



УДК 32:316.6

## Социальные медиа как инструмент формирования политической картины мира современной молодежи (на материалах Нижегородского региона)



Д. И. Каминченко, О. Ю. Шмелева

Каминченко Дмитрий Игоревич, кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры прикладного политического анализа и моделирования, Институт международных отношений и мировой истории, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, dmitkam@inbox.ru

Шмелева Ольга Юрьевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры прикладного политического анализа и моделирования, Институт международных отношений и мировой истории, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, O\_shmeleva1977@mail.ru

В статье на материале прикладного исследования, проведенного среди студентов г. Н. Новгорода, изучаются система политических ценностей и представлений молодежи, складывающихся в коммуникативном пространстве социальных медиа, роль сетевого пространства в формировании ценностной картины мира молодежи с учетом логики развития и функционирования виртуального пространства, его особенностей, принципов. Анализируется специфика воздействия социальных медиа на политическое сознание (восприятие) молодежи, методологическим основанием исследования которых стали теории социальных сетей, «двухступенчатого потока информации» П. Лазарсфельда. Изучаются ресурсный потенциал социальных медиа как инструмента формирования ценностных оснований политики, риски, обусловленные спецификой данного механизма (клиповость, фрагментированность, мозаичность, амбивалентность).

**Ключевые слова:** политические ценности, политическая картина мира, политическое сознание, сетевизация, клиповое мышление, социальные медиа.

Поступила в редакцию: 16.03.2020 / Принята: 18.03.2020 / Опубликована: 01.06.2020

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

### Social Media as a Tool for the Formation of the Political Picture of the World of Modern Youth (Exemplified by Nizhny Novgorod Region)

D. I. Kaminchenko, O. Yu. Shmeleva

Dmitriy I. Kaminchenko, <https://orcid.org/0000-0002-3193-3423>, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, 23 Prospekt Gagarina (Gagarin avenue), Nizhny Novgorod 603950, Russia, dmitkam@inbox.ru

Olga Yu. Shmeleva, <https://orcid.org/0000-0002-7082-5433>, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, 23 Prospekt Gagarina (Gagarin avenue), Nizhny Novgorod 603950, Russia, O\_shmeleva1977@mail.ru

The article is based on the material of applied research conducted among students of N. Novgorod, studying the political values of young people developing in the communicative space of social media, the role of network space in shaping the value picture of the world of youth, taking into account the logic of development and functioning of virtual space, its features and principles. The specifics of the impact of social media on the political consciousness (perception) of youth is analyzed, the methodological basis of which was the theory of social networks, P. Lazarsfeld's "two-stage flow of information". Authors study the resource potential of social media as a tool for forming the value foundations of politics, the risks caused by the specifics of this mechanism (i.e. being clip-like, fragmented, mosaic and ambivalent).

**Keywords:** political values, political picture of the world, political consciousness, networking, clip thinking, social media.

Received: 16.03.2020 / Accepted: 18.03.2020 / Published: 01.06.2020

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-2-212-218>

Современная информатизация общества оказывает существенное воздействие на общество, модифицируя различные его сферы. Распространение информационно-коммуникационных технологий способствует сетевизации субъективного пространства политики, включающего ценностное, символическое и идейное измерения. В условиях постиндустриального общества одним из ведущих инструментов формирования ценностной картины мира являются социальные медиа. Современные интернет-платформы поддержки социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Instagram и др.) опосредуют и структурируют межличностную коммуникацию, формируя при этом определенное семиотическое пространство. В нем ретранслируются идеи, оценки, суждения, задающие рамки восприятия политической действительности, усваиваемые пользователями социальных медиа.

Сетевые структуры и принципы организации коммуникативного пространства Интернета, отличающиеся ситуативностью, изменчивостью, динамичностью, способствуют трансформации ценностной картины мира, изменению механизма и характера восприятия политической реальности. Увеличивающийся объем информации, разнонаправленность информационных потоков приводят к складыванию нового типа мышления как атрибута цифровой культуры, именуемого в современной литературе «клиповым». Оно отличается «кратким и красочным восприятием окру-



жающего мира посредством короткого, яркого посыла»<sup>1</sup>, новой «ментальной моделью реальности», в рамках которой субъекты «вынуждены постоянно формировать и переформировывать» ценностную картину<sup>2</sup>; оперирует слабо связанными между собой зрительными и звуковыми образами<sup>3</sup>. Возникающие в нем ассоциации, образы, мысли часто оказываются «диссоциируемыми», разрозненными, не способными «порождать впечатления»<sup>4</sup>, отражают многообразные свойства предмета без учета связи между ними. Оценка этих образов происходит не с помощью рации, а с помощью эмоционально-чувственного восприятия, т. е. «клип воспринимается, минуя аналитическую обработку»<sup>5</sup>. За счет многочисленных репостов, измененный контекст вымыслится идея из сообщений.

В постиндустриальном обществе клиповое мышление становится «основной формой восприятия» как «закономерная защитная реакция организма на обилие информации самого разного свойства»<sup>6</sup>; оно «конституирует медиапространство» и его же формирует<sup>7</sup>. Его основными характеристиками выступают фрагментарность, неупорядоченность, ситуативность, образность, «мозаичность», стереотипность, метафоричность, а также быстрое переключение между потоками информации, направленность на конкретные, единичные объекты, оперативность усвоения и ранжирования полученных сведений, низкая способность к аналитике, рефлексии, рациональному осмыслению, установлению причинно-следственных связей<sup>8</sup>. Носители клипового мышления в силу утраты рациональности в большей степени подвержены манипулятивному воздействию.

В этой связи особую актуальность приобретает проблема мониторинга ценностных трансформаций, изучения структурно-содержательных особенностей складывающейся системы ценностей, рассмотрению политических ценностей, складыванию которых способствует коммуникативное поле социальных медиа. На изучение обозначенных вопросов нацелена данная работа, объектом которой выступает коммуникативное пространство социальных медиа, предметом – перечень формируемых в нем политических ценностей. Целью статьи является изучение совокупности политических ценностей, складывающихся в коммуникативном пространстве социальных медиа с учетом основных тенденций сетевизации и их проекций на массовое сознание молодежи.

Раскрытие обозначенной научной проблемы может быть фундировано на базе теорий социальных сетей, «двухступенчатого потока информации» П. Лазарсфельда, технологического детерминизма. Теория социальных сетей делает основной акцент на функциональных аспектах (особенностях) данного механизма, оставляя за технологической составляющей роль инстру-

мента трансляции уже распространяемых политических ценностей в сложившихся в обществе социальных сетях. Социальные сети в рамках данной теории рассматриваются как «организованное множество людей, состоящее из двух типов элементов: люди и связи между ними»<sup>9</sup>, «объединяющее разнообразных государственных и/или негосударственных акторов на основе ресурсной взаимозависимости и в целях реализации их взаимного интереса за счет использования формальных и неформальных коммуникаций»<sup>10</sup>. Они обладают рядом характеристик, в числе которых совместный интерес множества субъектов, «ресурсная зависимость» акторов и заинтересованность друг в друге, равноправие и проч.<sup>11</sup>

Расширяет теоретическое представление о механизме формирования политических ценностей в сетевом пространстве теория «двухступенчатого потока информации» П. Лазарсфельда, в частности, ее положение о том, что ретранслируемая посредством интернет-платформ, прессы, телевидения информация усваивается массовой аудиторией не непосредственно и не сразу, а спустя какое-то время под влиянием «лидеров мнений». Они передают свои интерпретации в дополнение к фактическому содержанию, отбирают сообщения для подкрепления уже сложившейся системы ценностей.

Сфокусировать внимание на технологической составляющей процесса формирования политических ценностей в сетевом пространстве, характере воздействия технологий на изменение сознания позволила теория технологического детерминизма. Стремительное развитие интернет-технологий способствует появлению ряда универсальных политических ценностей и норм, распространяемых в коммуникативном пространстве социальных медиа.

В совокупности указанные теории позволяют раскрыть механизм формирования и ретрансляции ценностей с учетом сетевого принципа организации коммуникативного пространства, технологической составляющей. В том числе скорость передачи информации, динамичность и интерактивность коммуникации обуславливают складывание определенных ценностей и норм, связанных, например, с открытостью и наблюдаемостью, модифицируемых и в политическом значении (например, одной из таких ценностей, площадкой для выражения которой являются новые медиа, может быть политическое самовыражение)<sup>12</sup>.

Логику воздействия технологий, находящихся в процессе непрерывного взаимодействия, на массовое сознание позволяют раскрыть принципы синергетического подхода. Технологии, с одной стороны, являются некой формой для выражения складывающихся ценностных интенций, («технологически организованная среда обитания воздействует на сознание человека»<sup>13</sup>), но,



с другой – реализация этой формы-технологии в политической сфере приводит к изменениям ценностного наполнения политического сознания. Таким образом, в ряде случаев становится затруднительным определить движущий фактор, оказавший определяющее воздействие на появление в обществе той или иной политической ценности: определяющую роль могли сыграть как структурно-функциональные особенности социальных сетей (их структуры и функций), так и технологический ресурс.

Анализ ценностного наполнения коммуникативного пространства социальных медиа подразумевает учет когнитивных, эмоционально-выразительных и поведенческих аспектов пользовательской активности уже функционирующих в обществе социальных сетей. Вместе с тем важно подчеркнуть, что ценности существуют и распространяются, в первую очередь, в сложившихся и складывающихся социальных сетях, вне зависимости от того, представлены структурно-функциональные элементы этих социальных сетей в интернет-пространстве или нет.

Изучению характера воздействия социальных сетей на субъективные составляющие политического пространства уделяется существенное внимание в научном дискурсе. Ученые с уверенностью замечают, что в условиях развития технологий современных массовых коммуникаций артикуляция и трансляция политических ценностей во многом происходит именно через Интернет<sup>14</sup>. Общеизвестным в научном сообществе является мнение о том, что интернет-платформы поддержки социальных сетей становятся агентами социализации современной молодежи, формирующими новый тип личности<sup>15</sup>. Развитие современных электронных коммуникаций и цифровых медиа, по мнению Е. П. Емченко, «открывает путь формированию глобальной системы ценностей и поведенческих норм, отличающихся все большей возможностью “культурного конструирования”»<sup>16</sup>.

Серия работ связана с анализом особенностей процессов трансформации сознания, специфики восприятия политических институтов при переходе к постиндустриальному обществу в сознании интернет-пользователей<sup>17</sup>, формированию клипового мышления как продукта информационного общества (Э. Тоффлера, А. Н. Исаевой, С. А. Малаховой, например). Ценностный аспект изучения политико-коммуникативного поля интернет-пространства рассматривается в различных контекстах. Например, в работе Е. В. Бродовской, А. Ю. Домбровской, Р. В. Пырьмы, А. А. Азарова и А. В. Синякова данный вопрос рассмотрен сквозь призму концепции «цифрового гражданства». Авторы исследования установили наличие следующего парадокса «цифрового гражданства» молодых россиян – «противоположные тенденции избегания политики и расширения сетевого протеста»<sup>18</sup>.

Широко представлено в научном дискурсе исследовательское направление, связанное с изучением клипового мышления как атрибута цифровой культуры, цифрового медиапространства, его сущностных особенностей<sup>19</sup>; условия успешности проведения информационных войн<sup>20</sup>; маркеров «клиповости» сознания.

Исследовать систему ценностей и представлений, складывающихся в коммуникативном пространстве социальных медиа, позволило обращение к методу опроса. Структура анкеты и ее тематические блоки релевантны поставленным в научной работе задачам. При проведении прикладного исследования были учтены следующие моменты:

- является ли респондент пользователем социальных медиа (ВКонтакте, Instagram, Facebook, Twitter, Telegram);
- частота использования социальных медиа респондентом;
- мнение респондентов о том, какие ценности формируются у индивидов благодаря их активному привлечению к участию в работе социальных медиа;
- представления респондентов-пользователей социальных сетей о последствиях аксиологического характера, связанных с активным использованием социальных медиа.

Для обработки результатов реализованного нами опроса был применен перекрестный анализ ответов респондентов на вопросы о формируемых посредством социальных медиа актуальных ценностях и характере воздействия социальных медиа на ценностную картину мира молодежи с построением таблицы сопряженности. Такой вариант анализа данных позволил выявить позицию респондентов, полагающих, что активное использование социальных медиа приводит к складыванию у индивида мозаичного отношения к политике, относительно того, какие политические ценности распространены в сетевом пространстве.

В анкетировании, проведенном в ноябре 2019 г. среди студентов Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, приняли участие 123 респондента, среди которых 67 представителей женского пола и 56 – мужского; 93,5% всех опрошенных составили молодые люди в возрасте от 18 до 22 лет, 5,7% – от 23 до 30 лет, 0,8% респондентов – в возрасте от 31 до 40 лет.

По результатам прикладного исследования, 100% его участников являлись пользователями интернет-платформ поддержки социальных сетей. Более того, 96,7% всех респондентов неоднократно в течение дня обращаются к платформам социальных медиа. Данный факт свидетельствует о широком формате использования социальных сетей в молодежной среде и их исключительной роли как инструмента воздействия на массовое сознание изучаемого социального сегмента общества.



Набор политических ценностей, формированию которых, по мнению опрошенных, способствует активное распространение социальных медиа, репрезентируемый на рис. 1, не отличается однородностью. В его структуре представлены материалистические (стабильность, порядок, безопасность), модернистские (развитие, инновационные ценности), либеральные ценности (свобода слова и мнений, демократия, плюрализм). Лидирующие позиции занимают инновационные/модернистские и либеральные ценности. По мнению большинства респондентов, социальные сети (в силу своей специфики – многообразия рисков, чрезмерной динамичности и проч.) в незначительной степени способствуют складыванию представления о стабильности, безопасности.

Приоритет либеральных ценностей в структуре политической картины мира современной молодежи можно объяснить рядом причин. Среди них – психологические и возрастные особенности изучаемого сегмента (например, свойственный молодежи интерес ко всему новому как движущий фактор развития, мобильность, социальная активность); специфика контента сетевого пространства, складывающегося под воздействием многообразных информационных потоков, включая пользователей различных идеологических предпочтений, взглядов. Особо стоит отметить поколенческие различия восприятия общественно-политических процессов, динамику ценностей (в том числе патриотизма, традиций, долга, значимость государственных символов и уважения к ним, готовность самопожертвование и др.), снижение значимости последних в молодежной среде. Данную тенденцию фиксируют материалы прикладных исследований<sup>21</sup>. Наконец, нельзя не учитывать существующего как в молодежной среде, так и

в обществе в целом запроса на перемены, развитие, стремления к поиску альтернативы.

Подавляющее большинство опрошенных (82,9%) полагают, что активное использование социальных медиа приводит к формированию разностороннего и мозаичного отношения к политике и обществу (причем женщины чаще мужчин выбирали этот вариант ответа: 54,9% против 45,1%). Только 6,5% участников опроса считали, что социальные сети способствуют складыванию «единого и целостного отношения к политике и обществу». Последний вариант ответа чаще выбирали респонденты мужского пола (75%), чем женского (25%). Результаты исследования представлены на рис. 2.

Данные перекрестного анализа ответов респондентов на два последних вопроса были сведены нами в таблицу сопряженности. Сведения, представленные в таблице, отражают корреляционную зависимость между представлениями участников опроса о характере воздействия социальных медиа на ценностную картину мира (консолидирующем, дезинтегрирующем) и системе ценностей, формирующихся благодаря социальным медиа. Отметим, что суммарный показатель по каждому из трех статистических столбцов превышает 100%, так как респондентам предлагалось выбрать не один, а три варианта ответа на вопрос о ценностях. Результаты перекрестного анализа отражены в таблице.

Анализируя результаты обработки данных опроса, следует обратить внимание на ряд аспектов. Во-первых, по мнению активных пользователей интернет-платформ поддержки социальных сетей, основные политические ценности, формируемые благодаря социальным медиа, – это свобода слова и мнений (с серьезным отрывом от остальных вариантов), а также плюрализм мнений (занимающий второе место с суще-

**Формированию каких ценностей, на Ваш взгляд, способствует активное распространение социальных медиа (выберите от 1 до 3 вариантов ответа)**

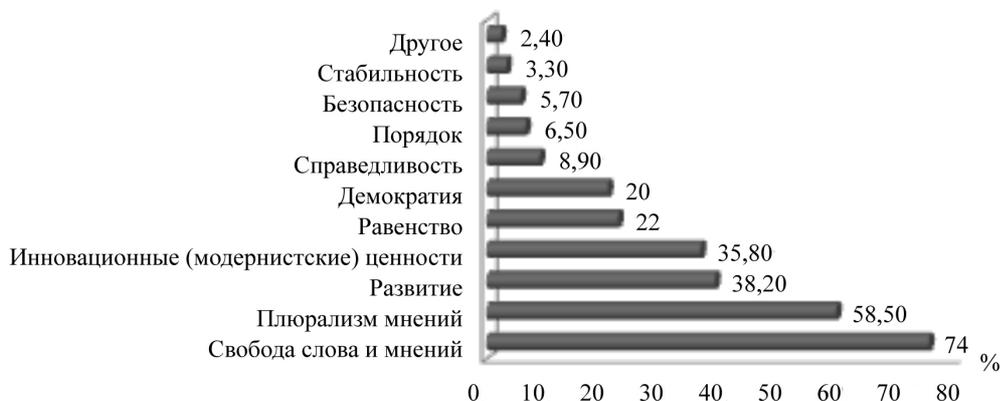


Рис. 1. Влияние социальных медиа на формирование политических ценностей студенческой молодежи



**Как Вы думаете, активное использование социальных медиа приводит к формированию у индивида:**



Рис. 2. Влияние социальных медиа на формирование фрагментированного восприятия политики

**Результаты перекрестного анализа ответов респондентов, %**

Формированию каких ценностей, на Ваш взгляд, способствует активное распространение социальных медиа?	Как Вы думаете, активное использование социальных медиа приводит к формированию у индивида		
	разностороннего и мозаичного отношения к политике и обществу	единого и целостного отношения к политике и обществу	затрудняюсь ответить
Свобода слова и мнений	78	75	38
Плюрализм мнений	63	50	31
Развитие	40	25	31
Инновационные (модернистские) ценности	38	38	15
Равенство	23	25	15
Демократия	22	25	8
Справедливость	9	0	15
Порядок	3	13	31
Безопасность	5	13	8
Стабильность	2	13	8

ственным отрывом от последующих вариантов). Третье и четвертое места уверенно занимают ценности развития и инновационные (модернистские) ценности соответственно. Это свидетельствует о том, что, по мнению респондентов, социальные медиа являются коммуникативным полем, способствующим формированию так называемых постматериалистических ценностей. Речь идет о ценностях самовыражения («self-expression values»), более высокой степени жизненной защищенности, «личной независимости человека», смещению акцента «от коллектива ... к свободе личности, групповых норм к индивидуальному многообразию»<sup>22</sup>.

Кроме того, следует обратить внимание на то, что в абсолютных выражениях женщины чаще мужчин отдавали предпочтение таким ценностям, как свобода слова и мнений, развитие, инновационные (модернистские) ценности, равенство и справедливость, формируемых в социальных медиа. Мужчины, в свою очередь, чаще выбирали в качестве приоритетных безопасность, стабильность и демократию. Порядок и

плюрализм мнений представители обоих полов отмечали поровну. Так, из 100% выбравших вариант «свобода слова и мнений», 44% мужчин и 56% женщин, в случае с вариантом «плюрализм мнений» это соотношение выглядит следующим образом: 50 на 50%, для варианта «развитие» – 40,4 и 59,6% соответственно, «инновационные (модернистские) ценности» – 40,9 и 59,1%, «равенство» – 40,7 и 59,3%, «справедливость» – 36,4 и 63,6%, «порядок» – 50 и 50%, «безопасность» – 71,4 и 28,6%, «стабильность» – 75 и 25%, «демократия» – 52 и 48% соответственно.

Во-вторых, данные опроса свидетельствуют, что пользователи платформ поддержки социальных сетей в большинстве своем разделяют мнение о том, что активное использование социальных медиа способствует формированию разностороннего и мозаичного отношения к политике и обществу. Мозаичное и фрагментарное отношение к политической действительности является одним из основных признаков так называемого «клипового сознания». Таким образом, данный тезис подтверждает идею о значимой роли современ-



ных социальных медиа в «клипизации» сознания. Здесь же отметим одну деталь: представительницы женского пола немногим чаще мужчин выбирали именно вариант ответа, связанный с формированием разностороннего и мозаичного отношения к политике и обществу, складывающегося благодаря активному использованию социальных медиа. При этом противоположной позиции, согласно которой активное использование социальных медиа способствует формированию единого и целостного отношения к политике и обществу, мужчины придерживались заметно активнее, хотя необходимо отметить, что данный вариант ответа в целом был поддержан очень небольшим числом респондентов.

В-третьих, результаты перекрестного анализа данных показали, что чаще всего те респонденты, разделяющие мнение о значимой роли социальных медиа в формировании мозаичного отношения к политике и обществу, в качестве политических ценностей, распространяемых благодаря социальным медиа, называли следующие (в порядке убывания популярности): свобода слова и мнений, плюрализм мнений, развитие, инновационные (модернистские) ценности, равенство и демократия. Этот перечень и его порядок полностью соответствует общим показателям ответов на вопрос о ценностях по всей выборке. Вместе с тем перечень формируемых с помощью социальных медиа политических ценностей, указанных респондентами, которые, в свою очередь, придерживаются мнения о том, что активное использование социальных медиа приводит к складыванию у индивида единого и целостного отношения к политике и обществу, выглядит следующим образом (в порядке убывания популярности): свобода слова и мнений, плюрализм мнений, инновационные (модернистские) ценности, развитие, равенство и демократия. Как видим, данные списки во многом схожи: одинаковое наименование и порядок расположения двух наиболее часто называемых ценностей, одинаковые процентные показатели инновационных (модернистских) ценностей и близкие показатели по ценностям демократии и равенства (которые в целом по обоим спискам занимают практически одинаковые позиции). Это позволяет предположить, что «клиповое сознание» не является значимым и определяющим фактором при формировании мнения респондентов о том, какие политические ценности чаще всего транслируются в коммуникативном пространстве интернет-платформ поддержки социальных сетей.

В дополнение к этому сравнительному обзору отметим, что респонденты, полагающие, что активное использование социальных медиа приводит к формированию у индивида единого и целостного отношения к политике и обществу, чаще, чем респонденты, высказавшие мнение о формировании в условиях активного использования социальных медиа мозаичного отношения

к политике и обществу, указывали на распространение в пространстве социальных медиа ценностей порядка, безопасности и стабильности. В свою очередь, участники опроса, разделяющие идею о складывании мозаичного отношения к политике и обществу, чаще называли справедливость как ценность, формируемую в пространстве социальных медиа.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать ряд выводов. Во-первых, коммуникативное поле современных платформ поддержки социальных сетей рассматривается представителями молодежи как инструмент формирования инновационных, либеральных ценностей, таких как свобода слова и мнений, плюрализм, развитие, как альтернативный официальному каналу трансляции ценностей и идей.

Подобные представления обусловлены, по нашему мнению, совокупностью факторов, в том числе структурно-функциональными особенностями социальных медиа (многообразием информационных потоков, возможностью пользователей самим создавать контент и проч.), существенной ролью политических технологий в виртуальном пространстве (стигматизации, мифотворчества и проч.). Последние усиливают стереотипизацию и мифологизацию существующих представлений.

Специфика социальных медиа способствует формированию клипового мышления, разностороннего и мозаичного отношения к политике, сдерживающих формирование целостного восприятия, системного представления о политических событиях, объектах. Данное обстоятельство продуцирует риски, связанные с ростом манипулятивных возможностей в сетевом пространстве. Однако фактор «клиповости» сознания, как показали результаты проведенного анализа, не является определяющим при формировании отношения пользователей современных платформ поддержки социальных сетей к преобладающим в пространстве социальных медиа политическим ценностям.

Полученные результаты, выявленные аксиологические особенности и тенденции позволяют говорить о целесообразности учета при разработке политического курса существующего в молодежной среде (как и в обществе в целом) запроса на развитие и неоднозначную оценку роли социальных медиа в формировании ценностной картины. Государству в лице действующей власти необходимо продолжать координационную работу в сетевом пространстве, осуществлять мониторинговую деятельность в превентивных целях, признавая значимость лидеров мнений как субъектов политического процесса, воздействующих на общественное мнение и массовое сознание, их привлечение к формированию информационной повестки.

Вместе с тем вопросы, связанные с формированием и распространением в коммуникативном поле социальных медиа определенных



политических ценностей, требуют дальнейшего изучения. Например, целесообразно повторно (через некоторый промежуток времени) провести подобное исследование, чтобы рассмотреть динамику возможных изменений ценностных предпочтений пользователей социальных медиа, что станет еще более существенным дополнением к сложившейся системе знаний по вопросу ценностного измерения политико-коммуникативного поля Интернета.

### Примечания

- <sup>1</sup> Митягина Е. В., Долгополова Н. С. «Клиповое сознание» молодежи в современном информационном обществе // Вестн. НГТУ. Сер. Социальные науки. 2009. № 3 (15). С. 53.
- <sup>2</sup> Пудалов А. Д. Клиповое мышление – современный подход к познанию // Современные технологии и научно-технический прогресс. 2011. Т. 1, № 1. С. 36.
- <sup>3</sup> См.: Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак : проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 112.
- <sup>4</sup> Исаева А. Н., Малахова С. А. «Клиповое мышление»: психологические дефициты и альтернативы (пространственный фокус) // Мир психологии. 2015. № 4. С. 178.
- <sup>5</sup> Симакова С. И. Указ. соч. С. 112.
- <sup>6</sup> Докука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. 2013. № 2. С. 171
- <sup>7</sup> Исаева А. Н., Малахова С. А. Указ. соч. С. 177.
- <sup>8</sup> См.: Кошель В. А., Сегал А. П. «Клиповое мышление» как форма обыденного сознания // Международный академический вестник. 2015. № 4 (10). С. 19; Слаутина М. В., Сусарина В. И. Феномен клипового сознания в научной и языковой интерпретации // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2017. № 15. С. 149–150.
- <sup>9</sup> Кристакис Н., Фаулер Дж. Связанные одной сетью: Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели. М.: Юнайтед Пресс, 2011. С. 23.
- <sup>10</sup> Викторова З. С. Сетевой подход как методология исследования процесса принятия государственных решений: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2009. С. 16.
- <sup>11</sup> См.: Сморгунюв Л. В. Сетевой подход к политике и управлению // Полис. 2001. № 3. С. 107–108.
- <sup>12</sup> См.: Каминченко Д. И. «Новые» СМИ как агент расширения определенных политических ценностей // Социосфера. 2013. № 4, ч. 1. С. 193.
- <sup>13</sup> Измествьева Н. Н. Клиповое сознание и образовательные технологии: к постановке проблемы // Вестн. ИжГТУ им. М. Т. Калашникова. 2016. Т. 19, № 1. С. 88.
- <sup>14</sup> См.: Володенков С. В., Кузнецов И. И., Евгеньева Т. В., Зверев А. Л., Грачев М. Н., Штукина Т. А., Седых Н. С., Бобровская Е. В., Щегловитов А. Е., Писарчук Д. И., Федоров А. П. Информационно-технологическое проектирование политических ценностей в российском сегменте интернет-пространства: материалы круглого стола // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12: Политические науки. 2014. № 5. С. 125.
- <sup>15</sup> См.: Ячменева М. В. Влияние социальных медиа на формирование семейных и гражданских ценностей молодежи в современной России: опыт социологического исследования // Управление устойчивым развитием. 2019. № 3 (22). С. 84, 87.
- <sup>16</sup> Емченко Е. П. Иллюзорность социальных медиа в контексте ценностей повседневности // Научные ведомости БелГУ. Сер. Философия Социология. Право. 2016. № 3 (224), вып. 35. С. 97.
- <sup>17</sup> См.: Мартыянов Д. С. Социологическое исследование политического сознания интернет-пользователей // Вестн. ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2013. Т. 2, № 1. С. 196.
- <sup>18</sup> Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Азаров А. А., Синяков А. В. «Цифровая гражданственность» в оценках российской молодежи // ПОЛИТЭКС. 2019. Т. 15. № 3. С. 338. DOI: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu23.2019.301>
- <sup>19</sup> См.: Митягина Е. В., Долгополова Н. С. Указ. соч. С. 53–59; Пудалов А. Д. Указ. соч. С. 36; Симакова С. И. Указ. соч. С. 107–118; Исаева А. Н., Малахова С. А. Указ. соч. С. 177–191; Гиренок Ф. И. Клиповое сознание. М.: Проспект, 2016; Романов Н. А. Клиповая культура в современном медиапространстве // Человек. Культура. Образование. 2017. № 3 (25). С. 105.
- <sup>20</sup> См.: Старицына О. А. Клиповое мышление как условие успешности информационных войн // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7, № 1 (22). С. 335.
- <sup>21</sup> См.: Цветкова И. В. Поколенческие различия в динамике патриотических ценностей (на примере г. Тольятти) // Социс. 2014. № 3. С. 48.
- <sup>22</sup> Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. С. 12–13.

### Образец для цитирования:

Каминченко Д. И., Шмелева О. Ю. Социальные медиа как инструмент формирования политической картины мира современной молодежи (на материалах Нижегородского региона) // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2020. Т. 20, вып. 2. С. 212–218. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-2-212-218>

### Cite this article as:

Kaminchenko D. I., Shmeleva O. Yu. Social Media as a Tool for the Formation of the Political Picture of the World of Modern Youth (Exemplified by Nizhny Novgorod Region). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politics*, 2020, vol. 20, iss. 2, pp. 212–218 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-2-212-218>