





УДК 316.4

DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-1-1



Исследовательская статья

Савчук Г. А. 
Баных Г. А. 
Кульпин С. В. 
Курашов Р. М. 

**Коммуникация студенческой молодежи с органами
местного самоуправления в социальных медиа**

Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
улица Мира, дом 19, Екатеринбург, 620002, Россия
Galina.Savchuk@urfu.ru
G.A.Bannykh@urfu.ru
s.v.kulpin@urfu.ru
ruslan.kurashov@urfu.ru

Аннотация. В условиях цифровой трансформации общества во всех сферах активно внедряются цифровые технологии, в том числе и в сфере коммуникации органов власти и населения. Молодежь использует в повседневной жизни социальные сети как форму, механизм и технологию самореализации, поиска себя и простого «проживания жизни». Студенты – одна из наиболее активных групп молодежи, которая не только осваивает профессиональные компетенции в процессе обучения, но и включается в общественно-политические процессы своего города, региона, страны. Важно понять, насколько для них привычно, понятно и естественно взаимодействовать с органами местного самоуправления в социальных сетях. Научная проблема исследования заключается в отсутствии эмпирически обоснованной информации об отношении студентов к потенциалу цифровой коммуникации с органами публичной власти местного уровня в социальных сетях. Авторы используют стратегию Mix research. С помощью парсинговых инструментов были собраны данные по аккаунтам администраций муниципалитетов Свердловской области (N=73), а также аккаунтам глав муниципалитетов (N=71) в социальной сети «ВКонтакте». Данные дополнены результатами качественных глубинных интервью со студенческой молодежью (N=26). Анализ показал, что молодежь не рассматривает социальные сети в качестве канала двухсторонней коммуникации с органами местного самоуправления в силу недостаточного информирования о наличии аккаунтов администрации муниципалитетов в социальных сетях. При этом вовлеченность в коммуникацию в социальных сетях у молодежи выше в личных аккаунтах глав муниципалитетов, но группа молодых подписчиков таких аккаунтов меньше. Вместе с тем, у молодежи отсутствует понимание того, как выстроить диалог через данный канал, нет и доверия к данному ресурсу как к результативному каналу коммуникации. В повседневной жизни студентов отсутствуют примеры конструктивного решения вопросов через официальные паблики и группы органов власти. Для построения диалога с органами местного самоуправления через социальные сети необходимо продемонстрировать студенческой аудитории возможности коммуникации с администрациями муниципалитетов в

социальных сетях не только в ключе открытости и прозрачности власти, но и в разрезе обсуждения и участия в принятии управленческих решений.


Ключевые слова: госпаблики; открытость органов власти; социальные медиа; социальные сети; молодежь

Благодарности. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-01153, <https://rscf.ru/project/24-28-01153/>.

Информация для цитирования: Савчук Г. А., Банных Г. А., Кульпин С. В., Курашов Р. М. Коммуникация студенческой молодежи с органами местного самоуправления в социальных медиа // Научный результат. Социология и управление. 2024. Т. 10, № 3. С. 168-183 DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-1-1.

Reserch article

Galina A. Savchuk 

Galina A. Bannykh 

Sergey V. Kulpin 

Ruslan M. Kurashov 

**Communication of students with local governments
in social media**

First President of Russia B.N. Yeltsin Ural Federal University,
19 Mira St., Yekaterinburg, 620002, Russia

Galina.Savchuk@urfu.ru

G.A.Bannykh@urfu.ru

s.v.kulpin@urfu.ru

ruslan.kurashov@urfu.ru

Abstract. Digital technologies, including in the field of communication between government bodies and the population, are actively used in the context of achieving the goal of digital transformation. Young people use social networks in their everyday lives as forms, mechanisms, technologies of self-realization, self-expression, self-searching and simply life. Students are one of the most active groups of young people who not only master professional competencies in the learning process, but also get involved in the socio-political agenda of their city, region, country. How familiar, understandable and natural is it for them to interact with local government bodies in social networks? The scientific problem of the study is the lack of empirically substantiated information on the attitude of students to the potential of digital communication with local public authorities in social networks. The authors use the Mix research strategy. The accounts of municipal administrations of the Sverdlovsk region (N=73), as well as the accounts of heads of municipalities (N=71) in the social network VK were analyzed using parsing tools. The data are supplemented by the results of qualitative in-depth interviews with student youth (N=26). The analysis showed that young people do not consider social networks as a channel for dialogue and two-way communication with local governments due to low awareness of the existence of municipal administration accounts in social networks, lack of understanding of how to build a dialogue through this channel and low trust in this communication channel as effective, lack of examples of constructive solutions to issues through social networks. At the same time, the involvement of young people in communication in social networks is higher in the personal accounts of heads of municipalities, but, at the same time, there are fewer young people subscribed to such accounts. To build a dialogue with municipal authorities through social networks, it is

necessary to demonstrate to youth the possibilities of communication with municipal administrations in social networks in the context of not only openness and transparency of power, but also involvement in the development and adoption of management decisions.

Keywords: public communities of authorities in social media; openness of authorities; social media; social networks; youth

Acknowledgements. The research was supported by the Russian Science Foundation grant № 24-28-01153, <https://rscf.ru/project/24-28-01153/>.

Information for citation: Savchuk, G. A., Bannykh, G. A., Kulpin, S. V., Kurashov, R. M. (2024), "Communication of students with local governments in social media", *Research Result. Sociology and Management*, 10 (3), 168-183, DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-1-1.

Введение (Introduction). Молодое поколение, особенно тех, кто родился в XXI веке, исследователи относят к «цифровым аборигенам». Для него все новые электронные способы действий и коммуникаций – естественная и привычная среда. Социальные сети как часть социальных медиа для молодежи – привычный ресурс повседневной жизни. Студенчество – одна из наиболее активных групп среди молодежи, которая в период обучения не только осваивает образовательные программы, но и активно входит в общественно-политическую сферу.

Органы местного самоуправления представляют тот уровень власти, который наиболее приближен к гражданам, жителям определенной территории. Благодаря принципам открытости и подотчетности, реализуемым в рамках перехода к информационному обществу и электронному правительству, важной составляющей «надлежащего» публичного управления является создание условий для участия граждан в разработке и реализации управленческих решений.

Цифровизация коммуникации органов местного самоуправления дает возможность молодым людям, пользуясь

привычными для них способами общения через социальные сети, выстроить конструктивное взаимодействие в этой сфере. В силу своей неоднородности социальная группа студенчества имеет различные установки и мотивацию на взаимодействие с местной властью, а также на участие в общественно-политической жизни. Можно предположить, что вовлеченность молодого человека в коммуникацию с органами местного самоуправления может быть связана как с конкретным жизненным контекстом молодых людей и девушек, так и с их установками.

Цель данной статьи – проанализировать вовлеченность студентов в коммуникацию с органами местного самоуправления в социальных медиа в контексте различных повседневных жизненных ситуаций.

В современном мире органы публичной власти не просто имеют потребность во взаимодействии с населением посредством интернет-технологий (официальные сайты, цифровые платформы, официальные страницы в социальных сетях и пр.), но и обязаны делать это¹. Однако, если у органов государственной власти для этого

¹ Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102127629> (дата обращения:

09.08.2024); Федеральный закон от 21.12.2021 г. № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации». URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&>

есть необходимые ресурсы, то органы местного самоуправления испытывают определённые затруднения с осуществлением успешной интернет-коммуникации с жителями управляемой территории.

В научной литературе можно встретить большое разнообразие публикаций, посвященных цифровой коммуникации органов публичной власти, но весомая доля этих научных трудов сосредоточена как раз на проблемах информирования населения на уровне органов государственной власти.

Так, Е. П. Потапова, И. И. Савельев, А. П. Еремеева (Потапова, Савельев, Еремеева, 2023) отмечают возросший запрос на открытость органов местного самоуправления и обратную связь с населением, при том, что социальные сети стали ресурсом для диалога нового уровня между указанными субъектами. Некоторые авторы указывают на проблемы с эффективностью коммуникации органов местного самоуправления в социальных сетях, доказывая, что официальные страницы органов власти стали «аналогом доски объявлений, используемой для информирования или пропаганды» (Филатова, 2020; Zavattaro, Sementelli, 2014). Другие авторы отмечают бесполезность городских пабликов на 50%, так они либо служат новостной лентой, либо дискуссионной площадкой, но не местом для обсуждения и тем более решения проблем населения (Мягкова, Константинов, 2023).

Получается, что, коммуникация, организованная в социальных сетях органов местного самоуправления, призванная повышать доверие населения и эффективность управления на местном уровне (Kraut, 2002; Vons' on, Royo, Ratkai, 2015), наоборот, подрывает доверие к власти и создает разрыв коммуникации там, где можно было бы эффективно ее

выстраивать (Смолин, Пальчикова, 2024; Заборова, 2024).

Коммуникация органов публичной власти с такой частью населения, как молодежь – еще один фокус актуальных исследований. Если для одних авторов такая коммуникация органов местного самоуправления с молодежью в соцсетях – это увеличение возможностей молодежи для диалога (Баширов, 2021), для общественного участия (Шалин, 2023), для их политической активности (Щенина, 2022), то для второй части авторов – это прежде всего возможности для органов власти в части их влияния на молодое поколение, формирования общественного мнения (Карпова, Бегичева, Колосова, 2022), манипулирования поведением и пр. Исследователями отмечается отсутствие мотивации и интереса молодежи как к гражданско-политической сфере, так и к коммуникации с органами местного самоуправления в социальных сетях (Заливанский, Самохвалова, 2017: 96; Банных, Баранова, Режецкая, 2022: 217).

Исследование С. Б. Абрамовой, К. Р. Путимцевой и А. О. Кондрашова, проведенное в октябре 2023 г. среди молодежи г. Екатеринбурга и направленное на изучение вовлеченности молодежи в процесс цифровой коммуникации с органами публичной власти, показало, что молодежь в основном не использует социальные сети для коммуникации с органами власти. «В их картине мира социальные сети не являются местом присутствия и площадкой коммуникации с органами власти» (Абрамова, Путимцева, Кондрашов, 2024).

Социологи объясняют эту ситуацию тем, что ведение социальных сетей не стало «естественной» потребностью органов власти, а коммуникация с властью в социальных сетях не стала потребностью для молодежи. Таким образом, «ведение подобного диалога существенно

затруднено в силу отсутствия объективного представления участников друг о друге, слабой заинтересованности муниципальной власти и городской молодежи в диалоге» (Заливанский, Самохвалова, 2017). Анализ интенций молодежи через оценку комментариев на официальных страницах органов власти в исследовании (Гуреева, Киреева, 2023) показал, что высказывания молодежи под постами органов власти – это попытка презентовать собственную картину мира, поделиться своими рассуждениями и привлечь к ним внимание. Возможно поэтому коммуникация молодых граждан с властью в социальных сетях – это новые возможности только для той части молодежи, которая уже обладает гражданской активностью (Путимцева, Абрамова, 2023: 81).

В нашем исследовании мы попробуем, в том числе, с помощью качественного метода раскрыть мотивацию молодежи к коммуникации с органами местного самоуправления в социальных сетях и соотнести данные с теми результатами, которые были получены исследователями ранее.

Методология и методы (Methodology and Methods). В ходе исследования была реализована стратегия Mix research. Анализ вовлеченности студенческой молодежи в коммуникацию с органами местного самоуправления Свердловской области в социальных медиа в контексте их жизненных ситуаций проводился поэтапно.

На первом этапе с помощью парсинговых инструментов (Церебро 3.0, TargetHunter и др.) были выгружены данные по публикациям в отобранных сплошным образом аккаунтах администраций городских и муниципальных округов, и муниципальных

районов Свердловской области с 1 декабря 2022 по 1 декабря 2023 года в социальной сети «ВКонтакте»². Начальная дата периода выбрана в связи с вступлением в действие Федерального закона от 14.07.2022 № 270-ФЗ, регламентирующим, в том числе, действия органов публичной власти по коммуникации с населением в социальных сетях, а годичный период дает возможность проанализировать статистически значимые данные и, одновременно, сглаживает сезонные влияния.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики на 1 января 2024 года, на территории Свердловской области расположены 94 муниципальных образования, среди них 68 городских округов, 5 муниципальных районов, остальное – городские и сельские поселения. Отдельные городские и сельские поселения, не входящие во второй уровень системы организации муниципального самоуправления в РФ, остались за пределами нашего анализа, так как в силу небольшой численности населения в них приоритетны личные коммуникации. Поэтому выборку составили 73 аккаунта. Отобранные сообщества подтверждены через «Госуслуги» с присвоением статуса «Госорганизация» в социальной сети «ВКонтакте».

Затем вручную был отобран 71 аккаунт глав соответствующих муниципальных образований (2 аккаунта глав муниципалитетов, Верхняя Пышма и Сосьвинский городской округ, не были доступны для анализа). Данные по публикациям в них с 1 декабря 2022 по 1 декабря 2023 года также были выгружены с помощью парсинговых инструментов.

В дополнение к данным по публикациям были выгружены

² Социальная сеть ВКонтакте выбрана для исследования потому, что по данным Mediascope, имеет значительно больший ежемесячный охват населения России старше 12 лет, чем Одноклассники (74% vs 42%, март-май 2024), и

чаще используется молодыми людьми. В ней и в Одноклассниках должны быть представлены паблики муниципалитетов согласно Федеральному закону от 14.07.2022 №270-ФЗ.

агрегированные базы вовлечённых пользователей, которые в течение указанного периода проявляли активность в аккаунтах. С помощью доступных метрик были проанализированы основные характеристики самих пабликов и их подписчиков. Число подписчиков фиксировалось на июль 2024 года (этот показатель нельзя зафиксировать ретроспективно). С помощью парсера Церебро базы подписчиков были актуализированы (из списков были удалены пользователи без аватарок и заблокированные), благодаря этому анализ проводился на более качественной базе данных. На основании показателей реакций и просмотров были рассчитаны показатели вовлеченности пользователей в контент, публикуемый органами местного самоуправления. Вовлеченность по просмотрам поста (ERR) рассчитывалась стандартным для анализа социальных сетей образом как отношение любых реакций пользователей к числу просмотров поста, также стандартным образом рассчитывалась вовлеченность по подписчикам (ER) как отношение любых реакций пользователей к числу подписчиков аккаунта.

Анализ подписчиков аккаунтов проводился агрегировано, по группам городов. Муниципалитеты Свердловской области были разделены на областной город, крупные и большие города, от 100 тыс. жителей до 1 млн. жителей (4 муниципалитета), средние города, от 50 до 100 тыс. жителей (10 муниципалитетов), малые города, до 50 тыс. жителей (58 муниципалитетов)³. Такой подход был выбран в связи с тем, что жизненная среда может оказывать влияние на вовлеченность молодежи в коммуникацию с администрациями муниципалитетов в цифровой среде.

Проведенный анализ позволил описать текущее взаимодействие

чиновников муниципалитетов Свердловской области в «ВКонтакте» с молодежной аудиторией и оценить вовлеченность молодежи в данную коммуникацию.

На втором этапе глубинные интервью со студентами вузов г. Екатеринбурга использовались для анализа вовлеченности молодежи в изучаемую коммуникацию через призму различных жизненных ситуаций. Метод глубинного интервью был выбран в силу его возможностей. Информант выстраивает свой рассказ самостоятельно, акценты в нем расставляет, выделяя важные события, в зависимости от своих жизненных приоритетов. Постнарративные вопросы позволяют понять его отношение к тем аспектам коммуникации с органами местного самоуправления, которые не были затронуты в основном рассказе. В апреле 2024 года было проведено 26 глубинных интервью, использовалась целевая выборка.

В исследовании приняли участие 13 студентов Уральского федерального университета (УрФУ), 8 студентов Уральского государственного юридического университета (УрГЮУ), 2 студента Уральского института управления – филиал РАНХиГС (РАНХиГС), 2 студента Уральского государственного университета путей сообщения (УрГУПС), 1 студент Уральского государственного медицинского университета (УГМУ). Среди них 11 юношей и 15 девушек.

Гипотезы исследования:

– вовлеченность студентов в коммуникацию с органами местного самоуправления связана с их жизненной ситуацией и имеющимся опытом подобной коммуникации в большей степени, чем с активной гражданской позицией;

- отсутствие заинтересованности в коммуникации с органами местного самоуправления в социальных сетях

³ На основании классификации Градостроительного кодекса РФ от 29.12.2004 №190-ФЗ.

связано с тем, что студенты воспринимают их исключительно как канал одностороннего информирования, а не как канал для диалога, а также имеют слабое представление о вопросах, которые решаются на данном уровне власти.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). В г. Екатеринбурге сосредоточены крупнейшие учебные заведения Свердловской области, поэтому большую долю студентов составляют коренные екатеринбуржцы и жители области. При анализе коммуникации в социальных сетях нет возможности выделить в группе молодежи именно студентов, так как если возраст при регистрации в социальной сети указывают примерно в половине случаев, то род занятий – значительно реже, кроме того, данные по нему могут не обновляться. И, еще нужно отметить, что, указывая род занятий, студент может написать разные варианты «учусь», «учусь в вузе»,

«студент» и т.п., и при агрегировании данных с помощью парсера они не будут объединяться между собой. Поэтому, для количественного анализа вовлеченности студенческой молодежи в коммуникацию с органами местного самоуправления в социальных сетях, приходится делать допущение, что одна четвертая часть молодежи-подписчиков аккаунтов муниципалитетов в социальных сетях – это студенты⁴.

В Таблице 1 представлены основные характеристики коммуникации администраций муниципалитетов Свердловской области с населением в социальной сети «ВКонтакте». Учитывая, что данные по реакциям на посты парсер выгружает все в целом, и нет возможности выделить реакции подписчиков конкретной возрастной группы, показатели вовлеченности рассчитывались для всех подписчиков.

Таблица 1
Характеристика коммуникации администраций муниципалитетов Свердловской области с населением в социальной сети «ВКонтакте»

Table 1
Characteristics of municipal administrations communication of the Sverdlovsk region with the population in the VK

Группы городов / Groups of cities	Среднее число подписчиков на муниципалитет, абс.чис. / Average number of subscribers per municipality, absolute number	Доля подписчиков от населения муниципалитета, % / Share of subscribers from the municipality population, %	Доля медианных просмотров поста к количеству подписчиков, % / Share of median post views to the number of subscribers, %	Вовлеченность по подписчикам, % / Engagement by subscribers, %	Вовлеченность по просмотрам поста, % / Engagement by post views, %
Административный центр / Administrative center	6 883	0,46	9,28	0,17	1,88
Крупные и большие города /	15 128	7,36	17,42	0,32	1,85

⁴ В Свердловской области проживают 1 47 875 молодых людей, из которых 17% – школьники, 25% – студенты, 58% – работающая молодежь. URL:

<https://xn--b1aecbgci6b0a.xn--80acgfbs11azdqr.xn--p1ai/file/ea8dbd36e9364a0758a89a6764eaa01d> (дата обращения: 27.07.2024)

Large cities					
Средние города / Medium cities	4 265	6,63	23,67	0,48	2,01
Малые города / Small towns	2 052	9,48	41,49	1,02	2,37

В сравнении с характеристиками коммуникации глав соответствующих муниципалитетов в той же социальной сети, можно увидеть, что вовлеченность по

подписчикам вырастает. Получается, что коммуникация с известной в городе персоной вызывают больший отклик у населения (Таблица 2).

Таблица 2

Характеристика коммуникации глав муниципалитетов Свердловской области с населением в социальной сети «ВКонтакте»

Table 2

Characteristics of municipalities heads communication of the Sverdlovsk region with the population in the VK

Группы городов / Groups of cities	Среднее число подписчиков на муниципалитет, абс.чис. / Average number of subscribers per municipality, absolute number	Доля подписчиков от населения муниципалитета, % / Share of subscribers from the municipality population, %	Вовлеченность по подписчикам, % / Engagement by subscribers, %
Административный центр / Administrative center	11 522	0,77	1,68
Крупные и большие города / Large cities	7 020	3,72	2,68
Средние города / Medium cities	6 798	9,37	3,27
Малые города / Small towns	3 611	17,45	3,60

Возраст указан у 50,64% подписчиков аккаунтов администраций муниципалитетов и у 57,20% аккаунтов глав муниципалитетов, благодаря этому можно выделить долю молодежи (население в возрасте 14-35 лет), и провести анализ этой аудитории (Таблицы 3 и 4). Обращает на себя внимание, что доля молодежи среди подписчиков аккаунтов администраций выше в областном городе, в крупных и больших городах. Среди

подписчиков глав муниципальных образований больше молодежи из средних и малых территорий.

В административном центре доля мужчин-подписчиков аккаунтов администраций среди молодежи больше, чем в остальных. В группе молодежи доля юношей больше, чем среди подписчиков в целом. Еще заметнее эта тенденция среди подписчиков аккаунтов глав муниципалитетов.

Таблица 3
Характеристика аудитории молодых подписчиков аккаунтов администраций
муниципалитетов Свердловской области

Table 3
Characteristics of the audience of young subscribers to the accounts
of municipal administrations of

Группы городов / Groups of cities	Доля мужчин в группе молоде жи (14- 35 лет), % / Share of men in the youth group (14-35 years old), %	Доля женщин в группе молоде жи (14- 35 лет), % / Share of women in the youth group (14-35 years old), %	the Sverdlovsk region		Доля женщин в активных подписчик ах в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of women in active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %	Доля молодежи (14-35 лет) в сообществ е*, % / Share of youth (14- 35 years old) in the community *, %
			Доля активных подписчик ов в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %	Доля мужчин в активных подписчик ах в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of men in active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %		
Административн ый центр / Administrative center	46,42	53,58	0,64	11,11	88,89	51,30
Крупные и большие города / Large cities	43,53	56,47	2,31	32,37	67,63	48,50
Средние города / Medium cities	37,90	62,10	4,55	21,07	78,93	38,74
Малые города / Small towns	37,44	62,56	5,45	19,07	80,93	39,56

*рассчитана к числу указавших возраст, в среднем по массиву возраст указан в 50,64 % случаев

К активным подписчикам мы отнесли тех, кто за год оставил не менее 12 любых реакций на посты. Среди всех молодых подписчиков аккаунтов администраций их доля невысока, она меньше в более крупных городах. Если сравнивать поведение подписчиков различных

возрастных групп, то молодежь не самая активная. Самая большая группа среди активных подписчиков – горожане среднего возраста (36-60 лет) – 65,15% в среднем для всех групп городов; затем идет молодежь (14-35 лет) – 23,07%; затем старшее поколение (61-74 года) – 10,04%⁵.

⁵ Сумма не равна 100%, так как в три возрастные группы мы не включили тех подписчиков, кто

моложе 14 лет и старше 74 лет, на их активности приходится очень малые величины.

Таблица 4
Характеристика аудитории молодых подписчиков аккаунтов глав муниципалитетов
Свердловской области

Table 4

Characteristics of the audience of young subscribers to the accounts of municipalities heads in the
Sverdlovsk region

Группы городов / Groups of cities	Доля мужчин в группе молоде жи (14- 35 лет), % / Share of men in the youth group (14-35 years old), %	Доля женщин в группе молоде жи (14- 35 лет), % / Share of women in the youth group (14-35 years old), %	Доля активных подписчи ков в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %	Доля мужчин в активных подписчи ках в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of men in active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %	Доля женщин в активных подписчи ках в группе молодежи (14-35 лет), % / Share of women in active subscribers in the youth group (14- 35 years old), %	Доля молодежи (14-35 лет) в сообществ е*, % / Share of youth (14- 35 years old) in the community *, %
Административ ный центр / Administrative center	61,64	38,36	6,71	52,88	47,12	20,76
Крупные и большие города / Large cities	44,68	55,32	7,21	39,27	60,73	34,06
Средние города / Medium cities	61,62	38,38	4,98	29,65	70,35	36,03
Малые города / Small towns	46,15	53,85	6,33	27,33	72,67	35,46

*рассчитана к числу указавших возраст, в среднем по массиву возраст указан в 57,20% случаев

В отношении аккаунтов глав муниципалитетов картина иная несмотря на то, что доля молодых подписчиков в них ниже, чем в аккаунтах администраций, доля активной молодежи у них заметно выше, и растет она с уменьшением размера города. Соотношение по возрастным группам примерно такое же, как и в аккаунтах муниципалитетов.

Среди активных подписчиков в группе молодежи преобладают женщины. Это повторяет общую тенденцию по

массиву. Доля женщин среди активных подписчиков аккаунтов администраций 77,95% и 68,30% – аккаунтов глав муниципалитетов.

Данные показывают, что вовлеченность в коммуникацию в социальных сетях у молодежи выше в личных аккаунтах глав муниципалитетов, но, сама группа молодежи, подписанной на такие аккаунты, меньше.

При анализе данных, полученных методом глубинного интервью, мы

пытались понять, есть ли место цифровой коммуникации с органами местного самоуправления в жизненном мире студенчества. Составляет ли эта коммуникация часть повседневной жизни студенческой молодежи? Нас интересовал вопрос о том, почему в этой коммуникации у молодежи преобладает пассивное потребление информации, которое мы зафиксировали на первом этапе исследования.

Все участники интервью имеют четкое представление о деятельности органов местного самоуправления. Они связывают это с хорошей подготовкой в школе, многие из них сдавали ЕГЭ по обществознанию, а также с тем, что по роду их будущей профессиональной деятельности, им, возможно, придется взаимодействовать с этим уровнем власти (на это обращали внимание студенты УрГЮУ, РАНХиГС и студенты УрФУ, обучающиеся на направлениях, связанных с науками об обществе).

Среди студенческой молодежи можно выделить разные типы поведения в отношении изучаемого вопроса: 1) взаимодействуют с органами местного самоуправления как представители волонтерских или политических организаций; 2) взаимодействуют ситуативно по проблемам городской инфраструктуры и благоустройства; 3) не видят для себя необходимости взаимодействовать. Студенты, имеющие опыт коммуникации с органами местного самоуправления, – это, как правило, активные и инициативные молодые люди. Тематика обращений связана как с их волонтерской или политической деятельностью, так и с вопросами повседневной жизни.

«Обращение к органам самоуправления, а именно к администрации, мы отправляли командой 5 лет назад. Нашей целью была установка холодильной установки на хоккейный корт. 2 года наш мэр кормила нас обещаниями, а позже просто ответила ...: «У города

таких денег нет, завершайте строительство силами местных предпринимателей». ... Мы обратились к губернатору, собрав 120 человек, ..., и, вот спустя полгода, мы могли заниматься у нас в арене при любой погоде. ... Высоких надежд на нашу администрацию возлагать не стоит, поэтому ... опыт обращения ... можно назвать негативным» (муж., 19 лет, УрФУ, инженерные науки). «Взаимодействую с ОМС по телефону, Все номера телефонов есть в открытом доступе, поэтому найти их легко. Чаще всего я обращаюсь для решения проблем организацией субботников По другим причинам не обращалась, потому что не уверена, что мне помогут решить мои проблемы. Будут только обещания, а не действия» (жен., 20 лет, УрГЮУ, науки об обществе). «Собирал подписи о переименовании сквера на Вторчермете от партии «За правду» в 2021 году для подачи заявления в Администрацию Екатеринбурга. Не был решен этот вопрос и не знаю, почему. Необходимое количество подписей было собрано.... Мы обращались обычной почтой. В следующий раз наверно через их сайт, это быстрее. Или социальные сети, раз теперь я знаю о такой возможности» (муж., 20 лет, УрГЮУ, науки об обществе). «Я имел возможность работать с представителями ОМС в рамках различных проектов и инициатив. ... Мы сотрудничали с местными органами самоуправления для реализации программ по поддержке малоимущих групп населения, организации культурных мероприятий и спортивных мероприятий для жителей города. Благодаря этому сотрудничеству удалось добиться значительных результатов ...» (муж., 28 лет, УрФУ, науки об обществе). «Во время метелей снег почти не убирали, было трудно выехать из двора. ... Обращалась по телефону в администрацию района... Неудовлетворительно, честно говоря. Снег

убрали не в то время, как пообещали» (жен., 20 лет, УрГЮУ, науки об обществе).

Вместе с тем можно выделить и противоположную позицию, когда молодые люди понимают, что проблемы, которые их волнуют, могут решить органы местного самоуправления. Но при этом они не готовы вступать с чиновниками в коммуникацию. *«... Идти в администрацию и решать вопрос, мне лень, слишком это сложно, я мало разбираюсь в документах» (жен., 22 года, УГМУ, медицинские науки).*

«Проблемы с экологией и общественным транспортом. ... Я бы с радостью обращалась в ОМС, но они только обещают, но ничего при этом не делают» (жен., 20 лет, УрГЮУ, науки об обществе).

Важно обратить внимание на то, что молодые люди, демонстрирующие и ту, и другую модель поведения, не связывают в нарративном рассказе свою позицию с интересом или его отсутствием к аккаунтам администраций муниципалитетов в социальных сетях. Вопросы взаимодействия с органами местного самоуправления для них не лежат в плоскости сетевой коммуникации. Госпаблики они воспринимают как инструмент получения информации, не более того. *«Не подписана, потому что даже не знаю, где их можно найти (именно достоверные), максимум местные новости в телеграм-канале, ... есть ощущение, что там будут присутствовать только показательные положительные посты-отчеты...» (жен., 23 года, УрФУ, науки об обществе).* *«Да, я подписан на некоторые группы в ВК, ... по-настоящему важного или интересного контента в этих сообществах нет» (муж., 19 лет, УрФУ, инженерные науки).* *«Не интересно... Целенаправленно никогда не захожу. Может только из родственников кто-то скинуть какую-нибудь запись – только в таком случае...» (муж., 21 год, УрФУ, естественнонаучные науки).* *«Если честно, то я не особо слежу за соцсетями ОМС, их*

контент мне обычно просто попадает в ленте рекомендаций» (жен., 21 год, УрГЮУ, науки об обществе). *«Но на эти социальные сети я не подписан, ... мне хватает того, что пишут в новостных пабликах...» (муж., 20 лет, УрГУПС, инженерные науки).*

О возможности выстроить диалог с органами местного самоуправления в социальных сетях не думает практически никто, даже те, кто подписан на официальные аккаунты в социальных сетях или имел опыт обращения в органы местного самоуправления через другие каналы (личное посещение, по телефону, через электронную почту).

Кроме того, рассуждая о выстраивании диалога через социальные сети, некоторые информанты, несмотря на простоту и доступность такой коммуникации, высказывали недоверие к ней: *«Я считаю, что очные встречи самые действенные. ... В форме обращений заявки зачастую даже не доходят до стадии рассмотрения» (муж., 19 лет, УрФУ, инженерные науки).* *«Опыта взаимодействия с ОМС нет, но если бы мне пришлось или придется туда обратиться, то я свяжусь с ними через сайт, поскольку так больше доверия» (жен., 19 лет, УрФУ, инженерные науки).* *«Я бы позвонила по телефону или отправила обращение по электронной почте. Очно не пошла бы, потому что это займет много моего времени. Через социальные сети даже не знаю, как это сделать» (жен., 20 лет, УрГЮУ, науки об обществе).* *«Я считаю сайт и личное обращение эффективнее, мне кажется, социальные сети — это больше информационные каналы, чем канал для подачи заявлений» (муж., 20 лет, УрГУПС, инженерные науки).* *«Не приходилось, но если бы была нужда, то точно через сайт, так как органы местного самоуправления у меня не очень ассоциируются с социальными сетями именно для решения проблемы» (муж., 28 лет, УрФУ, науки об обществе).*

Низкая активность тех, кто подписан на аккаунты органов местного самоуправления в социальных сетях, связана как с отсутствием в них привлекательного контента, так и с привычным поведением молодежи в этой среде. В одном из интервью встретилось высказывание о том, что любые реакции информант оставляет только по просьбе знакомых. *«Но в группе Администрации как-то не лайкаю и не проявляю такую активность. ... Даже не знаю какой пост мог бы привлечь мое внимание...»* (жен., 19 лет, УрФУ, науки об обществе). *«Отношусь хорошо, много их читаю, но, к сожалению, вся информация преподносится в сухом формате... очень скучно читать такой контент, ... может раз в месяц поставлю лайк какому-то посту»* (муж., 20 лет, УрФУ, педагогические науки).

Получается, что в качестве канала двухсторонней коммуникации студенты не рассматривают социальные сети в силу ограниченного информирования или незнания о наличии аккаунтов администраций муниципалитетов в социальных сетях. Отсутствует и понимание в молодежном сообществе того, как выстроить диалог через данный канал при ограниченном доверии к результативности такого ресурса коммуникации. Отсутствуют и примеры конструктивного решения социальных вопросов молодых граждан в коммуникации с муниципальными служащими через социальные сети.

Заключение (Conclusions).

Жизненный мир современных студентов включает в себя потребность в активной общественной жизни. Учитывая, что при одинаковой ситуации, например, затруднение передвижения по городу в период снегопада, которая была описана в нескольких интервью, студенты демонстрируют разное поведение в отношении изучаемой коммуникации, можно сделать вывод, что вовлеченность в коммуникацию с исполнительными

органами местного самоуправления скорее определяется личностными установками и активной гражданской позицией, чем жизненной ситуацией. Предыдущий опыт коммуникации приводит к взаимодействию на регулярной основе, если он был положительный, или формирует установку о бесполезности подобной коммуникации, если он был отрицательный, не привел к решению проблемы.

Студенты, как правило, хорошо осведомлены, что представляют собой органы местного самоуправления и какой круг вопросов они решают. Поэтому отсутствие заинтересованности в коммуникации с органами местного самоуправления в социальных сетях скорее связано с тем, что студенты не представляют себе возможность построения диалога через социальные сети и мало доверяют такому способу решения вопросов.

Для студентов на данном этапе развития этой коммуникации характерно восприятие аккаунтов органов местного самоуправления в социальных сетях как инструмента информирования. В качестве канала двухсторонней коммуникации они его не рассматривают.

Учитывая, что информацию о городских новостях учащаяся молодежь может получать из альтернативных источников и в более интересном и привлекательном формате, коммуникация в аккаунтах исполнительных органов местного самоуправления им не интересна. На наш взгляд, именно поэтому при количественном анализе аккаунтов муниципалитетов Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте» выявлена низкая вовлеченность молодежи в эту коммуникацию.

Для изменения ситуации невовлеченности молодых граждан в цифровую коммуникацию с органами местного самоуправления необходимо продемонстрировать студенческой молодежи возможности цифрового взаимодействия с администрациями

муниципалитетов в социальных сетях шире, чем в ключе открытости и прозрачности власти. Важно вовлекать студенчество в разработку и принятие управленческих решений.

Полученные результаты дали возможность понять, почему в настоящее время студенты мало вовлечены в коммуникацию с органами местного самоуправления и какие управленческие действия могли бы способствовать изменению сложившейся ситуации. Учитывая активизацию государственной молодежной политики, разработку и принятие нового национального проекта «Молодежь», подробное изучение «механизма» активизации студенческой молодежи через коммуникацию с органами местного самоуправления расширяет возможности для выстраивания приоритетов проблемно-ориентированной политики в отношении молодежи.

Список литературы

Абрамова С. Б., Путимцева К. Р., Кондрашов А. О. Социальные сети органов власти: вовлеченность молодежи и оценка эффективности // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2024. Т. 16, № 1. С. 54-78.

Баннх Г. А., Баранова М. Е., Режецкая А. И. Информированность молодежи о технологиях коммуникации в органах власти в условиях цифровизации // *Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Межд. науч.-практ. конф.*: Екатеринбург, 18-19 апреля 2022 года. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2022. С. 217-221.

Баширов Э. А. Социальные сети как инструмент обратной связи между молодежью и органами государственной власти // *Бизнес. Наука. Образование. Правовые и экономические аспекты: Сборник материалов IX Межд. науч.-практ. конф.*, Вологда, 22 апреля 2021 года. Вологда: Фонд развития филиала МГЮА имени О. Е. Кутафина в г. Вологде, 2021. С. 583-587.

Гуреева А. Н., Киреева П. А. Особенности медиакommunikации молодежи с государством в социальных сетях // *Журнал Сибирского федерального университета*. Серия:

Гуманитарные науки. 2023. Т. 16, № 5. С. 841-857.

Заборова Е. Н. Взаимодействие власти и населения: электронные реалии // *Научный результат. Социология и управление*. 2024. Т. 10, № 2. С. 117-126. URL: <https://rirsociology.ru/journal/annotation/3470/> (дата обращения: 09.08.2024).

Заливанский Б. В., Самохвалова Е. В. Муниципальная власть и городская молодежь: технология диалога о будущем // *Управление городом: теория и практика*. 2017. № 4 (27). С. 96-104.

Карпова О., Бегичева О., Колосова О. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения молодежи // *Вестник Ереванского государственного университета языков и социальных наук*. 2022. № 1(62). С. 199-214.

Мягкова Е. А., Константинов Д. С. Социальные сети как инструмент связи с общественностью органов власти на муниципальном уровне // *Наука и Образование*. 2023. Т. 6, № 3. URL: <https://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/6121> (дата обращения: 28.07.2024).

Потапова Е. П., Савельев И. И., Еремеева А. П. Цифровые коммуникации в местном самоуправлении // *Научные труды Вольного экономического общества России*. 2023. Т. 244, № 6. С. 431-448.

Путимцева К., Абрамова С. Цифровые практики коммуникации молодежи и власти: оценки включенности и эффектов // *Наше дело правое – победа будет за нами! Сборник научных трудов молодых ученых Межд. науч.-практ. конф.*, Тюмень, 06-08 декабря 2023 года. Тюмень: ФГКВОУ ВО «Тюменское высшее военно-инженерное командное училище имени маршала инженерных войск А.И.Прошлякова» МВД РФ, 2023. С. 80-85.

Смолин А. Г., Пальчикова М. В. Особенности взаимодействия органов местного самоуправления в социальных сетях: изменения через призму взгляда общества // *Пробелы в российском законодательстве*. 2024. Т. 17, № 3. С. 166-171.

Филатова О. Г. Государственные коммуникации в цифровой публичной сфере России: 2011-2020 гг. // *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2020. № 2. С. 72-91.

Шалин М. С. Совершенствование коммуникативного поля муниципального образования – социальная сеть местного самоуправления // Управление городом: теория и практика. 2023. № 2 (48). С. 3-14.

Щенина О. Г. Цифровая молодежь в пространстве политики // Молодежь в общественно-политической жизни современной России: субъекты и инновационные практики молодежной политики: труды Всерос. науч.-практ. конф., Краснодар, 31 марта 2022 года. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. С. 144-147.

Bons'ón E., Royo S., Ratkai M. Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe // Government Information Quarterly. 2015. Vol. 32, № 1. Pp. 52-62.

Kraut R., Kiesler S., Boneva B., Cummings J. Internet Paradox Revisited // Journal of Social Issues. 2002. Vol. 58, №. 1. Pp. 49-74.

Zavattaro S. M., Sementelli A. J. A critical examination of social media adoption in government: Introducing omnipresence // Government Information Quarterly. 2014. Vol. 31, № 2. Pp. 257-264.

References

Abramova, S. B., Putimtseva, K. R., Kondrashov, A. O. (2024), "Social networks of government bodies: youth involvement and effectiveness assessment", *Ars Administrandi (The Art of Management)*, 16 (1), 54-78. (In Russian)

Bannykh, G. A., Baranova, M. E., Rezhetskaya, A. I. (2022), "Awareness of young people about communication technologies in government bodies in the context of digitalization", *Proc. VIII Int. Sc. and Pract. Conf. "Strategies for the development of social communities, institutions and territories"*: Yekaterinburg, Russia, 217-221. (In Russian)

Bashirov, E. A. (2021), "Social networks as a tool for feedback between young people and government bodies", *Proc. IX Int. Sc. and Pract. Conf. "Business. Science. Education. Legal and economic aspects"*, Vologda, Russia, 583-587. (In Russian)

Gureeva, A. N., Kireeva, P. A. (2023), "Features of media communication of youth with the state in social networks", *Journal of the Siberian Federal University. Series: Humanities*, 16(5), 841-857. (In Russian)

Zaborova, E. N. (2024), "Interaction of authorities and population: electronic realities", *Research Result. Sociology and Management*, 10 (2), 117-126, [Online], available at: <https://rrsociology.ru/journal/annotation/3470/> (Accessed 09 August 2024). (In Russian)

Zalivansky, B. V., Samokhvalova, E. V. (2017), "Municipal authorities and urban youth: technology of dialogue about the future", *City management: theory and practice*, 4 (27), 96-104. (In Russian)

Karpova, O., Begicheva, O., Kolosova, O. (2022), "The influence of social networks on the formation of public opinion of young people", *Bulletin of the Yerevan State University of Languages and Social Sciences*, 1 (62), 199-214. (In Russian)

Myagkova, E. A., Konstantinov, D. S. (2023), "Social networks as a tool for public relations of government bodies at the municipal level", *Science and Education*, 6 (3), [Online], available at: <https://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/6121> (Accessed 28 July 2024). (In Russian)

Potapova, E. P., Saveliev, I. I., Eremeeva, A. P. (2023), "Digital communications in local government", *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*, 244(6), 431-448. (In Russian)

Putimtseva, K., Abramova, S. (2023), "Digital practices of communication between youth and authorities: assessments of inclusion and effects", *Proc. Int. Sc. and Pract. Conf. "Our cause is just – victory will be ours!"*, Tyumen, Russia, 80-85. (In Russian)

Smolin, A. G., Palchikova, M. V. (2024), "Features of interaction of local governments in social networks: changes through the prism of society", *Gaps in the Russian legislation*, 17 (3), 166-171. (In Russian)

Filatova, O. G. (2020), "State communications in the digital public sphere of Russia: 2011-2020", *Contours of global transformations: politics, economics, law*, 2, 72-91. (In Russian)

Shalin, M. S. (2023), "Improving the communicative field of a municipality – a social network of local government", *City management: theory and practice*, (2), 3-14. (In Russian)

Shchenina, O. G. (2022), "Digital youth in the political space", *Proc. All-Rus. Sc. and Pract. Conf. "Youth in the socio-political life of modern*

Russia: subjects and innovative practices of youth policy”, Krasnodar, Russia, 144-147. (In Russian)

Bons' on, E., Royo, S., Ratkai, M. (2015), “Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe”, *Government Information Quarterly*, 32 (1), 52-62.

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. (2002), “Internet Paradox Revisited”, *Journal of Social Issues*, 58 (1), 49-74.

Zavattaro, S. M., Sementelli, A. J. (2014), A critical examination of social media adoption in government: Introducing omnipresence, *Government Information Quarterly*, 31 (2), 257-264.

Статья поступила в редакцию 15 августа 2024 г. Поступила после доработки 03 сентября 2024 г. Принята к печати 10 сентября 2024 г.

Received 15 August 2024. Revised 03 September 2024. Accepted 10 September 2024.

Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.

Савчук Галина Анатольевна, кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

Galina A. Savchuk, Cand.Sci (Sociology), Associate Professor, Head of the Department of

Integrated Marketing Communications and Branding, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.

Банная Галина Алексеевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры теории, методологии и правового обеспечения ГМУ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

Galina A. Bannykh, Cand.Sci (Sociology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theory, Methodology and Legal Support of State and Municipal Administration, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.

Кульпин Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

Sergey V. Kulpin, Cand.Sci (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Integrated Marketing Communications and Branding, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.

Курашов Руслан Махмудович, ассистент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия.

Ruslan M. Kurashov, Assistance Lecturer, Department of Integrated Marketing Communications and Branding, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia.