

**Проблема коммуникации городских властей с молодежью в цифровой среде: социологический анализ (на примере сообществ администрации города N в социальных сетях)**

***Жеребцова Дарья Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

*E-mail: Zhdasha114@gmail.com*

В современном мире цифровая среда становится основной площадкой для коммуникации между властью и обществом. Особую значимость это приобретает во взаимодействии с молодежью, которая является наиболее активной частью интернет-аудитории. Эффективная обратная связь и вовлеченность молодых граждан в обсуждение городских проблем напрямую влияют на легитимность принимаемых решений и формирование гражданского общества [1, с. 45]. Однако, несмотря на наличие официальных страниц и групп, качество этой коммуникации часто остается низким.

Актуальность данного исследования обусловлена противоречием между активным присутствием молодежи в социальных сетях (преимущественно ВКонтакте и Telegram) и их низкой вовлеченностью в официальные паблики городских администраций. Цель работы — выявить основные барьеры в коммуникации городских властей с молодежью в цифровой среде и предложить пути их преодоления на основе социологического анализа.

Объектом исследования выступают официальные сообщества администрации города N в социальных сетях. Предметом — характер, формы и эффективность коммуникации представителей власти с молодежной аудиторией в данных сообществах.

Теоретико-методологическую базу составили работы в области цифровой социологии и теории коммуникации. В частности, идеи Ю. Хабермаса о коммуникативном действии позволяют оценить диалогичность власти и общества [2]. Также важны исследования, посвященные «цифровому разрыву» между поколениями и особенностям молодежных онлайн-сообществ [3].

Эмпирическая база включает два этапа. Первый этап — контент-анализ публикаций и комментариев в официальной группе администрации города N ВКонтакте за последние три месяца. Выборка составила 150 постов и 500 комментариев к ним. Анализировались темы постов, их тональность, наличие/отсутствие ответов от официальных лиц, использование визуального контента. Второй этап — серия полуструктурированных интервью с представителями молодежи города N (студенты вузов и ссузов, работающая молодежь в возрасте 18-25 лет, N=10) для выявления их субъективных оценок и опыта взаимодействия с властью в сети.

Результаты контент-анализа показали, что 80% контента в группе носит сугубо информационный, «отчетный» характер (освещение мероприятий с участием мэра, отчеты ЖКХ, поздравления с праздниками). Интерактивные форматы (опросы, прямые эфиры, обсуждение проектов решений) составляют менее 5%. При этом в комментариях под постами преобладают жалобы на проблемы ЖКХ и благоустройства (60% от всех комментариев). Ответы от представителей администрации зафиксированы лишь в 10% случаев, что создает эффект «говорящей головы» и обесценивает обратную связь для граждан [4, с. 112].

Интервью с молодежью позволили выделить ключевые барьеры:

1. Информационный шум и нерелевантность контента. Молодежь отмечает, что лента заполнена неинтересными для них сообщениями, что приводит к отписке или игнорированию группы.

2. Языковой и стилистический барьер. Официально-деловой стиль сообщений воспринимается как «скучный» и «отталкивающий». Отсутствие адаптированного для молодежи языка делает информацию менее доступной.

3. Отсутствие «обратной связи». Молодые люди не видят смысла писать комментарии или задавать вопросы, так как в подавляющем большинстве случаев не получают на них реакции от властей. Это порождает недоверие и ощущение, что их мнение никому не нужно [5].

Таким образом, гипотеза о низкой эффективности существующей модели коммуникации подтвердилась. Власти используют цифровые платформы как односторонний рупор, тогда как молодежь ожидает диалога, быстрой реакции и решения конкретных проблем.

В качестве рекомендаций можно предложить следующие меры:

- Внедрение дашбордов и понятной инфографики для освещения городских проектов.
- Проведение регулярных прямых эфиров с профильными специалистами администрации для ответов на вопросы в режиме реального времени.
- Создание отдельного молодежного совета при главе города, который бы модерировал повестку в соцсетях и выступал связующим звеном.
- Обучение пресс-службы администрации современным принципам SMM и работе с обратной связью.

Подводя итог, отметим, что преодоление выявленных барьеров требует смены парадигмы от информирования к вовлечению. Только диалоговая модель коммуникации в цифровой среде способна повысить доверие молодежи к публичной политике и сделать ее полноценным участником городского развития.

### Источники и литература

- 1) Волков, Д. Г. (2022). Цифровое поколение и политика: социология вовлеченности. М.: Издательство МГУ.
- 2) Назарчук, А. В. (2020). Теория коммуникации в современной философии. Вопросы философии, (4), с. 45-58.
- 3) Гусева, Е. С., & Петров, Н. Ю. (2021). Особенности коммуникации в городских онлайн-сообществах. Социологические исследования, (7), 107-116.
- 4) Castells, M. (2019). The Rise of the Network Society. Oxford: Wiley-Blackwell.
- 5) Иванов, П. Р. (2023). Доверие к местной власти в цифровой среде: факторы и тенденции. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-k-vlasti-v-cifre> (дата обращения: 01.03.2026).