

---

# С РАБОЧЕГО СТОЛА СОЦИОЛОГА

---

## FROM THE WORKING TABLE OF A SOCIOLOGIST

---

УДК 316.453 + 316.774

### БЕЛОРУССКАЯ МОЛОДЕЖЬ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА

И. Г. НЕДЕЛЕВСКАЯ<sup>1), 2)</sup>

<sup>1)</sup>Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, ул. Ожешко, 22, 230023, г. Гродно, Беларусь

<sup>2)</sup>Гродненский областной институт развития образования, ул. Гагарина, 6, 230011, г. Гродно, Беларусь

**Аннотация.** Раскрыты ключевые особенности цифровых практик белорусской молодежи, определенные в результате анкетного опроса студентов трех учреждений высшего образования Гродно. Выявлены актуальные тенденции, касающиеся целей, характера и времени использования ими интернета. Рассмотрены популярные платформы, предпочитаемые виды контента, а также уровень вовлеченности молодых людей в различные формы интернет-активности. Особое внимание уделено роли социальных сетей в сферах досуга, образования, работы и коммуникации молодых белорусов. Отмечены изменения практик медиапотребления студентов, произошедшие за последние 15 лет.

**Ключевые слова:** молодежь; цифровые практики; интернет-активность; социальные сети; мессенджеры; медиапотребление; интернет-коммуникация; Беларусь.

**Благодарность.** Работа выполнена при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований и Российского научного фонда в рамках научного проекта Г23РНФМ-011 «Молодежь России и Беларуси о себе: экономические и социокультурные вызовы настоящего и конструирование горизонтов будущего для сотрудничества».

---

#### Образец цитирования:

Неделевская ИГ. Белорусская молодежь в цифровой среде: современные практики использования интернета. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология.* 2025;1:93–100.  
EDN: XTTJZK

#### For citation:

Nedelevskaya IG. Belarusian youth in the digital environment: modern Internet use practices. *Journal of the Belarusian State University. Sociology.* 2025;1:93–100. Russian.  
EDN: XTTJZK

---

#### Автор:

**Илона Генриховна Неделевская** – кандидат социологических наук; доцент кафедры политологии и социологии факультета истории, коммуникации и туризма<sup>1)</sup>, доцент кафедры образовательных технологий факультета профессиональной самореализации<sup>2)</sup>.

#### Author:

**Ilona G. Nedelevskaya**, PhD (sociology); associate professor at the department of political science and sociology, faculty of history, communication and tourism<sup>a</sup>, and associate professor at the department of educational technologies, faculty of professional self-realisation<sup>b</sup>.  
[inrainbow21@gmail.com](mailto:inrainbow21@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-8794-0913>

## BELARUSIAN YOUTH IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: MODERN INTERNET USE PRACTICES

I. G. NEDELEVSKAYA<sup>a, b</sup>

<sup>a</sup>Yanka Kupala State University of Grodno, 22 Azheshka Street, Grodno 230023, Belarus

<sup>b</sup>Grodno Regional Institute for Education Development, 6 Gagaryna Street, Grodno 230011, Belarus

**Abstract.** The article reveals the key features of digital practices of Belarusian youth, as determined by a questionnaire survey of students of three higher education institutions in Grodno. The current trends concerning the purposes, nature and time of their use of the Internet are revealed. Popular platforms, preferred types of content, as well as the level of young people's involvement in various forms of Internet activity are considered. Special attention is paid to the role of social networks in the spheres of leisure, education, work and communication of young Belarusians. The changes in students' media consumption practices over the last 15 years are noted.

**Keywords:** youth; digital practices; Internet activity; social networks; messengers; media consumption; Internet communication; Belarus.

**Acknowledgements.** This work was carried out with financial support from the Belarusian Republican Foundation for Fundamental Research and Russian Science Foundation within the framework of the research project G23RNFM-011 «Youth of Russia and Belarus about themselves: economic and socio-cultural challenges of the present and constructing horizons of the future for co-operation».

### Введение

В конце XX в. интернет оказал значительное влияние на социальную коммуникацию, которое по своему масштабу похоже на переворот, произошедший в XV в. после изобретения И. Гутенбергом печатного станка. Сегодня названная технология является одним из основных средств коммуникации для широких социальных слоев большинства стран. Так, согласно докладу Международного союза электросвязи 2024 г. 68 % населения мира уже обладают доступом к интернету<sup>1</sup>, при этом в некоторых государствах постсоветского пространства, странах Европы и Америки этот показатель достигает 90 %<sup>2</sup>. По данным национального статистического комитета, в 2023 г. в Беларуси доступ к интернету имели 91,5 % населения<sup>3</sup>.

Интернет трансформировал социальную коммуникацию, повлияв на ее скорость, интенсивность и охват, что определило рост интереса как со стороны лиц, занимающих управленческие позиции, так и со стороны исследователей из области социальных и гуманитарных наук. В контексте данной проблематики особым предметом для изучения стало использование интернета молодежью, что обусловлено социальным и эпистемическим статусом этой группы. Во-первых, молодое поколение рассматривается в качестве преемника ценностей и норм того или иного общества. Конфликтность взаимодействия

данных ценностей и норм в процессе интериоризации может повышаться, поскольку с преобразованием социальной коммуникации изменилась и социализация, имеющая позитивные и негативные последствия [1]. Во-вторых, современные молодые люди, часто именуемые цифровыми аборигенами, отличаются от представителей старшего поколения по таким критериям, как наличие доступа к интернету и обращение к нему в разных целях [2], восприятие онлайн-среды и выбор способов коммуникации [3; 4].

Сегодня молодежь является наиболее активным пользователем интернета. Данный факт стимулирует исследовательский интерес ученых. Несмотря на общемировую тенденцию сокращения межпоколенческого разрыва в использовании интернета, разница между представителями молодого и старшего поколений все еще сохраняется на уровне 13,0 %. В 2022 г. в Беларуси максимальный показатель доступа к интернету наблюдался среди людей от 16 до 24 лет и составил 98,8 %, а минимальный показатель был зафиксирован среди людей от 65 до 72 лет и равнялся 64,8 %<sup>4</sup>. Также молодежь чаще других социальных групп выходит в интернет ежедневно (99,2 %), преследуя в основном развлекательные, коммуникативные и образовательные цели<sup>5</sup>.

Особенности использования интернета молодыми белорусами являются предметом исследования

<sup>1</sup>Глобальное число пользователей интернета растет, но неравенство сохраняется // Новости Организации Объединенных Наций : сайт. URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/11/1458816> (дата обращения: 09.01.2025).

<sup>2</sup>Новые данные об использовании интернета в мире: прогресс есть, но различия сохраняются // Новости Организации Объединенных Наций : сайт. URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/11/1447172> (дата обращения: 09.01.2025).

<sup>3</sup>Удельный вес населения в возрасте 6–72 лет, использующего сеть Интернет, в общей численности населения в возрасте 6–72 лет по территории Республики Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь : сайт. URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/indicator-info/10306000020> (дата обращения: 09.01.2025).

<sup>4</sup>Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2023. С. 51.

<sup>5</sup>Там же. С. 55.

отечественных ученых. Они изучали роль данной технологии в процессах социализации [1; 5], формирования гражданской идентичности [6] и исторической памяти [7]; выявляли тенденции обращения молодежи к интернету, в том числе к социальным сетям [8; 9], и структуру ее медиапотребления [10–12]; рассматривали представления студентов о развитии интернет-пространства в Беларуси в будущем [13]. Кроме этого, белорусские исследователи сравнили цифровые предпочтения молодых людей из России и Беларуси [14], а также из Монголии и Беларуси [15].

Хотя проблема целей выхода молодежи в интернет не является новой для белорусского научно-

го пространства, к ней требуется постоянное возвращение в связи с высокой динамикой изменений, происходящих в практиках медиапотребления. По этой причине настоящая работа представляет интерес с точки зрения сравнения тенденций в использовании интернета белорусской студенческой молодежью. В статье описана методология исследования; приведены количественные показатели, отражающие объем времени, который молодые люди проводят в цифровом пространстве, и основные цели, которые они преследуют; представлена динамика трансформации предпочтений молодежи, касающихся видов и каналов интернет-коммуникации.

### Методология исследования

Настоящее исследование проводилось с апреля по июнь 2024 г. на базе трех учреждений высшего образования Гродно: Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродненского государственного аграрного университета и Гродненского государственного медицинского университета. Сбор данных был произведен методом анкетного опроса, в котором приняли участие 1000 студентов (46 и 54 % респондентов мужского и женского пола соответственно).

Следует отметить, что 96 % опрошенных не состоят в браке, около 3 % студентов живут в гражданском браке, около 1 % молодых людей разведены, меньше 1 % обучающихся (5 человек) зарегистрировали брак. С точки зрения профиля обучения в выборке преобладали студенты специальностей социально-гуманитарного направления (64 %), из которых 30 % респондентов представляют профиль

«гуманитарные науки, педагогические науки и образование, искусство и культура», 34 % опрошенных – профиль «науки об обществе». Также 20 % молодых людей являются студентами профилей «математические и естественные науки», «медицинские науки» и «сельскохозяйственные науки», 16 % человек – студентами профилей «инженерное дело», «технологии» и «технические науки».

В исследовании участвовали студенты платной (56 %) и бюджетной (33 %) форм обучения, а также те, кто получают образование на условиях целевой подготовки (11 %). Выборочную совокупность составили респонденты 1-го курса (40 %), 2-го курса (35 %), 3-го курса (23 %), 4-го курса (2 %), которые являются выпускниками средних общеобразовательных школ (66 %), специализированных классов и гимназий (31 %) и учреждений среднего специального образования (3 %).

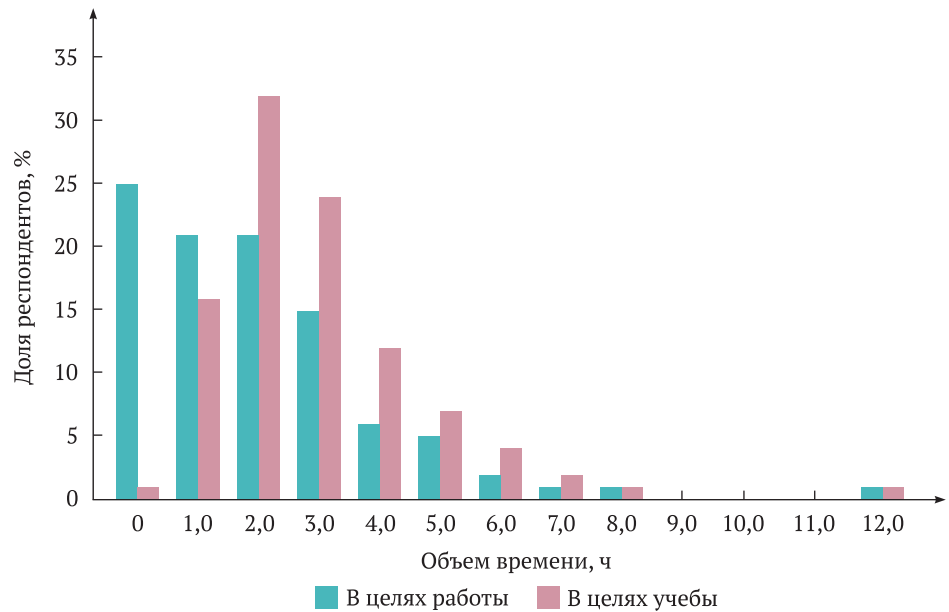
### Объем времени и цели использования интернета белорусской молодежью

Анализ ответов студентов на вопрос об объеме времени, который они посвящают разной деятельности в интернете, показал, что для большинства респондентов данная технология является в первую очередь средством для проведения досуга. В среднем они используют интернет в свободное от работы и учебы время 3,4 ч в день. Медианное значение этого показателя составляет 3 ч, что сопоставимо с результатами исследований, реализованных в 2011–2012 гг. в Минске [16]. Также на проведение свободного времени в цифровом пространстве 26 % опрошенных тратят 2 ч в день, 21 % молодых людей – 3 ч в день, 2 % респондентов – от 8 ч в день. Отметим, что 2 % человек не пользуются интернетом на досуге.

Согласно данным рисунка студенты более активно прибегают к интернету в целях учебы, чем в целях работы, что объясняется их статусом. В среднем респонденты используют данную технологию для учебы 2,9 ч в день, для работы – 2,1 ч в день. На обращение к интернету в рабочих целях у 57 % обучающихся уходит от 1 до 3 ч в день, у 3 % опрошен-

ных – более 6 ч в день, при этом 25 % молодых людей не используют интернет для работы. Что касается учебы в интернете, то 56 % студентов посвящают данной деятельности от 2 до 3 ч в день, 19 % респондентов – от 4 до 5 ч в день (следствие более интенсивной учебной нагрузки), около 4 % представителей молодежи – более 6 ч в день.

Значимое место в структуре объема времени, посвящаемого студентами использованию интернета, занимают социальные сети. В среднем молодые белорусы проводят в них 4,9 ч в день. Существенное количество респондентов, а именно 47 %, отводят на активность в социальных сетях от 4 до 5 ч в день, 26 % опрошенных – от 6 до 7 ч в день, 9 % респондентов – 8 ч в день. В то же время 15 % молодых людей посвящают социальным сетям по 2–3 ч в день, 3 % человек – до 1 ч в день. Сравнение средних значений времени, проводимого студентами в интернете в разных целях, показало приоритетность социальных сетей перед другими ресурсами данной технологии. Такая ситуация может свидетельствовать



Распределение времени использования интернета студенческой молодежью в зависимости от цели, %  
Distribution of time of Internet use by student youth depending on purpose, %

о том, что социальные сети являются отвлекающим фактором в процессе образовательной либо профессиональной деятельности, могут привести к проблемам с концентрацией внимания и продуктивностью. Несмотря на широкую осведомленность опрошенных о различных формах общественного участия в ин-

тернете, они не стремятся в них вовлекаться (табл. 1). Наиболее популярной формой интернет-активности среди молодежи является участие в благотворительности, наименее популярными формами выступают коллективные действия в виде флешмобов, а также поддержки общественных и протестных движений.

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос  
«Какие формы общественного участия в интернете Вы знаете, практикуете  
и допускаете, что будете практиковать?», %

Table 1

Distribution of respondents' answers to the question  
«What forms of public participation in the Internet do you know, practice  
and assume that you will practice?», %

| Формы общественного участия в интернете                                                                                                  | Варианты ответа |                                 |                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------|--------------------------------------------------|
|                                                                                                                                          | Практикую       | Допускаю, что буду практиковать | Знаю, но не практикую и не планирую практиковать |
| Участие в конкурсах и розыгрышах                                                                                                         | 9               | 16                              | 75                                               |
| Участие в марафонах                                                                                                                      | 6               | 16                              | 78                                               |
| Флешмобы (публикация контента в социальных сетях под определенным хештегом)                                                              | 3               | 18                              | 79                                               |
| Участие в благотворительности                                                                                                            | 12              | 20                              | 68                                               |
| Поддержка общественных и протестных движений (публикация контента в социальных сетях под определенным хештегом, использование символики) | 3               | 16                              | 81                                               |
| Оказание эмоциональной поддержки и помощи другим людям                                                                                   | 7               | 18                              | 75                                               |
| Организация собраний, встреч, коллективной деятельности                                                                                  | 5               | 17                              | 78                                               |

Полученные результаты указывают на возможность стимулирования социальной активности студенческой молодежи в интернете. Наибольший потенциал демонстрируют те опрошенные, которые преследуют цели благотворительного участия и поддержки. Однако в целом доля респондентов, кото-

рые практикуют различные формы общественного участия в интернете и которые допускают вовлечение в них, является скромной, что говорит о низкой социальной активности молодого поколения в цифровом пространстве, а также о крайне ограниченных возможностях для ее увеличения.

Предпочтения белорусской молодежи  
в видах интернет-коммуникации и платформах  
для ее осуществления

Распределение ответов респондентов на вопрос о видах используемой ими информации в интернете (табл. 2) показало, что наиболее распространенной выступает информация, являющаяся наглядной и имеющая короткую форму, что характерно для социальных медиа. Так, высокие позиции в рейтинге занимают следующие виды информации: посты, видеозаписи, сторис и фотоблоги. Им значительно уступают такие виды информации, как интервью, текстовые блоги, публикации исследований, обзоров и сравнений, стримы, трансляции, поскольку они имеют более длинную и чаще всего текстовую форму. В результате сравнения данных настоящего исследования с данными исследований прошлых лет была установлена тенденция к выбору молодыми людьми короткого визуального контента: в 2018 г. около трети респондентов выразили склонность к короткому видеоформату [17], в то время как в 2024 г. их оказалось более половины.

Для интернет-коммуникации студенты используют широкий диапазон сервисов. Большинство респондентов имеют аккаунты в нескольких соци-

альных сетях и мессенджерах, которые характеризуются разной популярностью. Результаты опроса, представленные в табл. 3, свидетельствуют о том, что наибольшее количество молодых людей имеют аккаунт на таких платформах для интернет-коммуникации, как *Telegram*, *Instagram*, *YouTube*, *ВКонтакте* и *TikTok*. Однако данные показатели не являются прямым признаком популярности названных сервисов. В ходе сравнительного анализа был зафиксирован разрыв между количеством зарегистрированных на этих платформах пользователей и количеством их активных участников (см. табл. 3). Так, социальные сети *Telegram*, *TikTok* и *Instagram* являются наиболее вовлекающими, поскольку к ним студенты прибегают ежедневно. Несмотря на широкий охват зарегистрированных на видеохостинге *YouTube* респондентов, четверть из них не используют его на постоянной основе. Наибольшая разница показателей выявлена относительно социальной сети *ВКонтакте*: почти каждый второй зарегистрированный в ней студент не использует ее ежедневно.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос  
«Как часто Вы пользуетесь перечисленными видами информации,  
которые можно встретить в интернете?», %

Table 2

Distribution of respondents' answers to the question  
«How often do you use the listed types  
of information that can be found on the Internet?», %

| Вид информации                                  | Варианты ответа |                           |                          |              |
|-------------------------------------------------|-----------------|---------------------------|--------------------------|--------------|
|                                                 | Ежедневно       | Несколько раз<br>в неделю | Несколько раз<br>в месяц | Не пользуюсь |
| Посты                                           | 68              | 20                        | 6                        | 6            |
| Видеозаписи                                     | 65              | 23                        | 5                        | 5            |
| Сторис                                          | 60              | 19                        | 9                        | 12           |
| Фотоблоги                                       | 52              | 21                        | 12                       | 15           |
| Интервью                                        | 36              | 41                        | 15                       | 8            |
| Влоги                                           | 36              | 28                        | 17                       | 19           |
| Текстовые блоги                                 | 35              | 34                        | 17                       | 14           |
| Публикации исследований,<br>обзоров и сравнений | 33              | 37                        | 20                       | 10           |
| Подкасты                                        | 28              | 33                        | 21                       | 18           |
| Стримы                                          | 25              | 27                        | 20                       | 28           |
| Трансляции                                      | 24              | 29                        | 22                       | 25           |
| Опросы                                          | 23              | 33                        | 25                       | 19           |
| Инфографика                                     | 19              | 28                        | 23                       | 30           |
| Вебинары                                        | 17              | 27                        | 26                       | 30           |

Таблица 3

Соотношение респондентов, имеющих аккаунт на платформах для интернет-коммуникации, и респондентов, пользующихся ими ежедневно

Table 3

Ratio of respondents who have an account on online communication platforms to respondents who use them on a daily basis

| Платформа для интернет-коммуникации | Доля респондентов, имеющих аккаунт на платформе для интернет-коммуникации, % | Доля респондентов, ежедневно пользующихся платформой для интернет-коммуникации, % | Разница, процентных пунктов |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <i>Telegram</i>                     | 87                                                                           | 83                                                                                | 4                           |
| <i>Instagram</i>                    | 85                                                                           | 69                                                                                | 16                          |
| <i>YouTube</i>                      | 81                                                                           | 55                                                                                | 26                          |
| <i>ВКонтакте</i>                    | 78                                                                           | 26                                                                                | 52                          |
| <i>TikTok</i>                       | 70                                                                           | 54                                                                                | 16                          |
| <i>Facebook</i>                     | 23                                                                           | 2                                                                                 | 21                          |
| <i>WhatsApp</i>                     | 23                                                                           | 7                                                                                 | 16                          |
| <i>Twitter</i>                      | 15                                                                           | 3                                                                                 | 12                          |
| <i>Одноклассники</i>                | 15                                                                           | 4                                                                                 | 11                          |
| <i>Snapchat</i>                     | 11                                                                           | 2                                                                                 | 9                           |
| <i>Мой мир</i>                      | 3                                                                            | 1                                                                                 | 2                           |
| Другое                              | 1                                                                            | 1                                                                                 | 0                           |

При сравнении результатов настоящего исследования с результатами опроса, проведенного сотрудниками Института социологии НАН Беларуси в 2021 г. [18, с. 62], были выявлены как сохранение, так и изменение в 2024 г. некоторых тенденций в предпочтениях молодежи, касающихся каналов для интернет-коммуникации. Так, сервисы *Telegram*, *Instagram* и *ВКонтакте* сохранили лидерство, сервисы *Facebook*, *WhatsApp*, *Одноклассники* и другие платформы остались на менее популярных позициях.

Наибольшее изменение (рост популярности) наблюдается относительно социальной сети *TikTok*, которой в 2021 г. пользовались лишь 16,3 % опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет [18, с. 62]. Выявленная разница показателей может быть обусловлена не только изменениями в предпочтениях молодежи, но и особенностями выборочных совокупностей двух исследований (возрастными границами, поведенческими характеристиками и т. д.). В связи с этим требуется проведение более детального анализа.

## Заключение

Настоящее исследование подтверждает высокую степень вовлеченности молодежи в процесс использования интернета, что является основанием для присвоения молодому поколению характеристики «цифровое»<sup>6</sup>. Развлекательные и коммуникативные цели обращения к данной технологии имеют преимущество перед образовательными и профессиональными целями. Главным средством для достижения первых двух видов целей выступают социальные сети.

Выявленный приоритет социальных сетей над другими интернет-ресурсами указывает на их значимость как средства коммуникации и способа проведения досуга для молодежи. Однако тот факт, что среднее время использования социальных сетей превышает среднее время использования интернета в свободное от учебы и работы время, может свиде-

тельствовать о размывании границ между досугом и обязанностями, а также о потенциальных проблемах с концентрацией внимания и продуктивностью.

Несмотря на высокую степень активности в обращении к цифровым ресурсам, студенты пассивны в отношении общественного участия в интернете. Высокая осведомленность молодых людей о различных формах такого участия не ведет к проявлению инициативы с их стороны. Представляется возможным увеличить вовлеченность тех представителей студенчества, которые преследуют цели благотворительного участия и поддержки.

Обнаруженная несколько лет назад тенденция, которая выражается в выборе молодежью информации в короткой и визуальной форме, сегодня закрепились. Она свидетельствует о продолжающемся

<sup>6</sup>Солдатова Г. Цифровое поколение как вызов образованию в цифровом столетии // Благотворительный фонд Сбербанка «Вклад в будущее»: сайт. URL: <https://vbudushee.ru/library/tsifrovoye-pokolenie-kak-vyzov-obrazovaniyu-v-tsifrovom-stoletii> (дата обращения: 20.01.2025).

изменении способов потребления информации в сторону быстрой и фрагментированной коммуникации.

Молодые люди используют сразу несколько каналов для общения в интернете, основанных на разных программных средствах. Хотя за последние 5 лет популярность цифровых платформ существенно не изменялась, в ходе настоящего исследования был зафиксирован стремительный рост числа обращений студентов к социальной сети *TikTok*. В то же время разрыв между количеством зарегистрированных на этой платформе респондентов и количеством ее реальных пользователей говорит о высокой селективности интернет-предпочтений молодежи.

Таким образом, обращение студентов к интернету остается многоаспектным и динамично меняющимся предметом изучения. Обнаруженные особенности, касающиеся объема времени и целей использования данной технологии, указывают на потребность в дальнейших исследованиях, которые позволили бы определить влияние размытых границ между досугом и образовательной или профессиональной деятельностью на продуктивность молодых белорусов в этих сферах. В свою очередь, изменения предпочтений молодежи, касающихся видов интернет-коммуникации и платформ для ее осуществления, требуют продолжения изучения, что позволит выявить новые тенденции в условиях постоянно развивающихся цифровых технологий.

### Библиографические ссылки

1. Семак ВИ. Социализация современной молодежи в контексте использования онлайн-ресурсов. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2022;2:41–48.
2. Варламова ЮА. Межпоколенческий цифровой разрыв в России. *Мир России. Социология. Этнология*. 2022;2:51–74. DOI: 10.17323/1811-038X-2022-31-2-51-74.
3. Маракасова АА, Раднаева АВ. Значения феномена «онлайн» для «цифровых аборигенов» и «цифровых мигрантов»: повседневность и постсовременность. В: Семенова ВВ, редактор. *Современные исследовательские практики в социологии. Материалы конференции молодых ученых; 19–20 апреля 2017 г.; Москва, Россия*. Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН; 2017. с. 21–31.
4. Чудова ИА, Пироцкая АВ. Концепция изучения поколений в интернете: композиция теоретических идей. Гипотезы и иллюстрации. В: Семенова ВВ, редактор. *Современные исследовательские практики в социологии. Материалы конференции молодых ученых; 19–20 апреля 2017 г.; Москва, Россия*. Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН; 2017. с. 9–20.
5. Бельский АМ. Интернет-пространство как фактор социализации молодежи: конфликты реального и виртуального. В: Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова. *Молодежь и научно-технический прогресс. Материалы XII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых; 18 апреля 2019 г.; Губкин, Россия. Том 3*. Губкин: Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова; 2019. с. 148–149.
6. Бельский АМ. Гражданская идентичность студенческой молодежи Беларуси в условиях воздействия сети Интернет и новых медиа: социологический анализ трансформации. В: Пермский государственный национальный исследовательский университет. *Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. Материалы VI Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции; 3–4 декабря 2019 г.; Пермь, Россия*. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет; 2019. с. 12–17.
7. Озимко КД. Интернет как источник формирования исторической памяти о Великой Отечественной войне у белорусской молодежи. В: Коршунов ГП, редактор. *Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества. Материалы международной научно-практической конференции; 26–27 сентября 2019 г.; Минск, Беларусь*. Минск: СУТАРТ; 2019. с. 306–308.
8. Рубанов АВ, Белоусова АЕ, Подоляк ЕЕ, Сидоренко АП. Студент и интернет: опыт сравнительного социологического исследования. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2019;3:67–73.
9. Донских СВ. Между «Галактикой Интернет» и региональными границами: опыт анализа виртуальных практик современной белорусской молодежи. В: Калачева ИИ, редактор. *Современная молодежь и общество. Сборник научных статей; Минск, Беларусь. Выпуск 9*. Минск: Республиканский институт высшей школы; 2021. с. 4–10.
10. Фаблинова ОН. Использование социальных сетей белорусской студенческой молодежью. В: Яскевич ЯС, Терещенко ОВ, Гафарова ЮЮ, редакторы. *Социальные коммуникации в современном мире. Материалы Первого белорусского философского конгресса; 18–20 октября 2017 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2018. с. 126–128.
11. Бельский АМ. Информационные предпочтения белорусской молодежи в формируемом медиапространстве сети Интернет: сравнительный социологический анализ. *Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5, Экономика. Социология. Биология*. 2020;2:101–108.
12. Касперович-Рынкевич ОН. Характеристики медиапотребления миллениалов и зумеров Беларуси. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2023;1:44–49.
13. Гринкевич ОВ, Сульжицкий ИС. Представления студентов БГУ о будущем развитии интернет-пространства в Республике Беларусь. *Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5, Экономика. Социология. Биология*. 2017;2:129–137.
14. Касперович-Рынкевич ОН, Морозова АА. Медиапотребление белорусской и российской молодежи в 2021 г.: сравнительный анализ. В: Самусевич ВМ, редактор. *Журналистыка – 2021: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 23-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 100-годдзю Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта; 11 лістапада 2021 г.; Мінск, Беларусь*. Минск: БДУ; 2021. с. 176–181.

15. Шкурова ЕВ, Новицкий ЕН, Цэцэнбилэг Ц. Особенности цифровых практик молодежи в Беларуси и Монголии. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2024;2:58–67. EDN: KRMXНJ.

16. Фаблинова ОН. Интернет в жизни современной белорусской молодежи (на примере студенческой молодежи г. Минска). В: Уральский федеральный университет. *Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Материалы XVI Международной конференции памяти профессора Л. Н. Когана (90-летие со дня рождения); 21–22 марта 2013 г.; Екатеринбург, Россия*. Екатеринбург: Уральский федеральный университет; 2013. с. 1279–1290.

17. Касперович-Рынкевич ОН. Особенности медиапотребления поколения Z. В: Васильева ВВ, редактор. *Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. Материалы международного научного форума; 18–19 апреля 2019 г.; Санкт-Петербург, Россия. Том 1*. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета; 2019. с. 196–198.

18. Кудревич МА, Шкурова ЕВ. Место социальных сетей и мессенджеров в информационном пространстве Беларуси. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия*. 2023;1:57–64.

Статья поступила в редколлегию 06.02.2025.  
Received by editorial board 06.02.2025.