

Оригинальная статья / Original article

УДК 316.776; 379.85

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-221-231>Оценка роли социальных медиа в популяризации
молодежного туризма в Курском регионеМ. В. Абушенкова¹ ✉, М. А. Смирнова¹, А. Ю. Супрун¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется необходимостью оценки эффективности использования средств социальных медиа в распространении информации о новых объектах в сфере молодежного туризма на региональном рынке для корректировки мероприятий по его популяризации.

Цель данного исследования состоит в анализе присутствия организаций, занимающихся развитием туризма, в том числе молодежного туризма, в социальных медиа, представленных на туристском рынке г. Курска, и степени их вовлеченности в информирование молодежи региона о доступных для них туристских объектах, а также разработке рекомендаций по повышению эффективности доведения информации о новинках до потребителя.

Задачи: определение уровня использования организациями и учреждениями, отвечающими за развитие и продвижение туризма средств социальных медиа для доведения информации о туристских услугах до молодежи; оценка тенденций использования средств социальных медиа в молодежной среде; поиск направлений эффективного продвижения информации средствами социальных медиа в современных условиях развития технологий.

Методология. В рамках исследования авторы использовали методы контент-анализа информации из открытых источников, компаративного и экономического анализа. Результаты проведенного исследования представлены с помощью методов систематизации и табличного метода. Рекомендации сформулированы с применением логического метода.

Результаты. Установлено, что информация об услугах, объектах молодежного туризма доводится до потребителей недостаточно эффективно. Выявлен разрыв между скоростью появления новых услуг, локаций, предложений и информированием молодежи как конечного потребителя. Обоснованы направления расширения возможностей использования потенциала современных средств социальных медиа для эффективности информирования молодежи.

Выводы. Анализ эффективности использования средств социальных медиа, организациями, занимающимися развитием и продвижением молодежного туризма, проведенный в рамках настоящего исследования, подтвердил гипотезу авторов о существовании разрыва между появлением новых услуг, локаций, конкурсов и информированием об этом конечного потребителя.

Ключевые слова: социальные медиа; молодежный туризм; туристские услуги; популяризация туризма.

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: Абушенкова М. В., Смирнова М. А., Супрун А. Ю. Оценка роли социальных медиа в популяризации молодежного туризма в Курском регионе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 1. С. 221–231. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-221-231>.

Поступила в редакцию 10.12.2023

Принята к публикации 09.01.2024

Опубликована 29.02.2024

© Абушенкова М. В., Смирнова М. А., Супрун А. Ю., 2024

Assessing the Role of Social Media in the Polarization of Youth Tourism in the Kursk Regions

Marina V. Abushenkova¹ ✉, Marina A. Smirnova¹, Anna Yu. Suprun¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Abstract

The relevance of the study is determined by the need to assess the effectiveness of using social media in disseminating information about new objects in the field of youth tourism in the regional market in order to adjust measures for its popularization.

The purpose of this study is to analyze the presence of organizations involved in the development of tourism, including youth tourism, in social media represented on the tourism market of Kursk and the degree of their involvement in informing the youth of the region about tourist sites available to them, as well as developing recommendations for increasing the efficiency of communicating information about new products to consumers.

Objectives: determining the level of use of social media by organizations and institutions responsible for the development and promotion of tourism to communicate information about tourism services to young people; assessment of trends in the use of social media among young people; searching for directions for effective promotion of information through social media in modern conditions of technology development.

Methodology. As part of the study, the authors used methods of content analysis of information from open sources, comparative and economic analysis. The results of the study are presented using systematization methods and the tabular method. Recommendations are formulated using the logical method.

Results. It has been established that information about services and youth tourism facilities is not communicated effectively to consumers. A gap has been identified between the speed of emergence of new services, locations, offers and informing young people as the end consumer. The directions for expanding the possibilities of using the potential of modern means of social media for the effectiveness of informing young people are substantiated.

Conclusions. An analysis of the effectiveness of the use of social media by organizations involved in the development and promotion of youth tourism, carried out as part of this study, confirmed the authors' hypothesis about the existence of a gap between the emergence of new services, locations, competitions and informing the end consumer about this.

Keywords: social media; youth tourism; tourist services; popularization of tourism.

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: Abushenkova M. V., Smirnova M. A., Suprun A. Yu. Assessing the Role of Social Media in the Popularization of Youth Tourism in the Kursk Region. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(1): 221–231. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-221-231>.

Received 10.12.2023

Accepted 09.01.2024

Published 29.02.2024

Введение

Развитию молодежного туризма в России уделяется пристальное внимание как на федеральном, так и на региональных уровнях.

Программа молодежного и студенческого туризма, разработанная Минобрнауки РФ, стартовала в России в 2022 г. после успешной реализации пилотного этапа в 2021 г.

Молодые люди могут путешествовать по России, останавливаясь в кампусах и общежитиях университетов.

Вся актуальная информация о том, куда можно поехать, где остановиться, что посмотреть в рамках программы молодежного и студенческого туризма, размещена на специальном сайте студтуризм.рф. К цифровой платформе студтуризм.рф подключились 155 ведущих российских вузов [1].

Возрастание роли социальных медиа и широкое разнообразие предоставляемого пользователям функционала привели к интеграции социальных медиа почти во все сферы жизни общества [2, с. 30; 3, с. 23; 4, с. 42].

Развитие и популяризация молодежного туризма в г. Курске относится к числу приоритетных задач правительства региона, в т. ч. посредством размещения информации на официальных страницах и в сообществах.

Социальные сети – это мощнейший информационно-коммуникативный механизм создания и поддержания репутации органа власти среди населения [5, с. 500; 6, с. 1160], социального доверия к ним [7, с. 131; 8, с. 305], взаимного влияния их членов [5, с. 11].

Это актуализирует необходимость проведения оценки эффективности использования средств социальных медиа в распространении информации о всех мероприятиях в сфере молодежного туризма на региональном рынке для корректировки способов его популяризации.

Материалы и методы

Проведенное исследование базируется на материалах информационных агентств, методах научного обобщения, сбора и обработки информации, а также методах сравнительного и стратегического анализа. Для подготовки научной статьи были проанализированы статистические данные [9], информация с официальных сайтов в сети Интернет, что позволило оценить численность людей, подписанных на сообщества в социальных медиа, и предложить направления расширения возможностей использования потенциала современных средств социальных медиа для эффективности информирования молодежи о мероприятиях в сфере развития туризма Курского региона.

Информационные материалы, размещенные на официальных сайтах GO Курск (туристический гид) (URL: [https://](https://gokursk.ru/)

gokursk.ru/), Администрации г. Курска (URL: <https://kurskadmin.gosuslugi.ru/>), Курского областного центра туризма (URL: <http://turcentrkursk.ru/index.php/sveden/osnovnye-svedeniya/istoriya-tsentra>), Министерства культуры Курской области (URL: <http://культура46.рф/>), Курской региональной общественной организации «Центр развития молодежного туризма и предпринимательства «Содействие» (URL: <http://содействие46.рф/>) и др., позволили расширить представление об изучаемой проблеме.

Результаты и их обсуждение

На сегодняшний день существует значительное количество нормативно-правовых актов, определяющих цели, задачи, принципы и направления государственной политики в области молодежного туризма:

- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

- Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года;

- Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года;

- План мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года;

- Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»;

- Положение о программе молодежного и студенческого туризма и другие правовые документы.

Молодежная политика в городе Курске – это система мер, направленных на создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи, для развития ее потенциала в интересах города Курска, Курской области, Российской Федерации.

Реализацию молодежной политики в городе Курске осуществляет управление молодежной политики, физической куль-

туры и спорта города Курска совместно с отделами по делам молодежи, культуре и спорту администраций округов города Курска. В городе Курске функционируют 2 муниципальных молодежных учреждения, подведомственных управлению молодежной политики, физической культуры и спорта города Курска:

– МБУ «Городской молодежный центр «Гелиос» (г. Курск, ул. 50 лет Октября, 102);

– МБУ «Центр поддержки молодежных инициатив города Курска» (г. Курск, ул. Ленина, 15).

До 2020 г. молодежная политика и туризм были сосредоточены в Комитете молодежной политики и туризма Курской области. Однако в 2020 г. губернатор Роман Старовойт подписал постановление, согласно которому вопросы туризма перешли в ведение областного комитета культуры. По сути, произошло «отделение» молодежи от туризма [10].

В Курской области туризм развивается в трёх основных направлениях: этнографический, военно-патриотический и религиозный [11, с.113; 12, с. 98]. Большинство объектов, относящихся к первым двум направлениям, так или иначе находятся в ведении комитета культуры. Таким образом, по сути, были убраны лишние барьеры в организационной работе.

Для молодежи такие организационные изменения в административных структурах привели к появлению новых социальных медиа.

К социальным медиа относятся: социальные сети, блоги, микроблоги, фото и видеохостинги, свободные энциклопедии, сервисы социальных новостей и закладок, форумы, геосоциальные сети и другие интернет-ресурсы [13].

Социальные сети существенно ускоряют обмен информацией в публичном пространстве [14, с. 34; 15, с. 47] и выступают индикатором социального доверия [16, с. 123].

В России наиболее популярными сетями являются: «ВКонтакте» (74 %), Instagram (52 %) (с 21.03.22 г. запрещен на территории РФ), «Одноклассники» (27%). Далее идут Telegram, Google+, Facebook (с 21.03.22 г. запрещен на территории РФ), каждая из которых популярна у десятой части населения [17, с. 208].

Интернет и социальные медиа [18] выступают основным источником информации о развитии туризма в Курской области.

В рамках развития молодежного туризма в г. Курске и Курской области в нашем регионе реализуется множество мероприятий. Наиболее значимыми мероприятиями 2022–2023 гг. можно отметить:

– национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [19];

– государственную программу Курской области «Повышение эффективности реализации молодежной политики, создание благоприятных условий для развития туризма и развитие системы оздоровления и отдыха детей в Курской области» [20];

– специальный проект поощрения активной молодежи в субъектах Российской Федерации «Лидеры региона – 2023» в рамках программы гражданско-патриотического и общественно полезного молодежного туризма «Больше, чем путешествие» [21];

– финал окружного этапа Северо-Западного и Центрального федеральных округов Всероссийской туристской премии «Маршрут года 2023», на котором 3 место в номинации «Лучший маршрут молодежного туризма» было присвоено МБУК «Центр историко-культурного наследия города Курска», Курская область, Курск – «Мы этой памяти верны» [22].

Информация об указанных мероприятиях была доведена до молодежи, в том числе и посредством публикации постов в социальных сетях.

Вопросами туризма в г. Курске в той или иной степени занимаются различные организации, в том числе:

- туристско-информационный центр Курской области;
- Комитет по делам молодежи и туризму Курской области;
- Министерство приоритетных проектов развития территорий и туризма Курской области;
- Курский областной центр туризма;
- Центр историко-культурного наследия г. Курска;
- Курская региональная общественная организация «Центр развития молодежного туризма и предпринимательства «Содействие».

Каждая организация, занимающаяся в г. Курске вопросами молодежной политики, в т. ч. молодежного туризма, имеет свой сайт и сообщество в социальных сетях.

Взаимодействие с гражданами посредством социальных сетей повышает

социальную активность населения [23, с. 873; 24, с. 67].

Проведем анализ сообществ данных организаций на предмет присутствия в одной из наиболее популярных среди молодежи социальных сетей – «ВКонтакте».

По данным таблицы 1 наибольшее количество подписчиков приходится на сообщество администрации г. Курска (сообщество Министерства культуры РФ исключим из анализа, поскольку оно представляет информацию в целом по стране, а собственного сообщества в социальной сети «ВКонтакте» у Министерства культуры Курской области нет). На втором месте по количеству подписчиков Комитет по делам молодежи и туризму Курской области, на третьем – Туристско-информационный центр Курской области.

Таблица 1. Данные о подписчиках на сообщества «ВКонтакте» организаций, занимающихся вопросами развития туризма в Курском регионе (данные по состоянию на 23.11.2023 г.)

Организация	Адрес сообщества в ВК	Дата создания сообщества	Количество подписчиков
Туристско-информационный центр Курской области	URL: vk.com/gokursk_portal	08.02.2011 г.	7701
Министерство приоритетных проектов развития территорий и туризма Курской области	URL: https://vk.com/minproektov46	20.01.2023 г.	821
Курский областной центр туризма	URL: https://vk.com/turcentrkursk	09.12.2014 г.	5126
Центр историко-культурного наследия г. Курска	URL: https://vk.com/public54293842	29.05.2013 г.	3175
Министерство культуры Курской области	Собственного сообщества нет. Используют сообщество Министерства культуры РФ (URL: https://vk.com/public56049514)	16.07.2013 г.	85493
Администрация города Курска	URL: https://vk.com/kurskpressa	17.11.2017 г.	39230
КРОО «Центр развития молодежного туризма и предпринимательства «Содействие»	URL: https://vk.com/sodestvie_46	17.08.2016 г.	216
Комитет по делам молодежи и туризму Курской области	URL: https://vk.com/club_molodezh46	23.06.2014 г.	11627
Комитет молодежной политики, ФКиС г. Курска	URL: https://vk.com/molodezhkurska	22.07.2014 г.	5518
Центр поддержки молодежных инициатив города Курска	URL: https://vk.com/cpmi46	28.08.2012 г.	7441
МБУ «Городской молодежный центр «Гелиос»	URL: https://vk.com/gelios46	26.01.2013 г.	4345

Выясним, насколько популярны среди курской молодежи эти сообщества.

К категории молодежь в нашей стране относятся лица в возрасте от 14 до 35 лет включительно [25, ст. 2].

На начало 2023 г. численность молодежи Курской области составила 254,6 тыс. человек – это почти 24% от всего населения региона (табл. 2). Стоит отметить, что городских жителей среди молодых людей значительно больше, чем сельских – 70,6% против 29,4% [9].

Молодежь является наиболее активной частью населения. По данным выборочного наблюдения, проведенным Курскстатом, третья часть активных

пользователей сети Интернет в 2022 г. – это молодые люди от 15 до 35 лет (от численности населения в возрасте 15 лет и старше), что составляет почти 21,5 тыс. человек [9].

Сегодня с социально-сетевым пространством связана трансформация публичной сферы современного общества, возможность ее развития [26, с. 135].

Предположим, что все представители активной части молодых пользователей сети Интернет пописаны на сообщества организаций, занимающихся развитием туризма, и сравним их с количеством подписчиков этих сообществ в социальной сети «ВКонтакте» (табл. 3).

Таблица 2. Численность молодежи Курской области и данные об активных пользователях сети Интернет

Возрастная группа	% от общей численности молодежи	Численность по возрастным группам	% активных пользователей сети Интернет	Численность активных пользователей сети Интернет
30-35 лет	36,1	91910	10,9	10018
25-29 лет	19,8	50311	8,0	4025
20-24 года	18,9	48119	6,8	3272
14-19 лет	25,2	64260	6,6	4241
Итого	х	254600	х	21556

Таблица 3. Соотношение активных пользователей сети Интернет среди молодежи и подписчиков на сообщества «ВКонтакте» организаций, занимающиеся вопросами развития туризма в Курском регионе

Организация	Дата создания сообщества	Количество подписчиков	% от активных пользователей молодежи (21556 чел.)
Туристско-информационный центр Курской области	08.02.2011 г.	7699	35,72
Центр поддержки молодежных инициатив города Курска	28.08.2012 г.	7440	34,52
МБУ «Городской молодежный центр «Гелиос»	26.01.2013 г.	4336	20,12
Центр историко-культурного наследия г. Курска	29.05.2013 г.	3166	14,69
Комитет по делам молодежи и туризму Курской области	23.06.2014 г.	11627	51,04
Комитет молодежной политики, ФКиС г. Курска	22.07.2014 г.	5518	25,60
Курский областной центр туризма	09.12.2014 г.	5116	23,74
КРОО «Центр развития молодежного туризма и предпринимательства «Содействие»	17.08.2016 г.	216	1,00
Администрация города Курска	17.11.2017 г.	39237	180,97
Министерство приоритетных проектов развития территорий и туризма Курской области	20.01.2023 г.	802	3,72

По данным таблицы 3 наибольшее количество подписчиков из числа молодых активных пользователей приходится на сообщество администрации г. Курска, однако этот показатель не может считаться репрезентативным, так как понятно, что подписчиками данного сообщества являются не только представители молодежи, но и все возрастные категории жителей региона. На втором месте по количеству подписчиков – Комитет по делам молодежи и туризму Курской области, на третьем – Туристско-информационный центр Курской области.

Если брать в рассмотрение туризм в целом, без акцента на молодежный туризм, то ситуация с доведением информации до потребителей туристских услуг о появлении новых туристических объектов, новых маршрутов выглядит благоприятно. При этом нельзя не обратить внимание, что количество подписчиков у организаций, деятельность которых направлена на развитие и популяризацию именно молодежного туризма, низкое (не более 4%). Для сообщества Министерства приоритетных проектов развития территорий и туризма Курской области сложившаяся ситуация не является критичной, поскольку его сообщество образовано 20.01.2023 г. и только начинает набирать своих подписчиков. В то же время работу сообщества КРОО «Центр развития молодежного ту-

ризма и предпринимательства «Содействие» (дата создания 17.08.2016 г.) нельзя назвать эффективной, за 7 лет существования количество его подписчиков составляет всего 216 человек.

В соответствии с приоритетными задачами Правительства РФ в Курском регионе идет активная реализация различных программ и мероприятий, направленных на развитие и популяризацию туризма в целом и молодежного туризма в частности.

Наиболее популярными среди молодежи социальными медиа, из которых можно почерпнуть информацию о развитии туризма в регионе в настоящее время, можно назвать сообщества в социальной сети «ВКонтакте» Туристско-информационного центра Курской области и Комитета по делам молодежи и туризму Курской области.

При этом ни в одном сообществе нет четкого выделения блоков, посвященных именно молодежному туризму, количество подписчиков не является оптимальным для эффективного продвижения.

В сложившейся ситуации для повышения уровня информированности молодежи и роста вовлеченности ее в мероприятия, направленные на развитие туризма, можно рекомендовать использовать аудиторию сообществ «ВКонтакте» ведущих вузов и техникумов региона, заключив необходимые соглашения (табл. 4).

Таблица 4. Количество подписчиков на сообщества «ВКонтакте» ведущих образовательных учреждений региона

Учебное заведение	Адрес сообщества в ВК	Дата создания сообщества	Количество подписчиков
КГУ	URL: https://vk.com/kursksu	24.12.2007 г.	20460
ЮЗГУ	URL: https://vk.com/swsu_kursk	05.06.2007 г.	19040
КГМУ	URL: https://vk.com/kurskmedcom	05.03.2012 г.	15706
КГАУ	URL: https://vk.com/kursk_gau	27.11.2011 г.	8928
Курский монтажный техникум	URL: https://vk.com/kmt46ru	19.02.2014 г.	8879
Курский автотехнический колледж	URL: https://vk.com/katk046	13.10.2014 г.	6057
Курский педагогический колледж	URL: https://vk.com/kurskiy_pedcollege	14.11.2008 г.	5585
Курский медицинский колледж	URL: https://vk.com/kurskmedcollege	08.09.2017 г.	5398
Медико-фармацевтический колледж КГМУ	URL: https://vk.com/mfkgmy	30.01.2009 г.	3350

Выводы

По данным таблицы 4 видно, что количество подписчиков на сообщества вузов и техникумов приближено (в некоторых случаях и превышает) к количеству активных пользователей сети Интернет в соответствующих возрастных группах.

Соглашения о возможности размещать информацию о проектах, новых турист-

ских объектах и маршрутах, о возможности проведения публичных опросов на площадках сообществ вузов и техникумов позволят с большей эффективностью реализовывать мероприятия по развитию молодежного туризма в регионе и нивелировать разрыв между появлением новых услуг, локаций, конкурсов и информированием об этом конечного потребителя.

Список литературы

1. Программа молодежного и студенческого туризма стартовала в России. URL: <https://tass.ru/obschestvo/14785451> (дата обращения: 07.11.2023).
2. Зотов В. В., Губанов А. В. Социальные медиа как диалоговые площадки граждан и органов власти субъектов Центрального федерального округа // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 4. С. 28–39.
3. Голуб О. Ю. Современные модели социального диалога с использованием каналов электронной коммуникации: региональное измерение // Siberian Socium. 2020. Т. 4, № 2 (12). С. 21–31. <https://doi.org/10.21684/2587-8484-2020-4-2-21-31>.
4. Салова И. А., Алексеенко А. И. Диагностика возможности использования потенциала социальных сетей для организации пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. 2019. Т. 7, № 4. С. 41–52.
5. Груднов Д. В. О важности эффективного выстраивания деятельности в социальных сетях государственных и муниципальных органов власти // Евразийский юридический журнал. 2020. № 12 (151). С. 500–501.
6. Баранов Р. Г. Социальные сети как механизм создания репутации органов государственной власти РФ // Экономика и предпринимательство. 2017. Т. 11, № 12-2 (89). С. 1159–1161.
7. Комков К. А. Роль официальных аккаунтов региональных органов власти в формировании доверия населения к процессу диалога // Экономико-управленческий конгресс: сборник статей по материалам Международного научно-практического мероприятия, г. Белгород, 30 октября 2020 г. / отв. ред. В. М. Захаров. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2020. С. 129–133.
8. Гудулова Г. О. Контроль поведения госслужащих в Интернете как средство повышения доверия органам государственной власти // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7, № 1 (22). С. 305–307.
9. Всемирный день молодежи. URL: <https://46.rosstat.gov.ru/infographics/document/222466> (дата обращения: 16.11.2023).
10. Курскую молодежь отделили от туризма. URL: <https://riakursk.ru/kurskuyu-molodyozh-otdelili-ot-turizma/> (дата обращения: 20.11.2023).
11. Воинова Н. Е. Туристская привлекательность Курской области // География и туризм: сборник научных трудов / Пермский государственный университет. Пермь, 2008. Т. 5. С. 107–113.
12. Костина Ю. В. Туризм в Курской области // Перспективы развития студенческого туризма: сборник материалов VII Всероссийского студенческого туристского форума, г. Елец, 14 октября 2022 года. Елец: Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина, 2022. С. 97–100.
13. Социальные медиа. URL: <https://netology.ru/glossariy/socialnye-media> (дата обращения: 20.11.2023).
14. Шарков Ф. И. Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. 2019. Т. 7, № 4. С. 32–40. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40>.

15. Буренко В. И., Бронников И. А. Электронное гражданское общество: иллюзии или реальность? (Зарубежный опыт и отечественная практика. Политический аспект) // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 1. С. 44–51.
16. Преликова Е. А., Зотов В. В. Социальное доверие как основа системы социальных коммуникаций местного сообщества // Коммуникология. 2017. Т. 5, № 1. С. 121–133.
17. Зотов В. В., Боев Е. И., Василенко Л. А. Гражданская активность населения в социально-сетевом пространстве региона // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 2. С. 203–216.
18. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / под ред. Д. А. Новикова. М.: Физматлит, 2010. 228 с.
19. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: [https:// националь-
ныепроекты.рф/projects/turizm](https://национальныепроекты.рф/projects/turizm) (дата обращения: 21.11.2023).
20. О внесении изменений в государственную программу Курской области «Повышение эффективности реализации молодежной политики, создание благоприятных условий для развития туризма и развитие системы оздоровления и отдыха детей в Курской области»: постановление Правительства Курской области от 31 марта 2023 г. № 394-пп. URL: [http://publication.pravo.
gov.ru/Document/View/4600202304070003](http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4600202304070003) (дата обращения 16.11.2023).
21. В Курской области стартовал проект поощрения активной молодежи «Лидеры региона – 2023». URL: <https://kurskcity.ru/news/citynews/214621> (дата обращения: 21.11.2023).
22. Два методиста из Курска заняли 3 место в туристической премии «Маршрут года». URL: <https://kursk-izvestia.ru/news/204902/> (дата обращения: 21.11.2023).
23. Василенко Л. А., Зотов В. В., Захарова С. А. Использование потенциала социальных медиа в становлении участвующего управления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20, № 4. С. 864–876.
24. Заславская О. Ю., Пучкова Е. С., Горохов С. В. Социальные сети в пространстве города и жизни горожан // Городской университет в пространстве мегаполиса: коммуникационный аспект / под ред. С. Н. Вачковой. М.: Экон – информ, 2018. С. 67–82.
25. О молодежной политике в Российской Федерации: федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ. URL: <https://base.garant.ru/400156192/> (дата обращения: 21.11.2023).
26. Жолудь Р. В. Публичная сфера в социальных медиа: от деградации к трансформации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 1. С. 132–135.

References

1. Programma molodezhnogo i studencheskogo turizma startovala v Rossii [The program of youth and student tourism has started in Russia]. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/14785451>. (accessed 07.11.2023)
2. Zotov V. V., Gubanov A. V. Sotsial'nye media kak dialogovye ploshchadki grazhdan i organov vlasti sub"ektov Tsentral'nogo federal'nogo okruga [Social media as dialogue platforms for citizens and authorities of subjects of the Central Federal District]. *Tsifrovaya sotsiologiya = Digital Sociology*, 2021, vol. 4, no. 4, pp. 28–39.
3. Golub O. Yu. Sovremennye modeli sotsial'nogo dialoga s ispol'zovaniem kanalov elektronnoi kommunikatsii: regional'noe izmerenie [Modern models of social dialogue using electronic communication channels: a regional dimension]. *Siberian Socium = Siberian Society*, 2020, vol. 4, no. 2 (12), pp. 21–31. <https://doi.org/10.21684/2587-8484-2020-4-2-21-31>
4. Salova I. A., Alekseenko A. I. Diagnostika vozmozhnosti ispol'zovaniya potentsiala sotsial'nykh setei dlya organizatsii prostranstva publichnykh kommunikatsii [Diagnostics of the possibility of using the potential of social networks to organize the space of public communications]. *Kommunikologiya = Communicologiya*, 2019, vol. 7, no. 4, pp. 41–52.
5. Grudnov D. V. O vazhnosti effektivnogo vystraivaniya deyatelnosti v sotsial'nykh setyakh gosudarstvennykh i munitsipal'nykh organov vlasti [On the importance of effective alignment of activities in

social networks of state and municipal authorities]. *Evrasiiskii yuridicheskii zhurnal = Eurasian Law Journal*, 2020, no. 12 (151), pp. 500–501.

6. Baranov R. G. Sotsial'nye seti kak mekhanizm sozdaniya reputatsii organov gosudarstvennoi vlasti RF [Social networks as a mechanism for creating the reputation of public authorities of the Russian Federation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economics and Entrepreneurship*, 2017, vol. 11, no. 12-2 (89), pp. 1159–1161.

7. Komkov K. A. [The role of official accounts of regional authorities in the formation of public confidence in the dialogue process]. *Ekonomiko-upravlencheskii kongress. Sbornik statei po materialam Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo meropriyatiya, Belgorod, 30 oktyabrya 2020 g.* [Economic and Managerial Congress. Collection of articles based on the materials of the International scientific and practical event, Belgorod, October 30, 2020]; ed. V. M. Zakharov. Belgorod, Belgorod State National Research University Publ., pp. 129–133. (In Russ.)

8. Gudulova G. O. Kontrol' povedeniya gossluzhashchikh v Internetе kak sredstvo povysheniya doveriya organam gosudarstvennoi vlasti [Control of the behavior of civil servants on the Internet as a means of increasing trust in public authorities]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie = Azimut of Scientific Research: Economics and Management*, 2018, vol. 7, no. 1 (22), pp. 305–307.

9. Vsemirnyi den' molodezhi [World Youth Day]. Available at: <https://46.rosstat.gov.ru/infographics/document/222466>. (accessed 16.11.2023)

10. Kurskuyu molodezh' otделили ot turizma [Kursk youth was separated from tourism]. Available at: <https://riakursk.ru/kurskuyu-molodyozh-otdelili-ot-turizma/>. (accessed 20.11.2023)

11. Voinova N. E. [Tourist attraction of the Kursk region]. *Geografiya i turizm. Sbornik nauchnykh trudov* [Geography and tourism. Collection of scientific papers]. Perm, Perm State University Publ., 2008, vol. 5, pp. 107–113. (In Russ.)

12. Kostina Yu. V. [Tourism in the Kursk region]. *Perspektivy razvitiya studencheskogo turizma. Sbornik materialov VII Vserossiiskogo studencheskogo turistskogo foruma, Yelets, 14 oktyabrya 2022 goda* [Prospects for the development of student tourism. Collection of materials of the VII All-Russian Student Tourism Forum, Yelets, October 14, 2022]. Yelets, Yelets State University named after I. A. Bunin Publ., 2022, pp. 97–100. (In Russ.)

13. Sotsial'nye media [Social Media]. Available at: <https://netology.ru/glossariy/socialnye-media>. (accessed 20.11.2023)

14. Sharkov F. I. Sotsial'nye seti kak osnova formirovaniya prostranstva publichnykh kommunikatsii [Social networks as the basis for the formation of the space of public communications]. *Kommunikologiya = Communicologiya*, 2019, vol. 7, no. 4, pp. 32–40. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40>

15. Burenko V. I., Bronnikov I. A. Elektronnoe grazhdanskoe obshchestvo: illyuzii ili real'nost'? (Zarubezhnyi opyt i otechestvennaya praktika. Politicheskii aspekt) [Electronic civil society: illusions or reality? (Foreign experience and domestic practice. The political aspect)]. *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Ability*, 2012, no. 1, pp. 44–51.

16. Prelikova E. A., Zotov V. V. Sotsial'noe doverie kak osnova sistemy sotsial'nykh kommunikatsii mestnogo soobshchestva [Social trust as the basis of the system of social communications of the local community]. *Kommunikologiya = Communicologiya*, 2017, vol. 5, no. 1, pp. 121–133.

17. Zotov V. V., Boev E. I., Vasilenko L. A. Grazhdanskaya aktivnost' naseleniya v sotsi-al'no-setevom prostranstve regiona [Civil activity of the population in the social network space of the region]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 2, pp. 203–216.

18. Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G. Sotsial'nye seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva [Social networks: models of information influence, management and confrontation]; ed. by D. A. Novikova. Moscow, Fizmatlit Publ., 2010. 228 p.

19. Natsional'nyi proekt "Turizm i industriya gostepriimstva" [The national project "Tourism and the hospitality industry"]. Available at: <https://национальныепроекты.RF/projects/turizm>. (accessed 21.11.2023).

20. O vnesenii izmenenii v gosudarstvennyuyu programmu Kurskoi oblasti "Povyshenie effektivnosti realizatsii molodezhnoi politiki, sozдание blagopriyatnykh uslovii dlya razvitiya turizma i razvitie sistemy

ozdorovleniya i otdykha detei v Kurskoi oblasti [On amendments to the state program of the Kursk region "Improving the effectiveness of the implementation of youth policy, creating favorable conditions for the development of tourism and the development of a health and recreation system for children in the Kursk region"]. Decree of the Government of the Kursk Region of March 31, 2023 № 394-pp. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4600202304070003>. (accessed 16.11.2023)

21. V Kurskoi oblasti startoval proekt pooshchreniya aktivnoi molodezhi "Lidery regiona – 2023" [In Kursk region launched a project to encourage active youth "Leaders of the region – 2023"]. Available at: <https://kurskcity.ru/news/citynews/214621>. (accessed 21.11.2023).

22. Dva metodista iz Kurska zanyali 3 mesto v turistskoi premii "Marshrut goda" [Two methodologists from Kursk took the 3rd place in the tourist award "Route of the Year"]. Available at: <https://kursk-izvestia.ru/news/204902/>. (accessed 21.11.2023).

23. Vasilenko L. A., Zotov V. V., Zakharova S. A. Ispol'zovanie potentsiala sotsial'nykh media v stanovlenii uchastvuyushchego upravleniya [Using the potential of social media in the formation of participating management]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology*, 2020, vol. 20, no. 4, pp. 864–876.

24. Zaslavskaya O. Yu., Puchkova E. S., Gorokhov S. V. Sotsial'nye seti v prostranstve goroda i zhizni gorozhan [Social networks in the space of the city and the life of citizens]. *Gorodskoi universitet v prostranstve megapolisa: kommunikatsionnyi aspekt [City University in the space of a megalopolis: a communication aspect]*; ed. by S. N. Vachkova. Moscow, Ekon – inform Publ., 2018, pp. 67–82.

25. O molodezhnoi politike v Rossiiskoi Federatsii [On Youth Policy in the Russian Federation]. Federal Law of December 30, 2020 № 489-FZ. Available at: <https://base.garant.ru/400156192/>. (accessed 21.11.2023)

26. Zholud R. V. Publichnaya sfera v sotsial'nykh media: ot degradatsii k transformatsii [The public sphere in social media: from degradation to transformation]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistsika = Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2013, no. 1, pp. 132–135.

Информация об авторах / Information about the Authors

Абушенкова Марина Владимировна, доцент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8632-1715

Marina V. Abushenkova, Associate Professor of the Department of History and Social and Cultural Services, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8632-1715

Смирнова Марина Алексеевна, магистрант факультета лингвистики и межкультурной коммуникации, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

Marina A. Smirnova, Undergraduate of the Faculty of Linguistics and Intercultural Communication, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

Супрун Анна Юрьевна, студент кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: annasuprun3003@gmail.com, ORCID: 0009-0008-9261-139X

Anna Yu. Suprun, Student of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: annasuprun3003@gmail.com, ORCID: 0009-0008-9261-139X