СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Казаков Александр Александрович, доктор политических наук, профессор кафедры политических наук, юридический факультет Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского, Саратов, Россия; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

Вилков Александр Алексеевич, доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой политических наук, юридический факультет Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского, Саратов, Россия; e-mail: vil57@yandex.ru

Шестов Николай Игоревич, доктор политических наук, профессор кафедры политических наук, юридический факультет Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского, Саратов, Россия; e-mail: nikshestov@mail.ru

ПОТРЕБЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖЬЮ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ УСТАНОВОК И ПРЕДПОЧТЕНИЙ[1]

В современной науке активно изучаются самые различные аспекты медиапотребления «цифрового» поколения. Однако до сих пор недостаточно работ, в которых анализировалась бы взаимосвязь между типичными для молодых людей медиапрактиками и присущими им политическими идеями, ценностями, установками. Данная статья ориентирована на то, чтобы частично восполнить этот пробел, а именно – выявить связь между тем, из каких типов СМИ и видов медиа молодые россияне получают информацию о происходящем, и тем, как они относятся к политике, какие идеологии разделяют и каким видят будущее своей страны. Эмпирической базой проведенного исследования стали результаты онлайн-анкетирования более пятисот молодых людей (от 14 до 35 лет), проживающих в Саратовской области, и трех фокус-групповых интервью, в которых приняли участие 36 человек. Многие молодые люди не доверяют тем источникам, из которых получают информацию, при этом отношение к идеологиям и различным вариантам политического устройства России в будущем различается у использующих разные источники информации респондентов.

Ключевые слова: *медиапрактика, медиапотребление, молодежь, политические предпочтения, массмедиа, Саратовская область.*

Alexander A. Kazakov, Doctor of Political Science, Professor at the Chair of Political Science, Law Faculty, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

Alexander A. Vilkov, Doctor of Political Science, Professor, Head of the Chair of Political Science, Law Faculty, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia; e-mail: vil57@yandex.ru

Nikolai I. Shestov, Doctor of Political Science, Professor at the Chair of Political Science, Law Faculty, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia; e-mail: nikshestov@mail.ru

SOCIO-POLITICAL SEGMENT OF MEDIA CONSUMPTION OF MODERN YOUTH LIVING IN THE SARATOV REGION AS A FACTOR IN THE FORMATION OF POLITICAL ATTITUDES AND PREFERENCES

Within contemporary scholarship, various aspects of media consumption of the "digital" generation are actively studied. However, there is still not enough research on the relationship between young people's typical media practices and their inherent political ideas, values, and attitudes. This article is aimed at partially filling this gap by revealing a connection between the kinds of mass media and media sources young Russians use to get information about everything that is going on, on the one hand, and what they feel about politics, which ideologies they share and how they see their country's future, on the other. The empirical data of the study contain the results of an online survey of more than five hundred young people (from 14 to 35 years old) living in the Saratov region, and three focus group interviews in which 36 people took part. Some of the results obtained are brought into correlation with the conclusions made by Russian Public Opinion Research Center and Public Opinion Foundation specialists. Among other things, it is confirmed that many young people do not trust the sources from which they receive information. It is also found that the attitude of respondents to ideologies and various options for future political structure of Russia depends on the source of information they use.

Key words: *media practice, media consumption, youth, political preferences, mass media, Saratov region.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2022.334

Введение

Динамичное изменение информационной среды требует научного осмысления не только само по себе, но и в контексте тех социальных и политических эффектов, которые оно за собой влечет. Каждую секунду в мире впервые выходят в Интернет одиннадцать

человек. В день, таким образом, число пользователей Сети увеличивается примерно на миллион[2]. В России ситуация в этом смысле мало чем отличается от мировой: по данным исследовательской компании *Mediascope*, в сентябре 2021 г. уровень проникновения Интернета составляет порядка 81,9%, при этом среди молодежи данный показатель превышает 90%[3].

Очевидно, что столь стремительная трансформация информационного пространства имеет косвенные последствия, среди прочего проявляющиеся в изменении параметров функционирования политической системы. С одной стороны, мир становится более открытым: многообразие информационных ресурсов и возможность фактически для любого человека стать автором медиасообщения приводят к тому, что утаить что-либо от общества в нынешних условиях становится очень сложно. С другой стороны, стремительное увеличение числа пользователей Сети неизбежно ведет и к экспоненциальному росту объема производимой ими информации[4]. При этом ее качество отнюдь не повышается. Скорее, даже наоборот: в информационное пространство все чаще попадают не соответствующие действительности данные и намеренно сфабрикованные факты. Не случайно, на наш взгляд, словами года не так давно были признаны «фейк» и «постправда»[5].

Между тем большинство людей формирует свои представления о политике, в значительной мере опираясь на то, как это преподносится в медиапространстве – традиционными СМИ, новыми медиа, блогерами и т. д. Однако если у зрелого человека есть собственный жизненный опыт, позволяющий ему самостоятельно оценивать те или иные события и процессы, то у молодых людей подобного опыта мало, и потому к потребляемой информации они, как правило, относятся менее критично.

В этом смысле анализ присущих молодежи особенностей медиапотребления приобретает осязаемую практическую значимость. Исследование типичных для молодых людей медиапрактик дает возможность лучше понять специфику их восприятия политики и отношения к ней. К тому же, как совершенно справедливо отмечают ученые (Кульчицкая, Филаткина, 2021; Дунас, Вартанов, Кульчицкая, Салихова и др., 2019), молодежь во многом задает процессы, которые имеют все шансы стать доминирующими уже в обозримом будущем. Причем как в сфере медиаиндустрии, так и в мире политики. Иными словами, анализ данной проблематики несет в себе определенный прогностический потенциал.

Заметим, что в контексте настоящего исследования вслед за В. П. Коломийцем под медиапотреблением мы будем понимать «социальную практику использования коммуникационных средств (медиа) для получения и освоения символического содержания и осуществления социальных связей и взаимодействий» (2010: 61). При этом в центре нашего внимания будет находиться не весь комплекс связанных с этим процессов потребления информации, а лишь те его аспекты, которые непосредственно затрагивают социально-политическую проблематику.

Обзор литературы

Различные аспекты медиапотребления молодых людей активно изучаются российскими и зарубежными исследователями. Учитывая специфику политической культуры граждан нашей страны, а также особенности политического режима России, акцент в обзоре имеющейся по данной проблематике литературы считаем необходимым сделать именно на анализе трудов отечественных специалистов. Вне всякого сомнения, иностранные ученые вносят серьезный вклад в разработку теоретических и прикладных аспектов анализа медиапрактик молодежи (Couldry, Hepp, 2016; Courtois, Mechant, Paulussen, De Marez, 2011; Hepp, 2016; Lunt, Livingstone, 2016). Однако вполне естественно, что в первую очередь их интересуют граждане собственных стран. Российская же молодежь, по нашему мнению, находится в весьма специфических социально-политических и информационных условиях, которые обязательно нужно принимать во внимание, на чем, собственно, и делают акцент отечественные исследователи.

Чаще всего в центре внимания ученых оказываются либо школьники (Аникина, 2017; Образцова, 2014; Давлетшина, 2021; Фролова, Образцова, 2017), либо студенты вузов (Вьюгина, 2018; Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Остальная часть молодежи (в общепринятом ее понимании – до 35 лет) становится объектом изучения значительно реже или же упоминается в контексте всего населения страны (Щепилова, 2014; Полуэхтова, 2018).

В силу того, что в России тон в исследовании практик медиапотребления молодых людей задают преподаватели и научные сотрудники факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, объектом их исследований зачастую становятся жители столицы (Дунас, Толоконникова, Черевко 2018; Толоконникова,

Черевко, 2016; Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Провинциальная же молодежь, по нашим наблюдениям, изучается реже. При этом в большинстве случаев проводится сравнительный анализ практик медиапотребления людей, проживающих в городах-миллионниках (Кульчицкая, Филаткина, 2021; Аникина, 2017; Боровлев, 2017) либо в более мелких населенных пунктах (Образцова, 2014).

Значительная доля исследований посвящена анализу мотивационных факторов медиапотребления (Полуэхтова, 2018; Дунас, Вартанов, Кульчицкая, 2019; Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Ученые активно сопоставляют различные факторы, которые побуждают молодых людей использовать медиаресурсы (Vartanova, 2019; Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017; Courdry, Hepp, 2016). При этом все отчетливее звучит мысль о том, что юноши и девушки обращаются к медиаресурсам в большей мере для социализации и самоактуализации, нежели для развлечения или получения информации (Дунас, Вартанов, Кульчицкая, Салихова, 2020; Дунас, Вартанов, Кульчицкая, Салихова, 2019).

Время от времени отдельно анализируются различные аспекты новостного и социально-политического медиапотребления молодежи: исследуются основные тренды (Зеленцов, 2019) и модели монетизации новостного контента (Черевко, 2018), выявляется специфика информационного контента в Рунете (Зеленцов, 2022), обобщаются современные представления о новости, выделяются особенности новостного потребления, получения и фильтрации новостного потока (Черевко, 2017).

Нужно отметить, что Интернет более не рассматривается исключительно как набор технологий. Скорее он превратился в среду обитания, органическую часть повседневной жизни молодого поколения (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 18). Как результат, потребности, которые ранее удовлетворялись лишь в офлайне, теперь можно удовлетворить напрямую – посредством общения в Сети (Sundar, Limperos, 2013).

В отдельных случаях рассматриваются теоретические нюансы распространенных среди молодежи медиапрактик (Дунас, Вартанов, Кульчицкая, Салихова, 2019; Комарова, 2018). Чаще всего в данном контексте оценивается потенциал теории использования и удовлетворения (*uses and gratification theory*) (Papacharissi, 2009; Ruggiero, 2000; Вартанова, 2014). Однако в общем корпусе научных трудов данный сегмент публикаций занимает далеко не самое

важное место. В этом плане можно согласиться с авторами, полагающими, что теоретическое осмысление медиапрактик современной российской молодежи не может быть отнесено к числу приоритетных направлений отечественных медиаисследований (Макеенко, 2017; Vartanova, 2019).

Периодически (но не так часто, как того требуют постоянные изменения медиареальности и предпринимаемые попытки их научного осмысления) проводятся обзорные исследования. В частности, за последние несколько лет были описаны наиболее распространенные в зарубежных медиаисследованиях парадигмы (Дунас, 2017), проанализировано развитие теорий медиа в российских научных журналах (Макеенко, 2017) и осуществлена систематизация научных публикаций о медиапотреблении молодых людей в Аргентине, Бразилии, Мексике и Испании (Филаткина, Давлетшина, 2019).

Наконец, на периферии внимания ученых находятся и вопросы методологического обеспечения исследований медиапотребления молодежи (Кульчицкая, Вартанов, Дунас, Салихова, 2019; Федоров, 2013). Можно сказать, что здесь преобладает позиция, согласно которой для анализа медиапрактик целесообразно сочетать использование разнообразных количественных и качественных методов исследования. Однако, по нашим наблюдениям, в подавляющем большинстве случаев используются только методы анкетирования и/или интервью (глубинных или стандартизированных).

Отдельно необходимо отметить работы, авторы которых концентрируют свое внимание на специфике мотивации и формах политического участия российской молодежи в условиях нарастающего расширения возможностей интернет-пространства (Бродовская, Хуанг, 2019; Дринова, Морозов, Панкратов, 2021; Игнатовский, 2021; Негров, 2021; Пырма, 2019; Титов, 2020; Шентякова, Гришин, 2021). Исследуются особенности «цифрового поколения», характеристики социальных сетей как пространства интернет-коммуникаций, специфика онлайн-мобилизации и политического участия молодых людей. Данный ракурс действительно очень важен с учетом того, что настроения современной молодежи в значительной степени формируются именно в этой среде и во многом определяют потенциал и возможности ее реального участия в различных протестных акциях. В частности, этому посвящена работа П. Б. Салина, который делает акцент на методах борьбы с деструктивными направлениями политического участия молодого поколения (2018),

а также статья коллектива авторов, раскрывающая социально-психологические факторы политического поведения российской молодежи (Леньков, Колосова, Ковалева, 2021).

Вообще, анализ относительно недавно опубликованных работ в этой области убеждает нас в том, что изучение особенностей политической культуры и участия современной молодежи продолжает осуществляться преимущественно в ракурсе исследования ее протестного потенциала (Панкратова, 2021; Попова, Лагутин, 2019; Титов, 2020; Титов, Самохвалов, 2020; Чеботарева, Мрочко, Пирогова, 2019). На наш взгляд, это вполне объяснимо, если учесть социальные риски последствий несанкционированного участия российской молодежи в политических акциях. В своей совокупности эти труды дают представление о тех изменениях, которые произошли с протестными политическими настроениями и установками молодежи в последние годы. Во многом именно поэтому важнейшее значение имеют регулярные социологические замеры протестных настроений, осуществляемые на общероссийском уровне и в конкретных регионах (Зубок, Чупров, 2020; Ковтун, 2019).

Весьма актуальны также исследования, посвященные специфике политического участия молодежи в условиях неопределенности (Лаврикова, 2021; Риэккинен, 2017; Руденкин, Порозов, 2018; Хагуров, Остапенко, 2019). Их авторы акцент делают на мотивации активности представителей российской молодежи в современных условиях, на их социальных и политических настроениях, на динамике мировоззренческих установок, на причинах, организационных формах и особенностях их политической деятельности.

Зарубежному опыту анализа протестной активности российской молодежи посвящена статья М. С. Грачевой. Автор делает вывод о том, что «большинство ученых связывают социально-политическую активность молодежи в первую очередь с теми ценностными ориентирами, которыми руководствуется молодое поколение в своем стремлении изменить мир и общество, что отразилось как в контркультурном искусстве, так и в развитии массовых протестных движений» (2016: 140).

Подводя итог, стоит признать, что, несмотря на весьма активный интерес академического сообщества к изучению социально-политической составляющей медиапрактик молодежи, отдельные связанные с этим сюжеты до сих пор не получили должного внимания. Кроме упомянутых выше теоретико-методологических аспектов,

к их числу может быть отнесен и вопрос о влиянии информационных привычек и предпочтений молодых людей на характер и содержание их политических взглядов. В этом смысле цель данной статьи мы видим в том, чтобы проследить вероятную зависимость между предпочитаемыми молодежью источниками информации о происходящем и ее отношением к политике, ее идеологическими пристрастиями и представлениями об оптимальном будущем развитии своей страны.

Материалы и методы

Эмпирическую базу нашего исследования составили результаты онлайн-анкетирования и фокус-групповых интервью. С 1 по 15 ноября 2021 г. были опрошены 530 жителей Саратовской области в возрасте от 14 до 35 лет. Онлайн-анкета включала в себя 24 вопроса, среди которых были 3 закрытых, 2 открытых и 17 полузакрытых; еще 2 вопроса предполагали необходимость оценки по пятибалльной шкале (от 0 до 5) уровня своего доверия различным источникам информации и правильности развития различных сфер общественной и государственной жизни в современной России. Итоговую выборку составили 519 анкет: одиннадцать анкет не были отобраны для анализа в силу того, что респонденты ответили не на все вопросы или же на открытые вопросы давали ответы, не имеющие отношения к сути опроса.

Среди опрошенных оказалось 63,8% женщин и 36,2% мужчин. 69,7% из них проживают в Саратове, 23,1% – в районных центрах Саратовской области, 7,2% – в сельской местности. По возрастному критерию респонденты распределились так: от 14 до 17 лет – 16,2%; от 18 до 25 лет – 69%; от 26 до 30 лет – 5,2%; от 31 до 35 лет – 9,6%.

После количественной обработки результатов онлайн-анкетирования появилась потребность в уточнении и конкретизации отдельных моментов. Для этого с 20 по 30 ноября 2021 г. были организованы и проведены три фокус-группы, участниками которых в общей сложности стали 36 молодых людей. Формируя состав участников фокус-групповых интервью, мы также ориентировались на половозрастные характеристики проживающей в Саратовской области молодежи. На фокус-группах респондентам задавались вопросы о причинах и мотивах использования ими отдельных информационных источников, а также о том, какие смыслы они вкладывают в отдельные связанные с массмедиа и полити-

кой понятия. Отдельно уточнялись причины, по которым молодые люди являются сторонниками или противниками определенных сценариев развития России.

Полагаем, что в целом проведенное таким образом исследование дало нам возможность выявить общие особенности медиапотребления саратовской молодежи в контексте ее отношения к политике. Более того, учитывая тот факт, что по своим демографическим, социально-экономическим и политическим характеристикам Саратовская область считается типичной российской провинцией, можно говорить о том, что характеристики, присущие проживающей в ней молодежи, могут быть характерны для основной массы молодых людей большинства других регионов страны.

Результаты

Один из первых вопросов онлайн-анкеты был ориентирован на выяснение отношения респондентов к политике. В контексте настоящего исследования данная информация является принципиально важной.

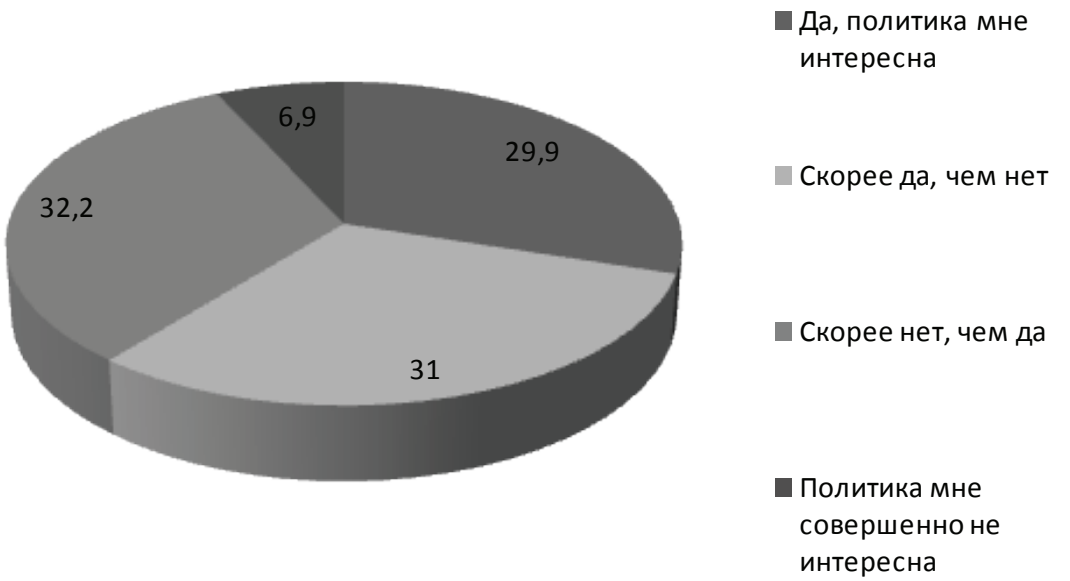


Рисунок 1. Уровень интереса молодежи к политике (%, ответы на вопрос «Интересуетесь ли Вы политикой?»)

Как видим на рисунке 1, вопреки распространенному мнению об аполитичности современной молодежи, большая часть респондентов (чуть менее двух третей) в той или иной степени политикой

интересуются. Нужно заметить, что косвенно это подтверждается и результатами опроса ВЦИОМа. Аналогичный вопрос специалистами Центра не задавался, однако весьма показательными в этом плане мы считаем ответы на вопрос о том, что именно вызывает наибольший интерес у аудитории социальных сетей и мессенджеров. Новости о событиях в стране и мире и, собственно, политика привлекают внимание 49% и 42% опрошенных соответственно[6]. С учетом того, что опрашивались активные пользователи «новых» медиа, можно предположить, что большая их часть – это молодые люди.

Принципиально важное значение для нашего исследования имел вопрос об используемых молодежью источниках информации (см. рис. 2).

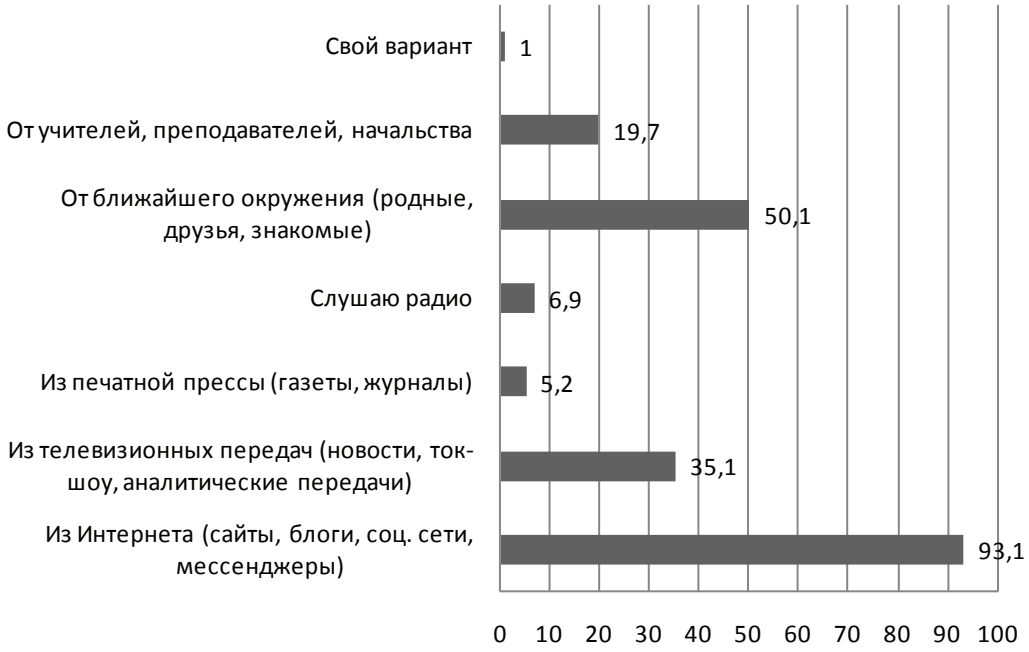


Рисунок 2. Источники информации о происходящих в стране событиях (%, ответы на вопрос «Откуда Вы чаще всего узнаете о происходящих в стране событиях?»; можно было отметить не более трех вариантов ответа)

Самым популярным источником информации вполне ожидаемо оказался Интернет (с отрывом от следующего по востребованности ресурса в 43%!). Причем на втором месте оказалось вовсе не телевидение, а ближайшее окружение. Показательно, что такие традиционные средства массовой информации, как радио и печатная пресса, уступили в популярности даже «учителям, преподавателям и начальству». При этом нужно признать, что радио и печатная пресса попадают в один доверительный интервал и потому, что с точки зрения статистики уровень их востребованности идентичен.

Важно также, что уровень востребованности Интернета по результатам нашего опроса практически совпал с упомянутыми выше данными *Mediascope* о глубине проникновения Сети в повседневную жизнь молодых людей. Вкупе с результатами обсуждения этого момента в ходе фокус-групповых интервью данное обстоятельство дает нам основание утверждать, что тренд на увеличение роли Интернета в жизни молодежи сохранится и в дальнейшем. В первую очередь «всемирная паутина» привлекает пользователей своим удобством, доступностью («смартфон всегда под рукой») и оперативностью обновления информации. Отдельные участники фокус-групп отмечали также, что в Интернете государству сложнее контролировать транслируемый контент.

Весьма любопытными оказались также результаты соотнесения уровня интереса человека к политике с предпочитаемыми им источниками информации о происходящем в стране и мире (см. рис. 3).



Рисунок 3. Предпочитаемые респондентами источники информации в контексте уровня их интереса к политике (%)

С поправкой на низкую статистическую надежность распределения показателей в отношении радио и печатной прессы можно предположить, что Интернет и газеты чуть более популярны среди тех, кто политикой интересуется, а ближайшее окружение и радио – среди тех, кто к ней относительно равнодушен. Полагаем, что это может быть связано с феноменом фонового медиапотребления.

Те, кому политика интересна, прилагают целенаправленные усилия к тому, чтобы узнать, что происходит. Для этого они мониторят новостные ленты в Сети, заходят на тематические сайты и могут даже время от времени читать общественно-политические газеты и журналы. Равнодушная же к политике молодежь чаще узнает о происходящем по радио и от ближайшего окружения, но при этом делает это не намеренно, а, скорее, случайно – становясь пассивным слушателем или свидетелем чужих обсуждений.

Данное предположение было подтверждено в ходе проведения фокус-групповых интервью. Когда мы просили обосновать причины, по которым не интересующиеся политикой молодые люди слушают радио, многие говорили о том, что зачастую делают это «вынужденно»: например, находясь в транспорте, в парикмахерской и прочих замкнутых пространствах. То же самое касается и варианта «ближайшее окружение»: респонденты отмечали, что нередко слышат разговоры родителей о политике, реплики друзей и знакомых, а также рассуждения и комментарии вузовских преподавателей.

Помимо разнообразия видов используемых источников, нас интересовало, насколько респонденты доверяют каждому из них. При этом некоторые из указанных в предыдущем вопросе источников решено было разбить на два подвида – лояльно и оппозиционно настроенные по отношению к действующей российской власти. Варианты «ближайшее окружение» и «учителя, преподаватели, начальство», напротив, были объединены в вариант «мнение окружающих меня людей». Плюс были добавлены такие опции, как «зарубежная пресса», «анонимные телеграм-каналы», а также «блоги оппозиционеров» и «блоги лояльно настроенных к власти авторов».

Уровень доверия к каждому из источников респондентам было предложено оценить от 0 до 5 баллов, где 0 означал «не использую этот источник», 1 – «абсолютно не доверяю», а 5 – «полностью доверяю».

Таблица 1

Уровень доверия к источникам информации (%, ответы на вопрос «Каков уровень Вашего доверия к следующим источникам информации?»)

Источник информации	0	1	2	3	4	5
Федеральные телеканалы (Первый, Россия, НТВ)	32	**20,6**	12,7	14,5	12,1	**8,1**
Оппозиционные телеканалы (Дождь[7], «русские службы» зарубежных телеканалов)	38,7	**14,4**	14,2	16,7	10,9	**5,1**
Блоги лояльно настроенных к власти авторов	35,8	**20**	15	18,9	6,4	**3,9**
Блоги оппозиционеров	34,9	**17**	16,4	17,4	10	**4,3**
Провластные сайты	45,2	**19,7**	14	12,9	5,3	**2,9**
Оппозиционные сайты	40	**19**	14,6	15,1	8,4	**2,9**
Анонимные телеграм-каналы	48,6	**14,6**	14	10,9	7,4	**4,5**
Лояльная к власти пресса	41,7	**23,7**	14,6	12,4	4,9	**2,7**
Оппозиционно настроенная пресса	41,9	**17,7**	16,8	14,6	6,1	**2,9**
Зарубежная пресса	38,4	**19,4**	14,8	14,6	8,5	**4,3**
Прогосударственные радиостанции	55	**16,9**	11,8	10,5	3,1	**2,7**
Оппозиционные радиостанции	49,6	**16,4**	12,9	13,2	5	**2,9**
Мнение окружающих меня людей	22,1	**24**	16,9	21	11,2	**4,8**

Наиболее показательными в данном случае мы считаем «полярные» оценки (в таблице 1 они выделены полужирным шрифтом). Сразу же бросается в глаза, что буквально по каждому из источников уровень «абсолютного недоверия» в разы превышает «полное доверие». О чем это может говорить? На наш взгляд, прежде всего о том, что молодежь в значительной степени разочарована качеством получаемого контента. Судя по всему, ей не раз приходилось сталкиваться с непроверенной или просто не соответствующей действительности информацией, отсюда – столь высокий уровень недоверия ресурсам, которые эту информацию транслируют.

В тройке антилидеров – мнение окружения (24%), лояльная к власти пресса (23,7%) и федеральные телеканалы (20,6%). Для выявления причин низкого уровня доверия респондентов к окружа-

ющим их людям в ходе фокус-групповых интервью среди прочего был задан вопрос и об этом. Выяснилось, что, например, мнению родителей (и – реже – преподавателей) зачастую не доверяют, так как считают, что они «руководствуются устаревшими подходами и шаблонами», «не учитывают новые реалии», «застряли в прошлом». Позиции же сверстников могут не вызывать доверия потому, что, по мнению опрошенных, те сами не всегда хорошо разбираются в происходящем и потому могут высказывать ошибочные мнения.

Крайне любопытно, что в числе лидеров доверия оказались все те же федеральные телеканалы (8,1%) и «мнение окружающих меня людей» (4,8%), а также оппозиционные телеканалы (5,1%). Налицо определенный раскол в отношении молодежи к первым двум из упомянутых источников: кто-то им «полностью доверяет», а кто-то «абсолютно не доверяет». И это при том, что и телевидение в целом, и мнение окружения входят в число лидеров по востребованности среди молодой аудитории. Иными словами, многих не останавливает от использования, например, телевидения тот факт, что они ему не доверяют.

Нужно заметить, что примерно та же картина наблюдается и в результатах опросов, проводившихся в январе 2021 г. Фондом «Общественное мнение». Вопросов про недоверие там не было, однако на вопрос «Есть ли источники информации, которым вы доверяете больше, чем остальным? И если да, то каким именно?» был ответ «Нет источников информации, которым доверяю больше, чем остальным», собравший внушительные 25% ответов респондентов в возрасте от 18 до 30 лет. Кроме того, те же 25% молодых людей ответили «часто» на вопрос «Бывает ли так, что новостная информация на телевидении вызывает у вас недоверие, сомнения? И если да, то так бывает часто или редко?»[8]. Разумеется, проводить прямые параллели между результатами нашего исследования и опросами ФОМа не совсем корректно (разные выборки, разные формулировки вопросов и ответов, разные возрастные рамки респондентов), однако, на наш взгляд, в общем и целом эти опросы фиксируют во многом схожее отношение доверия молодых людей к различным источникам информации.

Также мы посчитали важным соотнести между собой уровни доверия и недоверия источникам, лояльным и оппозиционным по отношению к действующей в России власти. Для этого мы подсчитали совокупные доли доверия (оценки «4» и «5») и недоверия

(оценки «1» и «2») применительно к каждой из двух групп источников. Заметим, что суммы в данном случае не будут равняться 100%, так во внимание не принимались ответы респондентов, не использующих конкретные источники или же оценивших уровень своего доверия на 3 балла (среднее между доверием и недоверием).

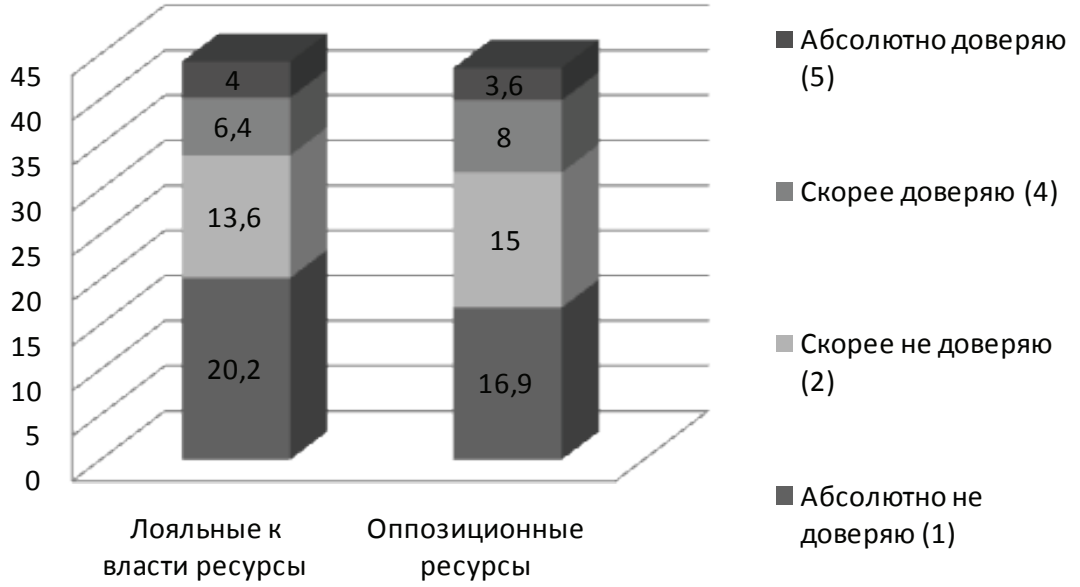


Рисунок 4. Совокупные уровни доверия оппозиционным и лояльным к власти источникам информации (%)

Очевидно, что структуры шкал доверия во многом идентичны (см. рис. 4). Недоверие в целом ощутимо преобладает над доверием. При этом, несмотря на то что общее недоверие лояльным к власти информационным источникам почти на 2% больше, чем оппозиционным (33,8% против 31,9% соответственно), погрешность выборки и доверительный интервал не позволяют в данном случае считать эту разницу статистически надежной. Скорее, можно говорить о том, что уровни недоверия примерно равны.

Среди прочего респондентам было предложено оценить правильность развития отдельных сфер жизни в нашей стране. Каждую из шести областей нужно было оценить от 0 до 5, где 0 – «совершенно неправильное»; 5 – «совершенно правильное». Следует признать, что понятие «правильность» не является научным в строгом смысле этого слова. Однако и пилотное исследование, и последующее обсуждение данного вопроса в ходе фокус-групповых интервью убедило нас в том, что, отвечая на этот

вопрос, респонденты исходили из собственных субъективных представлений о «верном», «надлежащем», «оптимальном» пути развития отдельных сфер жизни общества. Собственно, именно это нас в данном случае и интересовало.

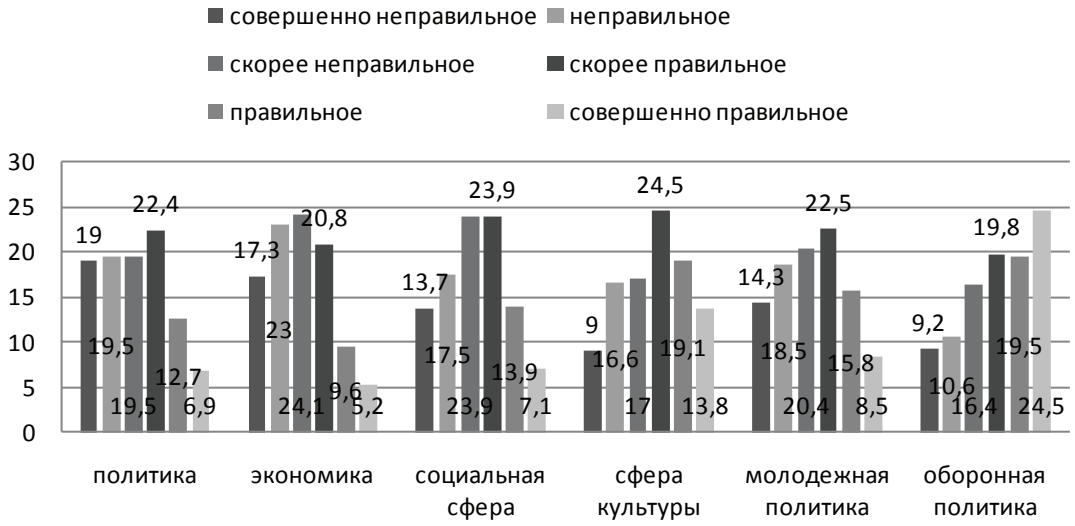


Рисунок 5. Правильность развития сфер жизни общества (%, ответы на вопрос «В каком направлении, по Вашему мнению, развиваются следующие сферы общественной и государственной жизни в современной России?»)

Заметно, что наиболее критически респонденты оценивают сферы политики и экономики, а также молодежную политику (см. рис. 5). Чуть лучше отношение к социальной сфере и культуре. Особняком стоит оборонная политика, развитие которой позитивно оценили почти в два раза больше респондентов, чем негативно.

Кроме того, мы предположили, что оценки развития различных сфер жизни общества могут зависеть от того, из каких источников молодые люди преимущественно получают информацию о происходящем. Чтобы проверить это предположение, мы высчитали средние баллы, на которые оценили развитие этих сфер разные категории респондентов. Всех опрошенных мы разделили на четыре группы:

1. тех, кто получает информацию исключительно из Интернета (таких набралось 146 человек);
2. тех, кто получает информацию из телевидения и иных источников, кроме Интернета (13 человек);

3. тех, кто получает информацию из всех источников, кроме телевидения (167 человек);
4. тех, кто получает информацию из любых источников, кроме Интернета и телевидения (23 человека)[9].

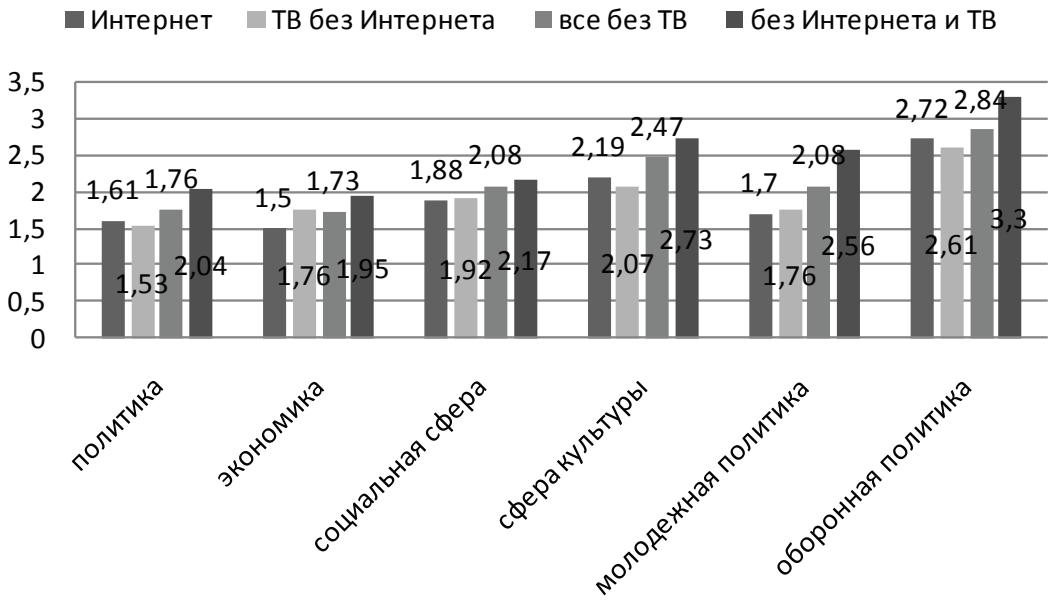


Рисунок 6. Правильность развития сфер жизни общества в контексте предпочитаемых источников информации (ср. балл)

Обращает на себя внимание то, что люди, не использующие Интернет и телевидение, оценивают каждую из сфер жизни выше (см. рис. 6), чем представители трех других сформированных нами когорт. Скорее всего, такие респонденты в целом меньше следят за новостями. Представить себе обратное (что они отслеживают происходящее в стране, но делают это исключительно посредством радио, печатной прессы или общения с окружающими) достаточно сложно. Следовательно, можно предположить, что в самых массовых источниках информации – в Интернете и на телевидении – преобладает негативный контент, который, собственно, и заставляет людей оценивать ниже различные сферы жизни.

Если сравнить между собой результаты только по второй и третьей из выделенных выше категорий, то получится, что к пяти из шести сфер общественной жизни смотрящие телевизор настроены более критично, чем те, кто получает информацию из всех

иных источников, кроме ТВ. Тоже, надо признать, не совсем ожидаемый результат. Возможных объяснений ему, на наш взгляд, два.

Первое – это низкая результативность усилий федеральных телеканалов по формированию атрибутивной повестки дня и транслированию поддерживающих действующую власть фреймов. В основном те, кто смотрит телевизор, следят за новостями на прогосударственных федеральных телеканалах. Аудитория оппозиционных телеканалов, как правило, очень мала[10]. Стало быть (и это подтверждается результатами фокус-групп), усилия государственной информационной машины по формированию позитивного восприятия происходящих событий и процессов оказываются неэффективными.

Вторая возможная причина носит сугубо технический характер. Низкие оценки телезрителей могут объясняться малым (в пределах статистической погрешности) количеством людей, смотрящих только ТВ.

В остальном же расклады в привязке к предпочитаемым информационным ресурсам в целом совпали с общими оценками этих сфер всеми респондентами: более позитивно молодежь относится к оборонной сфере и культуре, негативно – к политике и экономике.

Наконец, еще два важных показателя, характеризующих отношение саратовской молодежи к политическим процессам. И оба снова рассмотрим в разрезе используемых респондентами источников информации.

Респондентам было предложено ответить на полузакрытый вопрос «Ценности какой идеологии представляются Вам наиболее близкими?». Существует мнение, что выявлять политические ценности прямым вопросом с перечислением самих этих ценностей очень сложно и, возможно, даже не совсем корректно. Однако, проводя пилотное исследование, в котором тридцати респондентам было предложено самим сформулировать предпочитаемые ими идеологии, мы столкнулись с тем, что многие либо затруднились это сделать, либо же называли «идеологии», которые на самом деле таковыми не являются.

Таблица 2

Разделяемые идеологические ценности в контексте предпочитаемых источников информации (%)

Вариант ответа	Консерватизм	Либерализм	Коммунизм	Социал-демократия	Национализм	Анархизм	Ни одна из перечисленных	Другая
Среди всех	10,6	26,6	8,7	24,3	4,8	1,7	20,2	3,1
Интернет (147)	19	27	5,8	21,2	7,3	2,9	13,9	2,9
Все без ТВ (167)	11,9	30,5	5,1	25,1	5,4	2	16,3	3,7
ТВ без Интернета (13)	26,1	20	15,4	7,7	15,4	0	15,4	0
Без Интернета и ТВ (23)	4,4	17,4	17,4	13	13	0	26,1	8,7

Представленные в таблице 2 расклады свидетельствуют о следующем. Во-первых, тот факт, что среди всех респондентов третьим по популярности ответом на вопрос «Ценности какой идеологии представляются Вам наиболее близкими?» оказался «ни одной из перечисленных», дает основания констатировать весьма высокую степень неудовлетворенности молодежи существующим набором идеологических систем.

Во-вторых, по сравнению с общим уровнем, среди активных пользователей Интернета меньше сторонников левых идеологий (коммунизма и социал-демократии), а приверженцев консерватизма, наоборот, больше. Кроме того, очевидно также, что среди тех, кто не смотрит телевизор, больше либералов (в современном российском понимании этого термина). Давать какие-либо оценки применительно к когортам телезрителей и тем, кто не пользуется ни Интернетом, ни телевидением, на наш взгляд, не совсем корректно в силу того, что составившие их выборки недостаточно репрезентативны.

В завершение – о том, каким молодые люди хотели бы видеть будущее нашей страны.

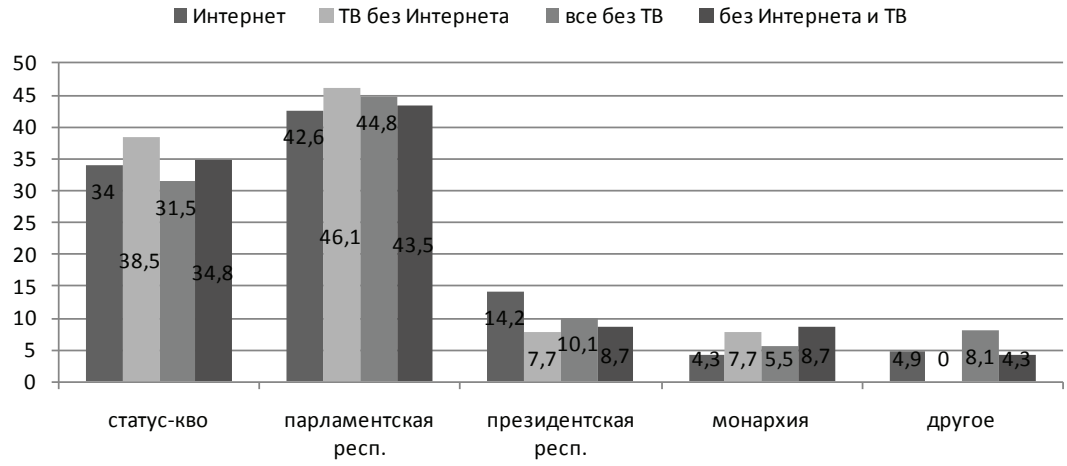


Рисунок 7. Представления о желаемом будущем устройстве России в контексте предпочитаемых источников информации (%)

Ответы на вопрос «Каким Вы хотели бы видеть будущее политическое устройство России?» распределились следующим образом. Как видно, вне зависимости от используемых информационных ресурсов большинство респондентов являются сторонниками перехода к парламентской республике. Многие считают также, что менять ничего не нужно – лучше оставить все так, как есть сегодня. Причем среди тех, кто против изменения существующей формы правления, наибольший процент – у телезрителей. Зато среди них не оказалось никого, кто предложил бы собственный вариант желаемого политического будущего России.

Выводы

То, как и откуда молодежь получает информацию о происходящем, в значительной степени определяет ее отношение к окружающей действительности. Не имея богатого жизненного опыта, в своих оценках и суждениях молодые люди вынуждены ориентироваться на мнения и интерпретации журналистов, блогеров, активно проявляющих себя в медийной среде лидеров общественного мнения.

Несмотря на то что сегодня различные аспекты медиапотребления молодежи анализируются достаточно активно, до сих пор не так много исследований связи между типичными для конкретных молодых людей медиапрактиками, с одной стороны, и присущими им политическими идеями, ценностями, установками – с другой.

Причем речь в данном случае правильнее вести именно о взаимном влиянии этих двух областей: структура и содержание медиапрактик влияет на отношение к политике, что, в свою очередь, способно предопределять набор и характер используемых информационных источников.

Вопреки распространенному стереотипу об аполитичности современной молодежи, результаты проведенного нами исследования свидетельствуют о том, что молодых людей, в том или ином виде политикой интересующихся, больше, чем тех, кто к ней равнодушен. При этом подавляющее большинство опрошенных предпочитают узнавать о том, что происходит, из Интернета. Кроме этого, молодежь узнает новости от ближайшего окружения и время от времени смотрит телевизор. Востребованность печатной прессы и радио неуклонно снижается. При этом зачастую медиапотребление молодых людей носит фоновый характер.

Эмпирически была подтверждена интересная особенность, заключающаяся в том, что нередко молодежь не испытывает доверия к тем источникам, из которых получает информацию. Скорее всего, это связано с разочарованием аудитории в потребляемом медийном контенте. Причем это недоверие распространяется как на лояльные, так и на оппозиционные по отношению к действующей российской власти медийные ресурсы.

Выяснилось, что саратовская молодежь весьма сдержанно оценивает правильность развития различных сфер общественной жизни. Больше всего нареканий у нее вызывают политический и экономический курсы, меньше всего – оборонная политика и сфера культуры. При этом те, кто предпочитает получать информацию о происходящем из телевизора, настроены в целом так же критично, как и все остальные.

С точки зрения идеологических пристрастий среди молодых людей преобладают либералы и социал-демократы; при этом пятая часть опрошенных заявили, что ни одна из предложенных идеологий им не близка. Рассуждая о будущем развитии политической системы страны, большинство высказалось за переход к парламентской республике, на втором по популярности месте оказался ответ «сохранить сегодняшнее политическое устройство». При этом существенных различий во мнениях респондентов, использующих разные наборы информационных источников, в данном случае выявлено не было.

В общей сложности методом онлайн-анкетирования было опрошено более пятисот молодых людей (в возрасте от 14 до 35 лет). Еще 36 впоследствии приняли участие в фокус-групповых интервью, в ходе которых уточнялись отдельные моменты, вызвавшие вопросы после обработки результатов массового опроса. И именно в этом – в расширении и углублении эмпирической базы осуществленного анализа – мы видим перспективы дальнейшего развития данного исследования. В частности, отдельного изучения требуют люди, приоритетным источником информации для которых продолжает оставаться телевидение. В нашей выборке таковых оказалось не очень много, что не позволило нам сделать в отношении них надежные выводы. Было сформулировано лишь предположение о низкой результативности работы федеральных телеканалов в молодежной среде, однако для подтверждения или опровержения оно нуждается в проведении дополнительного исследования.

Примечания

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31176 / *The reported study was funded by RFBR and EISR according to a research project* № 21-011-31176.

[2] *Digital 2021: The Latest Insights into the 'State of Digital'*. Available at: https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/ (accessed: 11.12.2021).

[3] Общая аудитория Интернета. Режим доступа: https://webindex.mediascope.net/general-audience (дата обращения: 11.12.2021).

[4] *Data Age 2025. The Digitization of the World: From Edge to Core*. Available at: https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf (accessed: 11.12.2021).

[5] *Гатинский А.* В Великобритании словом года стали полюбившиеся Трампу «фейковые новости». Режим доступа: https://www.rbc.ru/society/02/11/2017/59faf31b9a7947fcb324b717 (дата обращения: 11.12.2021); *Word of the Year 2016 is...* Available at: https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-theyear-2016 (accessed: 11.12.2021).

[6] Медиапотребление и активность в Интернете. Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 11.12.2021).

[7] Телеканал «Дождь» включен Минюстом в список СМИ, выполняющих функции иностранного агента.

[8] Источники информации: ТВ. Режим доступа: https://fom.ru/SMI-i-internet/14536 (дата обращения: 11.12.2021).

[9] Общее количество составляющих эти четыре группы респондентов меньше 519 потому, что часть респондентов не были включены в сформированные категории (например, одновременно использовали и Интернет, и телевидение).

[10] Источники информации: ТВ. Режим доступа: https://fom.ru/SMI-i-internet/14536 (дата обращения: 11.12.2021).

Библиография

Аникина М. Е. Медиапотребление российских школьников: центр и регионы // МедиаАльманах. 2017. № 4. С. 50–62.

Боровлев А. Е. Особенности медиапредпочтений старшеклассников в региональном дискурсе // Молодой исследователь Дона. 2017. № 5 (8). С. 163–169.

Бродовская Е. В., Хуанг Т. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 5 (153). С. 3–18.

Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014.

Вьюгина Д. М. Интернет в ежедневном медиапотреблении цифрового поколения России // Медиаскоп. 2018. Вып.3. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2475 (дата обращения: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.11

Грачева М. С. Политический протест современной молодежи в концептуальном осмыслении западной политологии // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Серия: История и политические науки. 2016. № 5. С. 138–142. DOI: https://doi.org/10.18384/2310-676X-2016-5-138-142

Давлетшина М. И. Медиапрактики современных детей младшего школьного возраста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 5. С. 3–26. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2021.326

Дринова Е. М., Морозов С. И., Панкратов С. А. Постинформационная эпоха: молодежные протесты в контексте глобальной цифровой культуры // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 9 (98). С. 13–17. DOI: https://doi.org/10.24158/pep.2021.9.1.

Дунас Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 4. С. 3–16.

Дунас Д. В., Вартанов С. А., Кульчицкая Д. Ю. и др. Мотивационные факторы медиапотребления «цифровой молодежи» в России: результаты пилотного исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2020. № 2. С. 3–27. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.327

Дунас Д. В., Вартанов С. А., Кульчицкая Д. Ю., Салихова Е. А., Толоконникова А. В. Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 2. С. 3–28. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328

Дунас Д. В., Толоконникова А. В., Черевко Т. С. Наблюдение за потреблением информационного контента студентами факультета журналистики МГУ // Медиаскоп. 2018. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2483 (дата обращения: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.4.2018.1

Зеленцов М. В. Новостное медиапотребление в 2018 году: главные тренды и практико-ориентированный взгляд на дефиницию // Медиа

в современном мире. 58-е Петербургские чтения: сб. мат. Междунар. науч. форума: в 2 т., Санкт-Петербург, 18–19 апреля 2019 года. СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2019. С. 192–194.

Зеленцов М. В. Культура новостного медиапотребления в Рунете: точки входа // Информационное общество. 2022. № 1. С. 38–49. DOI: https://doi.org/10.52605/16059921_2022_01_38

Зубок Ю. А., Чупров В. И. Жизненные стратегии молодежи: реализация ожиданий и социальные настроения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3 (157). С. 13–41. DOI: https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1602

Игнатовский Я. Р. Роль цифровизации в трансформации российского политического протеста // Власть. 2021. Т. 29. № 1. С. 84–89. DOI: https://doi.org/10.31171/vlast.v29i1.7917

Ковтун Е. И. Представления московской молодежи о протестной активности (по данным социологического опроса) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12: Политические науки. 2019. № 1. С. 87–94.

Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1 (309). С. 58–65.

*Комарова А. А.*Основные тенденции медиапотребления в России в условиях динамически меняющиеся реальности // Вестник университета. 2018. № 5. С. 162–166. DOI: https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-5-162-166

Кульчицкая Д. Ю., Вартанов С. А., Дунас Д. В. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп. 2019. № 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2529 (дата обращения: 10.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.1.2019.9

Кульчицкая Д. Ю., Филаткина Г. С. Фоновое медиапотребление как часть медиапрактик российской «цифровой молодежи» // Медиаскоп. 2021. Вып. 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2680 (дата обращения: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.1.2021.2

Лаврикова А. А. Политическое участие молодежи в условиях неопределенности: тенденции и перспективы развития // Управление устойчивым развитием. 2021. № 2 (33). С. 63–68.

Леньков Р. В., Колосова О. А., Ковалева С. В. Социально-психологическая диагностика и прогнозирование протестного поведения молодежи в цифровой среде // Цифровая социология. 2021. Т. 4. № 1. С. 31–41. DOI: https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-1-31-41

Макеенко М. И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31.

Негров Е. О. Роль и особенности молодежного политического онлайн-активизма в современной России // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Политология. 2021. Т. 23. № 1. С. 18–30. DOI: 10.22363/2313-1438-2021-23-1-18-30

Образцова А. Ю. Особенности медиапотребления детей школьного возраста (на примере г. Углич) // Медиаскоп. 2014. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/1648 (дата обращения: 11.12.2021).

Панкратова Е. В. Мотивация протестного политического участия молодого и старшего поколений в представлениях россиян (на материале интервью) // Комплексные исследования детства. 2021. Т. 3. № 1. С. 38–47. DOI: https://www.doi.org/10.33910/2687-0223-2021-3-1-38-47

Полуэхтова И. А. Динамика мотивационной структуры телепотребления россиян // Медиаскоп. 2018. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2508 (дата обращения: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.4.2018.8

Попова О. В., Лагутин О. В. Политические настроения молодежи: лояльность или протест? // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Политология. 2019. Т. 21. № 4. С. 599–619. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-4-599-619

Пырма Р. В. Протестные настроения российской молодежи в цифровой сети // Гуманитарные науки. Вестн. Фин. ун-та. 2019. Т. 9. № 6 (42). С. 100–110. DOI: https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-6-100-110

Риэккинен М. А. Участие несовершеннолетних в общественно-политической жизни с позиций международного и российского права // Общество: политика, экономика, право. 2017. № 12. С. 125–129. DOI: https://doi.org/10.24158/pep.2017.12.27

Руденкин Д. В., Порозов Р. Ю. Социальные настроения российской молодежи в условиях стабилизации общества // Colloquium-journal. 2018. № 11-3 (22). С. 30–33.

Салин П. Б. Способы нейтрализации деструктивных аспектов политической деятельности студенческой молодежи // Гуманитарные науки. Вестн. Фин. ун-та. 2018. Т. 8. № 4 (34). С. 76–81. DOI: 10. 26794/2226-7867-2018-8-4-76-81 УДК 32.019.5(045)

Солдатова Г. У., Рассказова Е. И., Нестик Т. А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017.

Титов В. В. Стратегии социального протеста молодежи в рунете: сравнительный анализ поколений *y* и *z* // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3 (157). С. 139–158. DOI: 10.14515/monitoring.2020.3.1674

Титов В. В., Самохвалов Н. А. К вопросу о некоторых причинах «омоложения» протестных настроений в России // Via in tempore. История. Политология. 2020. Т. 47. № 1. С. 211–217. DOI: https://doi.org/10.18413/2687-0967-2020-47-1-211-217

Толоконникова А. В., Черевко Т. С. Потребление новостной информации в Интернете студентами МГУ имени М.В. Ломоносова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 4. С. 160–179.

Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Москва: Директ-Медиа, 2013.

Филаткина Г. С., Давлетшина М. И. Медиапотребление молодежи: теоретический обзор исследований (на примере Испании, Бразилии, Аргентины и Мексики) // МедиаАльманах. 2019. № 3. С. 95–103. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2019.95103

Фролова Т. И., Образцова А. Ю. Медиаграмотность школьников в оценке учителей и родителей: результаты исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 4. С. 58–77.

Хагуров Т. А., Остапенко А. А. Динамика мировоззренческих установок молодежи Кубани // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Социология. 2019. Т. 19. № 3. С. 470–480. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-3-470-480

Чеботарева И. В., Мрочко Л. В., Пирогова Л. И. Причины и особенности протестных настроений в молодежной среде // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2019. № 3 (23). С. 145–152. DOI: 10.24151/2409-1073-2019-3-145-152

Черевко Т. С. Новость в условиях меняющегося медиапотребления // Век информации. 2017. № 2-2. С. 170–171.

Черевко Т. С. Модели монетизации новостного контента в условиях меняющегося медиапотребления // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 5–7 февраля 2018 года. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018.

Черевко Т. С., Дунас Д. В., Толоконникова А. В. Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325

Шентякова А. В., Гришин Н. В. Мобилизация политического протеста молодежи и российские видеоблогеры: результаты когнитивного картирования // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2021. Т. 3. № 2. С. 88–109. DOI: 10.46539/gmd.v3i2.155

Щепилова Г. Г. Потребность аудитории в интернете и традиционных СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 5. С. 46–54.

Couldry N., Hepp A. (2016) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.

Courtois C., Mechant P., Paulussen S., De Marez L. (2011) The triple articulation of media technologies in teenage media consumption. *New Media & Society* 14 (3): 401–420. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444811415046

Hepp A. (2016) Pioneer communities: collective actors in deep mediatisation. *Media, Culture & Society* 38 (6): 918–933. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443716664484

Lunt P., Livingstone S. (2016) Is 'mediatization' the new paradigm for our field? A commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015). *Media, Culture & Society* 38 (3): 462–470. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443716631288

Papacharissi Z. (2009) Uses and gratifications. In D. W. Stacks, M.B. Salwen (eds.) *An integrated approach to communication theory and research*. New York: Routledge. Pp. 137–152.

Ruggiero T. E. (2000) Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society* 3 (1): 3–37. DOI: 10.1207/S15327825MCS0301_02

Sundar S. S., Limperos A. M. (2013) Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (4): 504–525. DOI: https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827

Vartanova E. (2019) Russian media: a call for theorising the economic change. *Russian Journal of Communication* 11: 22–36. DOI: https://doi.org/10.1080/19409419.2019.1572531

Notes

Data Age 2025. The Digitization of the World: From Edge to Core. Available at: https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf (accessed: 11.12.2021).

Digital 2021: The Latest Insights into the 'State of Digital'. Available at: https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/ (accessed: 11.12.2021).

Gatinskiy A. V Velikobritanii slovom goda stali polyubivshiesya Trampu "feykovye novosti" [In the UK, Trump's Favorite "Fake News" Have Become the Word of the Year]. Available at: https://www.rbc.ru/society/02/11/2017/59faf31b9a7947fcb324b717 (accessed: 11.12.2021); *Word of the Year 2016 Is...* Available at: https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-theyear-2016 (accessed: 11.12.2021).

Istochniki informacii: TV [Sources of Information: TV]. Available at: https://fom.ru/SMI-i-internet/14536 (accessed: 11.12.2021).

Mediapotreblenie i aktivnost' v Internete [Media Consumption and Activity on the Internet]. Available at: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (accessed: 11.12.2021).

Obshchaya auditoriya Interneta [The Total Internet Audience]. Available at: https://webindex.mediascope.net/general-audience (accessed: 11.12.2021).

References

Anikina M. E. (2017) Mediapotreblenie rossiyskikh shkol'nikov: tsentr i regiony [Russian Schoolchildren's Media Consumption: the Center and the Regions]. *MediaAl'manah* 4: 50–62. (In Russian)

Borovlev A. E. (2017 Osobennosti mediapredpochteniy starsheklassnikov v regional'nom diskurse [Media Preferences of High School Students in the Regional Discourse]. *Molodoy issledovatel'* Dona 5 (8): 163–169. (In Russian)

Brodovskaya E. V., Huang T. (2019) Tsifrovoe pokolenie: grazhdanskaya mobilizatsiya i politicheskiy protest rossiyskoy molodezhi [Digital Generation: Civil Mobilization and Political Protest Among Russian Youth]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny* 5 (153): 3–18. (In Russian)

Chebotareva I. V., Mrochko L. V., Pirogova L. I. (2019) Prichiny i osobennosti protestnykh nastroeniy v molodezhnoy srede [Causes and Special Aspects of Protest Sentiments Among Young People]. *Ekonomicheskie i social'no-gumanitarnye issledovaniya* 3 (23): 145–152. DOI: 10.24151/2409-1073-2019-3-145-152 (In Russian)

Cherevko T. S. (2017) Novost' v usloviyah menyayushchegosya mediapotrebleniya [Affects of Changing Media Consumption on News]. *Vek informacii* 2 (2): 170–171. (In Russian)

Cherevko T. S. (2018) Modeli monetizacii novostnogo kontenta v usloviyah menyayushchegosya mediapotrebleniya [Monetization Models of News Content in the Conditions of Changing Media Consumption]. In *Zhurnalistika v 2017 godu: tvorchestvo, professiya, industriya: Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 05–07 fevralya 2018 goda* [Journalism in 2017: Creative Work, Profession, Industry: Proceedings of the International Research-to-Practice Conference, Moscow, February 5–7, 2018]. Moscow: MediaMir Publ.; MSU Faculty of Journalism Publ. (In Russian)

Cherevko T. S., Dunas D. V., Tolokonnikova A. V. (2018) Novosti v uslovijah internetizacii: analiz novostnogo potreblenija studentov [News in the Networked Era: an analysis of Students' News Consumption]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 3 25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325 (In Russian)

Couldry N., Hepp A. (2016) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.

Courtois C., Mechant P., Paulussen S., De Marez L. (2011) The Triple Articulation of Media Technologies in Teenage Media Consumption. *New Media & Society* 14 (3): 401–420. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444811415046

Davletshina M. I. (2021) Mediapraktiki sovremennykh detey mladshego shkol'nogo vozrasta [Media Practices of Modern Primary School-Aged children]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 3–26. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2021.326 (In Russian)

Drinova E. M., Morozov S. I., Pankratov S. A. (2021) Postinformatsionnaya epokha: molodezhnye protesty v kontekste global'noy tsifrovoy kul'tury [Post-Information Era: Youth Protests in the Context of Global Digital Culture]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* 9 (98): 13–17. DOI: https://doi.org/10.24158/pep.2021.9.1. (In Russian)

Dunas D. V. (2017) Paradigmal'nyy podkhod k izucheniyu SMI: opyt zarubezhnykh issledovateley [Paradigmatic Approach to Media Studies: the Experience of Foreign Researchers]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 3–16. (In Russian)

Dunas D. V., Tolokonnikova A. V., Cherevko T. S. (2018) Nablyudenie za potrebleniem informatsionnogo kontenta studentami fakul'teta zhurnalistiki MGU [Monitoring the Consumption of News Content by Students of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University]. *Mediascope* 4. Available at: http://www.mediascope.ru/2483 (accessed: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.4.2018.1 (In Russian)

Dunas D. V., Vartanov S. A., Kul'chitskaya D. Yu., Salikhova E. A., Tolokonnikova A. V. (2019) Teoreticheskie aspekty izucheniya mediapotrebleniya rossiyskoy molodezhi: k peresmotru teorii ispol'zovaniya i udovletvoreniya [Theoretical Aspects of Russian Youth Media Consumption: to the Revision of Uses and Gratifications Theory]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 3–28. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328 (In Russian)

Dunas D. V., Vartanov S. A., Kul'chitskaya D. Yu. et al. (2020) Motivatsionnye faktory mediapotrebleniya «tsifrovoy molodezhi» v Rossii: rezul'taty pilotnogo issledovaniya [Motivation Factors in Media Consumption of "Digital Youth" in Russia: Results of a Pilot Study]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 3–27. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.327 (In Russian)

Fedorov A. V. (2013) *Mediaobrazovanie: istoriya, teoriya i metodika* [Media Education: History, Theory and Methodology]. Moscow: Direkt-Media Publ. (In Russian)

Filatkina G. S., Davletshina M. I. (2019) Mediapotreblenie molodezhi: teoreticheskiy obzor issledovaniy (na primere Ispanii, Brazilii, Argentiny i Meksiki) [Youth Media Consumption: a Theoretical Review of Research (a case study of Spain, Brazil, Argentina, and Mexico)]. *MediaAl'manah* 3: 95–103. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2019.95103 (In Russian)

Frolova T. I., Obraztsova A. Yu. (2017) Mediagramotnost' shkol'nikov v otsenke uchiteley i roditeley: rezul'taty issledovaniya [School Children's Media Literacy as Seen by Teachers and Parents: Results of a Research]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 58–77. (In Russian)

Gracheva M. S. (2016) Politicheskiy protest sovremennoy molodezhi v kontseptual'nom osmyslenii zapadnoy politologii [Modern Youth Political Protest in the Conceptual Comprehension of Western Political Science]. *Vestn. Mosk. gos. obl. un-ta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki* 5: 138–142. DOI: https://doi.org/10.18384/2310-676X-2016-5-138-142 (In Russian)

Hepp A. (2016) Pioneer Communities: Collective Actors in Deep Mediatisation. *Media, Culture & Society* 38 (6): 918–933.

Ignatovskiy Ya. R. (2021) Rol' tsifrovizatsii v transformatsii rossiyskogo politicheskogo protesta [The Role of Digitalization in the Transformation of Russian Political Protest]. *Vlast'* 29 (1): 84–89. DOI: https://doi.org/10.31171/vlast.v29i1.7917 (In Russian)

Khagurov T. A., Ostapenko A. A. (2019) Dinamika mirovozzrencheskikh ustanovok molodezhi Kubani [The Dynamics of Worldview Attitudes of the Kuban Youth]. *Vestn. Ros. un-ta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya* 19 (3): 470–480. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-3-470-480 (In Russian)

Kolomiets V. P. (2010) Mediasreda i mediapotreblenie v sovremennom rossiyskom obshchestve [Media Environment and Media Consumption in Modern Russian Society]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 1 (309): 58–65. (In Russian)

Komarova A. A. (2018) Osnovnye tendentsii mediapotrebleniya v Rossii v usloviyakh dinamicheski menyayushchiesya real'nosti [The Main Trends in Media Consumption in Russia in a Dynamically Changing Reality]. *Vestnik universiteta* 5: 162–166. DOI: https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-5-162166 (In Russian)

Kovtun E. I. (2019) Predstavleniya moskovskoy molodezhi o protestnoy aktivnosti (po dannym sotsiologicheskogo oprosa) [Moscow Youth Perceptions of Protest Activity (according to the data of a sociological survey)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 12: Politicheskie nauki* 1: 87–94. (In Russian)

Kul'chitskaya D. Yu., Filatkina G. S. (2021) Fonovoe mediapotreblenie kak chast' mediapraktik rossiyskoy «tsifrovoy molodezhi» [Background Media

Consumption as Part of Russian Digital Youth Media Practices]. *Mediascope* 1. Available at: http://www.mediascope.ru/2680 (accessed: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.1.2021.2 (In Russian)

Kul'chitskaya D. Yu., Vartanov S. A., Dunas D. V. et al. (2019) Mediapotreblenie molodezhi: spetsifika metodologii issledovaniya [Youth Media Consumption: Specific Features of the Research Methodology]. *Mediascope* 1. Available at: http://www.mediascope.ru/2529 (accessed: 10.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.1.2019.9 (In Russian)

Lavrikova A. A. (2021) Politicheskoe uchastie molodezhi v usloviyakh neopredelennosti: tendentsii i perspektivy razvitiya [Youth Political Participation in the Conditions of Uncertainty: Development Trends and Prospects]. *Upravlenie ustoychivym razvitiem* 2 (33): 63–68.

Len'kov R. V., Kolosova O. A., Kovaleva S. V. (2021) Sotsial'no-psikhologicheskaya diagnostika i prognozirovanie protestnogo povedeniya molodezhi v tsifrovoy srede [Socio-Psychological Diagnostics and Forecasting Youth Protest Behavior in the Digital Environment]. *Tsifrovaya sotsiologiya* 4 (1): 31–41. DOI: https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-1-31-41 (In Russian)

Lunt P., Livingstone S. (2016) Is 'Mediatization' the New Paradigm for our Field? A commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015). *Media, Culture & Society* 38 (3): 462–470. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443716631288

Makeenko M. I. (2017) Razvitie teoriy media v rossiyskikh nauchnykh zhurnalakh v 2010-e gg.: rezul'taty pervogo etapa issledovaniy [Elaboration of Media Theories in Russian Academic Journals in the 2010s: Results of the First Research Stage]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 3–31. (In Russian)

Negrov E. O. (2021) Rol' i osobennosti molodezhnogo politicheskogo onlayn-aktivizma v sovremennoy Rossii [The Role and Features of Youth Political Online Activism in Modern Russia]. *Vestn. Ros. un-ta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* 23 (1): 18–30. DOI: 10.22363/2313-1438-2021-23-1-18-30 (In Russian)

Obraztsova A. Yu. (2014) Osobennosti mediapotreblenija detej shkol'nogo vozrasta (na primere g. Uglich) [Specificity of School-Aged Children's Media Consumption (a case study of the city of Uglich)]. *Mediascope* 4. Available at: http://www.mediascope.ru/1648 (accessed: 11.12.2021). (In Russian)

Pankratova E. V. (2021) Motivatsiya protestnogo politicheskogo uchastiya molodogo i starshego pokoleniy v predstavleniyakh rossiyan (na materiale interv'yu) [Motivation for the Participation of the Younger and Older Generations in Political Protests as Viewed by Russians (based on interviews)]. *Kompleksnye issledovaniya detstva* 3 (1): 38–47. DOI: https://www.doi.org/10.33910/2687-0223-2021-3-1-38-47 (In Russian)

Papacharissi Z. (2009) Uses and Gratifications. In D. W. Stacks, M.B. Salwen (eds.) *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New York: Routledge. Pp. 137–152.

Poluekhtova I. A. (2018) Dinamika motivatsionnoy struktury telepotrebleniya rossiyan [Dynamics of the Motivational Frame of Russians' TV

Consumption]. *Mediascope* 4. Available at: http://www.mediascope.ru/2508 (accessed: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.4.2018.8 (In Russian)

Popova O. V., Lagutin O. V. (2019) Politicheskie nastroeniya molodezhi: loyal'nost' ili protest? [Political Views of Youth: Loyalty or Protest?]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* 21 (4): 599–619. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-4-599-619 (In Russian)

Pyrma R.V. (2019) Protestnye nastroeniya rossiyskoy molodezhi v tsifrovoy seti [Protest Sentiments of Russian Youth in the Digital Network]. *Gumanitarnye nauki. Vestn. Fin. un-ta* 9 (6 (42)): 100–110. DOI: https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-6-100-110 (In Russian)

Riekkinen M.A. (2017) Uchastie nesovershennoletnikh v obshchestvenno-politicheskoy zhizni s pozitsiy mezhdunarodnogo i rossiyskogo prava [Participation of Minors in Public Affairs from the Perspective of International Law and RF Law]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* 12: 125–129. DOI: https://doi.org/10.24158/pep.2017.12.27 (In Russian)

Rudenkin D. V., Porozov R. Yu. (2018) Sotsial'nye nastroeniya rossiyskoy molodezhi v usloviyakh stabilizatsii obshchestva [Social Sentiments of Russian Youth in the Context of Societal Stabilization]. *Colloquium-journal* 11 (3 (22)): 30–33. (In Russian)

Ruggiero T. E. (2000) Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society* 3 (1): 3–37. DOI: 10.1207/S15327825MCS 0301_02

Salin P.B. (2018) Sposoby neytralizatsii destruktivnykh aspektov politicheskoy deyatel'nosti studencheskoy molodezhi [Methods of Neutralization of the Destructive Aspects of Students' Political Activities]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* 8 (4 (34)): 76–81. DOI: 10. 26794/2226-7867-2018-8-4-76-81 UDK 32.019.5(045) (In Russian)

Shentyakova A. V., Grishin N. V. (2021) Mobilizatsiya politicheskogo protesta molodezhi i rossiyskie videoblogery: rezul'taty kognitivnogo kartirovaniya [Mobilization of Youth Political Protest and Russian Video Bloggers: Cognitive Mapping Results]. *Galactica Media: Journal of Media Studies* 3 (2): 88–109. DOI: 10.46539/gmd.v3i2.155 (In Russian)

Shchepilova G. G. (2014) Potrebnost' auditorii v internete i traditsionnykh SMI [Audience Needs for the Internet and Traditional Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 46–54. (In Russian)

Soldatova G. U., Rasskazova E. I., Nestik T. A. (2017) *Tsifrovoe pokolenie Rossii: kompetentnost' i bezopasnost'* [Russia's Digital Generation: Competence and Security]. Moscow: Smysl Publ. (In Russian)

Sundar S. S., Limperos A. M. (2013) Uses and grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (4): 504–525. DOI: https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827

Titov V. V. (2020) Strategii sotsial'nogo protesta molodezhi v runete: sravnitel'nyy analiz pokoleniy y i z [Strategies of Youth Social Protest on Runet: a Comparative Analysis of Generations Y and Z]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* 3 (157): 139–158. DOI: 10.14515/monitoring.2020.3.1674 (In Russian)

Titov V. V., Samokhvalov N. A. (2020) K voprosu o nekotorykh prichinakh «omolozheniya» protestnykh nastroeniy v Rossii [To the Possible Causes of 'Rejuvenation' of the Protest Sentiments in Russia]. *Via in tempore. Istoriya. Politologiya* 47 (1): 211–217. DOI: https://doi.org/10.18413/2687-0967-2020-47-1-211-217 (In Russian)

Tolokonnikova A. V., Cherevko T. S. (2016) Potreblenie novostnoy informatsii v Internete studentami MGU imeni M. V. Lomonosova [Online News Consumption by Students of Lomonosov Moscow State University]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 160–179. (In Russian)

Vartanova E. L. (2014) *Postsovetskie transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Media and Journalism]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Vartanova E. (2019) Russian Media: a Call for Theorising the Economic Change. *Russian Journal of Communication* 11: 22–36. DOI: https://doi.org/10.1080/19409419.2019.1572531

V'yugina D. M. (2018) Internet v ezhednevnom mediapotreblenii tsifrovogo pokoleniya Rossii [The Internet in Everyday Media Consumption of Russian Digital Generation]. *Mediascope* 3. Available at: http://www.mediascope.ru/2475 (accessed: 11.12.2021). DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.11 (In Russian)

Zelentsov M. V. (2019) Novostnoe mediapotreblenie v 2018 godu: glavnye trendy i praktiko-orientirovannyy vzglyad na definitsiyu [News Media Consumption in 2018: the Main Trends and Practice-Oriented View on the Definition]. In *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniya: Sbornik materialov Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma. V 2-kh tomakh, Sankt-Peterburg, 18–19 aprelya 2019 goda* [Media in the Modern World. The 58th Petersburg Readings: Proceedings of the International Scientific Forum. In 2 vol. St. Petersburg. April 18-19, 2019]. St. Petersburg: St. Petersburg State Univ. Publ. Pp. 192–194. (In Russian)

Zelentsov M. V. (2022) Kul'tura novostnogo mediapotrebleniya v Runete: tochki vkhoda [Culture of News Media Consumption on Runet: Points of Entrance]. *Informacionnoe obshchestvo* 1: 38–49. DOI: https://doi.org/10.52605/16059921_2022_01_38 (In Russian)

Zubok Yu. A., Chuprov V. I. (2020) Zhiznennye strategii molodezhi: realizatsiya ozhidaniy i sotsial'nye nastroeniya [Youth Life Strategies: Implementation of Expectations and Social Sentiments]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* 3 (157): 13–41. DOI: https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1602 (In Russian)

Поступила в редакцию
16.12.2021