



DOI: 10.24290/1029-3736-2024-30-4-264-277

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ О СУЩНОСТИ, ВИДАХ И МЕТОДАХ ПРОПАГАНДЫ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

**Е.В. Дорцева**, старший преподаватель социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234\*

*Данная статья посвящена сопоставлению и анализу ряда результатов социологических исследований, проведенных на социологическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова в феврале 2024 г. и в апреле-мае 2024 г. В рамках пилотного исследования февраля 2024 г., проведенного методом стандартизированного интервью были выбраны 42 студента бакалавриата (48%) и магистратуры (52%) социологического факультета. Возраст 36% опрошенных находился в интервале 17–18 лет, 52% от 19 до 22 лет, 12% — от 23 до 26 лет.*

В рамках проведенного на социологическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова в апреле–мае 2024 г. социологического исследования “Социальная коммуникация в современном обществе: сущность и особенности” в общей сложности 401 студент социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. Исследование было проведено методом анкетного опроса. Были опрошены 401 студент социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, из них — 73,32% бакалавров и 26,68% магистров, что соответствует структуре студенческого состава социологического факультета. Среди опрошенных студентов 70,07% являлись лицами женского пола, а 29,93% — мужского, что в целом соответствует общему гендерному составу студентов факультета. 65,75% опрошенных (т.е. почти две трети опрошенных) составили молодые люди в возрасте от 19 до 22 лет, 19,5% — от 23 до 26 лет, 14,75% — от 14 до 18 лет.

В рамках этих исследований студентам были заданы ряд вопросов, направленных в том числе и на выявление их представлений о сути феномена пропаганды, видах пропаганды, восприятии пропаганды, о деструктивной и конструктивной пропаганде. Результаты исследований показали, что в студенческой среде в целом преобладают неверные и смутные представления о сути феномена пропаганды, различных ее видах и методах, а также негативное отношение опрошенных к самому феномену пропаганды, что четко просматривается в ряде данных ими развернутых определений данного феномена. Значимая часть студентов прежде всего ассоциирует понятие пропаганды с понятиями “навязывание”, “манипулирование”, прежде всего, из-за господствующих в социальных сетях и мессенджерах, популярных у молодежи неолиберальных идеологов, что

\* Дорцева Елена Владимировна, e-mail: edortseva@mail.ru

сами молодые люди не особенно и осознают. Тем не менее они констатируют факт наличия острой идеологической борьбы в Российской Федерации и, активное не-олиберальной идеологии в современной России.

**Ключевые слова:** электронно-цифровая эпоха, пропаганда, виды пропаганды, конструктивная пропаганда, деструктивная пропаганда, навязывание, манипулирование, методы пропаганды.

## **IDEAS OF RUSSIAN STUDENTS ABOUT THE ESSENCE, TYPES AND METHODS OF PROPAGANDA: BASED ON THE RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH**

**Dortseva Elena V.**, Senior Lecturer at the Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: edortseva@mail.ru

*This article is devoted to the comparison and analysis of a number of results of sociological studies conducted at the sociological faculty of Moscow State University named after M.V. Lomonosov in February 2024 and in April–May 2024. As part of a February 2024 pilot study conducted by standardized interview method, 42 undergraduate (48%) and graduate (52%) students of the Faculty of Sociology were selected. The age of 36% of respondents was in the range of 17–18 years, 52% from 19 to 22 years, 12% — from 23 to 26 years.*

*As part of a sociological study conducted at the Faculty of Sociology of Moscow State University named after M.V. Lomonosov in April–May 2024, a sociological study “Social communication in modern society: essence and features” a total of 401 students of the sociological faculty of Moscow State University named after M.V. Lomonosov. The study was conducted by questionnaire. 401 students of the sociological faculty of Moscow State University named after M.V. Lomonosov, of which 73,32% of bachelors and 26,68% of masters, which corresponds to the structure of the student body of the sociological faculty. Among the surveyed students, 70,07% were female, and 29,93% were male, which generally corresponds to the overall gender composition of the faculty students. 65,75% of respondents (i.e. almost two thirds of respondents) were young people aged 19 to 22 years, 19,5% — from 23 to 26 years, 14,75% — from 14 to 18 years.*

*As part of these studies, students were asked a number of questions, including those aimed at identifying their ideas about the essence of the phenomenon of propaganda, types of propaganda, perception of propaganda, destructive and constructive propaganda. Research results have shown that in the student environment as a whole, incorrect and vague ideas about the essence of the phenomenon of propaganda, its various types and methods, as well as the negative attitude of respondents to the phenomenon of propaganda itself prevail, which is clearly visible in a number of detailed definitions of this phenomenon given by them. A significant part of students primarily associates the concept of propaganda with the concepts of “imposition”, “manipulation”, primarily because of the prevailing neoliberal ideologies in social networks and instant messengers, popular among young people, that young people themselves are not particularly aware*

of. Nevertheless, they state the fact that there is an acute ideological struggle in the Russian Federation and an active neoliberal ideology in modern Russia.

**Key words:** *electronic-digital era, propaganda, types of propaganda, constructive propaganda, destructive propaganda, imposition, manipulation, propaganda methods.*

В настоящее время в условиях становления электронно-цифровой цивилизации, т.е. перехода человечества к “новой, цифровой стадии своего развития, затрагивающей все сферы его жизнедеятельности, включая социальный мир и ценностную сферу человека”<sup>1</sup>, особую актуальность приобретает изучение особенностей деструктивного пропагандистского и манипулятивного воздействия на современную российскую молодежь со стороны различных субъектов общественной жизнедеятельности, активно использующих факт тотального погружения молодежи в виртуальную реальность, ее интернет- и гаджето-зависимость, а также цифровые технологии для продвижения своих корыстных целей, направленных, естественно, отнюдь не на успешную социализацию, социальное становление и развитие молодежи.

Молодежь в представлении этих субъектов, представляет собой определенного рода объект и ресурс, которые они хотят использовать, зная ее уязвимость и слабые стороны, часто для разжигания различных видов “социальной вражды, обострения социальных конфликтов, содействия пробуждению противоречий в обществе и низменных инстинктов у людей, а также их разобщения”<sup>2</sup>.

Такого рода деструктивное пропагандистское воздействие, как полная противоположность конструктивной пропаганде, закономерно приводит к «созданию мнимой иллюзорной, параллельной реальности с “перевернутой” системой убеждений, ценностей и взглядов»<sup>3</sup>, в которую, к сожалению, часто погружаются молодые люди, что в свою очередь, в негативном контексте сказывается на формировании жизненных установок, ориентиров молодежи, которые приобретают антисистемный, асоциальный и потребительский характер.

При этом обозначенная ситуация в значительной степени усугубляется тем, что молодые люди имеют очень смутные представле-

---

<sup>1</sup> Осипов Г.В. Социальные науки и образование в условиях становления электронно-цифровой цивилизации // Социальные науки и образование в условиях становления электронно-цифровой цивилизации. М.; СПб., 2020. С. 12.

<sup>2</sup> Патрухина Т.Н., Шламова Д.А. Пропаганда: сущность научной дефиниции, подходы к классификации // Молодой ученый. 2015. № 3 (83). С. 305–306.

<sup>3</sup> См.: Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М., 2000. С. 100–101.

ния о сути такого рода пропаганды, как, впрочем, и о самом феномене пропаганды и, о технология манипулировании, применяемых в ходе его осуществления.

В рамках проведенного на социологическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова в апреле–мае 2024 г. социологического исследования “Социальная коммуникация в современном обществе: сущность и особенности”<sup>4</sup>, с целью выявления восприятия студентами социологического факультета МГУ сущности и особенностей коммуникативного воздействия на современную молодежь в условиях становления электронно-цифрового общества, студентам были заданы ряд вопросов, направленных в том числе и на выявление их представлений о сути феномена пропаганды.

Результаты данного исследования, как и результаты ранее проведенного среди студентов социологического факультета МГУ в феврале 2024 г. пилотного исследования<sup>5</sup>, показали, что в студенческой среде преобладают в целом неверные представления о сути феномена пропаганды.

При предложении студентам дать определение понятию пропаганды, как и в пилотном исследовании, было выявлено, что более четверти из них (28%) трактует суть пропаганды, как определённого рода “навязывание” чего-либо (например, взглядов, мнений, идей, ценностей, типа мышления, установок, типа мышления, идеологии). Естественно, что такого рода оценка сути пропаганды автоматически означает и негативное отношение опрошенных к самому феномену пропаганды, что четко просматривается в ряде более развернутых определений данного феномена. В частности, в таких определениях пропаганды, как:

– активного навязывания определенной идеологии в любой сфере жизнедеятельности;

---

<sup>4</sup>Исследование было проведено методом анкетного опроса. Были опрошены 401 студент социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, из них — 73,32% бакалавров и 26,68% магистров, что соответствует структуре студенческого состава социологического факультета. Среди опрошенных студентов 70,07% являлись лицами женского пола, а 29,93% — мужского, что в целом соответствует общему гендерному составу студентов факультета. 65,75 % опрошенных (т.е. почти две трети опрошенных) составили молодые люди в возрасте от 19 до 22 лет, 19,5% — от 23 до 26 лет, 14,75% — от 14 до 18 лет.

<sup>5</sup>См., подробнее: *Дорцева Е.В.* Современная российская молодежь как целевая аудитория деструктивной пропаганды // Вестник московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2024. Т. 30. № 2. Исследование было проведено методом стандартизированного интервью среди 42 студентов бакалавриата (48%) и магистратуры (52%). Возраст 36% опрошенных находился в интервале 17–18 лет, 52% от 19 до 22 лет, 12% — от 23 до 26 лет.

- длительного навязывания своих ценностей и идей другим лицам;
- навязывания определенного мнения обществу;
- навязывания ложной информации с целью формирования определенного вида мировоззрения;
- навязывания собственных идей латентным или иным образом, касаясь той или иной ситуации, в особенности резонирующих политических;
- навязывания убеждений и установок, выгодных правительству, с целью нивелировать другие мнения и манипулирования людьми;
- навязывания определенной точки зрения, мнения и видения, относительно какого-либо явления. Не всегда являющаяся истиной, информация. Призыв к действию;
- навязывания определенной парадигмы взглядов с выставлением другой парадигмы в негативном ключе;
- навязывания определенного мнения через освящение новостей с выгодной (для распространителя) стороны;
- навязывания определенных взглядов на событие, социальный процесс, с целью формирования необходимого отношения к личности, событию, организации;
- навязывания убеждений и установок, выгодных правительству, с целью нивелировать другие мнения и манипулирования людьми;
- навязывания своих интересов и ценностей;
- навязывание определенной точки зрения в больших (государственных) масштабах)
- навязывания определенных взглядов на событие, социальный процесс, с целью формирования необходимого отношения к личности, событию, организации.

Существенно меньшее число студентов (6% респондентов) напрямую отождествляют пропаганду с манипулированием и не осознают, что это совершенно различные по своей природе феномены. Они определяют пропаганду как:

- манипуляцию информацией чтобы манипулировать социумом;
- комплекс мероприятий манипулятивного характера, направленный на навязывание ценностей, норм;
- донесение информации с целью формирования определенных взглядов и манипулирование общественным мнением;
- насильственное давление путем ограничения возможности доступа к альтернативным источникам (редко), манипулятивное идеологическое воздействие с целью навязывания своего мнения;

- продвижение необходимых субъекту ценностей манипулятивными методиками с целью извлечения собственной выгоды;
- продвижение какой-либо идеи, нередко с применением манипуляций, искажением фактов, агрессивной реакции иных мнений и очернением оппонентов;
- систематическое распространение информации, мнений или убеждений с целью воздействия на массовое сознание и манипуляции;
- распространение заведомо ложной информации с целью формирования определенных убеждений у индивида (общества, манипулирования обществом);
- информационное манипулятивное воздействие с целью дискредитации образа соперника в информационном пространстве;
- целенаправленная подмена понятий и искажение действительных фактов;
- целенаправленное воздействие на человека или группу для достижения своих целей, которые или в ходе которых человеку наносится вред.

Часть студентов, как и в пилотном исследовании, попыталась дать нейтральную, хотя и достаточно размытую трактовку феномена пропаганды. Так, по их мнению пятой части из них (21%), понятие “пропаганда” можно определить, как составную часть коммуникационного и информационного процесса, заключающегося, прежде всего в распространении определенной информации, идей и убеждений.

К такого рода трактовкам сути пропаганды можно в частности отнести, такие, как:

- распространение какой-либо информации для формирования определенного общественного мнения;
- систематическое распространение определенных идей, убеждений или информации с целью воздействия на мнения, восприятие или поведение аудитории;
- умышленное распространение информации в целях привлечения и убеждения аудитории;
- метод выражения информации, специально разработанный для решения конкретной проблемы, он распространяет определенные концепции посредством распространения различных значимых символов, чтобы влиять на мысли людей и направлять их действия;
- систематическое распространение идеологических концепций, направленное на формирование или изменение общественного мнения и поведения определенном направлении для достижения конкретных политических целей;

- распространение заведомо ложной информации с целью формирования определенных убеждений у индивида (общества, манипулирования обществом);

- распространение знаний, фактов, аргументов и слухов информации с целью формирования необходимого общественного мнения;

- распространение идей, заведомо ложных с целью формирования нужного общественного мнения;

- распространение информации или заведомо ложной информации с целью формирования общественного мнения;

- распространение информации с целью управлять разумом людей;

- распространение, передача информации (не редко ложной) с целью формирования общественного мнения с определенной удобной для распространения целью.

Как видно из приведенных вариантов определений, часть из них также имеют негативную коннотацию.

Часть студентов (около 20%) определяют содержание пропаганды, как разновидность определённого рода деятельности, воздействия на общественное мнение или аудиторию, как позитивного, так и негативного характера. Например, как:

- способ воздействия на массы;

- целенаправленное воздействие на мнение людей, с целью убеждения в правильности конкретной точки зрения;

- целенаправленное воздействие на человека или группу для достижения своих целей, которые или в ходе которых человеку наносится вред;

- целенаправленное давление на сознание масс;

- это умышленное воздействие для навязывания определенного мнения;

- целенаправленное воздействие на общественное мнение;

- принудительное информационное воздействие;

- совокупность методов, направленных на воздействие на массовое сознание и навязывание определенных ценностей;

- целенаправленное воздействие на мировоззрение и взгляды человека, осуществляемое с целью убедить в безоговорочной правоте канала, передающего пропаганду.

Таким образом, конкретные попытки студентов дать определение понятию пропаганда, как и в пилотном исследовании, показали, что они в известной степени искажают суть этого, в целом нейтрального феномена, придавая ему в большей степени сугубо негативный оттенок. При этом, что весьма характерно, более двух



третьей студентов социологического факультета МГУ (69,44%) на вопрос “Сталкивались ли Вы с такими явлениями как пропаганда и контрпропаганда?” ответили, что сталкивались с такими явлениями, 16,67% — что не сталкивались с этими феноменами. 13,89% — затруднились с ответом на данный вопрос (см. рис. 1).



Рис. 1. Распределение ответов студентов на вопрос “Сталкивались ли Вы с такими явлениями как пропаганда и контрпропаганда?”

Иными словами, несмотря на очевидную разногласию среди студентов при попытках определении феномена пропаганды, они тем не менее, считают, что они сталкивались с ним и понимают суть данного феномена.

Характерным является и то, что столь же самоуверенно студенты отвечают на вопросы, о на их взгляд, наиболее эффективных видах и методах пропагандистского воздействия. В частности, к наиболее эффективным видам пропагандистского воздействия студенты социологического факультета МГУ отнесли: позитивную пропаганду (44,65% ответов), политическую пропаганду (17,65% ответов), социальную пропаганду (14,71% ответов), деструктивную пропаганду (8,02% ответов), черную пропаганду (6,68% ответов), серую пропаганду (5,35% ответов), белую пропаганду (2,94% ответов) (см. рис. 2).

Наиболее эффективными методами пропагандистского воздействия студенты социологического факультета МГУ считают: манипулирование (39,09% ответов), внушение (19,04% ответов), социальное мифотворчество (14,72% ответов), убеждение (27,16% ответов) (см. рис. 3).



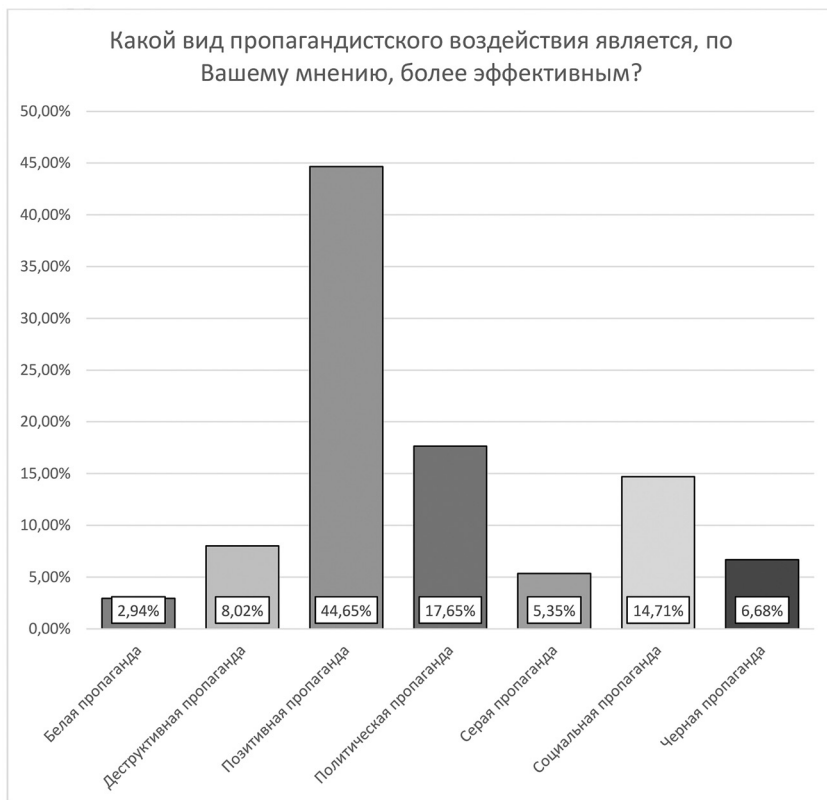


Рис. 2. Распределение ответов студентов на вопрос “Какой вид пропагандистского воздействия является, по Вашему мнению, более эффективным?”

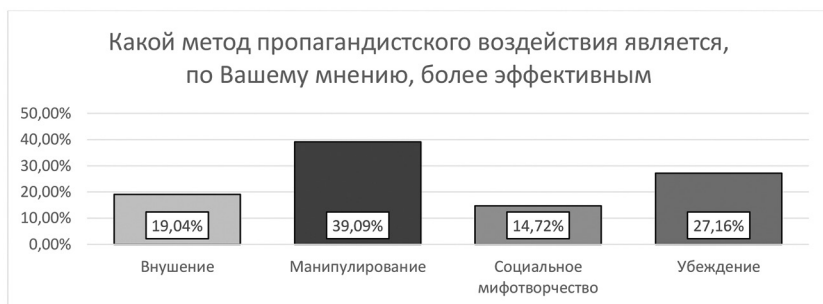


Рис. 3. Распределение ответов студентов на вопрос “Какой метод пропагандистского воздействия является, по Вашему мнению, более эффективным?”

Анализ ответов на вышеупомянутые вопросы, в целом показывает, что студенты социологического факультета в большей степени сталкивались, хотя и не осознавали этого, с пропагандой, прежде всего, деструктивного толка. Косвенно это подтверждает и анализ ответов на вопрос “Приходилось ли Вам за последний год видеть в интернете сообщения, призывающие к опасному или противоправному поведению?”, который показал, что значительная часть опрошенных (44,22%) постоянно и регулярно за последний год видели сообщения в интернете, призывающие к опасному или противоправному поведению. 47,99% молодых людей утверждают, что не видели такого рода информацию. 7,79% опрошенных — затруднились с ответом на данный вопрос (см. рис. 4).



Рис. 4. Распределение ответов студентов на вопрос “Приходилось ли Вам за последний год видеть в интернете сообщения, призывающие к опасному или противоправному поведению?”

При этом, по мнению более половины молодых людей (60,5% ответов) в настоящее время в России активно ведется идеологическая борьба, а значит имеет место и пропаганда соответствующих идеологий. Только 15,5% опрошенных выразили свое несогласие с фактом наличия идеологической борьбы. Такое же количество респондентов (15,5%) респондентов затруднились с ответом на данный вопрос (см. рис. 5).

К идеологиям, наиболее активно используемым в идеологической борьбе в современной России, студенты социологического факультета МГУ отнесли: неолиберализм (46,9% ответов), социализм и коммунизм (20,54% ответов), национализм (17,44% ответов), феминизм (9,3% ответов), нацизм (1,94% ответов), экологизм (1,94% ответов), анархизм (1,16% ответов), либерализм (0,39% ответов) (см. рис. 6).



Рис. 5. Распределение ответов студентов на вопрос “Как Вы считаете, ведется ли в настоящее время в России идеологическая борьба?”

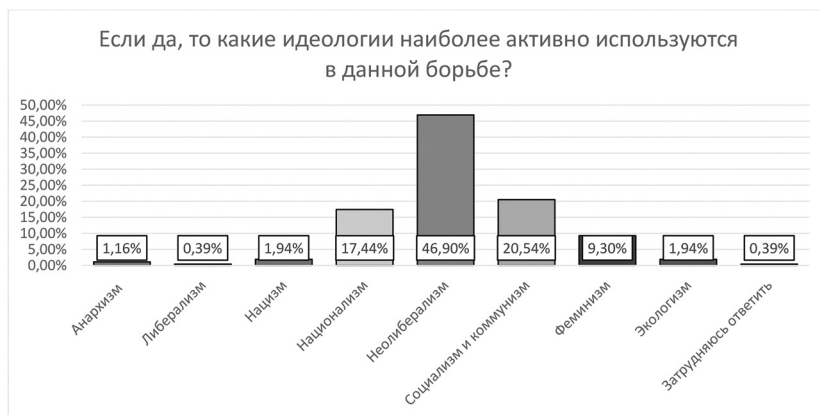


Рис. 6. Распределение ответов студентов на вопрос “Если да, то какие идеологии наиболее активно используются в данной борьбе?”

На основании вышеизложенного, можно констатировать, что молодые люди имеют очень смутные представления о самом феномене пропаганды, а также о различных ее видах и методах, в частности о деструктивной пропаганде. При этом в большей степени, она оценивается как негативный феномен, по-видимому, из-за гос-

подствующих в социальных сетях и мессенджерах, популярных у молодежи неолиберальных идеологов, что сами молодые люди практически не осознают. Тем не менее они признают факт наличия острой идеологической борьбы в Российской Федерации и, активное участие в ней, как сторонников неолиберальной идеологии, так и представителей просоциалистических и националистических идеологических доктрин.

Осознание данного факта, в свою очередь, требует продолжения изучения данной проблематики.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Дорцева Е.В.* Современная российская молодежь как целевая аудитория деструктивной пропаганды // Вестник московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2024. Т. 30. № 2. С. 114–136.

*Елишев С.О., Таланова К.С.* Результаты социологического исследования Ценностные ориентации современной российской молодёжи, особенности процесса их формирования и осуществления молодёжной политики // Социологические исследования социальных проблем современного российского общества. Т. 1. М., 2014. С. 64–129.

*Осипов Г.В.* Социальные науки и образование в условиях становления электронно-цифровой цивилизации // Социальные науки и образование в условиях становления электронно-цифровой цивилизации. М.; СПб., 2020.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О.* Молодежь в системе социально-гуманитарных наук. М., 2022.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б.* Динамика представлений российской студенческой молодежи о социально-политических процессах, институтах социализации и субъектах осуществления молодёжной политики в период с 2013 по 2017 г. М., 2018.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б.* Представления студенческой молодежи московских вузов о процессах, институтах социализации и субъектах осуществления молодёжной политики в Российской Федерации (по результатам исследования 2019 г.) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2020. Т. 26. № 1. С. 46–69.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б.* Представления студентов московских вузов о социальном неравенстве в России и в современном мире // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2020. Т. 26. № 3. С. 7–23.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б.* Представления студенческой молодежи московских вузов о процессах, институтах социализации, социальном неравенстве и субъектах осуществления молодёжной политики в Российской Федерации: Аналитический отчет по результатам социологического исследования. М., 2021.

*Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б., Монахов Д.Н.* Восприятие студенческой молодежью социально-политических процессов, институтов социализации и субъектов молодёжной политики в современной России (результаты социологического мониторинга) // Этносоциум и межнациональная культура. 2015. № 8(86). С. 50–63.

Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б., Монахов Д.Н. Особенности процесса формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи и осуществления молодежной политики в Российской Федерации (результаты социологического исследования). М., 2016.

Осипова Н.Г., Елишев С.О., Прончев Г.Б., Монахов Д.Н. Представления студенческой молодежи о процессах и институтах социализации и субъектах молодежной политики в современной России (по результатам социологического мониторинга 2013–2017 гг.) // Труд и социальные отношения. 2017. № 5. С. 98–118.

## REFERENCES

Dorceva E.V. Sovremennaya rossijskaya molodyozh' kak celevaya auditoriya destruktivnoj propagandy [Modern Russian youth as a target audience of destructive propaganda] // Vestnik moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2024. T. 30. N 2. S. 114–136 (in Russian).

Elishev S.O., Talanova K.S. Rezul'taty sociologicheskogo issledovaniya Cennostnye orientacii sovremennoj rossijskoj molodyozhi, osobennosti processa ih formirovaniya i osushchestvleniya molodyozhnoj politiki [Results of a sociological study Value orientations of modern Russian youth, features of the process of their formation and implementation of youth policy] // Sociologicheskie issledovaniya social'nyh problem sovremennogo rossijskogo obshchestva. T. 1. M., 2014. S. 64–129 (in Russian).

Osipov G.V. Social'nye nauki i obrazovanie v usloviyah stanovleniya elektronno-cifrovoj civilizacii [Social sciences and education in the context of the formation of an electronic-digital civilization] // Social'nye nauki i obrazovanie v usloviyah stanovleniya elektronno-cifrovoj civilizacii. M.; SPb., 2020 (in Russian).

Osipova N.G., Elishev S.O. Molodyozh' v sisteme social'no-gumanitarnyh nauk [Youth in the system of social sciences and humanitarian sciences]. M., 2022 (in Russian).

Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Dinamika predstavlenij rossijskoj studencheskoj molodezhi o social'no-politicheskikh processah, institutah socializacii i sub'ektah osushchestvleniya molodezhnoj politiki v period s 2013 po 2017 g. [Dynamics of Russian student youth's views on socio-political processes, socialization institutions and youth policy implementation entities in the period from 2013 to 2017]. M., 2018 (in Russian).

Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Predstavleniya studencheskoj molodezhi moskovskih vuzov o processah, institutah socializacii i sub'ektah osushchestvleniya molodezhnoj politiki v Rossijskoj Federacii (po rezul'tatam issledovaniya 2019 g.) [Views of Moscow university student youth on the processes, socialization institutions and youth policy implementation entities in the Russian Federation (based on the 2019 study)] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2020. T. 26. N 1. S. 46–69 (in Russian).

Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Predstavleniya studentov moskovskih vuzov o social'nom neravenstve v Rossii i v sovremennom mire [Moscow University Students' Perceptions of Social Inequality in Russia and in the Modern World] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2020. T. 26. N 3. S. 7–23 (in Russian).

Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B. Predstavleniya studencheskoj molodyozhi moskovskih vuzov o processah, institutah socializacii, social'nom

neravenstve i sub'ektah osushchestvleniya molodyozhnoj politiki v Rossijskoj Federacii: Analiticheskij otchet po rezul'tatam sociologicheskogo issledovaniya [Moscow University Students' Perceptions of Social and Political Processes, Institutions of Socialization, Social Inequality, and Youth Policy Subjects in the Russian Federation: Analytical Report Based on the Results of a Sociological Study]. M., 2021 (in Russian).

*Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B., Monahov D.N.* Vospriyatie studencheskoj molodezh'yu social'no-politicheskikh processov, institutov socializacii i sub'ektov molodezhnoj politiki v sovremennoj Rossii (rezul'taty sociologicheskogo monitoringa) [Student Youth's Perceptions of Socio-Political Processes, Institutions of Socialization, and Youth Policy Subjects in Modern Russia (Results of Sociological Monitoring)] // *Etnosocium i mezhnacional'naya kul'tura*. 2015. N 8(86). S. 50–63 (in Russian).

*Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B., Monahov D.N.* Osobennosti processa formirovaniya cennostnyh orientacij sovremennoj rossijskoj molodezhi i osushchestvleniya molodezhnoj politiki v Rossijskoj Federacii (rezul'taty sociologicheskogo issledovaniya) [Features of the process of formation of value orientations of modern Russian youth and the implementation of youth policy in the Russian Federation (results of a sociological study)]. M., 2016 (in Russian).

*Osipova N.G., Elishev S.O., Pronchev G.B., Monahov D.N.* Predstavleniya studencheskoj molodezhi o processah i institutah socializacii i sub'ektah molodezhnoj politiki v sovremennoj Rossii (po rezul'tatam sociologicheskogo monitoringa 2013–2017 gg.) [Student youth's ideas about the processes and institutions of socialization and subjects of youth policy in modern Russia (based on the results of sociological monitoring in 2013–2017)] // *Trud i social'nye otnosheniya*. 2017. N 5. S. 98–118 (in Russian).