

DOI: 10.24290/1029-3736-2020-26-1-166-187

РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ*

Т.Н. Самсонова, докт. полит. наук, проф. кафедры политологии и социологии политических процессов социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, МГУ, д. 1. стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234**

Е.С. Наумова, магистрант социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, МГУ, д. 1. стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234***

В статье анализируется роль средств массовой информации в процессе политической социализации российской молодежи, происходящей в контексте глубоких социально-экономических и политических преобразований. Развитие политических взглядов молодых россиян особенно значимо в период от 15 до 25 лет. Молодые граждане России находятся в процессе формирования политических установок и испытывают воздействие разных факторов. Большая часть политической информации поступает в настоящее время из средств массовой информации, как традиционных, так и инновационных: газеты, журналы, радио, телевидение и интернет. Телевидение содействует формированию общественного мнения, передавая новости и их анализ, затрагивая важные проблемы, существующие на политической арене. Особенно ощутимо выросла роль интернета. Агрегаторы политических новостей, онлайн-блогеры представляют широкий спектр политической информации и мнений. Очевидна значимость адекватной оценки роли традиционных и инновационных СМИ в политической социализации молодежи, в формировании политической субъектности молодого поколения россиян.

Ключевые слова: средства массовой информации, российская молодежь, политическая социализация, интернет, гражданское образование.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN POLITICAL SOCIALIZATION OF MODERN RUSSIAN YOUTH

Samsonova Tatiana N., PhD in Political Science, Professor, Department of Politology and the Sociology of Political Processes, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: ashberry@mail.ru

Naumova Ekaterina S., Master's Student, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: naumova-umka@yandex.ru

* Окончание (Статья 2). Начало в № 4 за 2019 г.

** Самсонова Татьяна Николаевна, e-mail: ashberry@mail.ru

*** Наумова Екатерина Сергеевна, e-mail: naumova-umka@yandex.ru

The article analyzes the role of mass media in the process of political socialization of the Russian youth, taking place in the context of deep socio-economic and political transformations. The crucial impressionable years in the development of citizens' political outlook are between the ages of fifteen and twenty-five. Young Russian citizens are just in the process of developing political habits and are easily influenced by different factors. Much of political information comes from the traditional and innovative mass media: newspapers, magazines, radio, television, and the Internet. Television helps to shape public opinion by providing news and analysis, its entertainment programming addresses important contemporary issues that are in the political arena. The growth of the Internet is especially significant. Political news aggregators and online bloggers present a broad range of political opinion, information, and analysis. The importance of an adequate assessment of the role of the traditional and innovative media in the political socialization of young people, in shaping the political subjectivity of young Russian citizens is obvious.

Key words: *mass media, Russian youth, political socialization, the Internet, civic education.*

“Молодежь стала особым классом общества”
Роже Вадим

Статья 2

Особенности виртуальной социальной среды как “пространства” политической социализации молодого поколения россиян

В XXI в. ведущая роль в распространении политической информации принадлежит электронным СМИ. Вся повседневная жизнь современного человека радикально изменилась с появлением цифровых технологий сетевых коммуникаций, а сети стали одной из основных форм “организации и взаимодействия социальных, политических и экономических сил”¹.

Распространение информации в интернете по сравнению с традиционными средствами массовой информации имеет ряд значимых отличий. Прежде всего, содержание сообщений и их передача максимально упрощаются, значительно увеличивается объем передаваемой информации, а число потенциальных “получателей” становится безграничным. Информация доступна всем пользователям с помощью различных устройств, в любое время и в любом месте. В условиях формирования глобального информационного пространства массовые коммуникации конструируют реальность в сфере публичной политики, именно она одной из первых пре-

¹ Добринская Д.Е. Киберпространство: территория современной жизни // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. № 1. С. 54.

терпеваает оцифровку, медиатизацию и дигитализацию. Однако на пути к всеобщему коммуницированию политических субъектов в интернет-среде препятствием является уровень цифрового неравенства. Доступ к информации становится новой основой для дифференциации и стратификации общества, порождая чувство социальной ущемленности и социальную напряженность. Политическая сфера остается частично закрытой, не давая наблюдателю ощущения прозрачности, которое необходимо для формирования и поддержания доверия политическим институтам.

В такой ситуации наиболее влиятельными оказываются те каналы, посредством которых происходит двусторонняя коммуникация, существует возможность обратной связи и установления диалога. Такая коммуникация сегодня осуществляется посредством социальных сетей, форумов и иных форм общения в интернете, которые полностью отвечают основным запросам пользователя — обладают *мультимедийностью* и *интерактивностью*. Коммуникацию в сети характеризует гипертекстовая организация информации — ее нелинейность, ассоциативность, наличие большого количества тегов и гиперссылок. Это означает, что ориентация в потоках политической информации и успешная политическая коммуникация в сети требуют определенных навыков.

Поскольку в интернете индивиду доступен избыточный объем информации, возникает эффект энтропии. Переизбыток информации может негативно влиять на аналитические способности индивида, способность мыслить критически и осуществлять самостоятельный выбор политической позиции². Виртуализация политических процессов имеет эффект дополненной реальности — к объективным фактам политической жизни присоединяются множественные интерпретации пользователей сети, которые в свою очередь являются отражением потенциальной реакции граждан в реальной жизни. Кроме того, снижается бдительность пользователей в вопросах информационной безопасности. Открытость и доступность информационных порталов, свобода создания новых сайтов влекут за

² По мнению многих исследователей, влияние информационных технологий ведет к формированию так называемого “клипового сознания”. Появились даже такие понятия, как “интеллектуальный инсульт”, “инфомания”, “смартозависимость”. Уполномоченный по правам человека Т.Н. Москалькова выступила в мае 2019 г. с предложением ввести в школах должность аналитика профилей школьников в соцсетях. Такие специалисты, по мнению омбудсмена, могли бы предотвращать возможные трагедии, избавлять пользователей от возможных депрессий (Москалькова предложила ввести в школах должность аналитика профилей учеников в соцсетях. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6428713> (дата обращения: 18.06.2019)).

собой не только позитивные, но и негативные последствия, например, невозможность проверить достоверность приводимых на них данных. Отсутствие четких ориентиров в информационном потоке создает, как отмечает И.С. Шаповалова, “информационное поле повседневного существования современного индивида, не просто не выполняющее социализирующие функции, но и несущее заряд его интеллектуального разрушения и маргинализации”³.

Российский сегмент интернета — Рунет, с одной стороны, выступает как мегафактор политической социализации, так как он технически не изолирован от остального мирового интернета, с другой стороны, язык как естественный барьер все еще ограждает среду русскоязычных сайтов, форумов и иных площадок общения от слияния с глобальными платформами. Успешное развитие и популярность поисковой системы (браузера) Яндекс и русскоязычной социальной сети ВКонтакте — наглядное тому подтверждение

Высокая активность молодежи в сфере интернета обусловлена простотой и скоростью доступа к различной информации, ее развлекательным и интерактивным характером, а также широкими возможностями для общения. Использование интернета как канала коммуникации, не имеющего жестких содержательных, стилистических, форматных и иных ограничений традиционных СМИ, позволяет упростить мир политики для среднестатистического пользователя. Требования к речи, манерам и поведению снижаются, ослабевает неодобрение табуированных тем, что приводит к раскрепощению аудитории. Кроме того, уровень доверия к интернет-источникам неоправданно высокий. Молодые люди предпочитают “получать информацию из сети Интернет, так как полагают, что информационные ресурсы сети менее ангажированы властью, и в них снижен уровень политической цензуры”⁴. Так, по данным Всероссийского омнибуса ГФУ-Русь, к началу 2019 г. пользование интернетом среди молодежи (от 16 до 29 лет) достигло 99%⁵. Подростки в возрасте от 12 до 24 лет ежедневно проводят в интернете 189 минут⁶, т.е. больше 3-х часов в день. При этом бóльшая часть

³ Шаповалова И.С. Влияние интернет-коммуникаций на поведение и интеллектуальное развитие молодежи // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 148.

⁴ Камнев Д.Г. СМИ в процессе политической социализации молодежи в России: фокус на сравнительный анализ роли Интернета // PolitBook. 2013. № 4. С. 68.

⁵ Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii-1/> (дата обращения: 16.06.2019).

⁶ См.: Общая аудитория сети Интернет за период сентябрь 2018 — февраль 2019. Медиа исследования // MediaScope. URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience> (дата обращения: 15.06.2019).

времени уходит на пользование социальными сетями, затем на просмотр видео и онлайн-игры, и наконец, на пользование электронными СМИ. Разумеется, сама по себе диагностика распространенности интернета еще не дает ответа на вопрос о его реальной и функциональной роли в жизни пользователей (активных и не очень активных). Вместе с тем нельзя не отметить, что для очень многих “Интернет стал ведущим инструментом познания и одновременно образом жизни, вне которого последняя утратила бы значительную долю смысла”⁷.

Сетевые СМИ — средства информации, существующие в пространстве интернета, — это не только электронные версии прежних печатных СМИ, но и совершенно новые формы распространения и обсуждения информации, основная особенность которых — непрерывное новостное вещание и реагирование на политические события. Предоставление актуальной политической информации сейчас возможно только посредством интернета, так как традиционные СМИ не обладают достаточной оперативностью.

Поскольку в сетевых СМИ информация многократно дублируется, снижая заинтересованность пользователей, возрастает роль новостных агрегаторов, которые самостоятельно суммируют и фильтруют сообщения. Крупные новостные агрегаторы с посещаемостью свыше 1 млн пользователей приравнены к СМИ в соответствии с законом, который вступил в силу в России с 1 января 2017 г.⁸ Такими агрегаторами стали “Яндекс”, “Новости Google”, “Новости Mail.ru”, “Рамблер/новости”, “СМИ2” и “MSN Россия”. В ленте новостных агрегаторов тема “Политика” занимает первое место, что подтверждает интерес пользователей к событиям политической жизни.

Обсуждение политической информации, полученной из электронных СМИ, также отражает степень заинтересованности аудитории, что подтверждает рейтинг цитируемости СМИ в социальных медиа. Самыми цитируемыми информационными агентствами за 2018 г. являются “РИА Новости”, “ТАСС” и “Интерфакс”⁹, наиболее часто ссылки распространяются посредством социальных сетей и мессенджеров.

⁷ Реутов Е.В., Тришина Т.В. Интернет-практики и информационные предпочтения населения // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 141.

⁸ См.: Интерфакс: Дума приняла закон о новостных агрегаторах. URL: <http://www.interfax.ru/russia/512954> (дата обращения: 14.06.2019).

⁹ СМИ в соцмедиа: 2018 год. Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/6455/> (дата обращения: 04.05.2019).

Политический потенциал социальных сетей: иллюзии или реальность?

Социальные сети являются для молодых россиян пространством обсуждения и формирования собственного мнения о политике. Политическая активность в сети выражается в членстве в группах политической тематики, просмотре и обсуждении политических новостей, подписках на аккаунты политических деятелей. Согласно опросу ВЦИОМ¹⁰, проведенному в июне 2017 г., из всех возрастных групп молодежь от 18 до 24 лет в соцсетях меньше всего проявляла интерес к политическим темам, всего 14% заявили, что они используют соцсети, чтобы узнавать новости политики. Впрочем, даже если молодые люди мало интересуются политической информацией, они получают ее и сопутствующим образом, в юмористической форме или в виде скрытой политической рекламы и пропаганды.

Современные средства массовой информации и коммуникации расширяют манипулятивные возможности воздействия на молодежную аудиторию. Создать ложное представление о политической действительности в сети проще, чем в традиционных СМИ, за счет конструирования политического субъекта и создания видимости поддержки политика интернет-аудиторией. Происходит своего рода “легитимация” политической информации посредством ее публикации в интернете. Тем самым социальные сети становятся не только ресурсами “самопрезентации политических и общественных деятелей и приобщения пользователей Сети и сетевых активистов к политическому процессу, но и способом координации гражданского движения, а также координации действий протестных групп”¹¹.

Нельзя не отметить, что наибольшее влияние на настроения молодежи социальные сети оказывают в крупных городах, где эффект включенности в политическую жизнь поддерживается географической близостью к политическому центру власти и насыщенной социальной жизнью. Жители крупных городов имеют возможность (и вынуждены) в определенной мере больше времени находиться в перенасыщенном информационном пространстве.

Мощным инструментом передачи политической информации становятся личные аккаунты политиков в социальных сетях¹². Они

¹⁰ Социологи рассказали о низком интересе молодежи в соцсетях к политике // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/06/2017/59304aea9a79474ab825cecb> (дата обращения: 14.06.2019).

¹¹ Павлютенкова М.Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2015. № 3. С. 77.

¹² Одним из первых примеров успешного применения потенциала социальных сетей в ходе предвыборной кампании можно назвать победу Барака Обамы на

создаются с целью освещения их деятельности, воспитания чувства привязанности, повышения доверия, формирования ощущения близости и участия. Федеральное агентство политических новостей приводит Топ-10¹³ наиболее популярных в соцсетях политических деятелей России. Лидерами по числу подписчиков являются: председатель правительства (здесь и далее все должности указаны на момент написания статьи) РФ Д.А. Медведев (Twitter — 5,31 млн подписчиков, ВКонтакте — 2,2 млн, в Instagram — 2,5 млн); глава Чеченской республики Р.А. Кадыров (Instagram — 2,1 млн подписчиков, Twitter — 350 тыс., ВКонтакте — 476 тыс.); и лидер ЛДПР В.В. Жириновский (Twitter — 1,62 млн читателей, Instagram — 112 тыс.). Присутствие в интернет-среде свидетельствует о “продвинутой” политике или партии. В начале 2018 г. в послании Федеральному Собранию В.В. Путин подчеркнул необходимость включения в гонку за интернет-аудиторию, так как “тот, кто использует технологическую войну, вырвется далеко вперед”¹⁴.

Таким образом, интернет-пространство в политике является символом прогресса. Оно предоставляет возможности для формирования общественного мнения не только внутри страны, но и за ее пределами, конструирования политического бренда страны, ее государственных органов и отдельных политиков. Так, в Госдуме считают, что российским государственным деятелям, у которых есть аккаунты в социальных сетях, нужно вести их на английском языке, чтобы развеять “страшилки о России, которые навязываются западными СМИ”¹⁵.

Несмотря на возможность попадания в молодежные интернет-тренды¹⁶ официальным лицам сложно конкурировать с неполити-

президентских выборах в США 4 ноября 2008 года (см.: Фролова О.А. Особенности политических технологий двух президентских кампаний Барака Обамы // Общество: политика, экономика, право. 2014. № 1. С. 34). Об использовании и эффективности цифровых инструментов в президентской кампании США в 2016 г. см.: Соловей В.Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа // Политические исследования. 2017. № 5.

¹³ См.: Исследование ФАПН. Ближе к народу: топ-10 самых популярных политиков в соцсетях. URL: <https://polit.info/304227-blizhe-k-narodu-top-10-samyh-populyarnyh-politikov-v-socsetyah> (дата обращения: 19.06.2019).

¹⁴ Путин В.В. Послание к Федеральному Собранию от 01.03.2018. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/ (дата обращения: 20.06.2019).

¹⁵ В Госдуме считают, что российским государственным деятелям, у которых есть аккаунты в социальных сетях, нужно вести их на английском языке // RT. URL: <https://russian.rt.com/russia/news/481100-socseti-angliiskii-strashilki-rossiya> (дата обращения: 15.06.2019).

¹⁶ Самопрезентация в интернете является в настоящее время обязательным элементом политической карьеры, однако сложно предсказать заранее реакцию аудитории на ту или иную информацию.

ческими, независимыми источниками информации. Что касается обозревания текущей политической реальности, то большим доверием молодежи в социальных сетях пользуются независимые и незаинтересованные блогеры и подкастеры¹⁷. Они становятся наиболее авторитетными источниками информации, в том числе и в политико-коммуникативном пространстве, выступают в качестве лидеров мнений и задают вектор оценки тех или иных политических событий или деятелей. Тем самым формирующиеся в настоящее время медийные практики молодых людей разительно отличаются от практик предыдущих поколений, поскольку они — не только потребители медиа, но и своего рода медиапроизводители¹⁸.

Данные регулярного исследования активной аудитории социальных сетей в России агентства Brand Analytics за апрель 2019 г. свидетельствуют, что абсолютными лидерами являются социальные сети ВКонтакте и Instagram¹⁹. Аудитория этих сервисов преимущественно состоит из молодых людей до 34 лет (ВКонтакте — 73,5%).

Количество активных пользователей сети ВКонтакте составило более 30 млн, они сгенерировали 615 млн сообщений. Из них 33% — это авторы в возрасте 25–34 лет, 23% — 18–24 лет. При этом самая популярная в России социальная сеть весьма далека от политической сферы. Группы, связанные с обозреванием политических новостей, относительно немногочисленны. Большое число подписчиков на официальных страницах блогеров (“DRUZHKO SHOW” — 345 тыс.; “вДудь” — 563 тыс.; “Big Russian Boss Show” — 230 тыс.; “Соболев бомбит” — 72 тыс.), на которых представлено дублирование контента из видеохостинга YouTube.

Переходя к анализу второй по популярности социальной сети Instagram, необходимо отметить, что интернет-платформы обмена фотографиями ограничены в возможности влиять на политическую социализацию граждан, в связи с тем, что политическая информация сложно поддается визуализации. Несмотря на значительную символизацию сферы политики, для полноты и точности передачи политической информации необходим текст. Возможно, поэтому в сети Instagram (32 миллиона пользователей, 59% которых моложе 30 лет) крайне мало политического контента.

¹⁷ *Подкастинг* (англ. *podcasting*, от *iPod* и англ. *broadcasting* — “повсеместное вещание, широко вещание”) — процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов (подкастов) в стиле радио- и телепередач в интернете.

¹⁸ См.: Кульчицкая Д.Ю., Вартанов С.А., Дунас Д.В., Салихова Е.А. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп. 2019. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529> (дата обращения: 14.06.2019).

¹⁹ См.: Мониторинг активных пользователей соцсетей Brand Analytics. URL: <https://br-analytics.ru/statistics/author> (дата обращения: 20.06.2019).

Интерес может представлять анализ профилей политических деятелей на предмет формирования имиджа политика за счет личных фотографий и реакции на них пользователей сети. Тройка самых известных отечественных политиков в данной сети — это глава Чечни Р.А. Кадыров, главный российский оппозиционер А.А. Навальный и премьер-министр РФ Д.А. Медведев. При этом только на странице А.А. Навального отражена его политическая деятельность (фотографии с митингов и политических акций). Остальные аккаунты, по мнению представителей традиционных СМИ, заполнены официальными сухими отчетами, фотоснимки напоминают семейный фотоальбом: депутат на субботнике, на митинге, встреча с бюджетниками, с семьей на природе, т.е. создают образ приближенного к народу обычного человека, у которого “все как у людей”²⁰. Вероятно, многие представители власти недооценивают возможности фото- и видеосоциальных сетей, поскольку в российском обществе политическая агитация до сих пор преимущественно ориентирована на текст, в то время как “на Западе больше используется снимок, коллаж, фотожаба... Возможно, часть политиков и понимают, какую большую помощь им может оказать Интернет в повседневной работе, но в то же время они не имеют навыков и умения сделать при помощи интернет-ресурсов свою деятельность более продуктивной и эффективной”²¹.

Помимо вышеназванных социальных сетей особую нишу в политической коммуникации в современном киберпространстве занимают мессенджеры. Парадоксально, но росту их популярности способствовал и закон, вступивший в силу с 1 января 2018 г., обязывающий интернет-мессенджеры осуществлять идентификацию пользователей и дешифрование личной переписки. Молодые пользователи, обеспокоенные конфиденциальностью персональных данных, выражали категорический протест данным нововведениям на этапе разработки законопроекта, но это не повлияло на принятие данного политического решения. Отказ руководства мессенджера Telegram выполнять данные требования вызвал политический скандал. Тем самым ресурс завоевал авторитет в глазах молодежи как надежное и безопасное средство личной коммуникации, а также платформа для медийной и форумной деятельности. По данным на январь 2018 г., активную аудиторию Telegram составляла моло-

²⁰ См.: Барова Е. Все под блогем ходят. Как политики общаются с избирателями в соцсетях и что рассказывают о себе // Аргументы и факты. 2019. № 20. С. 8.

²¹ Шилов В.В. Роль Интернета в политической сфере социума. Часть 2 // Власть. 2019. № 1. С. 81.

дежь от 18 до 24 (40%) и от 25 до 34 (26,5%)²². Больше половины пользователей имеют высшее образование (57%) или получают его (22% студенты). Наиболее популярными являются новостные и политические Telegram-каналы, на них подписаны 44% пользователей. Самые крупные политизированные каналы “Сталингулаг”, “Футляр от виолончели”, “Незыгарь”, “Бойлерная” имеют многотысячные аудитории (от 270 тыс. до 1,2 миллиона подписчиков)²³. Данный мессенджер уже привлек множество каналов СМИ и блогеров, которые создают публичные чаты в активных целевых группах. Повышенное внимание со стороны государства к мессенджеру обусловлено опасениями в связи с возможностью его использования общественно опасными группировками в целях совершения террористических актов. Попытки заблокировать данный мессенджер отразились на общем состоянии интернет-пространства в России, обострили недовольство молодежи реализацией свободы слова.

Видеоблоги являются значимым источником информации о политике в молодежной среде. Число пользователей видеохостинга YouTube быстро растет, сегодня его совокупная аудитория уже сопоставима с телевизионной. Наиболее существенное отличие состоит в том, что коммуникация на сервисе YouTube носит более непринужденный характер, допускает больше свободы в высказываниях, чем на телевидении, поэтому блогеры не боятся открыто высказывать свое мнение. Пользователи чаще всего смотрят одно или несколько видео, гораздо реже подписываясь на каналы политической тематики. Примером успешного канала о политике может послужить относительно молодой канал “Политика сегодня: Россия США Украина”, он имеет более миллиона подписчиков и суммарно 905,5 млн просмотров (за два года существования).

Если анализировать поведение заинтересованных политической жизнью молодых пользователей интернета, то стоит отметить, что чаты и форумы постепенно уступают место сервисам, агрегирующим вопросы и развернутые ответы в формате лонгридов. На популярном среди аудитории до 34 лет сервисе “The Question” тема “Политика” содержит 24 316 вопросов и 15 869 постоянных подписчиков²⁴. Пользователи не боятся открыто обсуждать самые болезненные политические проблемы, например, задавать следующие вопросы:

²² Статистика аудитории Telegram. URL: <https://telegram-region.com/statistika-auditorii-telegram-na-yanvar-2018/> (дата обращения: 20.06.2019).

²³ Telegram-каналы Россия. Telegram Analytics. URL: <https://tgstat.ru> (дата обращения: 16.06.2019).

²⁴ По состоянию на 05.05.2019. Политика. URL: <https://thequestion.ru/topic/25/politika> (дата обращения: 05.05.2019).

“Как вы думаете, кто поддержит Россию, если начнется американо-российская война?”, «Какие фильмы носят в себе скрытую или открытую пропаганду, как “Триумф воли”?»», “Школьники, вас заставляют ходить на провластные митинги?”

В отличие от обсуждений в социальных сетях, ответы на данном сервисе воспринимаются как мнения компетентных лиц, хотя в числе экспертов рубрики “Политика” лишь единицы — это профессиональные социологи или политологи. Пользователи задают вопросы и отвечают на них не анонимно; тем не менее, вопросы имеют свободную формулировку, а ответы содержат большое количество обоснованной критики действующей политической власти.

Открыто выразить свое мнение относительно политической ситуации значительной части молодежи мешают разные причины, к которым относятся высокая вероятность спровоцировать негативную реакцию других пользователей, представление о табуированности политической тематики в сети, а также опасения, что подобные высказывания повлекут за собой негативные последствия в виде проблем с учебой, работой и властями. Например, 35% опрошенных ФОМ молодых людей считают, что патриотом не может быть человек, критикующий власти своей страны²⁵.

Государство в киберпространстве: механизмы контроля и возможности сотрудничества

Проблема государственного контроля СМИ актуализируется в периоды возникновения угроз национальной безопасности. В условиях информационных войн и высокой вероятности террористической угрозы государство имеет веские причины ограничивать свободу СМИ. По данным международной правозащитной группы “Агора”²⁶, за 2018 г. юристы зарегистрировали 662 842 факта ограничения свободы интернета в России — в 5,7 раза больше, чем годом ранее (115 706).

В 2019 г. особо остро встал вопрос о контроле за качеством новостной информации. За распространение “фейковых новостей” сетевые ресурсы подлежат блокировке²⁷. По данным опроса

²⁵ ФОМ: Патриотизм. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14222> (дата обращения: 21.06.2019).

²⁶ См.: “Агора” зафиксировала усиление ограничения свободы интернета в России // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3874277> (дата обращения: 14.06.2019).

²⁷ См.: Федеральный закон от 18.03.2019 N 31-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”». URL: <https://garant.ru/hotlaw/federal/1263816/> (дата

ВЦИОМ²⁸, за последние год–два с недостоверными новостями в интернете сталкивались 31% россиян. Однако больше четверти молодых людей, встречавшихся с ложной информацией, допускают, что недостоверные новости были опубликованы случайно, из-за непреднамеренной ошибки журналистов (26% среди 18–24-летних).

Несмотря на необходимость повышения уровня достоверности информации в сети подобные изменения вызывают неоднозначную реакцию общественности. Возникают опасения, что расширение контроля ущемляет свободу мысли и слова граждан. Еще более резонансным стал проект “Суверенного Рунета”. Согласно подписанному главой государства 1 мая 2019 г. закону, операторы связи теперь должны будут “обеспечивать установку в своей сети технических средств противодействия угрозам устойчивости, безопасности и целостности функционирования в России интернета”²⁹.

Необходимо отметить, что особое внимание к возможностям использования каналов СМК связано, в том числе, с попыткой осуществления целенаправленной политической социализации молодежи. Так, министр культуры В.Р. Мединский предложил создать просветительский политический YouTube-канал, который помогали бы раскручивать известные блогеры³⁰. С целью обсуждения подобного сотрудничества еще в мае 2017 г. на заседание Госдумы “О молодежной политике в Российской Федерации” были приглашены, но не посетили его, популярные видеоблогеры Саша Спилберг и Николай Соболев.

В силу активного развития интернет-среды государство не всегда успевает за сменой повестки дня и технологическими новинками Рунета. Попытки привлечь внимание молодежной аудитории можно проиллюстрировать появлением таких материалов, которые претендуют на звание вирусного контента. В рамках агитационной предвыборной кампании бурную реакцию вызвало, например, появление провокационного видеоролика “Секс и выборы — только для взрослых”, в котором подчеркивается не столько значение выборов,

обращения: 20.06.2019). Однако известие о том, что подобный Роскомнадзору регулятор создается и в Великобритании, несколько снизил накал страстей (См.: *Фигуровский Н.* Фактчекинг бьет фейк-ньюс // *Культура.* 2019. № 15. С. 5).

²⁸ Опрос ВЦИОМ. “Фейк-ньюс”: масштаб проблемы. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9660> (дата обращения: 20.06.2019).

²⁹ См.: Федеральный закон от 01.05.2019 № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О связи” и Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”». URL: https://Consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323815/ (дата обращения: 20.06.2019).

³⁰ См.: РИА Новости. URL: <https://ria.ru/culture/20170309/1489636885.html> (дата обращения: 20.06.2019).

сколько эксклюзивность и статусная значимость данного процесса как индикатора взрослости. Видео быстро собрало большое количество просмотров и негативных комментариев от молодых людей, в которых высмеивалась идея ролика.

Достойной альтернативой выступают попытки повысить интерес к выборам со стороны исследовательских центров. Они предложили пользователям опробовать новые интерактивные и развлекательные технологии для проверки своих аналитических навыков и интуиции. Так, в феврале 2018 г. ФОМ представил свою новую разработку — предвыборную машину прогнозов³¹, с помощью которой каждый желающий мог спрогнозировать результаты президентских выборов 2018 г. Система предоставляла результаты социологических опросов и помогала сделать собственный прогноз итогов выборов. Аналогичный проект ВЦИОМ — “рынок электоральных прогнозов”³² носит еще более игровой характер, и даже предлагает призы в качестве поощрения. Задача участников — угадать, как будет изменяться поддержка кандидатов, покупать и продавать “акции”, увеличивая свой виртуальный капитал.

Интернет в процессе политической социализации молодежи: проблемы и перспективы

Завершая анализ роли интернета в политической социализации современной российской молодежи, необходимо отметить, что интеграция общественных инициатив — сосредоточение нужной и полезной информации для горизонтальной и вертикальной коммуникации по поводу проблем, решение которых лежит в сфере политики — глобальная и идеальная цель развития медиапространства в России. Интернет может быть площадкой развития гражданского общества только в случае, если пользователи сети в той же мере проявляют свою активную гражданскую позицию в реальной жизни.

Процесс медиатизации российской политики проявляется в фактическом перемещении политической жизни в символическое пространство СМИ. “Транслируемая СМИ политическая медиареальность нередко оказывается для граждан более интересной и привлекательной, чем реальность эмпирического политического опыта”³³. Среда коммуникации значительно опережает процесс

³¹ Машина предвыборных прогнозов ФОМ. URL: <http://mpp.fom.ru/> (дата обращения: 19.06.2019).

³² Проект ВЦИОМ “Рынок электоральных прогнозов”. URL: 2018.wciom.ru (дата обращения: 20.06.2019).

³³ Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник ИФиП УрО РАН. 2014. № 4. С. 67.

трансформации политических ориентаций и формирования политических установок у молодежи. Атомизация и хаотичность восприятия и усвоения политической информации молодыми людьми приводит к конфликту интерпретаций, что препятствует формированию определенной политической позиции молодежи и проявлению политической активности в реальной жизни. «Получив возможность проявлять свою активность через высказывания в Интернете, люди зачастую остаются в пределах виртуальной реальности, не проявляя желания, да и готовности к различным формам непосредственного политического участия и гражданской активности»³⁴.

Интерес молодежи к политическому контенту в сети носит эпизодический характер, что обусловлено отсутствием устойчивых политических ценностей и четкого представления «образа будущего» в политическом сознании значительной части молодых россиян. Низкая активность молодежи в сети в аспекте потребления и генерирования именно политической информации, выражения политической позиции отражает ее склонность «плыть по течению». В немалой степени это обусловлено особенностями доминирующей политической культуры в России: низким уровнем личных притязаний на политическое участие, конформизмом, неустойчивостью политических принципов, подданническим отношением к центрам реальной власти, нетерпимостью, абсентеизмом и правовым нигилизмом. «В политическом сознании молодых россиян отчетливо прослеживается установка на социально-психологический патернализм, обращенный к государственной власти. Данная установка причудливо сочетается с поведенческим прагматизмом и тенденцией негативизации политической реальности, в значительной мере подпитываемой информационной «повесткой дня» Рунета»³⁵. Вместе с тем, по данным исследований, «среди тех, кто убежден в наличии потенциала политической субъектности в сети Интернет, подавляющее большинство (83%) читает новости посредством социальных сетей, почти половина (47%) сами размещают новости»³⁶.

³⁴ Самсонова Т.Н. Роль Интернета в системе гражданского образования: достижения и проблемы // Образование в «3D»: доступность, диалог, динамика. Сб. тезисов / Ред. и сост. Е.В. Брызгалина, В.А. Прохода, П.Н. Костылев. М., 2016. С. 145.

³⁵ Самсонова Т.Н., Титов В.В. К вопросу о становлении национально-гражданской идентичности российской молодежи в условиях глобальных социокультурных трансформаций начала XXI века // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2017. № 3. С. 162.

³⁶ Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. Политическая субъектность пользователей социальных сетей в России: результаты всероссийского социологического исследования // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. История и политология. 2015. № 2. С. 85.

К позитивным тенденциям использования современных технологий массовой коммуникации в политической сфере можно отнести возрастание возможностей участия граждан страны в принятии политических решений. Предлагаемые властью интерактивные медиа-технологии могут способствовать формированию информированного и активного гражданина. Примерами успешного применения медиа-технологий в налаживании взаимодействия между государством и обществом могут служить программа “Электронное правительство”, сайт “ГосУслуги”, “Телемост”, прямые линии с Президентом РФ. Попытки создания электронного правительства позволяют говорить о тенденции к реализации совещательной демократии, так как делают возможным принятие решений на основе общественного обсуждения. В качестве примера успешного внедрения технологий чаще всего приводится московский проект электронных референдумов “Активный гражданин”. К сожалению, сервис используется преимущественно для решения бытовых вопросов и создает мнимое ощущение участия в политической жизни города.

Интернет, несомненно, создает широкие возможности взаимодействия с молодежью, привлечения ее внимания к политике и вовлечения в политическую жизнь страны. Так, по данным исследований, люди “в возрасте 25–44 года, имеющие высшее образование, наиболее позитивно оценивают потенциал политической субъектности в глобальной сети”³⁷. Однако существует и ряд угроз, которые могут негативно влиять на процесс политической социализации молодого поколения. Вместе с тем, нельзя не признать, что интернет-технологии сегодня становятся важнейшим инструментом политической коммуникации, одновременно являясь критерием демократичности политического процесса и залогом успешного развития институтов гражданского общества.

Заключение

Процесс политической социализации в современном российском обществе сопряжен с рядом проблем, обусловленных разными причинами, в том числе и рассогласованностью в воздействии, оказываемом ее институтами. А это затрудняет формирование у молодых людей гражданских качеств, необходимых для их успешной интеграции в социум, реализации своих целей и задач путем участия в общественно-политической жизни.

Немалый “вклад” в хаотизацию вносят средства массовой информации и коммуникации. Их значение в повседневной жизни

³⁷ Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. Указ. соч. С. 83.

граждан, прежде всего, молодого поколения, в последние десятилетия неуклонно возрастает. При этом несовершенства и проблемы, вызванные неоднозначным влиянием СМИ на политическую социализацию молодежи, становятся все заметнее. Социальная ответственность граждан и готовность пожертвовать собственными интересами, необходимые для постепенной трансформации современного российского общества, слабо выражены в системе ценностных ориентиров молодежи, среди которых доминируют (особенно в крупных городах) индивидуализм, стремление к самореализации и обогащению³⁸. Патриотическое воспитание, лежащее сегодня в основе формирования российской идентичности, не может в полной мере стать залогом высокого уровня социальной ответственности граждан.

Очевидно, что главной целью воздействия СМИ на молодежную аудиторию в ходе политической социализации призван стать рост ее политической компетентности, которая включает стабильный интерес к политической информации, привычку к анализу политических событий, стремление и умение защищать свою гражданскую позицию. Сегодня именно способность самостоятельно мыслить и принимать решения отличает ответственного активного гражданина, понимающего необходимость взаимной ответственности между государством и обществом. Задача состоит в том, чтобы умело использовать средства массовой информации и коммуникации для продвижения гражданских политических ценностей — патриотизма, политического активизма, ответственности за собственный политический выбор. Императив гражданственности следует рассматривать не просто «как атрибут политического сознания, а как целостный культурно-психологический конструкт, опирающийся на соответствующие ценности, смыслы и символы, способные консолидировать молодое поколение российских граждан... Такая «гражданская социализация онлайн» возможна лишь в условиях существования внятного социально-исторического «контента» российской идентичности, коллективного образа «мы» в историческом пространстве «прошлое — настоящее — будущее»³⁹.

Перспективы и ориентиры совершенствования процесса политической социализации неразрывно связаны с политикой

³⁸ См.: *Наумова Е.С.* Почему митингует молодежь? // Россия навсегда. URL: <http://rossiyanavsegda.ru/read/5149/> (дата обращения: 20.06.2019).

³⁹ *Самсонова Т.Н.* Интернет как среда формирования национально-гражданской идентичности российской молодежи: достижения и проблемы // *Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте. Коллективная монография / Под ред. Д.И. Кузнецова, В.В. Сергеева, Н.И. Алмазовой, Н.В. Никифоровой.* СПб., 2017. С. 81.

государства в отношении СМИ и СМК. В условиях неочевидной, с первого взгляда, политической ангажированности СМИ и угрозы манипулирования сознанием молодых граждан другие институты политической социализации (в первую очередь, семья и школа) призваны обеспечивать формирование критического подхода к анализу политической информации, представленной в СМИ. Контроль за качеством и достоверностью распространяемой информации, воспитание критического мышления и медиаграмотности — два основных механизма регуляции политической социализации и эффективных средств борьбы с манипулятивным воздействием СМИ. Именно средства массовой информации и коммуникации, делая обзор событий политической жизни и давая пищу для размышлений, имеют реальную возможность мобилизовать и вовлечь широкие слои населения, в том числе наиболее потенциально значимый — молодежь, в решение политических, экономических и социальных проблем российского общества.

При условии установления гармоничных и доверительных взаимоотношений молодежи с институтами политической социализации в системе “государство — СМИ — общество”, средства массовой информации могут способствовать формированию гражданской идентичности и успешной адаптации молодых россиян к общественно-политической среде посредством артикуляции и защиты их интересов. А это требует осуществления долгосрочной организационно-управленческой и прогностической деятельности по формированию установок, символов и ценностных оснований идентичности и моделей конвенционального политического поведения молодых российских граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

“Агора” зафиксировала усиление ограничения свободы интернета в России // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3874277>

Барова Е. Все под блоготом ходят. Как политики общаются с избирателями в соцсетях и что рассказывают о себе // Аргументы и факты. 2019. № 20. С. 8.

Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. Политическая субъектность пользователей социальных сетей в России: результаты всероссийского социологического исследования // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. История и политология. 2015. № 2. С. 80–87.

В Госдуме считают, что российским государственным деятелям, у которых есть аккаунты в социальных сетях, нужно вести их на английском языке // RT. URL: <https://russian.rt.com/russia/news/481100-socseti-angliiskii-strashilki-rossiya>

Добринская Д.Е. Киберпространство: территория современной жизни // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. № 1. С. 52–70.

Добринская Д.Е., Мартыненко Т.С. Перспективы российского информационного общества: уровни цифрового разрыва // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2019. № 1. С. 108–120.

Интерфакс: Дума приняла закон о новостных агрегаторах. URL: <http://www.interfax.ru/russia/512954>

Исследование ФАПН. Ближе к народу: топ-10 самых популярных политиков в соцсетях. URL: <https://polit.info/304227-blizhe-k-narodu-top-10-samyh-populyarnyh-politikov-v-socsetyah>

Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii-1/>

Камнев Д.Г. СМИ в процессе политической социализации молодежи в России: фокус на сравнительный анализ роли Интернета // PolitBook. 2013. № 4. С. 61–74.

Кульчицкая Д.Ю., Вартанов С.А., Дунас Д.В., Салихова Е.А. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп. 2019. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529>

Машина предвыборных прогнозов ФОМ. URL: <http://mpp.fom.ru/>

Медиа исследования. MediaScope. URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience>

Мониторинг активных пользователей соцсетей Brand Analytics. URL: <https://br-analytics.ru/statistics/author>

Москалькова предложила ввести в школах должность аналитика профилей учеников в соцсетях. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/6428713>

Наумова Е.С. Почему митингует молодежь? // Россия навсегда. URL: <http://rossiyanavsegda.ru/read/5149/>

Опрос ВЦИОМ. “Фейк-ньюс”: масштаб проблемы. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9660>

Павлютенкова М.Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2015. № 3. С. 71–81.

Пивоваров В.А. Основные тенденции в развитии политико-правового регулирования интернет-пространства России в 2018 г. // Власть. 2019. № 2. С. 83–87.

Политика. URL: <https://thequestion.ru/topic/25/politika>

Послание В.В. Путина к Федеральному Собранию от 01.03.2018. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/

Проект ВЦИОМ “Рынок электоральных прогнозов”. URL: <http://2018.wciom.ru>

Реутов Е.В., Тришина Т.В. Интернет-практики и информационные предпочтения населения // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 140–148.

РИА Новости. URL: <https://ria.ru/culture/20170309/1489636885.html>

Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник ИФиП УрО РАН. 2014. № 4. С. 65–74.

Рябченко Н.А., Малышева О.П., Гнедаш А.А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды // Политические исследования. 2019. № 2. С. 92–106.

Самсонова Т.Н. Роль Интернета в системе гражданского образования: достижения и проблемы // Образование в ”3D”: доступность, диалог, динамика. Сборник тезисов / Ред. и сост. Е.В. Брызгалина, В.А. Прохода, П.Н. Костылев. М., 2016. С. 145–146.

Самсонова Т.Н. Интернет как среда формирования национально-гражданской идентичности российской молодежи: достижения и проблемы // *Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте. Коллективная монография / Под ред. Д.И. Кузнецова, В.В. Сергеева, Н.И. Алмазовой, Н.В. Никифоровой.* СПб., 2017. С. 78–81.

Самсонова Т.Н. Политическая социализация российской молодежи в условиях трансформации // *Динамика социальной трансформации российского общества: региональные аспекты. Материалы V Тюменского международного социологического Форума.* Тюмень, 2017. С. 286–291.

Самсонова Т.Н., Титов В.В. К вопросу о становлении национально-гражданской идентичности российской молодежи в условиях глобальных социокультурных трансформаций начала XXI века // *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология.* 2017. № 3. С. 156–173.

СМИ в соцмедиа: 2018 год. Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/6455/>

Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Несвик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность (монография). М., 2017.

Соловей В.Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа // *Политические исследования.* 2017. № 5. С. 122–132.

Социологи рассказали о низком интересе молодежи в соцсетях к политике // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/06/2017/59304aea9a79474ab825cecb>

Статистика аудитории Telegram. URL: <https://telegram-region.com/statistika-auditorii-telegram-na-yanvar-2018/>

Telegram-каналы Россия. Telegram Analytics. URL: <https://tgstat.ru>

Федеральный закон от 18.03.2019 № 31-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”». URL: <https://garant.ru/hotlaw/federal/1263816/>

Федеральный закон от 01.05.2019 № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О связи” и Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”». URL: https://Consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323815/

Фигуровский Н. Фактчекинг бьет фейк-ньюс // *Культура.* 2019. № 15.

ФОМ: Патриотизм. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14222> (дата обращения: 21.06.2019).

Фролова О.А. Особенности политических технологий двух президентских кампаний Барака Обамы // *Общество: политика, экономика, право.* 2014. № 1. С. 32–36.

Хвыля-Олинтер Н.А. Интернет-фактор в ценностном развитии молодежи России // *Alma mater. Вестник высшей школы.* 2016. № 5. С. 104–109.

Шаповалова И.С. Влияние интернет-коммуникаций на поведение и интеллектуальное развитие молодежи // *Социологические исследования.* 2015. № 4. С. 148–151.

Шилов В.В. Роль Интернета в политической сфере социума. Ч. 1, 2 // *Власть.* 2018. Т. 26. № 9. С. 29–34; 2019. Т. 27. № 1. С. 75–82.

REFERENCES:

“Agora” zafiksirovala usilenie ogranicheniya svobody interneta v Rossii [“Agora” recorded increased restrictions on Internet freedom in Russia] // *Kommersant’.* URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3874277> (in Russian).

Barova E. Vse pod blogom hodyat. Kak politiki obshchayutsya s izbiratelyami v socsetyah i chto rasskazyvayut o sebe [All under the blog go. How do politicians communicate with voters on social networks and what they say about themselves] // *Argumenty i facti*. 2019. N 20. S. 8 (in Russian).

Brodovskaya Ye. V., Dombrovskaya A. Yu., Sinyakov A. V. Politicheskaya sub'ektnost' pol'zovatelej sotsial'nyh setej v Rossii: rezul'taty vserossiyskogo sotsiologicheskogo issledovaniya [Political subjectivity of social network users in Russia: results of nationwide sociological study] // *Vestnik MGGU im. M.A. Sholokhova. Istoriya i politologiya*. 2015. N 2. S. 80–87 (in Russian).

Dobrinskaya D.E. Kiberprostranstvo: territoriya sovremennoj zhizni [Cyberspace: the territory of modern life] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya*. 2018. N 1. S. 52–70 (in Russian).

Dobrinskaya D.E., Martynenko T.S. Perspektivy rossijskogo informacionnogo obshchestva i urovni cifrovogo razryva [Perspectives of the Russian information society: digital divide levels] // *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sociologiya*. 2019. N 1. S. 108–120 (in Russian).

Federal'nyj zakon ot 18.03.2019 N 31-FZ «O vnesenii izmenenij v stat'yu 15.3 Federal'nogo zakona “Ob informacii, informacionnyh tehnologiyah i o zashchite informacii”» [Federal Law of 18.03.2019 N 31-ФЗ «On Amendments to Article 15.3 of the Federal Law “On Information, Information Technologies and on Protection of Information”»]. URL: <https://garant.ru/hotlaw/federal/1263816/> (in Russian).

Federal'nyj zakon ot 01.05.2019 N 90-FZ «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon “O svyazi” i Federal'nyj zakon “Ob informacii, informacionnyh tehnologiyah i o zashchite informacii”» [The Federal Law of 01.05.2019. N 90-ФЗ «On Amendments to the Federal Law “On Communications” and the Federal Law “On information, information technologies and information protection”»]. URL: https://Consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323815/ (in Russian).

Figurovskij N. Faktcheking b'et fejk-n'yus [Factchecking beats fake news] // *Kul'tura*. 2019. N 15. S. 5 (in Russian).

Frolova O.A. Osobennosti politicheskikh tehnologij dvuh prezidentskih kampanij Baraka Obamy [Features of political technologies of Barack Obama's two presidential campaigns] // *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*. 2014. N 1. S. 32–36 (in Russian).

FOM. Patriotism [Patriotism]. URL: <https://fom.ru/Tsennosti/14222> (in Russian).

Interfaks: Duma prinyala zakon o novostnyh agregatorah [Interfax: The Duma passed a law on news aggregators]. URL: <http://www.interfax.ru/russia/512954> (in Russian).

Issledovanie GfK: Proniknovenie Interneta v Rossii [GfK research: Internet penetration in Russia]. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii-1/> (in Russian).

Issledovanie FAPN. Blizhe k narodu: top-10 samyh populyarnyh politikov v socsetyah [PAP investigation. Closer to the people: top 10 most popular politicians in social networks]. URL: <https://polit.info/304227-blizhe-k-narodu-top-10-samyh-populyarnyh-politikov-v-socsetyah> (in Russian).

Hvylya-Olinter N.A. Internet — faktor v tsennostnom razvitii molodezhi Rossii [Internet factor in the value development of Russian youth] // *Alma mater. Vestnik vysshej shkoly*. 2016. N 5. S. 104–109 (in Russian).

Kamnev D.G. SMI v processe politicheskoy socializacii molodezhi v Rossii: fokus na sravnitel'nyj analiz roli Interneta [Mass media in the process of political

- socialization of youth in Russia: focus on comparative analysis of the role of the Internet] // PolitBook. 2013. N 4. S. 61–74 (in Russian).
- Kulchitskaya D. Yu., Vartanov S. A., Dunas D. V., Salihova E. A.* i dr. Mediapotreblenie molodezhi: specifika metodologii issledovaniya [Youth media consumption: specific methodology of the study] // Mediaskop. 2019. Vyp. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529> (in Russian).
- Mashina predvybornyh prognozov FOM [POF election forecasting machine]. URL: <http://mpp.fom.ru/> (in Russian).
- Media issledovaniya. MediaScope [Media research. MediaScope]. URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience> (in Russian).
- Monitoring aktivnyh pol'zovatelej soczsetej Brand Analytics [Monitoring of active users of social networks Brand Analytics]. URL: <https://br-analytics.ru/statistics/author> (in Russian).
- Moskal'kova predlozhila vvesti v shkoly dolzhnost' analytika prifilej uchenikov v socsetyah [Moskalkova offered to introduce the position of analyst student profiles in social networks in schools]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6428713> (in Russian).
- Naumova E. S.* Pochemu mitinguet molodyozh'? [Why rally youth?] // Rossiya navsegda. URL: <http://rossiyanavsegda.ru/read/5149/> (in Russian).
- Opros VCIOM: "Fejk-n'yus": masshtab problem [VTsIOM survey: "Fake News": the scale of the problem]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9660> (in Russian).
- Osipova N. G., Elishev S. O., Pronchev G. B., Monakhov D. N.* Social and Political Processes, Socialization Institutions and Youth Policy Subjects of Modern Russia // Journal of Advanced Research in Law and Economics. 2017. Vol. 8. N 2. S. 545–558.
- Pavlyutenkova M. Yu.* Rol' i mesto social'nyh setej v publichnoy politike [The role and place of social networks in public policy] // Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya. 2015. N 3. S. 71–81 (in Russian).
- Pivovarov V. A.* Osnovnye tendencii v razvitii politico-pravovogo regulirovaniya internet-prostranstva Rossii v 2018 g. [The main trends in the development of political and legal regulation of the Internet space of Russia in 2018] // Vlast'. 2019. N 2. S. 83–87 (in Russian).
- Politika [Politics]. URL: <https://thequestion.ru/topic/25/politika> (in Russian).
- Poslanie V. V. Putina k Federal'nomu Sobraniyu ot 01.03.2018 [Message V. V. Putin to the Federal Assembly on 03/01/2018]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291976/ (in Russian).
- Proekt VCIOM "Ry'nok e'lektoral'ny' h prognozov" [Project VTsIOM "Market electoral forecasts"]. URL: <http://2018.wciom.ru> (in Russian).
- Reutov E. V., Trishina T. V.* Internet-praktiki i informacionnye predpochteniya naseleniya [Internet practices and information preferences of the population] // Sociologicheskie issledovaniya. 2015. N 4. S. 140–148 (in Russian).
- RIA Novosti [RIA News]. URL: <https://ria.ru/culture/20170309/1489636885.html> (in Russian).
- Rusakova O. F., Gribovod E. G.* Politicheskij mediadiskurs i mediatizaciya politiki kak koncepty' politicheskoy kommunikativistiki [Political media discourse and mediatization of politics as concepts of political communication studies] // Nauchnyj ezhegodnik IFiP UrO RAN. 2014. N 4. C. 65–74 (in Russian).
- Ryabchenko N. A., Maly'sheva O. P., Gnedash A. A.* Upravlenie politicheskim kontentom v social'nyh setyah v period predvybornoj kampanii v epohu postpravdy [Managing political content in social networks during the election campaign in the post-truth era] // Politicheskije issledovaniya. 2019. N 2. S. 92–106 (in Russian).

Samsonova T.N. Rol' Interneta v sisteme grazhdanskogo obrazovaniya: dostizheniya i problemy [The role of the Internet in civic education: achievements and challenges] // *Obrazovanie v "3D": dostupnost', dialog, dinamika. Sbornik tezisov / Red. i sost. E.V. Bryzgalina, V.A. Prohoda, P.N. Kostylev. M., 2016. S. 145–146 (in Russian).*

Samsonova T.N. Internet kak sreda formirovaniya nacional'no-grazhdanskoj identichnosti rossijskoj molodezhi: dostizheniya i problemy [The Internet as an environment for the formation of the national-civic identity of Russian youth: achievements and problems] // *Kontury budushchego: tehnologii i innovacii v kul'turnom kontekste: Kollektivnaya monografiya / Pod red. D.I. Kuznetsova, V.V. Sergeeva, N.I. Almazovojj, N.V. Nikifirovoj. SPb., 2017. S. 78–81 (in Russian).*

Samsonova T.N. Politicheskaya socializatsiya rossijskoj molodezhi v usloviyah transformation [Political socialization of Russian youth in the conditions of transformation] // *Dinamika social'noj transformation rossijskogo obshchestva: regional'nye aspekty. Materialy Vth Tumenskogo mezhdunarodnogo sociologicheskogo Forumu. Tumen': Tumenskij gosudarstvennyj universitet, 2017. C. 286–291 (in Russian).*

Samsonova T.N., Titov V.V. K voprosu o stanovlenii nacional'no-grazhdanskoj identichnosti rossijskoj molodezhi v usloviyah global'nyh sociokul'turnyh transformacij nachala XXI veka [On the question of the formation of national-civil identity of Russian youth in the global socio-cultural transformations at the early XXIst century] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2017. N 3. S. 156–173 (in Russian).*

Shapovalova I.S. Vliyanie internet-kommunikacij na povedeniye i intellektual'noye razvitie molodezhi [The impact of Internet communications on the behavior and intellectual development of young people] // *Sociologicheskiye issledovaniya. 2015. N 4. S. 148–151 (in Russian).*

Shilov V.V. Rol' Interneta v politicheskoy sfere sociuma [The role of the Internet in the political sphere of society]. Article 2 // *Vlast'. 2019. N 1. S. 75–82 (in Russian).*

SMI v socmedia: 2018 god. Medialogiya [Media in social media: 2018 Medialogia]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/6455/> (in Russian).

Sociologi rasskazali o nizkom interese molodezhi v socsetyah k politike [Sociologists talked about the low interest of young people in social networks to politics] // RBK. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/06/2017/59304aea9a79474ab825cecb> (in Russian).

Soldatova G.U. Rasskazova Ye.I., Nestik T.A. Tsifrovoye pokoleniye Rossii: kompetentnos' i bezopasnost' (monografiya). [The digital generation of Russia: competence and security (monograph)]. M., 2017 (in Russian).

Solovej V.D. Tsifrovaya mifologiya i izbiratel'naya kompaniya Donalda Trampa [Digital mythology and election campaign of Donald Trump] // *Politicheskie issledovaniya. 2017. N 5. S. 122–132 (in Russian).*

Statistika auditorii Telegram [Telegram audience statistics]. URL: <https://telegram-region.com/statistika-auditorii-telegram-na-yanvar-2018/> (in Russian).

Telegram-kanaly Rossiya. Telegram Analytics [Telegram channels Russia. Telegram Analytics]. URL: <https://tgstat.ru> (in Russian).

V Gosdume schitayut, chto rossijskim gosudarstvennym deyatelyam, u kotoryh est' akkaunty v social'nyh setyah, nuzhno vesti ih na anglijskom yazike [The State Duma believes that Russian statesmen who have accounts in social networks need to be kept in English // RT. URL: <https://russian.rt.com/russia/news/481100-socseti-angliiskii-strashilki-rossiya> (in Russian).