 до 26 лет: учащиеся общеобразовательных учреждений, студенты высших учебных заведений, работающая молодежь.

**Результаты.** Заключаются в том, что действующая в настоящее время система информационного обеспечения молодежных проектов и программ не совсем оптимальна. Подобная ситуация, во-первых, определяется тем, что большая часть специалистов по работе с молодежью не имеют профильного образования, а также не обладают компетенциями, необходимыми для организации эффективного медиасопровождения молодежных инициатив. Во-вторых, барьером выступают установки самой молодежи, которая испытывает дефицит доверия к властным институтам, не считает, что их медиаресурсы способны удовлетворить ее информационные потребности и интересы.

**Выводы.** На наш взгляд, при организации медиасопровождения молодежных проектов и программ необходимо учесть обстоятельства: развивать дифференциированную сеть медиаресурсов, использовать гибридные модели взаимодействия, учитывать когнитивные особенности современной молодежи, усовершенствовать систему повышения квалификации кадрового состава субъектов, работающих с молодежью.

**Ключевые слова:** молодежь; молодежная политика; проекты и программы; проблемы молодежной политики; оценки молодежи; информационное обеспечение.

**Конфликт интересов:** В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

**Для цитирования:** Цибуля Н. А. Проблемы информационного сопровождения государственной молодежной политики в оценках молодежи // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2025. Т. 15, № 5. С. 204–218. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-204-218>

Поступила в редакцию 10.08.2025

Принята к публикации 09.09.2025

Опубликована 31.10.2025

## Problems of information support for state youth policy in youth assessments

Nikita A. Tsibulya<sup>1</sup>✉

<sup>1</sup> Belgorod National Research University  
85 Pobedy Str., Belgorod 308015, Russian Federation

✉ e-mail: nikitacibulya@mail.ru

### Abstract

**The relevance** it is determined by the need to form adequate representations of state policy practices in relation to young people and the insufficient effectiveness of media support for youth projects and programs.

**The purpose** it is to diagnose the specifics of young people's representations regarding the information component of the state youth policy system.

**Objectives:** to establish the current level of awareness of young people about the practices of state youth policy; to determine whether or not they are interested in receiving information about youth projects and programs; to analyze preferred sources of information about initiatives of state youth policy; to diagnose the most convenient formats of information messages; to study young people's ideas about promising areas for improving the media component of the state youth policy system. politics.

**Methodology.** The empirical basis of the work was formed by the data obtained during the author's sociological research conducted in the Kursk region in 2024 by the method of focus group interviews. The respondents were young people aged from 15 to 26: students of general education institutions, students of higher education institutions, working youth.

**Results.** Consist in the fact that the current system of information support for youth projects and programs is not quite optimal. This situation is determined, firstly, by the fact that most of the specialists working with young people do not have specialized education, and they also do not have the necessary competencies to organize effective media support for youth initiatives. Secondly, the barrier is the attitudes of young people themselves, who lack trust in the authorities and do not believe that their media resources can meet their information needs and interests.

**Conclusions.** In our opinion, when organizing media support for youth projects and programs, it is necessary to take into account the following circumstances: to develop a differentiated network of media resources, use hybrid interaction models, take into account the cognitive characteristics of modern youth, and improve the professional development system for staff working with youth.

**Keywords:** youth; youth policy; projects and programs; youth policy issues; youth assessments; information support.

**Conflict of interest:** In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Tsibulya N.A. Problems of Information Support for State Youth Policy in Youth Assessments. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2025;15(5):204–218. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-5-204-218>

Received 10.08.2025

Accepted 09.09.2025

Published 31.10.2025

\*\*\*

### Введение

Современная система публичного управления сталкивается с рядом вызовов: стремительным развитием информационно-коммуникационных технологий; формированием гибридной социальной реальности; глобализацией. Инструментальным ответом на возникающие угрозы, как отмечает И. В. Мирошниченко и

Л. А. Шпиро, стал проектный подход, утвердившийся в практиках государственного администрирования в последние десятилетия [1, с. 360]. В полной мере это относится и к сфере ГМП, в рамках которой реализуется широкий спектр программ и проектов, ориентированных на раскрытие потенциала молодежи, ее вовлечение в просоциальную деятельность.

Процесс разработки и практической реализации молодежных инициатив включает в себя несколько взаимосвязанных компонентов. Одним из наиболее важных среди них является формирование у подрастающего поколения адекватных представлений об условиях для саморазвития, создаваемых субъектами ГМП, под которыми в рамках настоящего исследования мы понимаем органы государственной власти, ответственные за работу с молодежью. Значимость данного компонента определяется тем, что молодые люди, которые не обладают сведениями о содержании, механизмах участия, перспективах и преимуществах проектов и программ, не имеют возможности принять в них участие.

В соответствии со Стратегией реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации на период до 2030 г.<sup>1</sup> и Федеральным законом от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации»<sup>2</sup> субъекты ГМП ведут работу по информационному сопровождению молодежных практик. Данная деятельность представляет собой процесс предоставления молодым людям новостных материалов по всем направлениям реализации ГМП через средства массовой информации и коммуникации [2, с. 154]. Тем не менее, несмотря на принимаемые меры, Т. Ю. Калаврий, Ш. В. Шедикова [3], Т. А. Асеева, О. С. Киреева [4], М. В. Гарифуллин, А. Ю. Гайфуллин [5], Р. Ю. Зулляр [6], Е. В. Волченкова, Е. В. Митягина,

М. Н. Бородатая [7], С. Н. Новиков [8] отмечают, что действующий в настоящее время механизм медиасопровождения молодежных проектов и программ не оптимален. Подобное обстоятельство актуализирует научно-исследовательские работы, направленные на поиск путей совершенствования информационного компонента системы ГМП.

Отметим, что некоторые вопросы организации медиасопровождения молодежных практик уже нашли отражение в ряде научно-аналитических работ. Так специфика информационного освещения ГМП в Российской Федерации [9], Ростовской области [10] изучалась А. Н. Минской. Структурной реорганизации медиакомпонента ГМП в современной России посвящена работа А. Ю. Кретова [11]. Роль информационных ресурсов в реализации ГМП анализируется В. Ю. Леденевой [12]. О проблемах медиаобеспечения политики государства по социальному развитию молодежи писали В. С. Автономова, Н. А. Клейн, Г. В. Морозова [13]. Место молодежных СМИ в процессе освещения ГМП исследовалось Д. П. Сааковым [14]. Однако указанные академические работы, несмотря на их важность, практически не отражают представлений самих молодых людей о наиболее перспективных направлениях организации системы медиасопровождения молодежных практик. Исходя из этого целью настоящего исследования является определение специфики представлений молодежи в отношении информационного компонента ГМП.

## Материалы и методы

Объектом диагностики выступают молодые люди, предметом – их диспозиции в отношении системы медиасопровождения молодежных проектов и программ.

Эмпирическую базу настоящей работы составили данные, полученные в результате авторского социологического исследования, проведенного в Курской

<sup>1</sup> Об утверждении Стратегии реализации молодежной политики в Российской Федерации на период до 2030 г.: распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 августа 2024 г. № 2233-р. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/409496275/> (дата обращения 01.07.2025).

<sup>2</sup> О молодежной политике в Российской Федерации: федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/> (дата обращения 01.07.2025).

области в 2024 г. Сбор первичной информации осуществлялся с помощью метода фокус-групповых интервью. В качестве респондентов выступили молодые люди в возрасте от 15 до 26 лет включительно: учащиеся общеобразовательных учреждений, студенты высших учебных заведений, молодежь.

Всего в рамках настоящего исследования нами проведено три фокус-групповых интервью. Каждая дискуссия включала в себя восемь участников, общее количество респондентов составило 24 человека. Отбор информантов осуществлялся целенаправленно с учетом их социального статуса и возрастных характеристик. Обсуждения проходили в условиях, способствующих открытому и свободному выражению позиций каждым испытуемым.

Для всех дискуссий использовался единый сценарий, разработанный предварительно и включавший в себя перечень основных вопросов, а также тематические блоки для уточнения и углубления высказываемых суждений. Ведение интервью осуществлялось модератором, который сохранял необходимую гибкость, адаптируя ход беседы к динамике группового взаимодействия и акцентируя внимание на наиболее значимых аспектах обсуждаемой темы.

Все три сессии фокус-групповых интервью были зафиксированы на аудиозапись с предварительного информированного согласия участников исследования. Далее звуковые материалы были подвергнуты полной транскрипции. Обработка полученных данных осуществлялась методом качественного контент-анализа, что позволило установить основные тенденции в позициях участников дискуссий.

## Результаты и их обсуждение

Прежде чем перейти к рассмотрению результатов, отметим некоторые методологические ограничения настоящего исследования. Выбранный нами эмпириче-

ский инструментарий не позволяет экстраполировать полученные в ходе диагностики данные на всю совокупность молодежной аудитории. Как справедливо отметила Е. В. Дмитриева, «фокус-групповые дискуссии не дают возможность оценить степень распространенности полученных ответов среди респондентов, но позволяют сформулировать новые идеи и выдвинуть гипотезы» [15]. Исходя из этого проведенное нами исследование способствовало установлению ряда тенденций в медиапредпочтениях молодых людей; способно выступить основой для конструирования предположений, которые могут быть проверены в дальнейших исследованиях с использованием таких эмпирических методов, как анкетный опрос молодежи и специалистов, работающих с молодыми людьми, а также контент-анализ официальных интернет-ресурсов субъектов ГМП.

Учитывая вышеуказанные методологические особенности, перейдем к анализу полученных в ходе диагностики данных. Прежде всего, настоящая работа позволила установить текущий уровень информированности респондентов о сфере ГМП. В ходе исследования выяснилось, что большая часть участников дискуссий не имеют никакого представления о молодежных практиках, а также всей системе ГМП в целом. Типичными ответами на вопрос о степени знакомства с возможностями самореализации и саморазвития, инициируемыми органами государственной власти, ответственными за работу с молодежью, выступили: Екатерина (24 года, консультант управления экологического контроля (надзора)): «Я в целом не осведомлена о молодежной политике, не знаю, какие существуют проекты и программы»; Анастасия (24 года, старший специалист по социальным коммуникациям): «Для меня это новая сфера, я также никогда этим не интересовалась»; Алена (26 лет, методист): «Я ничего не знаю о молодежной политике».

Недостаточная осведомленность большей части участников исследования о практиках ГМП указывает на то, что система информационного сопровождения молодежных проектов и программ, функционирующая в настоящее время, недостаточно эффективна. Схожие позиции о слабой результативности механизма сопровождения практик ГМП в медиапространстве высказывают и другие исследователи [16]. На наш взгляд, подобная ситуация вызвана несколькими обстоятельствами:

– во-первых, официальные виртуальные площадки субъектов ГМП не отвечают информационным интересам и потребностям молодежной аудитории. С. Б. Абрамова, К. Р. Путимцева, О. А. Кондрашов на основании количественного исследования отмечают, что значительная часть молодых людей не используют социальные сети для коммуникации с органами власти, а их официальные страницы отличает «низкая замечаемость». Исследователи подчеркивают, что общественные медиа не воспринимаются молодежью как площадки для конструктивного диалога с политическими институтами и чаще используются в иных целях – для развлечения, общения и самоидентификации в рамках неформальных сообществ [17]. Таким образом, официальные интернет-ресурсы, не предлагая молодым людям того контента, который им интересен, и выступая платформами, не способными удовлетворить их потребности, остаются невостребованными;

– во-вторых, подрастающее поколение испытывает дефицит доверия к политическим институтам [18]. Подобный скепсис по отношению к административным субъектам переносится и на процессы онлайн-коммуникации с ними. Следовательно, для удовлетворения информационных потребностей даже в тех случаях, когда сведения носят социально ориентированный или личностно значимый характер, молодежь обращается к альтернативным источникам: поисковым

агрегаторам, неофициальным сообществам в социальных сетях и каналам в мессенджерах;

– в-третьих, специалисты по работе с молодежью, ответственные за организацию онлайн-взаимодействия, не обладают компетенциями, необходимыми для эффективного медиасопровождения молодежных проектов и программ. В условиях цифрового общества актуализируются специфические навыки, среди которых: стратегическое управление цифровыми коммуникациями, создание привлекательного медиаконтента, таргетированная реклама в социальных сетях, аналитика пользовательского поведения, а также работа с цифровыми платформами и алгоритмами распространения информации.

Несмотря на то, что в профессиональном стандарте «Специалист по работе с молодежью», утвержденном приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.02.2020 г. № 59н, особое внимание уделяется развитию навыков работы с ИКТ, практика свидетельствует о недостаточном уровне специализированной подготовки кадров ГМП. Нередко функции по информационному сопровождению молодежных программ возлагаются на сотрудников, не имеющих профильного образования или достаточного опыта в сфере диджитал-коммуникаций. Так В. А. Касамара отмечает, что «лишь пятая часть сотрудников этой сферы имеют отраслевое образование. В молодежной политике заняты либо специалисты из смежных областей (образование, спорт, культура и так далее), либо активисты из числа молодежи» [19]. Схожие данные приводят О. Л. Бегичева, С. А. Гришаева, М. Б. Поляков, А. Н. Тимохович, С. В. Чуев, согласно которым в России только 15% госслужащих имеют соответствующую подготовку для работы с молодым поколением [20]. Кроме того, даже сами специалисты сферы ГМП среди пробелов профессиональных компетенций наряду с другими выделяют владение

новыми технологиями работы с молодежью, умение работать в социальных сетях с использованием современных цифровых технологий [21]. Таким образом, медиасопровождение практик ГМП зачастую осуществляется формально и не опирается на целостную и профессионально выстроенную медиастратегию, что обусловлено дефицитом навыков у специалистов и недостающим уровнем подготовки в сфере цифровых коммуникаций.

Отметим, что слабая осведомленность большей части респондентов связана не только с низкой эффективностью системы информационного обеспечения молодежных практик, но и со спецификой заинтересованности самих молодых людей в получении сведений о проектах и программах ГМП. Так в ходе диагностики выяснилось, что некоторые участники дискуссий вовсе не рассматривают перспективу ознакомления с материалами, касающимися молодежных проектов и программ: *Еремей (15 лет, школьник): «Мне не очень интересно [узнать о молодежных проектах и программах]. Как вам сказать, мне нравится поверхность, а углубляться не хочется. Тем более этим надо заниматься, а мне лень»; Михаил (20 лет, студент): «Нет, не хотел бы [узнать о молодежных проектах и программах]. Просто не интересно»; Валерия (16 лет, школьница): «Мне не интересно [узнать о молодежных проектах и программах]. Я не в этой сфере нахожусь».* Большинство же участников исследования, напротив, выразили готовность ознакомиться с возможностями самореализации и саморазвития, инициируемыми субъектами ГМП: *Олег (21 год, студент): «Я хотел бы узнать [о программах ГМП], но пока мало что слышал о каких-то проектах»; Екатерина (24 года, консультант управления экологического контроля (надзора): «Хотела бы [узнать о молодежных программах]. Потому что я в целом не осведомлена о молодежной политике, не знаю, какие существуют проекты и мероприятия»;*

*Анастасия (26 лет, документовед): «Да, интересно [узнать о молодежных программах], поскольку для меня это новая сфера, я также никогда этим не интересовалась».* При этом важно отметить инертный характер проявляемого любопытства, поскольку заинтересованность таких респондентов не подкрепляется практической деятельностью, направленной на самостоятельный поиск соответствующих сведений.

Полученные данные свидетельствуют о наличии ситуации, описанной А. Э. Ушамирским. Исследователь отмечает, что в настоящее время ГМП реализуется в противоречивых условиях. С одной стороны, она должна содействовать удовлетворению базисных интересов молодежи, с другой – в России отсутствуют институционализированные социальные технологии их презентации, артикуляции и агрегации. В результате ГМП носит, скорее, манипулятивный характер, сводится к подмене действительных интересов подрастающего поколения симулякрами [22]. На наш взгляд, следствием подобного разрыва является то, что молодые люди не воспринимают сферу ГМП в качестве реального механизма удовлетворения своих базисных интересов и потребностей, что существенно отражается на их заинтересованности в получении информации о молодежных проектах и программах.

Восполнение наблюдаемого дефицита молодые люди однозначно связывают с сетью Интернет. В их представлении виртуальное пространство является приоритетным источником сведений, касающихся возможностей самореализации и саморазвития. Примечательно, что отвечая на вопрос о предпочтительных способах получения информации о практиках ГМП, респонденты ни разу не упомянули традиционные средства массовой коммуникации, среди которых можно выделить телевидение, радио, печатные медиа. Как отмечают И. А. Рассохина и Н. Е. Лунегов, это не значит, что Интер-

нет окончательно вытеснил классические СМИ из структуры медиапотребления молодежи. Скорее всего, они начали носить гибридный характер, адаптируясь к цифровой среде и находя свое место в экосистеме Интернета [23]. Действительно, границы между «новыми» и «старыми» медиа становятся все более размытыми: классические каналы массовой коммуникации стремятся интегрироваться в цифровую экосистему, осваивая онлайн-форматы и расширяя свое присутствие в Интернете. Тем самым они адаптируются к изменившимся практикам медиапотребления, сохраняя свою актуальность и значимость, но уже в новом, цифровом обличии.

Следует отметить, что онлайн-пространство не является гомогенной информационной средой. Оно представляет собой совокупность разнородных виртуальных площадок, отличающихся по функциональным возможностям, целевой аудитории и форматам взаимодействия. На основании проведенного исследования можно утверждать, что структура медиапотребления молодежи в сети Интернет дифференцирована. Молодые люди активно используют социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, поисковые агрегаторы. Среди виртуальных ресурсов, которые молодые люди рассматривают в качестве приоритетных для получения сведений, касающихся сферы ГМП, можно выделить «ВКонтакте», «Телеграм», YouTube, Instagram (сервис запрещен в РФ): *Олег (21 год, студент): «Интернет, естественно. «ВКонтакте», «Телеграм» – это те платформы, на которых чаще всего сижу и читаю»; Анастасия (24 года, старший специалист по социальным коммуникациям): «Через Интернет, конечно, оперативнее, потому что сарафанное радио работает в этом плане очень редко и не особо эффективно. Обычно информация, таким образом, доходила до меня тогда, когда мероприятие уже прошло. Поэтому через Ин-*

*тернет. Это, скорее всего, на сайт «Телеграм», «ВКонтакте»»; Анастасия (26 лет, документовед): «Информировать, конечно, лучше через социальные сети, это проще, поскольку сейчас большую часть дня мы проводим либо в телефоне, либо в компьютере в рабочем процессе».*

Ответы респондентов отражают фиксируемую многими авторами научных трудов устойчивую тенденцию: Интернет прочно закрепил за собой статус основного канала коммуникации и источника информации для молодого поколения [24].

Подобный сдвиг в медиапредпочтениях вполне закономерен и определяется рядом обстоятельств. Во-первых, технологическая доступность Интернета, обусловленная широкой распространностью мобильных устройств и развитием беспроводных сетей, значительно упростила процесс выхода в онлайн-пространство, сделав его неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи. Во-вторых, важную роль играет интерактивность цифровой среды. Молодые люди не только пассивно потребляют контент, но и активно участвуют в его создании, комментировании, распространении, что усиливает вовлеченность и эмоциональную привязанность к цифровым каналам коммуникации. В-третьих, Интернет предоставляет высокую степень индивидуализации новостного потока. Алгоритмы персонализированной выдачи, рекомендательные системы и возможность самостоятельного выбора медиаматериалов позволяют молодежи выстраивать модели информационного потребления в соответствии с собственными интересами. В-четвертых, разнообразие форматов представления контента – от текстовых материалов до видео – дает возможность удовлетворить различные когнитивные стили восприятия, делая процесс потребления сведений более гибким и адаптивным. В-пятых, высокая скорость информационного обмена, характерная для цифровой среды, значительно

повышает оперативность получения и распространения данных, что особенно важно для молодежи, стремящейся быть в курсе событий в режиме реального времени.

Отметим, что в ходе исследования некоторые респонденты выразили достаточно неожиданную позицию: в качестве приоритетного источника получения информации о ГМП они рассматривают межличностную коммуникацию: *Даниил (16 лет, школьник): «Да не знаю, чтобы у меня был друг какой-нибудь, он пришел бы и мне все рассказал»; Георгий (16 лет, школьник): «Больше интересно не по тексту, не что-то читать или что-то искать, а по живому общению что-то узнавать»; Анастасия (20 лет, студентка): «Хотелось бы, чтобы кто-нибудь вот к нам в аудиторию пришел и рассказал бы. Так тоже удобно, можно пообщаться с этим человеком, задать ему вопросы».*

Таким образом, личное общение все еще играет значимую роль в процессе информационного обмена. К аналогичным выводам в ходе количественного исследования приходят С. В. Володенков, С. Ю. Белоконев и А. А. Суслова. Исследователи отмечают, что, несмотря на смещение акцента в информационно-коммуникационной активности молодежи на виртуальные платформы, неформальная коммуникация с друзьями, родственниками и знакомыми сохраняет свою относительно высокую востребованность [25]. На наш взгляд, в ряде случаев именно личный контакт с носителем информации воспринимается молодыми людьми как более надежный, понятный и предпочтительный способ освоения новых знаний. В особенности это проявляется в тех ситуациях, когда информация представляется сложной, абстрактной или малознакомой.

Кроме того, немаловажным фактором выступает то, что межличностная коммуникация обладает высокой степенью доверительности и эмоциональной

вовлеченности. Мы согласны с мнением Т. С. Абдулиной, которая подчеркивает, что молодежь особенно доверяет источникам, обладающим личной компетентностью, гуманизмом и способностью к диалогу. При этом, как отмечает исследователь, значимыми становятся не только знаменитости или инфлюенсеры, но и представители ближайшего социального круга, включая сверстников, преподавателей, наставников [26]. Живое общение с такими фигурами обеспечивает не просто получение информации, но и формирует доверительный эмоциональный контекст, позволяющий осмыслить сложные темы.

Одним из главных преимуществ виртуального пространства является возможность публикации контента в различных форматах, таких как текст, изображение, аудио, видео. Это обеспечивает высокую степень вовлеченности сетевой аудитории, так как пользователи могут выбрать наиболее удобный и интересный для себя вариант потребления информации. Исходя из этого дальнейшая диагностика была направлена на установление того, какие форматы получения сведений о молодежных инициативах являются наиболее предпочтительными для участников дискуссий.

В ходе фокус-групповых интервью выяснилось, что молодые люди хотели бы получить информацию о проектах и программах ГМП в виде текстовых публикаций и видео. При этом стоит отметить, что приоритет респонденты отдают именно аудиовизуальным медиаматериалам: *Георгий (16 лет, школьник): «Если в Интернете [ознакомиться с информацией о практиках ГМП], то видео посмотреть»; Алена (26 лет, методист): «Посты [текстовые публикации] и видео»; Николай (26 лет, специалист по защите информации): «Мое мнение, что если это в социальных сетях, или на YouTube [размещается информация], то это какие-то небольшие видео или посты, которые ведут тебя на отдельный сайт какого-то крупного мероприятия или проекта».*

Полученные нами данные отражают тенденцию, согласно которой потребление аудиовизуального контента стало неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи. И. А. Полуэхтова, получив схожие данные на основании количественной диагностики, отмечает: «Видео – наиболее востребованный тип контента у современных медиапотребителей в целом, и особенно молодых» [27, с. 96]. На наш взгляд, подобная ситуация определяется следующими обстоятельствами:

1. Видеоконтент обладает высокой степенью доступности и легкостью восприятия, что значительно облегчает процесс получения информации по сравнению с текстовыми форматами. Визуальные и аудиальные стимулы позволяют быстрее усваивать содержание, снижая когнитивную нагрузку и способствуя более эффективному запоминанию материала.

2. Видео способно вызвать более сильный эмоциональный отклик благодаря сочетанию изображения, звука, динамики и сюжета. Это создает эффект присутствия и способствует формированию более глубокой связи между медиапотребителем и контентом, что особенно важно для молодежной аудитории.

3. Современные медиаплатформы активно продвигают видео как приоритетный формат, используя алгоритмы рекомендаций, автоматическое воспроизведение и интеграцию различных интерактивных функций. Такие механизмы не только повышают доступность видеоконтента, но и усиливают его привлекательность, формируя устойчивую привычку регулярного просмотра среди пользователей.

Следует отметить, что молодые люди, отвечая на вопрос о предпочтительных форматах медиаконтента, делали акцент на том, что информационные материалы в виде текстовых сообщений и видео должны быть короткими, не занимать большого количества времени на ознакомление с ними: Федор (20 лет, студент): «Главное, чтобы они [информационные публикации] были короткими,

потому что сейчас что-то длинное смотреть не очень хочется. Вот shorts-форматы лучшие всего»; Даниил (24 года, специалист по инновационной деятельности): «Видеоконтент, shorts на YouTube или же короткие клипы в сети “ВКонтакте”, потому что их часто смотришь, много времени проводишь в таком виде контента. Или же короткие публикации в мессенджере “Телеграм”, потому что его больше читаю»; Кристина (24 года, копирайтер): «На сайте “Телеграм” или “ВКонтакте”. Наверно, или короткие посты, или видео. Instagram (сервис запрещен в Российской Федерации) еще, может быть».

Опираясь на концепцию «клиповой культуры» Э. Тоффлера и полученные нами результаты, можно утверждать, что мышление большей части респондентов мозаично и фрагментарно [28]. Современные молодые люди демонстрируют особый тип восприятия и переработки информации, который характеризуется сниженной возможностью к длительной концентрации внимания, предпочтением визуальных, быстро сменяющих друг друга образов. Возникновение данного феномена, как отмечают А. П. Авдеева и Ю. А. Сафонова, связано с огромными объемами информации, которые окружают современного человека [29, с. 188]. В условиях ограниченных когнитивных возможностей обработки большого массива данных молодые люди вынуждены адаптироваться, что проявляется в поверхностном, быстром ознакомлении с медиаконтентом.

Завершающим этапом исследования выступила диагностика представлений респондентов о наиболее перспективных направлениях совершенствования системы информационного обеспечения молодежных проектов и программ. По мнению участников исследования, субъектам ГМП необходимо: уделить внимание развитию сети официальных интернет-ресурсов на тех платформах, которые пользуются популярностью у молодых

людей; использовать встроенные в интернет-платформы инструменты продвижения медиаматериалов, такие как таргетированная реклама; привлекать подписчиков на уже созданные виртуальные площадки: *Даниил (16 лет, школьник)*: «*Ну, использовать большие социальных сетей, может быть, канал на Youtube создать, потому что я, например, большую часть времени там провожу*»; *Екатерина (24 года, консультант управления экологического контроля (надзора)*: «*Большие рекламы, большие зазываловки. Как я говорила, обращаться не к конкретным людям, которые их интересуют, а к большей части населения*»; *Даниил (24 года, специалист по инновационной деятельности)*: «*Научить сотрудников [субъектов ГМП] настраивать таргет в социальных сетях, рекламу. Насколько я знаю, у федеральных проектов просто лучшие механизмы продвижения в Интернете. Там не просто пост вышел и вышел, там они бомбят все социальные сети. У федеральных проектов есть свои телеграм-каналы. Региональные проекты ограничиваются только вот публикацией в группе в социальной сети "ВКонтакте" или "Телеграм" органа власти*».

Анализ ответов респондентов позволяет утверждать, что молодые люди хорошо ориентируются в цифровых платформах, алгоритмах и инструментах продвижения информационных публикаций, а также обладают собственным видением того, как должна быть организована система медиасопровождения молодежных проектов и программ. На наш взгляд, подобное обстоятельство объясняется тем, что молодежь с раннего возраста погружена в цифровую среду, что способствует формированию у нее не только технических навыков работы с виртуальными платформами, но и интуитивного понимания медиапроцессов и логики онлайн-коммуникации. Кроме того, молодые люди являются не только пассивными потребителем информации, но и активно

самостоятельно генерирует медиаматериалы. Л. Н. Мешкова справедливо отмечает: «Цифровое поколение посвящает большое количество времени созданию контента в сетевой среде, становясь активными участниками в построении интернет-пространства» [30, с. 181]. Подобная виртуальная активность требует от молодых людей владения навыками работы с различными инструментами и платформами, что включает в себя умение создавать, редактировать и распространять контент, продвигать медиаматериалы и анализировать их эффективность.

## Выводы

Формирование у молодых людей адекватных представлений о содержании, механизмах участия, перспективах и преимуществах молодежных инициатива является одним из важнейших компонентов процесса их разработки и практической реализации. С этой целью субъекты ГМП принимают меры по созданию и постоянному обновлению информационной инфраструктуры, посредством которой представители подрастающего поколения обеспечиваются сведениями о мерах правительственной поддержки. При этом эффективность данной деятельности во многом зависит от учета диспозиций самих молодых людей в отношении наиболее перспективных направлений организаций медиасопровождения молодежных проектов и программ.

На основании проведенного исследования можно утверждать, что действующая в настоящее время система информационного обеспечения ГМП не совсем оптимальна, поскольку большая часть молодежи не имеет никаких представлений о возможностях для успешной социализации и самореализации. Причинами подобной ситуации служат, во-первых, институциональные просчеты субъектов ГМП. Так большая часть специалистов по работе с молодежью не имеют профильного образования, а также не обладают компетенциями, необходимыми для ор-

ганизации эффективного медиасопровождения молодежных инициатив. Вторых, барьером выступают диспозиции самой молодежи в отношении взаимодействия с органами государственной власти. В представлениях молодых людей медиаресурсы субъектов ГМП не способны удовлетворить их информационные потребности и интересы. Кроме того, молодежь испытывает дефицит доверия к политическим институтам, что отражается на процессах онлайн-коммуникации с ними.

Очевидно, что в таких условиях потенциал участия представителей подрастающего поколения в просоциальных практиках существенно ограничен, что идет вразрез с заинтересованностью государства во включении молодых людей в экономическую, культурную, политическую жизнь общества. На основании проведенного исследования представляется возможным сформулировать ряд рекомендаций, которые могут быть использованы субъектами ГМП для оптимизации информационного компонента системы

работы с молодежью. На наш взгляд, при организации медиасопровождения молодежных проектов и программ необходимо учесть следующие обстоятельства:

1. Развивать дифференцированную сеть медиаресурсов, которая соотносилась бы с предпочтениями различных групп молодых людей.
2. Использовать гибридные модели взаимодействия, которые предполагают работу не только в онлайн-формате, но и офлайн-пространстве.
3. Учитывать когнитивные особенности современной молодежи при разработке коммуникационных стратегий, адаптируя медиаматериалы под различные стили восприятия и привычки представителей подрастающего поколения.
4. Усовершенствовать систему повышения квалификации кадрового состава субъектов ГМП, ответственного за организацию взаимодействия с молодыми людьми, с учетом стремительного развития медиапространства и особенностей информационной работы в онлайн-формате.

### Список литературы

1. Мирошниченко И. В., Шпиро Л. А. Проектное управление в государственном секторе: зарубежный опыт и российская практика // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2019. Т. 3, № 3. С. 360-368. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2019-3-3-360-368>
2. Минская А. Н. Вариативность коммуникационных каналов при освещении государственной молодежной политики региона: медийный аспект // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2021. Т. 1, № 1 (34). С. 153-161. [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_1\\_1\\_153](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_1_1_153)
3. Калаврий Т. Ю., Шедикова И. В. Оценка информированности молодежи г. Якутска о реализации муниципальной молодежной политики // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Серия: Экономика. Социология. Культурология. 2021. № 4 (24). С. 65-76. <https://doi.org/10.25587/SVFU.2021.24.4.007>
4. Асеева Т. А., Киреева О. С. Представления учащейся молодежи о государственной молодежной политике (на примере Дальневосточного федерального округа) // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 2 (67). С. 66-73. <https://doi.org/10.21672/1818-510X-2021-67-2-066-073>
5. Гарифуллин М. В., Гайфуллин А. Ю. Актуальные проблемы реализации молодежной политики в оценках и взглядах молодежи республики Башкортостан: социологический анализ // Уфимский гуманитарный научный форум. 2025. № 1 (21). С. 288-305. <https://doi.org/10.47309/2713-2358-2025-1-288-305>
6. Зуляр Р. Ю. Молодежная политика современной России: новые вызовы // П.О.И.С.К. 2025. № 1 (108). С. 69-77.

7. Волченкова Е. В., Митягина Е. В., Бородатая М. Н. Готовность молодежи к добровольческой деятельности: региональный аспект // Вестник Вятского государственного университета. 2023. № 3 (14). С. 116-126. <https://doi.org/10.25730/VSU.7606.23.042>

8. Новиков С. Н. Совершенствование управленческой деятельности органов государственной власти региона в сфере молодежной политики (на примере Рязанской области) // Вестник Евразийской науки. 2024. Т. 16, № 4. URL: <https://esj.today/PDF/61ECVN424.pdf> (дата обращения 01.07.2025).

9. Минская А. Н. Специфика информационного освещения государственной молодежной политики в Российской Федерации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2018. № 1 (212). С. 189-196.

10. Минская А. Н. Специфика информационного освещения государственной молодежной политики Ростовской области // Коммуникационные процессы: теория и практика: сборник материалов XVII Международной научно-практической очно-заочной конференции, г. Краснодар, 28 октября 2021 г. Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2022. С. 144-150.

11. Кретов А. Ю. Информационное обеспечение государственной молодежной политики в современной России: основные направления структурной реорганизации // Среднерусский вестник общественных наук. 2020. Т. 15, № 5. С. 144-154. <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2020-15-5-144-154>

12. Леденева В. Ю. Роль информационных ресурсов в реализации государственной молодежной политики // Государственная молодежная политика: национальные проекты 2019-2024 гг. в социальном развитии молодежи: материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Москва, 20-21 апреля 2020 г. М.: Перспектива, 2020. С. 191-199.

13. Автономова В. С., Клейн Н. А., Морозова Г. В. Проблемы информационного обеспечения политики государства по социальному развитию молодежи // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2022. № 4 (55). С. 4-9. <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2022.4.4-9>

14. Сааков Д. П. Роль молодежных медиа в процессе информационного освещения государственной молодежной политики // Наука молодых – будущее России: сборник научных статей 7-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых, г. Курск, 12-13 декабря 2022 г. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. С. 245-249.

15. Дмитриева Е. В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998. 144 с.

16. Новикова И. В., Рудич С. Б., Макаева А. Р. Проблемы реализации государственной молодежной политики на региональном уровне и пути их эффективного решения // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2018. № 6 (69). С. 126-135.

17. Абрамова С. Б., Путимцева К. Р., Кондрашов О. А. Социальные сети органов власти: вовлеченность молодежи и оценка эффективности // Ars Administrandi (Искусство управления). 2024. Т. 16, № 1. С. 54-78. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2024-1-54-78>

18. Отношение молодежи к политическим институтам: уровень доверия и одобрения / Л. В. Рожкова, С. А. Влазнева, О. В. Сальникова, А. Ш. Дубина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. № 1 (61). С. 5-17. <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2022-1-1>

19. В ВШЭ сообщили, что изменится с принятием закона «О молодежной политике». URL: [https://www.gazeta.ru/social/news/2020/12/30/n\\_15432854.shtml](https://www.gazeta.ru/social/news/2020/12/30/n_15432854.shtml) (дата обращения 01.08.2025).

20. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования: монография / О. Л. Бегичева, С. А. Гришаева, М. Б. Поляков [и др.]; отв. ред. С.В. Чуев. М.: Издательский дом ГУУ, 2017. 131 с.

21. Коростелева Т. В., Попова С. Ю. Кадровый резерв молодежной политики: системообразующие основания и проблемы // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2023. № 4 (94). С. 5-12. [https://doi.org/10.51904/2306-8329\\_2023\\_91\\_4\\_5](https://doi.org/10.51904/2306-8329_2023_91_4_5)

22. Ушамирский А. Э. Презентация базисных интересов молодежи в социологических исследованиях // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 12. С. 314-331. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2016-12-314-331>

23. Рассохина И. Ю., Лунегов Н. Е. Медиапредпочтения учащейся и работающей молодежи Кузбасса // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2022. № 1 (45). С. 152-161. [https://doi.org/10.54509/22203036\\_2022\\_1\\_152](https://doi.org/10.54509/22203036_2022_1_152)

24. Современные практики медиапотребления у студенческой молодежи / И. М. Богдановская, А. Б. Углова, Б. А. Низомутдинов, А. С. Никольская // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. Т. 11, № 2. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54238288> (дата обращения 01.07.2025).

25. Володенков С. В., Белоконев С. Ю., Суслова А. А. Особенности структуры информационного потребления современной российской молодежи: на материалах исследования среди студентов-политологов Финансового университета // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2021. Т. 23, № 1. С. 31-46. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2021-23-1-31-46>

26. Абдуллина Т. С. Роль авторитетных персон в социализации российских студентов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 2. С. 15-21. <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.51.43.001>

27. Полуэхтова И. А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // Знание. Понимание. Умение. 2022. № 3. С. 90-107. <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.8>

28. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ACT, 2010. 795 с.

29. Авдеева А. П., Сафонова Ю. А. Универсальные характеристики клиповой культуры // Вестник университета. 2023. № 6. С. 186-194. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-6-186-194>

30. Мешкова Л. Н. Цифровая культура и цифровое поколение: основные направления взаимодействия // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2020. Т. 9, № 3А. С. 196-206. <https://doi.org/10.34670/AR.2020.96.97.021>

## References

1. Miroshnichenko I.V., Shpilo L.A. Project management in the public sector: foreign experience and russian practice. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sotsiologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya* = *Bulletin of the Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations.* 2019;3(3):360-368. (In Russ.) <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2019-3-3-360-368>
2. Minskaya A.N. Variability of communication channels in the lighting of state youth policy: media aspect. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva* = *Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev.* 2021;1(1):153-161. (In Russ.) [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_1\\_1\\_153](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_1_1_153)
3. Kalavriy T.Y., Shedikova I.V. Assessing the awareness of young people in Yakutsk of the municipal youth policy implementation. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M.K. Ammosova. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Kul'turologiya* = *Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov. Series: Economics. Sociology. Cultural Studies.* 2021;(4):65-76. (In Russ.) <https://doi.org/10.25587/SVFU.2021.24.4.007>
4. Aseeva T.A., Kireeva O.S. Student's ideas of the state youth policy (case study of the Far Eastern Federal District. *Kaspiskii region: politika, ekonomika, kul'tura* = *The Caspian Region: Politics, Economics, Culture.* 2021;(2):66-73. (In Russ.) <https://doi.org/10.21672/1818-510X-2021-67-2-066-073>
5. Garifullin M.V., Gayfulling A.Y. Topical issues of youth policy implementation in the assessments and views of the youth of the republic of Bashkortostan: sociological analysis. *Ufimskii gumanitarnyi nauchnyi forum* = *Ufa Humanitarian Scientific Forum.* 2025;(1):288-305. (In Russ.) <https://doi.org/10.47309/2713-2358-2025-1-288-305>
6. Zulyar R.Y. Youth policy in modern Russia: new challenges. *POISK* = *POISK.* 2025;(1):69-77. (In Russ.)
7. Volchenkova E.V., Mityagina E.V., Borodataya M.N. Youth's willingness to volunteer: a regional context. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Herald of Vyatka State University.* 2023;(3):116-126. (In Russ.) <https://doi.org/10.25730/VSU.7606.23.042>
8. Novikov S.N. Improving the management activities of state authorities of the region in the field of youth policy (on the example of the Ryazan region). *Vestnik Evraziiskoi nauki* = *The Eurasian Scientific Journal.* 2024;16(4). (In Russ.) Available at: <https://esj.today/PDF/61ECVN424.pdf> (accessed 01.07.2025).

9. Minskaya A.N. Specificity of information coverage of the state youth policy in the Russian Federation. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya i iskusstvovedenie = Bulletin of the Adygea State University. Series: Philology and Art Criticism.* 2018;(1):189-196. (In Russ.)

10. Minskaya A.N. Specificity of information coverage of the state youth policy in the Rostov region. In: *Kommunikatsionnye protsessy: teoriya i praktika: sbornik materialov XVII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi ochno-zaochnoi konferentsii, g. Krasnodar, 28 oktyabrya 2021 g. = Communication Processes: Theory and Practice: Collection of Materials from the 17th International Scientific and Practical Conference, 28 October 2021, Krasnodar.* Krasnodar: Kubanskii gosudarstvennyi tekhnologicheskii universiteta; 2022. P. 144-150. (In Russ.)

11. Kretov A.Y. Information support of state youth policy in modern Russia: main directions of structural reorganization. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk = Central Russian Journal of Social Sciences.* 2020;15(5):144-154. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2020-15-5-144-154>

12. Ledeneva V.Yu. The role of information resources in implementing state youth policy. In: *Gosudarstvennaya molodezhnaya politika: natsional'nye proekty 2019-2024 gg. v sotsial'nom razvitiu molodezhi: materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Moskva, 20-21 aprelya 2020 g. = State Youth Policy: National Projects 2019-2024 in the Social Development of Youth: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference, 20-21 April 2020, Moscow.* Moscow: Perspektiva; 2020. P. 191-199. (In Russ.)

13. Avtonomova V.S., Klein N.A., Morozova G.V. Problems of information support of the state policy on youth social development. *Kazanskii sotsial'no-gumanitarnyi vestnik = Kazan Social and Humanitarian Bulletin.* 2022;(4):4-9. (In Russ.) <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2022.4.4-9>

14. Saakov D.P. The role of youth media in the process of informing public youth policy. In: *Nauka molodykh – budushchee Rossii: sbornik nauchnykh statei 7-i Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii perspektivnykh razrabotok molodykh uchenykh, g. Kursk, 12-13 dekabrya 2022 g. = Young Scientists' Science is the Future of Russia: Collection of Scientific Articles from the 7th International Scientific Conference on Advanced Research by Young Scientists, 12-13 December 2022, Kursk.* Kursk: Yugo-Zapadnyi gosudarstvennyi universitet; 2022. P. 245-249. (In Russ.)

15. Dmitrieva E.V. Focus groups in marketing and sociology. Moscow: Tsentr; 1998. 144 p. (In Russ.)

16. Novikova I.V., Rudich S.B., Makaeva A.R. Problems of implementation of the state youth policy at the regional level and ways of their effective solutions. *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta = Newsletter of North-Caucasus Federal University.* 2018;(6):126-135. (In Russ.)

17. Abramova S.B., Putimtseva K.R., Kondrashov A.O. Social networks of authorities: youth engagement and evaluation of effectiveness. *Ars Administrandi (Iskusstvo upravleniya) = Ars Administrandi (The Art of Management).* 2024;16(1):54-78. (In Russ.) <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2024-1-54-78>

18. Rozhkova L.V., Vlazneva S.A., Salnikova O.V., Dubina A.Sh. Youth's attitude towards political institutions: level of trust and approval. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Obshchestvennye nauki = University Proceedings. Volga Region. Social Sciences.* 2022;(1):5-17. (In Russ.) <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2022-1-1>

19. The higher school of economics reported on what will change with the adoption of the Law on youth policy. (In Russ.) Available at: [https://www.gazeta.ru/social/news/2020/12/30/n\\_15432854.shtml](https://www.gazeta.ru/social/news/2020/12/30/n_15432854.shtml) (accessed 01.08.2025).

20. Begicheva O.L., Grishaeva S.A., Polyakov M.B. (eds.) Value orientations of russian youth and the implementation of state youth policy: research results. Moscow: Izdatel'skii dom GUU; 2017. 131 p. (In Russ.)

21. Korosteleva T.V., Popova S.Yu. Staff reserve of youth policy: systemic foundations and problems. *Munitsipal'noe obrazovanie: innovatsii i eksperiment = Municipal Education: Innovations and Experiment.* 2023;(4):5-12. (In Russ.) [https://doi.org/10.51904/2306-8329\\_2023\\_91\\_4\\_5](https://doi.org/10.51904/2306-8329_2023_91_4_5)

22. Ushamirskiy A.E. Presentation of the basic interests of the youth in sociological researches. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem = Modern Research of Social Problems.* 2016;(12):314-331. (In Russ.) <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2016-12-314-331>

23. Rassokhina I.Yu., Lunegov N.E. Media preferences of students and working youth of Kuzbass. *Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom = Professional Education in Russia and Abroad*. 2022;(1):152-161. (In Russ.) [https://doi.org/10.54509/22203036\\_2022\\_1\\_152](https://doi.org/10.54509/22203036_2022_1_152)

24. Bogdanovskaya I.M., Uglova A.B., Nizomutdinov B.A., Nikolskaya A.S. Modern practices of media consumption among students. *Mir nauki. Pedagogika i psichologiya = World of Science. Pedagogy and Psychology*. 2023;11(2). (In Russ.) Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54238288> (accessed 01.07.2025).

25. Volodenkov S.V., Belokonev S. Yu., Suslova A.A. How Russian youth consume information: Case study of the political science students of the Financial University. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya = RUDN Journal of Political Science*. 2021;23(1):31-46. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2021-23-1-31-46>

26. Abdullina T.S. The role of authoritative persons in the socialization of Russian students. *Humanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanities, Social Economic and Social Science*. 2023;(2):15-21. (In Russ.) <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.51.43.001>

27. Poluekhtova I.A. Practices of media consumption of Russian youth in the digital society (according to the results of an empirical study). *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Skill*. 2022;(3):90-107. (In Russ.) <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.8>

28. Toffler E. The third wave. Moscow: AST; 2010. 795 p. (In Russ.)

29. Avdeeva P.A., Safonova Yu. A. Universal characteristics of clip culture. *Vestnik universiteta = University Bulletin*. 2023;(6):186-194. (In Russ.) <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-6-186-194>

30. Meshkova L.N. Digital culture and digital generation: main directions of interaction. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke = Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being*. 2020;9(3A):196-206. (In Russ.) <https://doi.org/10.34670/AR.2020.96.97.021>

### Информация об авторе / Information about the Author

**Цибуля Никита Александрович**, аспирант кафедры социальных технологий и государственной службы, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, e-mail: nikitacibulya@mail.ru, ORCID: 0009-0007-7867-7440

**Nikita A. Tsibulya**, Postgraduate at the Department of Social Technologies and Public Service, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation, e-mail: nikitacibulya@mail.ru, ORCID: 0009-0007-7867-7440