

DOI 10.5862/JHSS.227.3
УДК 32.019.51

И.А. Быков

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ПРОБЛЕМЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

В статье анализируются актуальные проблемы политической коммуникации в студенческой среде. Цель исследования заключалась в выявлении ее специфики в молодежной среде. Основным методом исследования стал метод социологического опроса. В опросе приняли участие 400 студентов из более чем 40 вузов. Результаты исследования показали, что социальные медиа приобрели статус ведущего канала политической коммуникации среди студентов, а телевидение утратило его. В то же время применение методики выявления зависимостей между переменными с использованием критерия согласия Пирсона χ^2 позволило автору выявить связь между доверием к телевидению и интересом к политической информации среди молодежи, тогда как аналогичной связи между социальными медиа и интересом к политике не обнаружено.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ; СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА; ТЕЛЕВИДЕНИЕ; ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ; МОЛОДЕЖЬ.

Стремительное развитие интернет-коммуникаций оказывает всё более заметное влияние на современную политику. Это влияние распространяется и на население страны, и в первую очередь на молодежь [6]. Изучению влияния СМИ на политические процессы посвящено большое количество научных работ [См.: 7], а эмпирических исследований по проблеме влияния интернет-коммуникаций, и особенно коммуникаций в социальных сетях, на политику в отечественной научной литературе практически нет. Существующие работы относятся скорее к интернет-технологиям в целом [1, 11, 12], тогда как сегодня наиболее популярными сервисами в Интернете являются социальные сети. Этот факт очень важно учитывать, потому что «начиная с 2011 г. Россия является лидером по количеству времени, проводимого типичным пользователем Интернета в соцсетях, — около 13 часов в месяц» [9]. Наше исследование предполагает активизацию эмпирических наработок в этой области, так как замена традиционных каналов политической коммуникации новыми в конечном итоге приводит к переформатированию любой политической системы.

Таким образом, актуальность нашего исследования связана с повышением роли поли-

тической коммуникации в социальных сетях, что стало особенно заметно в начале второго десятилетия XXI в. Распространение интернет-коммуникаций вызывает массу новых вопросов. В частности, использование Интернета в качестве средства массовой информации растет, однако это не значит, что традиционные СМИ (к примеру, телевидение) утрачивают свое влияние. В результате конвергенции телекоммуникационных средств связи на базе цифровых технологий, как справедливо указывает Е.Л. Варганова, появляется феномен интернет-телевидения, когда просмотр телепрограмм осуществляется от случая к случаю либо по телевизору, либо на других цифровых устройствах (компьютерах, планшетах, смартфонах и т. п.) [3]. Попытаемся оценить влияние телесмотрения (в самом широком смысле, включая новые способы потребления телевизионных продуктов) и коммуникации в социальных сетях на интерес к политической информации среди студенческой молодежи Санкт-Петербурга на базе проведенного зимой 2013/14 г. массового опроса.

Программа и метод исследования. Отправной точкой исследования стало предположение, что интернет-коммуникации вообще и



социальные сети в частности фактически вытеснили традиционные каналы коммуникации, представленные телевидением, в качестве основного способа получения политической информации. Мы полагаем, что среди традиционных каналов коммуникации лишь телевидение хоть в какой-то степени может обладать конкурентоспособностью в молодежной среде. Поэтому в анкету был включен вопрос о частоте использования респондентами телевидения и социальных сетей.

На наш взгляд, очень важным обстоятельством или фактором, определяющим выбор того или иного канала коммуникации, является уровень доверия к каналу. В данном случае ситуация сходна с давно наблюдаемой закономерностью: доверие – политические предпочтения [2]. Вполне логично предположить, что пользователи предпочитают те каналы коммуникации, которым они доверяют. К примеру, исследование Левада-Центра [4] показало, что телевидение в России в целом обладает и большим влиянием, и высоким уровнем доверия. Для проверки этого фактора в анкету был включен вопрос о доверии к социальным сетям и телевидению.

Последняя важная переменная, непосредственно касающаяся политической тематики, связана с интересом к политической информации. Мы полагали: политическая информация распространяется по разным каналам коммуникации, но преимущественно социальными сетями и телевидением – уровень использования каналов, вероятно, связан с уровнем доверия к ним – уровень доверия к каналам коммуникации может оказывать влияние на уровень интереса к политической информации.

Таким образом, основная цель исследования – выявить роль каналов коммуникации в распространении политической информации в студенческой среде Санкт-Петербурга (в выборку были включены только молодые люди, обучающиеся на тот момент в высших учебных заведениях). Основные гипотезы исследования были сформулированы следующим образом:

1) современная студенческая молодежь в значительной степени предпочитает социальные сети телевидению;

2) уровень доверия к социальным сетям выше, чем к телевидению;

3) политическая информация поступает к студентам через социальные сети, которые обладают большим уровнем доверия, чем телевидение.

Выбор петербургской студенческой молодежи в качестве объекта исследования был вызван несколькими причинами. Назовем две основные: во-первых, этот объект доступен исследованию, а во-вторых, именно в среде современной российской молодежи формируются тренды, которые определяют будущее российской политики. Опрос проводился в период с декабря 2013 г. (осенний семестр) по февраль 2014 г. (весенний семестр). В нем приняли участие 400 студентов. Количество опрошенных распределилось примерно поровну между двумя годами.

Выборку следует отнести к комбинированному виду. С одной стороны, мы старались сделать стратифицированную выборку, привлекая к опросу студентов различных вузов, а с другой – использовали элемент повышения случайности выборки, опрашивая друзей и знакомых респондентов, не являвшихся учащимися того же вуза [10, с. 218–219]. Фактически исследование начиналось с опроса нескольких студенческих групп в 3 вузах (СПбГУ, СПГУТД, СПбГЭУ), но в итоге охватило более 40 университетов, академий и институтов Санкт-Петербурга: кроме упомянутых, СПбПУ, РГПУ им. А.И. Герцена, Технологический университет, ИТМО, СПбГАСУ, Горный университет, Лесотехнический университет, СПбГУТ им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, ЛЭТИ, СПбГИК, СПбГУП, СЗТУ, МИЭП, СПбГХПА им. А.Л. Штигица, ЛГУ им. А.С. Пушкина, ГУ ВШЭ, СПбГИКиТ, Военмех, НГУ им. П.Ф. Лесгафта, СПбУГПС, ИВЭСЭП, СПбРТА, СПбМУ им. акад. И.П. Павлова, РАНХиГС, СПбГУАП, ПГУПС, СПИГ, СПбГМТУ, СПИУиП, СПбГТЭУ, СПбГУГА, СПбГАУ, ГМА им. адм. С.О. Макарова, СПбГАВМ, СПбПУ ИМаш (ЛМЗ-ВТУЗ), СЗГМУ им. И.И. Мечникова, СПбГТУРП, НИУиД, СПбВИВВ, СПбГИПСР, ВКА им. А.Ф. Можайского, СПбГАТИ. Таким образом, в создании выборки использовался метод «снежного кома». Основной целью этого подхода являлось повышение репрезентативности выборки. Сбор данных осуществлялся при помощи онлайн-инструментов Google Forms. Обработка данных проводилась с помощью статистического пакета R.

Оценка репрезентативности выборки. Репрезентативность выборки, очевидно, следует оценивать по нескольким критериям (распределение по полу, возрасту, вузам обучения, уровню отказов и размер выборки, который довольно сильно влияет на уровень статистической погрешности). Опишем вначале генеральную совокупность. По официальным данным Федеральной службы государственной статистики, полученным через сайт www.gks.ru, в 2007 г. в Санкт-Петербурге училось около 450 тыс. студентов. К сожалению, нам не удалось найти более свежих официальных данных. Попытка сбора с официальных сайтов вузов информации о количестве обучающихся в них студентов также встретила непреодолимые трудности: нужная нам информация там часто отсутствовала, а если имелась, то нельзя было с уверенностью сказать, что она не устарела или не является неким рекламным ходом для привлечения абитуриентов. Тем не менее собранная информация говорит о том, что численность студентов в вузе зависит от его величины. Существуют крупные вузы, которые указывают число обучающихся студентов, например СПбГУ – 30 тыс., СПбГЭУ – 26 тыс., Политех – 20 тыс. Небольшие вузы не стремятся афишировать эту цифру,

ограничиваясь указанием направлений подготовки, перечнем факультетов, кафедр и т. п.

Оценивая нашу выборку по полу (52,75 % – женский, 47,25 % – мужской), следует признать, что она соответствует вероятной пропорции. То же самое относится к распределению по возрасту. В нашей выборке оказались студенты от 17 до 35 лет. Визуальный анализ распределения студентов по возрасту позволяет с уверенностью предположить, что речь идет о нормальном распределении (см. рис. 1). Введение двухступенчатой системы высшего образования и широкое распространение платных форм обучения приводят к тому, что средний возраст студентов увеличивается. В нашей выборке он составил 21,36 года. Распределение студентов по возрасту носит сдвинутый характер, указывая на то, что на первые годы обучения приходятся наиболее частотные группы студентов, тогда как более возрастные студенты относительно малочисленны. Проведение формального теста на нормальность распределения Шапиро-Уилка подтвердило с вероятностью более 99 %, что мы имеем дело с нормальным распределением (Р-значение составило $2.2e-16$). Формальные тесты Вилкоксона (медиана – 21.00005) и t-тест Стьюдента для одномерных данных (средняя –

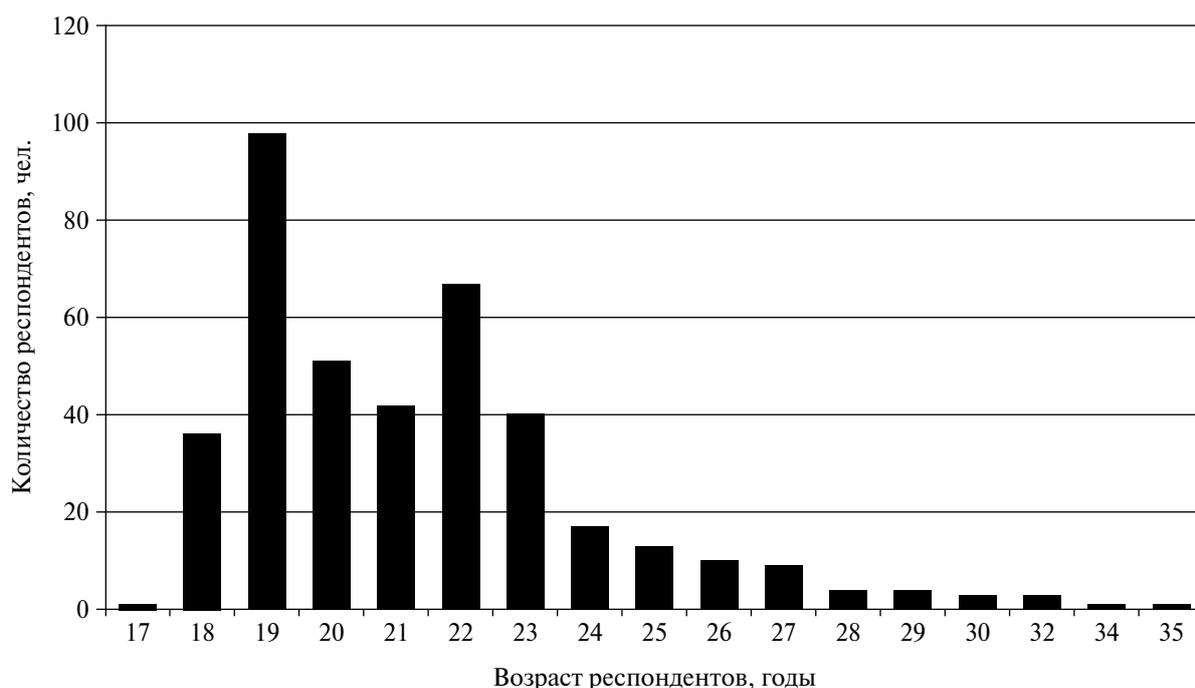


Рис. 1. Возраст респондентов в выборке (N = 400)

21.3575) показали, что медиана и средняя очень близки и что доверительный интервал в этих тестах очень узок (менее 1 %). Это говорит о том, что распределение респондентов по возрасту в выборке без перекосов в ту или иную сторону, а число наблюдений очень высоко, значит, вероятность статистических ошибок первого рода крайне низка.

Одной из основных задач проведения репрезентативных исследований является задача пропорционального представления всех групп, составляющих генеральную совокупность. В нашем случае нужно было добиться того, чтобы в исследовании были задействованы студенты самых разных вузов. В выборке оказались студенты из 46 вузов, тогда как на сайте Википедии в категории «вузы Санкт-Петербурга» насчитывается 76 страниц. Очевидно, что нам удалось охватить более половины вузов. Несомненно, это говорит о репрезентативности выборки. Мы уже указывали на то, что практически не существует возможности собрать достоверную и полную информацию о количестве студентов, обучающихся в вузах. Но научная строгость требует провести хотя бы приблизительную оценку соответствия пропорций выборки и генеральной совокупности. В нашей выборке на долю

СПбГУ, СПбГЭУ, РГПУ и Политеха приходится более половины опрошенных – 230 респондентов (57,5 %). В то же время, по информации на сайтах вузов, в них обучается 96 тыс. студентов (21,3 % всех студентов Санкт-Петербурга от числа результатов 2007 г.). Однако необходимо иметь в виду тенденцию сокращения приема в коммерческие и небольшие вузы. Собственно, именно эта тенденция привела к тому, что в последнее время был взят курс на укрупнение образовательных учреждений и сокращение количества филиалов. Отсюда можно сделать вывод, что наша выборка, концентрируясь на крупных и средних вузах, находится в русле указанных тенденций, а этот вероятный перекоп в их пользу не является для наших целей чрезмерным. Мы полагаем, что не попавшие в нашу выборку вузы не являются системообразующими, испытывают значительные проблемы с набором студентов, не обладают большим количеством студентов и именно поэтому не попали в нашу выборку. В то же время все крупные и средние вузы были в той или иной степени представлены в ней. На рис. 2 показано, как респонденты распределялись по вузам.

Еще одно важное обстоятельство, серьезным образом повышающее репрезентативность

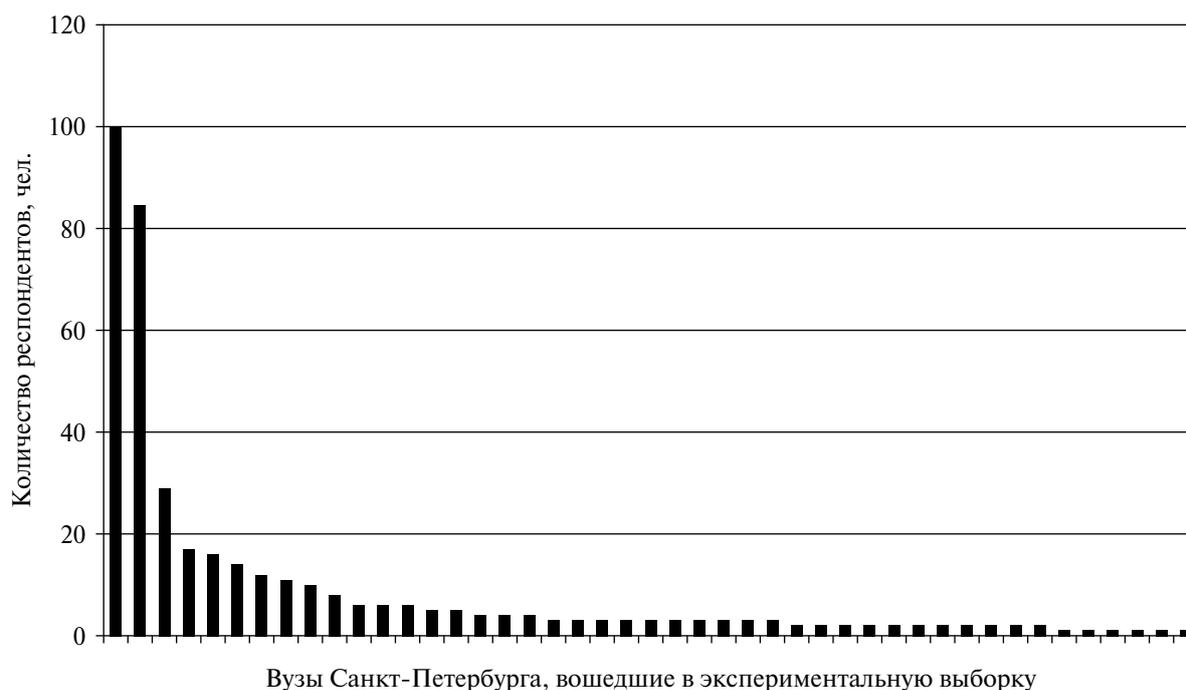


Рис. 2. Распределение числа респондентов по вузам Санкт-Петербурга (N = 400)

нашей выборки и достоверность результатов, — нулевой уровень отказов от анкетирования. Подобный результат был достигнут благодаря двум приемам. Во-первых, анкета содержала всего семь вопросов, три из которых относятся к так называемым «паспортным» вопросам: пол, возраст и место учебы. Разумеется, опрос занимал не более трех-четырех минут. Во-вторых, анкетирование проводилось лично автором или учащимися в присутствии автора. Когда студенты обращались к своим знакомым — студентам из других вузов с просьбой ответить на несколько вопросов по телефону, отказов не было. Этот факт обеспечивает дополнительную репрезентативность, так как обычные телефонные опросы очень часто «натываются» на нежелание респондентов отвечать на вопросы. Уровень отказов в 10 % может значительно понизить репрезентативность, потребуется увеличение выборки, в нашем случае этого делать не пришлось.

Таким образом, оценка генеральной совокупности и соотношения опрошенных студентов позволяет сделать вывод, что нам удалось провести репрезентативное исследование. Слабым местом выборки является ее вероятный перекос в сторону больших вузов, что повышает вероятность статистической погрешности. Однако значительный объем выборки, нормаль-

ное распределение респондентов по возрасту и полу, а также достаточный уровень представленности мелких и средних вузов позволяют говорить о том, что уровень статистической погрешности не превышает 5 % [8, с. 178].

Результаты исследования. Наше исследование показало, что студенческая молодежь Санкт-Петербурга, как мы и предполагали, обращается за информацией к социальным сетям значительно чаще, чем к телеэкранам (см. рис. 3). Всего 20 % респондентов ответили, что смотрят телевизор каждый день, тогда как к социальным сетям ежедневно обращаются 80,75 %. Социальные сети заменили телепросмотр в качестве основного способа получения информации. Почти половина (49,25 %) респондентов практически не пользуются телевизором. Эта цифра складывается из тех, кто никогда его не смотрит (21,75 %), и тех, кто включает телевизор всего несколько раз в месяц (27,5 %). Очевидно, что высокая степень пользования социальными сетями вызвана целым рядом обстоятельств, среди которых молодежный стиль жизни играет важнейшую роль. Студенты значительно меньше проводят время дома, предпочитая активные виды деятельности, перемещение по городу. Современные гаджеты (смартфоны, планшеты, мобильные компьютеры), подключенные к мобильному

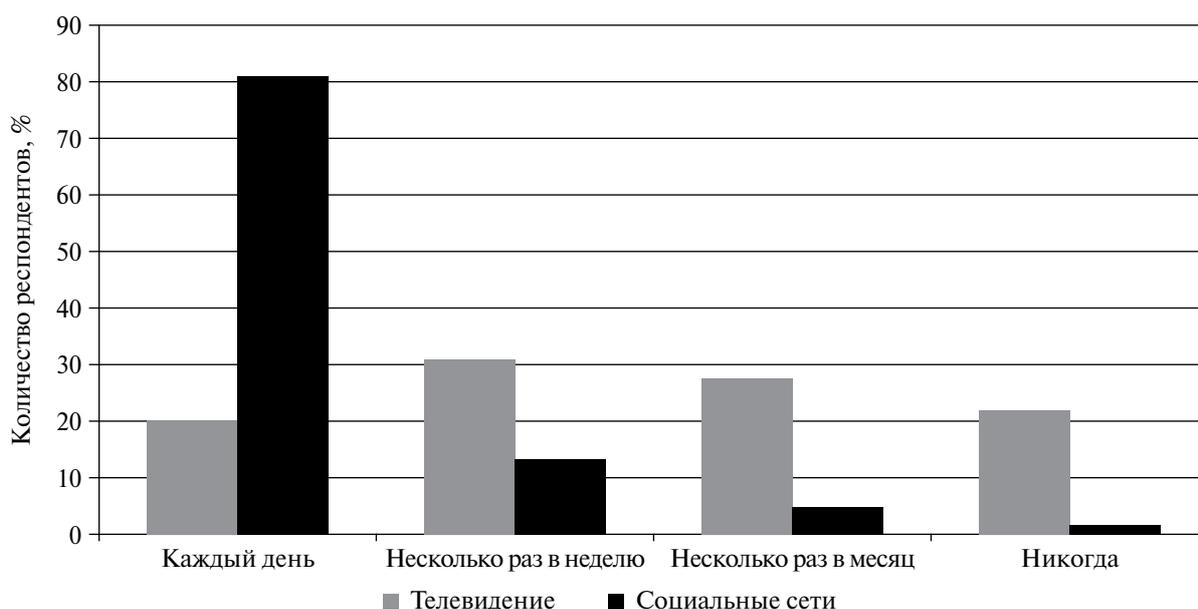


Рис. 3. Распределение медиапотребления студентами Санкт-Петербурга (N = 400)



Интернету, позволяют получать информацию «на ходу». Отсюда такое преимущество социальных сетей над телевидением.

Для того чтобы проверить, существует ли связь между медиапотреблением и полом респондента, мы использовали критерий согласия Пирсона χ^2 . Такой подход используется не впервые [См.: 5]. Вначале мы обратились к проверке зависимости телесмотрения от пола. Для этого была составлена таблица сопряженности (табл. 1) и проведены расчеты. Оказалось, что $\chi^2 = 11.7585$, а Р-значение составило 0.0082. Это значит, что лишь с вероятностью 0,82 % можно допустить, что нулевая гипотеза об отсутствии связи между полом и телесмотрением верна. Другими словами, очевидно, что существует очень высокая степень зависимости уровня использования телевидения от пола респондентов: студентки больше, чем студенты, смотрят телепрограммы, и это различие имеет статистически значимый уровень.

Далее, в табл. 1 представлены данные по зависимости частоты пользования социальными сетями от пола. В нашем случае критерий согласия Пирсона χ^2 продемонстрировал значение 1,2277, а Р-значение равнялось 0.7464, что говорит о том, что с вероятностью 74,64 % нулевая гипотеза о том, что связь между полом респондентов и уровнем использования социальных сетей отсутствует, верна. Иными словами, гендерная принадлежность не влияет на высокий уровень пользования социальными сетями. И студенты, и студентки в одинаковой степени часто пользуются ими. Различия в использовании социальных сетей между полами не имеют статистической значимости.

Как указывалось выше, в начале исследования нами была выдвинута предварительная гипотеза, что доверие к социальным сетям выше, чем к телевидению. В результате проведенного исследования эта гипотеза не подтвердилась. Точнее, ответы на вопрос о том, какая информация заслуживает большего доверия, поделились, учитывая статистическую погрешность, практически поровну: 54 % респондентов (216 человек) указали, что в социальных сетях, а 46 % (184 человека) – в телепередачах. Таким образом, скорее всего, студенческая молодежь отдает предпочтение социальным сетям не потому, что она им больше доверяет, а потому, что эта форма информационного потребления удобнее. Чтобы проверить наличие связи между полом и доверием к медиаканалам, а также между полом и интересом к политической информации, были составлены соответствующие таблицы сопряженности и вычислены значения χ^2 (см. табл. 2).

В случае с доверием к носителям информации проявилась зависимость между полом и уровнем доверия. Мужчины склонны больше доверять социальным сетям и не доверять телевидению, женщины – наоборот: значение χ^2 составило 12,2917, Р-значение – 0.0004. Очевидно, что вероятность данной зависимости очень высока. Можно сказать, что различия в доверии к медиаканалам между полами имеет высокую статистическую значимость.

Важным результатом нашего исследования стала констатация того, что студенческая молодежь интересуется политикой в значительной степени: 284 респондента (71 %) указали, что следят за политическими новостями и другой

Таблица 1

Таблица сопряженности для проверки взаимосвязей с использованием критерия согласия Пирсона χ^2 : пол и использование каналов коммуникации

<i>Частотность телесмотрения в зависимости от пола</i>				
Параметр	Каждый день	Несколько раз в неделю	Несколько раз в месяц	Никогда
Мужчины (N = 189)	30	49	60	50
Женщины (N = 211)	50	74	50	37
<i>Частотность использования социальных сетей в зависимости от пола</i>				
Параметр	Каждый день	Несколько раз в неделю	Несколько раз в месяц	Никогда
Мужчины (N = 189)	150	25	10	4
Женщины (N = 211)	173	27	9	2

Таблица 2

Таблица сопряженности для проверки взаимосвязей с использованием критерия согласия Пирсона χ^2 : пол, доверие к каналам коммуникации и интерес к политической информации

<i>Зависимость между полом и доверием к каналам коммуникации</i>		
Параметр	Больше доверяют социальным сетям	Больше доверяют телевидению
Мужчины (N = 189)	120	69
Женщины (N = 211)	96	115
<i>Зависимость между полом и интересом к политической информации</i>		
Параметр	Интересуются политической информацией	Не интересуются политической информацией
Мужчины (N = 189)	135	54
Женщины (N = 211)	149	62
<i>Зависимость между доверием к каналам коммуникации и интересом к политической информации</i>		
Параметр	Интересуются политической информацией	Не интересуются политической информацией
Доверяют социальным сетям (N = 216)	142	74
Доверяют телевидению (N = 184)	142	42

политической информацией. В случае с проверкой зависимости между полом и интересом к политической информации приходится признать с вероятностью почти 99,55 % (Р-значение в тесте χ^2 составило 0.9455, $\chi^2 = 0.0047$), что такой связи нет. Вне зависимости от пола студенты достаточно сильно интересуются политикой.

При проверке наличия связи между доверием к медиаканалам и интересом к политике было выявлено следующее: $\chi^2 = 5.7649$, Р-значение составило 0.0163. Таким образом, с вероятностью 98,37 % существует статистически значимая зависимость между этими параметрами. Те, кто доверяет телевидению, больше интересуются политикой, а те, кто доверяют социальным сетям, интересуются ею в значительно меньшей степени. Третья гипотеза, выдвинутая в начале статьи, была опровергнута результатами исследования.

Выводы и дискуссионные положения. В результате нашего ограниченного исследования (в имеющихся условиях ресурсных ограничений и целенаправленно сниженного количества переменных) были получены интересные результаты. Согласно полученным данным, всего одна треть студенческой молодежи не интересуется политикой. В какой-то степени это был неожиданный результат, так как в традиционных СМИ довольно часто можно услышать сетования на

то, что молодежь никак не проявляет интереса к политике. Основываясь на наших данных, мы выяснили, что доверие к социальным сетям находится примерно на том же уровне, что и доверие к телевидению. При этом социальные сети используются значительно чаще, чем телевидение. Можно констатировать, что основным каналом коммуникации для студентов Санкт-Петербурга стали социальные сети.

При этом существуют значимые различия между полами. Было установлено, что студентки больше доверяют телевидению, а высокий уровень доверия к телевидению, в свою очередь, влияет на интерес к политической информации. В то же время надо признать, что студентки интенсивнее пользуются социальными сетями, а не телевидением. Именно в этом заключается парадоксальность полученных результатов: студентки чаще пользуются социальными сетями, но больше доверяют телевидению, и при этом именно телевидение влияет на повышение интереса к политике.

В случае со студентами-юношами высокий уровень доверия к социальным сетям не продуцирует интереса к политической информации. Они чаще пользуются социальными сетями, больше им доверяют, но при этом социальные сети не влияют на повышение интереса к политике. Студенты имеют такой же высокий интерес к политической информации, как и сту-



дентки, вероятно, благодаря другим факторам. К таким факторам можно отнести социальные группы первичной и вторичной политической социализации, межличностную коммуникацию и т. п. Очевидно, что выявление влияния этих и других факторов не относится к целям нашего исследования, это может быть сделано лишь

в последующих исследованиях. Другим перспективным направлением для продолжения изучения современной политической коммуникации, прямо вытекающим из проведенной работы, мог бы стать поиск ответа на вопрос, почему социальные сети не влияют на повышение интереса к политике у пользователей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Башкарев А.А. Роль сети Интернет в процессе политической социализации молодежи: дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2009. 166 с.
2. Бычков П.А. Исследование взаимосвязи ценностной сферы молодежи с доверием к политической власти // Современ. исслед. социальных проблем. 2012. № 1 (09).
3. Вартанова Е.Л. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 4. С. 6–26.
4. Волков Д., Гончаров С. Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, Интернет. URL: <http://www.levada.ru/sites/default/files/levadareportmedia.pdf>.
5. Жолудева В.В., Панарский Н.С. Математико-статистические методы и модели в социологическом исследовании // Труды СГА. 2011. № 5. С. 120–131.
6. Карпова Д.Н. Интернет-коммуникация: новые вызовы для молодежи // Вестн. МГИМО – Университета. 2013. № 5. С. 208–212.
7. Малик Е.Н. Средства массовой информации как институт политической социализации молодежи в современной России: моногр. Орел: Орловская акад. гос. службы, 2009. 165 с.
8. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования. М.: Весь мир, 1997. 544 с.
9. Откуда берется интернет-зависимость. Почему в России так много интернет-зависимых. URL: http://www.gazeta.ru/tech/2014/12/23_a_6356077.shtml.
10. Рабочая книга социолога / под общ. ред. Г.В. Осипова. Изд. 4-е, стер. М.: КомКнига, 2006. 480 с.
11. Руткаускайте М.В. Молодежный Интернет как пространство политической социализации и идентификации современной российской молодежи // Вестн. Перм. ун-та. Сер. Политология. 2011. № 4. С. 88–96.
12. Рябченко Н.А. Политический парсинг как механизм политической социализации молодежи в online-пространстве современной России // Youth World Politic. 2013. № 1. С. 100–106.

БЫКОВ Илья Анатольевич – кандидат политических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета.

Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9
e-mail: i.bykov@spbu.ru

I.A. Bykov

POLITICAL INFORMATION AND SOCIAL MEDIA: THE PROBLEMS OF POLITICAL COMMUNICATION AMONG STUDENTS OF ST. PETERSBURG

This article explores the current problems of political communication among students. Today's youth uses the Internet and social media for political information very actively. In order to reveal the specifics of political communication among young people, the author has conducted a representative survey of students

in St. Petersburg. The survey sample covers 400 respondents from 45 universities of St. Petersburg, Russia. The author applies Pearson's chi-squared test for dependencies analyzes between variables. The study showed that 71 % of respondents are interested in political information, while television has lost status as a leading channel of communication among the students. The most important conclusion of the study is a statistically significant assumption that there is a relationship between trust in television and general interest in political information, whereas a connection between trust in social media as a communication channel and political interests were not found.

POLITICAL COMMUNICATION; SOCIAL MEDIA; TELEVISION; POLITICAL INFORMATION; YOUTH.

REFERENCES

1. Bashkarev A.A. *Rol' seti Internet v protsesse politicheskoy sotsializatsii molodezhi*. Dokt. dis. [Role of the Internet in the Process of Youth Political Socialization. Doct. diss.]. St. Petersburg, 2009. 166 p. (In Russ.)
2. Bychkov P.A. [Study of Relations between Youth Values and Trust to Political Power]. *Modern Research in Social Problems*, 2012, no. 1 (09). (In Russ.)
3. Vartanova Ye.L. [Digital TV and transformation of media systems: New approaches to study the modern TV]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2011, no. 4, pp. 6–26. (In Russ.)
4. Volkov D., Goncharov S. *Rossiyskiy media-landshaft: televideniye, pressa, Internet* [Russian Media-Landscape: TV, Press, Internet]. Available at: <http://www.levada.ru/sites/default/files/levadareportmedia.pdf> (accessed 02.02.2015).
5. Zholudeva V.V., Panarskiy N.S. [Statistical Methods and Models in the Sociological Research]. *Works of SGA*, 2011, no. 5, pp. 120–131. (In Russ.)
6. Karpova D.N. [Internet Communication: New Challenges for Youth]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2013, no. 5, pp. 208–212. (In Russ.)
7. Malik Ye.N. *Sredstva massovoy informatsii kak institut politicheskoy sotsializatsii molodezhi v sovremennoy Rossii* [Media as an Institute of Political Socialization of Youth in Modern Russia]. Orel, Orel Academy of State Administration, 2009. 165 p. (In Russ.)
8. Manghey Dzh.B., Rich R.K. *Politologiya. Metody issledovaniya* [Political Science. Research Methodes]. Moscow, Ves' mir, 1997. 544 p. (In Russ.)
9. *Otkuda beretsya internet-zavisimost'. Pochemu v Rossii tak mnogo internet-zavisimykh* [Where Does Internet-Addiction get from? Why in Russia are So Many Internet-Addicted Persons]. Available at: http://www.gazeta.ru/tech/2014/12/23_a_6356077.shtml (accessed 02.02.2015).
10. *Rabochaya kniga sotsiologa* [Working Book of Sociologist]. Moscow, KomKniga Publ., 2006. 480 p. (In Russ.)
11. Rutkauskaite M.V. *Molodezhnyy Internet kak prostranstvo politicheskoy sotsializatsii i identifikatsii sovremennoy rossiyskoy molodezhi*. *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya*, 2011, no. 4, pp. 88–96. (In Russ.)
12. Ryabchenko N.A. [Political Parsing as a Tool of Political Socialization in On-Line Space of Modern Russia]. *Youth World Politic*, 2013, no. 1, pp. 100–106. (In Russ.)

БЫКОВ Илья А. — *St. Petersburg State University*.
Universitetskaya nab., 7–9, St. Petersburg, 199034, Russia
e-mail: i.bykov@spbu.ru