

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

*На правах рукописи*

Кафедра политических наук

**ОСОБЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПОЛИТИКО –  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОСТРАНСТВ (НА ПРИМЕРЕ Г.САРАТОВА  
И ПЕНЗЫ)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

бакалаврской работы

студента 4 курса 421 группы

Направление подготовки 41.03.04 «Политология» юридического  
факультета

**ГРАДОВОЙ ЯНЫ НИКОЛАЕВНЫ**

Научный руководитель

профессор, д.п.н.

\_\_\_\_\_/ В.А.Митрохин

должность,уч.степень,уч.звание

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой

профессор, д.п.н.

\_\_\_\_\_/ А.А. Вилков

должность,уч.степень,уч.звание

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Саратов 2025

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования** обусловлена возрастающим значением средств массовой информации в формировании общественного мнения молодежи и влиянии на её восприятие муниципальных органов власти. В условиях цифровизации и информационной открытости региональные СМИ становятся важным механизмом взаимодействия с населением, оказывая прямое и косвенное воздействие на социально-политические процессы. Исследование особенностей политико-информационных пространств Саратовской и Пензенской областей позволяет проанализировать, каким образом формируются мнения и настроения молодежи, и выявить ключевые тенденции их трансформации под влиянием медийных институтов.

Региональный контекст исследования предоставляет уникальные возможности для анализа социокультурных и политических факторов, определяющих общественное мнение молодежи. Саратовская и Пензенская области представляют собой примеры регионов с отличающимися историко-культурными и экономическими характеристиками, что позволяет выявить общие и специфические черты воздействия медийных механизмов на молодежные группы. Учитывая растущую роль цифровых технологий и медийных платформ в жизни молодежи, актуальным становится вопрос о том, как местные СМИ способны влиять на восприятие гражданами деятельности муниципальных властей и политических процессов.

**Степень изученности темы исследования.** Проблематика функционирования политико-информационного пространства, а также вовлечённости молодёжи в процессы политической социализации через медиасреду, получила широкое освещение в отечественной научной литературе. Исследования можно классифицировать по нескольким ключевым направлениям.

### **1. Теоретико-методологические основы политико-информационного**

**пространства.** К данному направлению относятся работы, раскрывающие сущность и структуру политико-информационного пространства, его функции и место в системе политической коммуникации. Так, А.Н. Алферов<sup>1</sup> рассматривает информацию как системообразующий фактор политической жизни, подчеркивая значимость её регулятивной и мобилизующей функции. Э.Я. Баталов<sup>2</sup> акцентирует внимание на топологии политических отношений, где информационное взаимодействие выступает неотъемлемым элементом. С точки зрения институционального подхода, С.Б. Котляров и О.В. Кукушкин<sup>3</sup> анализируют особенности взаимодействия государства и институтов гражданского общества, подчёркивая значение информационного обмена как механизма легитимации власти.

**2. Цифровизация и трансформация медиапотребления.** В условиях цифровой среды трансформация медиапрактик становится предметом междисциплинарного изучения. Так, С.В. Косицына<sup>4</sup> и О.М. Михайленок<sup>5</sup> анализируют влияние цифровизации на ценностные ориентации и политическую активность молодежи, отмечая смещение интереса к децентрализованным, интерактивным и визуализированным формам информации.

Работа Д.Ю. Кульчицкой и Г.С. Филаткиной<sup>6</sup> раскрывает феномен фонового медиапотребления как важной части медиапрактик современной «цифровой молодёжи», когда политическая информация усваивается пассивно, но всё же оказывает влияние на формирование политических установок.

### **3. Медиаграмотность и критическое восприятие информации.**

Особую исследовательскую нишу занимает изучение медийной грамотности

---

<sup>1</sup> Алферов А. Н. Роль информации в развитии политической системы Российской Федерации // Труды Института государства и права РАН. 2018. № 2. С. 140–154.

<sup>2</sup> Баталов Э. Я. Топология политических отношений // Полис. 1995. № 2. С. 88.

<sup>3</sup> Кукушкин О. В., Котляров С. Б., Храмова О. Е. Поиск эффективной модели взаимодействия государства и институтов гражданского общества // Социально-политические науки. 2018. № 2. С. 62–64.

<sup>4</sup> Косицына С. В. Влияние цифровизации на ценности молодежи: теоретический анализ // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 1. С. 97–107.

<sup>5</sup> Михайленок О. М., Щенина О. Г. Гуманитарная экспертиза цифровизации: политологический контекст // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 5. С. 130–134.

<sup>6</sup> Кульчицкая Д. Ю., Филаткина Г. С. Фоновое медиапотребление как часть медиапрактик российской «цифровой молодежи» // Медиаскоп. 2021. Вып. 1.

как инструмента сопротивления манипулятивному воздействию СМИ. В этой связи заслуживают внимания исследования Е.Н. Малик<sup>7</sup>, где анализируется влияние комплексного характера СМИ на политическую социализацию молодёжи, а также работа А.А. Казакова<sup>8</sup>, освещающая медийные факторы формирования идейно-ценностных основ политического сознания. Д.В. Дунас<sup>9</sup> и соавторы в публикации о пересмотре теории использования и удовлетворения подчёркивают необходимость переосмысления традиционных медиа-моделей в условиях активной цифровой адаптации молодежи, подчеркивая роль навыков анализа и интерпретации информации.

**4. Молодёжь в информационном и политическом пространстве регионов.** Региональный аспект рассмотрен в работах С.Н. Курбатова<sup>10</sup> и С.М. Захарова. С.Н. Курбатов отмечает наличие «информационных разрывов» в региональной молодёжной политике, указывая на слабую интеграцию молодёжи в процессы принятия решений. С.М. Захаров<sup>11</sup> исследует провинциальную молодёжь в контексте протестной повестки, акцентируя внимание на факторе недоверия к официальным источникам и стремлении к альтернативным каналам информации. В работе А.А. Казакова<sup>12</sup> также подчёркивается, что в условиях региональной информационной среды большое значение имеют локальные лидеры мнений, социальные сети и неформальные каналы коммуникации, выступающие в качестве альтернативных проводников политической информации.

---

<sup>7</sup> Малик Е. Н. Специфика комплексного характера СМИ в процессе политической социализации российской молодёжи // Управленческое консультирование. 2021. № 2(146). С. 26–37.

<sup>8</sup> Казаков А. А. Медийные факторы формирования идейно-ценностных оснований политического сознания современной молодёжи // Идейно-ценностные перспективы политического развития современной России. Саратов, 2022. С. 53–59.

<sup>9</sup> Дунас Д. В., Вартаков С. А., Кульчицкая Д. Ю., Салихова Е. А., Толоконникова А. В. Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодёжи: к пересмотру теории использования и удовлетворения // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 2. С. 3–28.

<sup>10</sup> Курбатов С. Н. Молодёжь региона в информационном пространстве современного российского общества: к вопросу о проблемных точках молодёжной политики Тамбовской области // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 11(91). С. 77–81.

<sup>11</sup> Захаров С. М. Провинциальная молодёжь в современной России и протестная политическая повестка 2015–2021 гг. // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2022. Т. 42. С. 9–19.

<sup>12</sup> Казаков А. А. Медийные факторы формирования идейно-ценностных оснований политического сознания современной молодёжи // Идейно-ценностные перспективы политического развития современной России. Саратов, 2022. С. 53–59.

**5. СМИ и формирование общественного мнения.** Ряд исследований сосредоточен на влиянии СМИ на общественное сознание и настроения. А.В. Гурьянова и А.В. Выжлов<sup>13</sup> рассматривают информационную войну как инструмент манипулирования общественным мнением, делая акцент на уязвимость молодёжной аудитории к целенаправленным медийным стратегиям. Схожие идеи прослеживаются у П.А. Ивановой<sup>14</sup>, анализирующих воздействие рекламы и информационных кампаний на молодёжь. П. В. Ивлиев и А. А. Глухова<sup>15</sup> также подчеркивают, что особенности подачи информации в СМИ могут формировать девиантные установки у молодёжной аудитории, если они акцентированы на криминальной или маргинальной повестке.

**Нормативно-правовая база** деятельности средств массовой информации в России подробно регулируется рядом федеральных законов, среди которых основное значение имеют: Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"<sup>16</sup>, Федеральный закон "О связи"<sup>17</sup>, "О праве на забвение"<sup>18</sup>, «пакет Яровой»<sup>19</sup> и другие. Анализ законодательных основ позволил учесть рамочные условия функционирования муниципальных СМИ и степень их зависимости от федеральной информационной политики.

**Объект исследования** – муниципальные субъекты информационно-политической деятельности (на примере г. Саратова и Пензы).

**Предмет исследования** – влияние муниципальных СМИ Саратова и Пензы на формирование общественного мнения молодежи, включая методы

---

<sup>13</sup> Гурьянова А. В., Выжлов А. В. Информационная война как инструмент манипулирования общественным сознанием // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 2–2. С. 84–88.

<sup>14</sup> Иванова П. А., Суханов Е. В. Рекламная информация и ее влияние на молодёжь // Интернаука. 2022. № 43–3(266). С. 65–67

<sup>15</sup> Ивлиев П. В., Глухова А. А. Влияние СМИ на распространение преступности и криминальной субкультуры в России // Право и государство: теория и практика. 2021. № 11(203). С. 50–54.

<sup>16</sup> Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп.).

<sup>17</sup> Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (с изм. и доп.).

<sup>18</sup> Федеральный закон от 13.07.2015 № 264-ФЗ «О праве на забвение в сети Интернет».

<sup>19</sup> Федеральный закон от 06.07.2016 № 374-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» ("Пакет Яровой").

информационного воздействия, нормативно-правовое регулирование и адаптацию к цифровой среде.

**Цель исследования** – исследовать и оценить особенности муниципальных политико-информационных пространств (на примере Саратова и Пензы) для выявления проблем и тенденций в области институтов информации в регионах России.

**Гипотеза исследования** – муниципальные СМИ Саратова и Пензы существенно влияют на формирование общественного мнения молодежи, при этом эффективность их воздействия зависит от используемых методов, нормативной базы и адаптации к цифровым запросам аудитории.

**Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:**

- 1) Выявить основные теоретико-методологические подходы в научном дискурсе к исследованию мнения о работе муниципальных властей у провинциальной молодежи;
- 2) Проанализировать факторы, влияющие на идейно-ценностные ориентации современной молодежи России и охарактеризовать особенности политической социализации молодежи провинции России;
- 3) Дать оценку основным направлениям и специфике деятельности СМИ на площадках информационных ресурсов в провинции;
- 4) Раскрыть специфику нормативно-правовых основ работы СМИ в политическом просвещении на региональном уровне;
- 5) Охарактеризовать влияние методов на общественное мнение молодежи, используемых муниципальными СМИ;

Для достижения поставленных целей и решения задач в работе были использованы как теоретические, так и эмпирические **методы исследования**. Их сочетание позволило получить всестороннюю картину функционирования

муниципального политико-информационного пространства и особенностей медиапотребления молодёжи в региональном контексте.

**1. Анализ научной литературы.** Метод теоретического анализа и обобщения научных источников позволил определить степень изученности темы, выявить основные подходы к понятию политико-информационного пространства, медиапотребления и политической социализации. На основе работ российских исследователей была сформирована типология научных подходов, что дало возможность более точно определить рамки анализа и выбрать соответствующий понятийный аппарат. Это обеспечило теоретическую обоснованность исследования и позволило сопоставить полученные эмпирические данные с уже существующими научными моделями.

**2. Контент-анализ цифровых ресурсов.** Сравнительный анализ официальных сайтов органов власти Саратова и Пензы, а также их страниц в социальных сетях позволил оценить степень открытости муниципальной информационной политики, характер представления информации, наличие обратной связи и интерактивности. Это стало основой для выявления различий между регионами и позволило более точно интерпретировать эмпирические данные.

**3. Анкетирование.** Ключевым эмпирическим методом стало анкетирование студенческой молодёжи. Разработка анкеты была ориентирована на выявление уровня политической заинтересованности, источников получения информации о власти, оценки влияния СМИ и самооценки медиаграмотности. Опрос позволил зафиксировать актуальные медиапрактики, уровни доверия к информационным каналам, а также степень вовлечённости молодёжи в политико-информационное пространство. Использование закрытых и открытых вопросов обеспечило как количественную, так и качественную интерпретацию результатов.

**4. Интерпретация и сравнительный анализ.** Сравнительный анализ

данных по двум регионам и сопоставление ответов студентов с официальной информационной повесткой позволили выявить ключевые противоречия и пробелы в политической коммуникации. Метод обобщения и интерпретации эмпирических данных дал возможность сформулировать выводы о тенденциях трансформации отношения молодёжи к власти под влиянием цифровой среды.

В совокупности выбранные методы обеспечили комплексный подход к исследованию, позволили сочетать теоретический и эмпирический уровни анализа и достичь высокого уровня обоснованности выводов.

**Эмпирические материалы** включают в себя разнообразные публикации муниципальных СМИ Саратова и Пензы, включая аналитические статьи, интервью и обзоры, отражающие медиапотребление и информационные предпочтения молодёжи. В рамках подготовки ВКР было проведено социологическое исследование. Было опрошено 128 человек. На основании полученных данных основная масса респондентов была представлена возрастной группой от 18 до 25 лет, что характерно для студенческой аудитории. Анкетирование продемонстрировало высокий уровень вовлечённости молодежи в медиaprостранство, значительное влияние социальных сетей на восприятие политической реальности, а также наличие критического отношения к источникам информации.

Также нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность СМИ в Российской Федерации, которые позволили проанализировать правовые аспекты функционирования медиа.

**Структура работы** включает введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения.

**Во введении** обоснована актуальность темы, определены объект, предмет, цели и задачи исследования, указаны методологическая и теоретическая база, а также значимость работы. **В первой главе**



рассмотрены теоретико-методологические подходы к изучению общественного мнения и особенностей работы муниципальных СМИ, проанализированы основные факторы, влияющие на восприятие молодежью информации. **Во второй главе** исследованы основные направления деятельности муниципальных СМИ в Саратове и Пензе, их влияние на общественное мнение молодежи, а также нормативно-правовые основы их функционирования. **В заключении** представлены выводы по результатам исследования.

**В приложениях** размещены дополнительные материалы, использованные в ходе исследования, включая таблицы, изображения, диаграммы и результаты опросов.

## **СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, освещается степень её научной разработанности, определяются объект, предмет, цели и основные задачи исследования, указана методологическая и теоретическая база, излагаются эмпирические материалы и новизна исследования.

**Первая глава «Теоретико-методологические подходы к исследованию мнения о работе муниципальных властей у провинциальной молодежи».** В условиях цифровизации и стремительного развития информационных технологий провинциальная молодёжь оказывается включённой в противоречивые процессы политико-информационного обмена, в рамках которого формируются её установки в отношении местной власти. В то же время доступность альтернативных источников информации, преимущественно через интернет, способствует формированию у части молодёжи более рефлексивного и активного отношения к происходящим политическим процессам. Проведённый анализ показывает, что политико-информационное пространство провинциальных регионов является важным фактором в формировании социальной и политической активности молодого поколения, требующим

**дальнейшего комплексного изучения.**

**Вторая глава** «Особенности и основные направления деятельности институтов массовой информации по формированию общественного мнения провинциальной молодежи». Общая картина регулирования политико-информационных пространств в Пензенской и Саратовской областях, а также в целом по России, показывает динамичное развитие законодательной базы и усилия по контролю за информационным пространством. Однако эти усилия часто сталкиваются с критикой и вызывают дискуссии о балансе между безопасностью и свободой слова, а также о методах вовлечения интернет-аудитории в политический и социальный диалог. Также, было проведено анкетирование. Оно продемонстрировало высокий уровень вовлечённости молодёжи в медиапространство, значительное влияние социальных сетей на восприятие политической реальности, а также наличие критического отношения к источникам информации. Вместе с тем сохраняются пробелы в знании конкретных механизмов деятельности власти и её реализованных проектов, что требует активизации информационно-просветительской работы среди молодого населения.

Полученные данные подтверждают гипотезу о трансформации отношения молодёжи провинции к власти под воздействием СМИ, особенно цифровых платформ. Это открывает перспективы для дальнейших исследований в области политической социализации и медиавлияния в региональном контексте.

**В заключении** были сделаны следующие выводы Муниципальное политико-информационное пространство представляет собой совокупность институтов, медиаресурсов и каналов коммуникации, обеспечивающих взаимодействие власти и населения на местном уровне.

1. Политико-информационные пространства формируются под воздействием политических, социально-экономических и культурных факторов, а также уровня развития цифровой среды.

2. В Саратовской и Пензенской областях муниципальные политико-информационные пространства различаются по степени открытости, вовлеченности граждан и активности медиа.
3. В Пензенской области зафиксирован больший уровень интерактивности и участия населения в цифровых дискуссиях по сравнению с Саратовской областью.
4. В Саратовской области политическая информация чаще носит односторонний характер, преимущественно транслируемая от официальных источников к населению, без обратной связи.
5. Большинство муниципальных СМИ ориентированы на освещение деятельности властей, не выступая самостоятельными участниками политического процесса.
6. Социальные сети становятся всё более значимым каналом политической коммуникации на местном уровне, особенно среди молодежной аудитории.
7. Основными проблемами остаются низкий уровень гражданской активности и ограниченная открытость властных структур к взаимодействию.
8. Гипотеза о существовании региональных различий в уровне развития муниципальных политико-информационных пространств подтверждена.
9. Для повышения эффективности локальной политической коммуникации необходимо развивать диалоговые формы взаимодействия, расширять использование цифровых платформ и поддерживать независимые источники информации.

Результаты данного исследования могут быть использованы при разработке рекомендаций по оптимизации информационной политики муниципалитетов, совершенствованию механизмов публичной коммуникации, повышению прозрачности и доверия к власти на местах.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

### Нормативно-правовые акты:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399) (дата обращения 25.05.2024)
2. Федеральный закон «О внесении изменений в статьи 10.1 и 15.4 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 29.07.2017 N 241-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_221183](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221183) (дата обращения 25.05.2024)
3. Федеральный закон «О внесении изменений в статьи 10.4 и 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и статью 6 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 25.11.2017 N 327-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_283382](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_283382) (дата обращения 25.05.2024)
4. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 28.12.2013 N 398-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_156518](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156518) (дата обращения 25.05.2024)
5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» от 05.05.2014 N 97-ФЗ (последняя редакция) URL:

[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162586](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586) (дата обращения 25.05.2024)

6. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 01.07.2017 N 156-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_219007](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219007) (дата обращения 25.05.2024)

7. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 29.07.2017 N 276-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_221230](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221230) (дата обращения 25.05.2024)

8. Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 N 126-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_43224](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224) (дата обращения 25.05.2024)

9. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция) URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798) (дата обращения 25.05.2024)

10. Федеральный закон от 02.05.2015 N 116-ФЗ «О внесении изменений в статьи 13.15 и 20.29 Кодекса РФ об административных правонарушениях». URL: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/42721.html> (дата обращения 25.05.2024)

11. Федеральный закон от 13.07.2015 N 264-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_182637](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182637) (дата обращения 25.05.2024)

12. Федеральный закон от 23.05.2015 N 129-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» URL:

[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_179979](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_179979) (дата обращения 25.05.2024)

13. Федеральный закон от 6 июля 2016 г. № 374-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „О противодействии терроризму“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности» URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_201078](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201078) (дата обращения 25.05.2024)

14. Федеральный закон от 6 июля 2016 г. № 375-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности» URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_201087](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201087) (дата обращения 25.05.2024)

#### **Учебники и учебно-методические пособия:**

15. Барков, С. А. Социология / С.А. Барков, В.И. Зубков. – М.: Юрайт, 2020. – 400 с.

16. Суслов Е. В. СМИ как инструмент формирования общественного мнения в процессе становления гражданского общества: дис. ... канд. полит. наук. М., 2004. 170 с.

17. Твердынин, Н. М. Общество и научно-техническое развитие / Н.М. Твердынин. – М.: Мегapolis, 2021. – 136 с.

#### **Научные монографии и статьи:**

18. Алферов А.Н. Роль информации в развитии политической системы Российской Федерации (теоретический аспект) / А.Н. Алферов //

Труды Института государства и права Российской академии наук. 2018. № 2. С. 140-154.

19. Баталов Э.Я. Типология политических отношений // Полис 1995 № 2 с 88.

20. Вилков А. А. Ценностно-идеологический фактор формирования у современной молодежи образа будущего России (региональный кейс) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 1. С. 101–107.

21. Гурьянова А. В., Выжлов А. В. Информационная война как инструмент манипулирования общественным сознанием // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2022. – № 2-2. – С. 84-88.

22. 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 // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 2. С. 3-28.

23. Захаров С. М. Провинциальная молодежь в современной России и протестная политическая повестка 2015-2021 гг. // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2022. – Т. 42. – С. 9-19.

24. Зверева, Е. А. Трансформация ценностных ориентиров молодежи в современной информационно-коммуникационной среде / Е. А. Зверева, В. А. Хворова // Коммуникативные исследования. – 2022. – Т. 9, № 1. – С. 7-28.

25. Иванов О. И. Общественное мнение и власть // Социально-политический журнал. 1993. № 7.

26. Иванова, П. А. Рекламная информация и ее влияние на молодежь / П. А. Иванова, Е. В. Суханов // Интернаука. – 2022. – № 43-3(266). – С. 65-67.

27. Ивлиев, П. В. Влияние СМИ на распространение преступности и криминальной субкультуры в России / П. В. Ивлиев, А. А. Глухова // Право и государство: теория и практика. – 2021. – № 11(203). – С. 50-54.

28. Казаков, А. А. Медийные факторы формирования идейно-ценностных оснований политического сознания современной молодежи / А. А. Казаков // Идейно-ценностные перспективы политического развития современной России : сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции, Саратов, 20 мая 2022 года / Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. – Саратов: Издательство "Саратовский источник", 2022. – С. 53-59.

29. Косицына С. В. Влияние цифровизации на ценности молодежи: теоретический анализ // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2022. – № 1. – С. 97-107.

30. Костин Н. А. Информационная борьба. Вопросы теории // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. №11.

31. Кудрявцева, А. А. Влияние средств массовой информации на культурные ценности молодежи / А. А. Кудрявцева, Д. И. Мартынова, М. М. Пехова // Наукосфера. – 2023. – № 5-2. – С. 181-186.

32. Кукушкин О. В. Поиск эффективной модели взаимодействия государства и институтов гражданского общества / О.В. Кукушкин, С.Б. Котляров, О.Е. Храмова // Социально-политические науки. – 2018. – № 2. С. 62–64.

33. Кульчицкая Д.Ю., Филаткина Г.С. Фоновое медиапотребление как часть медиапрактик российской "цифровой молодежи" // Медiasкоп. 2021. Вып. 1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2680>(дата обращения: 09.12.2023).

34. Курбатов, С. Н. Молодежь региона в информационном пространстве современного российского общества: к вопросу о проблемных точках молодежной политики Тамбовской области / С. Н. Курбатов //



Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. – № 11(91). – С. 77-81.

35. Малик, Е. Н. Специфика комплексного характера СМИ в процессе политической социализации российской молодежи / Е. Н. Малик // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2(146). – С. 26-37.

36. Михайленок О. М., Щенина О. Г. Гуманитарная экспертиза цифровизации: политологический контекст // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 5. – С. 130-134.

37. Низамов, Д. А. Основные факторы национального самосознания молодежи современной России / Д. А. Низамов, А. А. Вилков // Научное пространство современной молодёжи: приоритетные задачи и инновационные решения : Сборник статей участников IV Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Челябинск, 05–06 апреля 2023 года. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2023. – С. 197-199.

38. Новоскольцева, Ю. Ю. Развитие внутривузовских СМИ как инновационный проект социализации современной молодежи / Ю. Ю. Новоскольцева, Е. А. Качанова // Муниципалитет: экономика и управление. – 2022. – № 2(39). – С. 75-84.

39. Привалов А.А., Чмир Р.А., Артемова В.В. Влияние средств массовой информации на формирование духовных и нравственных ценностей молодежи // Наука и образование. Электронный журнал Мичуринского ГАУ. 2022. 10 с.

40. Синенко, П. Д. Влияние современных российских телевизионных передач на молодежь (по материалам федеральных СМИ) / П. Д. Синенко, Д. А. Бакеева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 2(40). – С. 25-39.

41. Судас Л. Г. Общественное мнение: российский дискурс // Социально-гуманитарные знания. 2001. № 6.

42. Чекунова, М. А. Новая культура медиадискурса и современная политическая коммуникативистика / М. А. Чекунова // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – № 1(28). – С. 55-63.

43. Шаповалова, А. М. Развитие патриотизма в молодежной среде в онлайн-пространстве / А. М. Шаповалова, В. О. Вагина // Caucasian Science Bridge. – 2021. – Т. 4, № 3(13). – С. 44-52.

#### **Интернет-источники:**

44. Mediascope «Статистика использования сети интернет в Российской Федерации 2023 г.» URL: <https://mediascope.net/> (дата обращения 07.04.2024)

45. Николай Бондаренко – Официальный аккаунт в мессенджере телеграм. URL: [https://t.me/oppositional\\_shelter](https://t.me/oppositional_shelter) (дата обращения 07.04.2024)

46. Роман Бусаргин - Официальная страница инстаграм. URL: [https://Instagram\\*.com/busargin\\_roman](https://Instagram*.com/busargin_roman) (дата обращения 07.04.2024)

47. Роман Бусаргин – Официальный аккаунт в мессенджере телеграм. URL: [https://t.me/busargin\\_r](https://t.me/busargin_r) (дата обращения 07.04.2024)

#### **Официальные сайты:**

48. Сайт Саратовской области <http://saratov.gov.ru> (дата обращения 07.10.2024)

49. Сайт Пензенской области <http://saratov.gov.ru> (дата обращения 07.10.2024)

