

УДК 159.9

ВЛИЯНИЕ ТИПОВ ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОСТИ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ НА ФОРМУ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31539 опп

На сегодняшний день цифровые технологии становятся основным медиатором взаимодействия человека с миром. По данным отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Интернет в России в 2019 году. Состояние, тенденции и перспективы развития», объем мобильной аудитории Интернет в России в феврале 2020 года составил 96,7 млн человек, при этом 95,4 % представителей возрастной группы 12–24 года являются активными пользователями интернета [5]. Интернет становится не только мощным инструментом доступа к информации, но и пространством реализации самых разнообразных видов жизнедеятельности людей. Информационно открытый и технологически насыщенный мир, соединивший в единую жизненную среду виртуальную и физическую реальность, порождает новые формы социальных взаимодействия, нормы поведения, ценности и смыслы [2; 4]. Порождая новые культурные традиции, связанные со стихийно формирующимся этикетом сетевого взаимодействия, необходимостью быть все время онлайн и реагировать на сообщения других пользователей [21], Интернет тем самым проявляет и новые эффекты социального поведения. Так, Дж. Палфри и У. Гассер описывают сетевой эффект, сущность которого проявляется в снижении возможностей пользователей в осуществлении контроля своей социальной идентичности и ее восприятия другими пользователями вследствие наблюдаемости и фиксации его поведения в форме цифровых следов увеличивающейся зависимости поведения в

виртуальной среде от внешних оценок и характеристик коллективного поведения в сети [20]. Дж. П. Ги [17] говорит о снижении значимости традиционного понимания социального поведения и необходимости иного подхода к пониманию взаимодействия пользователей в Интернет, поскольку в сети формируются семиотические социальные пространства, где вовлечение пользователей в коммуникацию происходит за счет использования разнообразных семиотических средств, обозначающих сходство интересов, убеждений и установок динамично развивающейся социальной общности. Подобная общность строится вокруг контента, выраженного в форме мультимодальных знаков и образующих ее внутреннюю грамматику. Последняя становится основой для внешней грамматики виртуального сообщества, где способы организации мыслей, убеждений, ценностей, действий и взаимодействий пользователей могут осуществляться только в пределах, заданных имеющейся композицией знаков, что, в свою очередь, становится условием трансформации идентификационных процессов его участников, создания новых форм солидаритета [10]. Жизнеспособность и успешность функционирования сетевых сообществ обеспечивается в том числе и эффектом «эхо-камер» («echo-chambers»), проявляющимся в обмене информацией, поддерживающей определенный дискурс и отвергающей контент, несущий для него смысловую угрозу [14]. В этом плане обсуждение общественной жизни среди тех, кто разделяет общую идеологию, лишь усиливает их убеждения в выбранном идеологическом направлении, способствуя увеличению дистанции между субъектами политических и общественных процессов, поляризации их позиций и фрагментации политической сферы Интернет [15]. Можно предположить, что в коммуникативном пространстве Интернет социально-психологические феномены проявляют себя в более явной и заостренной форме (остракизм, интернет-моббинг и кибербуллинг, ксенофобия и стигматизация, конспирология и т. п.), что делает сеть привлекательным пространством для манипулирования общественным и индивидуальным сознанием.

Ускорение темпов технологического прогресса и дигитализация жизненной среды человека связаны с рисками увеличения разрыва между уровнем развития технологий и способностями личности и общества в целом осуществлять регуляцию жизнедеятельности, а, следовательно, нарушения техногуманитарного баланса. Как отмечает А. П. Назаретян [9, с. 142], существенный рост технологического развития общества укрепляет его устойчивость по отношению к внешней среде, но делает его более уязвимым по отношению к внутренним колебаниям, проявленным в состояниях общественного и индивидуального сознания. В этом контексте особое значение приобретает изучение характера киберповедения и его отражения в ценностно-смысловых параметрах политического участия студенческой молодежи, на которую прежде всех других социальных групп возложена функция воспроизводства наиболее просвещенной и квалифицированной части общества.

Студенчество как социальная группа наиболее восприимчиво к инновациям. Стоит отметить, что недавние исследования показывают, что студенты в оценке мобильных гаджетов склонны формировать ожидания не по отношению к бренду устройства, а к его функциональным возможностям [16]. Исследования демонстрируют, что студенты активно используют цифровые устройства для решения стоящих перед ними жизненных задач, связанных с обучением [13; 18], общением [11], повышением личной продуктивности [19] и т. д. Несмотря на возрастающий исследовательский интерес к киберповедению студентов, остается явный дефицит исследований, посвященных изучению характера трансформаций традиционных форм гражданского и политического поведения и сознания молодых людей под влиянием цифровых технологий.

Целью настоящего исследования стало выявление взаимосвязи типов интернет-активности и ценностных ориентаций молодых людей, характеризующихся различными формами политического участия.

Выборка исследования включила в себя 615 студентов вузов, находящихся на территории мегаполисов, больших и малых городов (Москва,

Санкт-Петербург, Волгоград, Улан-Удэ, Гатчина и др.). В исследовании приняли участие 197 мужчин и 418 женщин, средний возраст студентов составил 19,8 лет. Большая часть участников исследования обучаются на первом и втором курсе (54,3 %). Остальная часть выборки распределилась между студентами старших курсов (40,7 %) и магистрантами (5 %).

Для реализации поставленных целей и задач исследования использованы ценностный опросник Ш. Шварца, анкетирование, направленное на выявление характера киберповедения, паттернов политического участия и отношения студентов к власти.

Математико-статистическая обработка данных исследования осуществлялась с применением сравнительного и корреляционного анализа. Выборка студентов была разделена на три сопоставляемые группы по самоидентификации студентов с поведенческими портретами людей с различными типами политического участия (абсентеисты – 191 человек, симпатизанты – 322 человека, активисты – 102 человека). Абсентеизм понимается как сознательное уклонение граждан от участия в политической жизни страны [1] и, как показывают исследования [6; 7; 8], этот тип политического участия распространен среди молодежи. Симпатизанты и активисты являются значимой аудиторией определенных политических сил, поскольку первые открыто заявляют о своей поддержке и участвуют в политическом процессе косвенно, представляя собой образец сторонника каких-либо политических деятелей или партий, а вторые непосредственно вовлечены в активную политическую деятельность, готовы реальными действиями и поступками подкреплять свои политические симпатии [3]. Для выявления специфики ценностного самоопределения и киберповедения представителей указанных групп использовался медианный тест. Корреляционный анализ с использованием коэффициента корреляции Спирмена и факторный анализ осуществлялись на общей выборке исследования.

На первом этапе исследования мы провели сравнительный и факторный анализ показателей киберповедения среди исследуемых выборок (см. табл. 1). Как показал анализ частот проявления различных форм активности пользователей в сети, во всех сопоставляемых группах студенты чаще всего используют Интернет для поиска разнообразной интересной информации (абсентеисты – 84,82 %; симпатизанты – 83,86 %; активисты – 89,22 % используют часто или постоянно), а также поиска информации для учебы (абсентеисты – 80,10 %; симпатизанты – 78,16 %; активисты – 76,47 % используют часто или постоянно). В число ведущих интернет-активностей входят общение с другими пользователями (абсентеисты – 71,73 %; симпатизанты – 75,95 %; активисты – 67,65 % используют часто или постоянно) и чтение новостных лент (абсентеисты – 62,83 %; симпатизанты – 68,99 %; активисты – 69,91 % используют часто или постоянно). Вместе с тем наиболее редко студенты используют Интернет для создания сайтов, приложений и программ (абсентеисты – 83,25 %; симпатизанты – 84,81 %; активисты – 77,45 % используют редко или почти никогда), а также как площадку для критики, споров и дискуссий в комментариях к Интернет-контенту (абсентеисты – 83,25 %; симпатизанты – 82,59 %; активисты – 64,71 % используют редко или почти никогда). Важно, что по последнему указанному виду активности обнаружено достоверное различие между группами студентов с различными типами политического участия ($\chi^2=19,28$; $p<0,001$). Активисты значимо чаще вступают в конфликтные коммуникативные взаимодействия в сети. Сравнительный анализ также позволил выявить достоверные различия в других видах интернет-активности. Так, активисты достоверно чаще общаются с другими людьми в онлайн-играх и виртуальных мирах (абсентеисты – 13,61 %; симпатизанты – 9,81 %; активисты – 21,57 % общаются часто или постоянно) и знакомятся с репортажами на порталах официальных СМИ (абсентеисты – 41,36 %; симпатизанты – 37,34 %; активисты – 52,94 % используют часто или постоянно). Они также чаще используют специализированные приложения для заботы о здоровье и развития своих

навыков и способностей (абсентеисты – 20,94 %; симпатизанты – 21,52 %; активисты – 33,33 % используют часто или постоянно). Вместе с тем активисты реже других групп студентов ищут информацию о новинках и акциях интернет-магазинов (абсентеисты – 27,23 %; симпатизанты – 20,25 %; активисты – 35,29 % используют редко или почти никогда).

Факторный анализ, осуществленный с использованием Varimax-вращения и объясняющий 44,96 % общей дисперсии, позволил выявить пять типов интернет-активности.

Таблица 1

Результаты факторизации и сравнения характеристик киберповедения студентов

Характеристики киберповедения	Типы киберповедения					χ^2
	1	2	3	4	5	
Поиск информации о новинках в интернет-магазинах, выгодных предложениях, акциях	0,77	0,04	0,02	0,14	0,06	10,11*
Заказ и покупка разных товаров	0,76	0,10	0,04	0,04	0,10	3,04
Использование специализированных приложений для заботы о здоровье и развития своих навыков и способностей	0,45	0,33	0,01	0,03	0,31	10,26*
Создание и размещение своего контента	0,29	0,68	-0,10	0,07	0,05	2,42
Поиск новых друзей в социальных сетях	-0,09	0,57	0,29	0,07	0,03	8,72
Общение в интернете всеми возможными способами	-0,06	0,53	-0,04	0,43	-0,06	4,53
Поиск возможности заработать и оказание платных услуг	0,25	0,51	0,15	-0,13	-0,05	4,09
Создание сайтов, программ, приложений	0,02	0,44	0,11	-0,10	0,35	6,43
Онлайн-игры и мобильные игры	0,07	-0,05	0,79	0,10	-0,06	5,53
Общение с другими людьми в онлайн-играх и виртуальных мирах	-0,04	0,11	0,79	-0,05	0,01	11,88*
Скачивание бесплатно всего, что можно скачать, в том числе и без разрешения	0,23	0,01	0,46	0,04	0,04	5,13
Чтение новостных лент (в том числе в социальных сетях)	0,15	0,02	0,02	0,57	0,15	2,48
Интерес к новостям, постам, видеороликам на политическую тематику	0,22	-0,10	0,07	0,56	-0,07	
Поиск разнообразной интересной информации, фото, видео, музыки, новостей	-0,06	0,08	0,02	0,55	0,25	2,32
Чтение (или просмотр видео) репортажей на порталах официальных СМИ	0,09	0,17	0,05	0,50	0,38	11,45*
Просмотр стримов, сторис и других видео у известных блогеров	0,35	0,05	0,11	0,48	-0,19	3,99

Поиск информации для учебы	0,11	-0,05	-0,10	0,14	0,67	1,72
Пользование образовательными порталами, онлайн-курсами	0,18	0,13	0,04	0,08	0,66	4,63
Вес фактора	2,09	1,96	1,86	1,84	1,81	-
Доля дисперсии	9,70%	9,17%	8,86%	8,68%	8,55%	-

Условные обозначения: 1 – потребительское киберповедение; 2 – коммуникативное киберповедение; 3 – игровое киберповедение; 4 – политическое киберповедение; 5 – учебное киберповедение; χ^2 – критерий χ^2 Пирсона; * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$.

Первый фактор включил виды интернет-активности, связанные с поиском выгодных предложений и новинок, заказом и приобретением товаров, использованием специализированных приложений для заботы о себе, что позволяет охарактеризовать данный комплекс активностей в сети как потребительское киберповедение. Второй фактор включил показатели, характеризующие, с одной стороны, общение в Интернет и установление новых социальных связей, с другой стороны – использование созданных социальных связей для заработка, а также создание контента для сети. Данный фактор мы назвали коммуникативное киберповедение. В состав третьего фактора вошли формы интернет-поведения, связанные с онлайн-играми и вовлечением в их коммуникативное пространство, а также скачиванием программ и других информационных продуктов, включая их пиратские копии. Содержание данного фактора можно определить как игровое киберповедение. Четвертый фактор отражает активность пользователя, связанную с поиском официальных и неформальных новостей, знакомством с политической информацией, мнениями и позициями известных блогеров, которые по своим функциям являются лидерами общественного мнения. Это позволяет охарактеризовать данный фактор как политическое киберповедение. Пятый фактор связан с обучением студентов и раскрывается через поиск учебной информации и использование образовательных порталов для увеличения образовательных возможностей пользователя. Данный фактор, таким образом, отражает учебную активность и может быть назван как учебное киберповедение.

Сравнительный анализ выраженности выявленных типов в исследуемых группах студентов показал, что наиболее явным типом интернет-активности

становится учебная деятельность, т. е. ресурсы глобальной сети воспринимаются студентами, прежде всего, как источник обогащения своей образовательной среды (см. рис. 1). Другим выраженным типом интернет-активности становится политическое киберповедение, проявляющееся в стремлении быть в курсе событий общественной жизни, интерес к новостям, постам, видеоматериалам на политическую тематику, общей ориентации на Интернет как источник значимой информации. Важно отметить, что по этому типу интернет-активности выявлены достоверные различия ($\chi^2=44,24$; $p<0,001$). Ожидается, активисты в большей степени чаще проявляют эту форму интернет-активности, а абсентеисты в наименьшей степени стремятся быть в курсе общественной жизни. Интересно, что игровая и коммуникативная интернет-активности проявляются в киберповедении студентов в наименьшей степени.

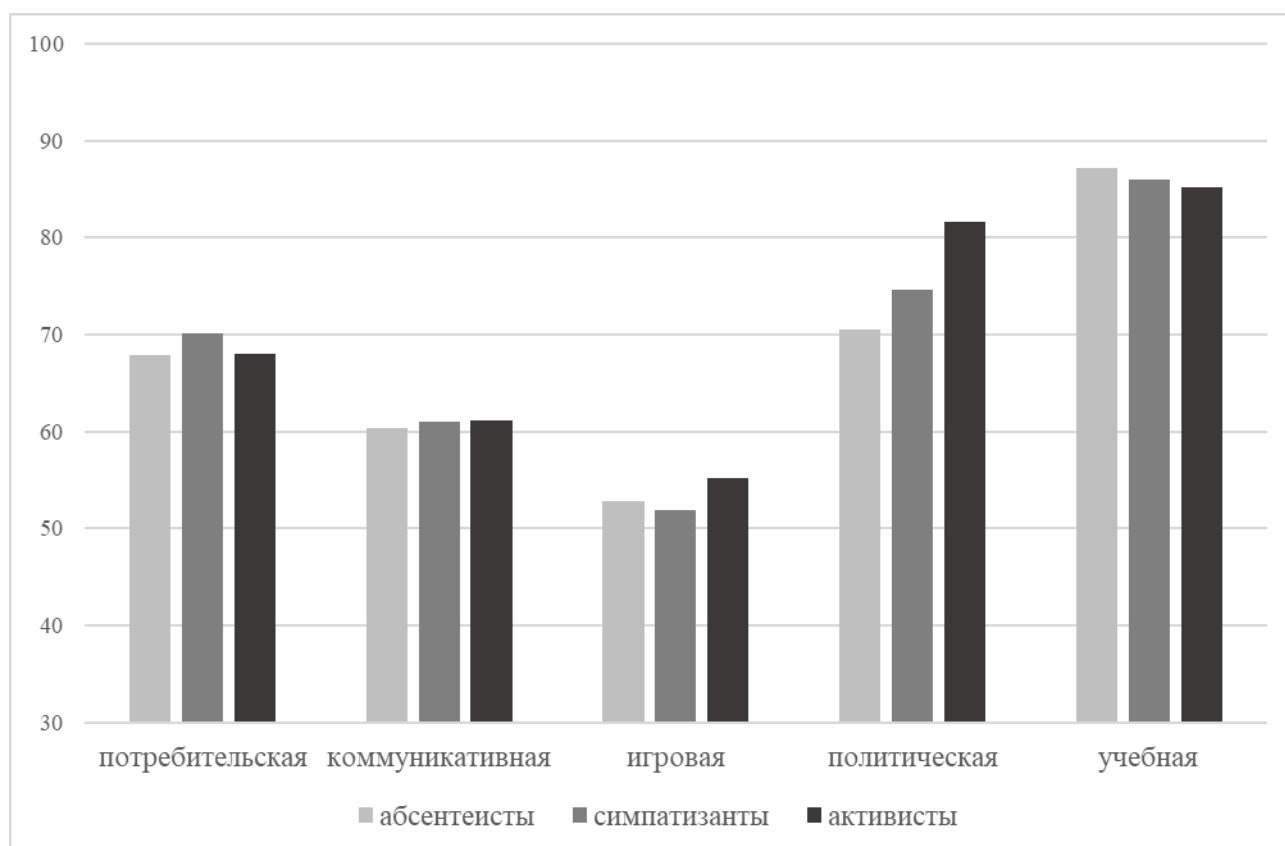


Рисунок 1. Выраженность типов интернет-активности в исследуемых группах (в процентах от максимального балла по фактору)

Сравнительный анализ ценностных ориентаций в исследуемых группах студентов показал, что профили ценностей студентов с различными типами политического участия достаточно близки друг к другу. В результате сравнения выявлены достоверные различия только в оценках значимости ценностей универсализма ($\chi^2=7,88$; $p<0,05$) и конформности ($\chi^2=6,06$; $p<0,05$). Так, принятие культурного многообразия, толерантность и заботу о благе людей и природе в большей степени ценят симпатизанты ($M=6,48$, ранг – 3) и активисты ($M=6,47$, ранг – 3), тогда как для абсентеистов эта ценность относится скорее к малозначимым ($M=5,88$, ранг – 7). Ценность конформности, хотя и относится к малозначимым во всех рассматриваемых группах студентов, оценивается выше симпатизантами ($M=4,85$, ранг – 8) и абсентеистами ($M=4,25$, ранг – 8), тогда как активисты придают ей меньшую значимость ($M=4,07$, ранг – 9).

На завершающем этапе исследования мы провели корреляционный анализ обобщенных показателей – типов интернет-активности с характеристиками ценностных ориентаций студентов (см. табл. 2).

Таблица 2

Значения коэффициентов корреляции между типами интернет-активности, отношением к власти и ценностями

Ценности и отношение к власти	Типы интернет-активности				
	1	2	3	4	5
Уверенность в поддержке личных инициатив со стороны властных структур	0,03	0,04	-0,10*	-0,10*	0,02
Удовлетворенность руководством страны	0,01	-0,01	-0,11**	-0,19**	0,05
Власть	0,07	0,10*	0,01	0,06	0,04
Достижения	0,15**	0,10*	-0,06	0,09*	0,14**
Гедонизм	0,11**	0,12**	0,02	0,06	0,02
Стимулирование	0,10*	0,10*	-0,03	0,09*	0,08
Самостоятельность	0,06	0,11**	0,01	0,06	0,05
Универсализм	0,14**	0,02	-0,02	0,15**	0,14**
Доброта	0,10*	0,04	-0,08	-0,02	0,08*
Традиция	0,08*	0,01	-0,08	-0,05	0,07
Конформность	0,09*	0,05	-0,03	-0,02	0,13**
Безопасность	0,04	-0,01	-0,06	0,07	0,14**

Условные обозначения: 1 – потребительское киберповедение; 2 – коммуникативное киберповедение; 3 – игровое киберповедение; 4 – политическое киберповедение; 5 – учебное киберповедение; * – $p<0,05$; ** – $p<0,01$.

Результаты показывают, что большая часть типов интернет-активности образует связи с ценностными характеристиками личности студентов. Только игровая активность в Интернет не опосредована ценностями студентов, но связана обратно с отношением к власти. Возрастание уверенности в том, что личные инициативы по улучшению жизни в страны будут восприняты и поддержаны властью, а также удовлетворенность ее действиями и решениями в большей степени проявляются у студентов, отрицающих увлеченность онлайн-играми и сопутствующими им коммуникативными пространствами. Можно предположить, что игровая интернет-активность становится одной из форм эскапизма, вызванного, в том числе, и неудовлетворенностью актуальной общественно-политической ситуацией. Вместе с тем неудовлетворенность актуальной общественно-политической ситуацией, недостаток веры в возможность диалога со властью отмечается и у тех студентов, кто проявляет более высокий уровень политической интернет-активности. Такие студенты в большей степени принимают ценности достижения, стимулирования и универсализма. Иными словами, студенты, ориентированные на достижение личного успеха, ценящие переживания новизны и разнообразия, толерантность и принимающие культурное многообразие, чаще ориентированы на поиск общественно-значимой информации в сети Интернет. Указанные ценности носят индивидуалистический характер, определяют приоритет личной жизненной стратегии над интересами общественного развития.

Стоит отметить, что наибольшее число связей с ценностными ориентациями обнаруживает потребительский тип интернет-активности студентов. Студенты, использующие Интернет для приобретения товаров и улучшения качества своей жизни, в большей степени ориентированы на ценности универсализма, доброты, традиции, конформности, но в то же время – и на ценности достижения, гедонизма и стимулирования. С одной стороны, такие студенты следуют в своих ценностных предпочтениях нормам, правилам и традициям, соблюдаемым в обществе, ориентированы на благо других людей, с другой стороны, для них не менее важны и индивидуалистические ценности,

определяющие возможности получения удовольствия от жизни, достижения амбициозных жизненных целей и личного успеха.

Ведущими ценностными ориентациями молодых людей, в большей степени проявляющих коммуникативную интернет-активность, становятся предпочтения власти, достижений, гедонизма, стимулирования и самостоятельности. Данные ценности относятся к более общим мотивационным доменам самоутверждения и открытости изменениям. Таким образом, студенты, ориентированные на расширение и использование социальных связей в глобальной сети, в большей степени нацелены на удовлетворение своих собственных интересов и поиск новых, вдохновляющих идей для преобразования и улучшения своей жизни.

Большая вовлеченность в учебную интернет-активность, расширение своих образовательных возможностей связаны с ценностями достижений, универсализма, доброты, конформности и безопасности. Данный комплекс ценностей характеризует ориентацию студентов на общественные нормы и правила, обеспечение личной и общественной безопасности, заботу о благополучии близких и общества в целом, наряду с достижением личного успеха. Можно говорить о социальном фокусе ценностей, стремлении избегать тревогу, достигать общественно значимых результатов и жизненной успешности в ориентациях тех студентов, кто чаще использует Интернет в учебных целях.

Обобщая результаты проведенного исследования, можно отметить не только значимую роль Интернет-пространства в реализации форм политического участия современных студентов, но и наличие специфических ценностных комплексов, опосредующих различные типы интернет-активности пользователя сети в период студенчества. Полученные данные позволили определить структуры интернет-активности студентов, включившую потребительскую, коммуникативную, игровую, политическую и учебную активности. Выявлены общие и специфические характеристики киберповедения студентов с различными формами политического участия. Так,

для активистов Интернет становится источником социальной информации и площадкой для ее обсуждения. Они активнее включаются в игровые коммуникативные пространства, в большей степени готовы участвовать в дискуссиях, критиковать позиции оппонентов. Абсентеисты и симпатизанты в меньшей степени стремятся быть в курсе общественной жизни, используя интернет, в первую очередь, как источник учебной информации и информации об изменениях в своих виртуальных социальных сообществах. Социальный фокус в ценностях в большей степени проявляется в ценностях студентов, ориентированных на использование Интернет для учебных целей, потребления и заботы о себе. Вместе с тем принятие индивидуалистических ценностей более свойственно тем студентам, которые чаще проявляют политическую и коммуникативную интернет-активности.

Важно отметить, что неудовлетворенность качеством государственного управления и недостаток веры в возможность диалога с властью проявляется в двух формах киберповедения студентов. С одной стороны, такие студенты склонны к эскапизму, уходу в игровые миры, с другой стороны – обращаются к Интернет как источнику информации и интерпретации событий общественной жизни страны. Однако в силу семиотической неоднородности и противоречивости своего контента Интернет может оказаться средой, оказывающей деструктивное воздействие на формирование политической идентичности и гражданской позиции молодежи. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости целенаправленной работы со студенческой молодежью по более активному вовлечению их в общественные процессы и дальнейшее совершенствование институтов гражданского общества в России. Проведенное исследование также дает возможность усовершенствования программ патриотического воспитания молодежи на основе учета выявленных тенденций киберповедения, ценностей и политического участия российских студентов.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности взаимосвязи типов интернет-активности и ценностных ориентаций молодых людей, характеризующихся различными формами политического участия. Результаты эмпирического исследования позволили определить типы интернет-активности пользователей в период студенчества, включая потребительскую, коммуникативную, игровую, политическую и учебную активности. Показаны различия в проявлении указанных типов интернет-активности студентами в зависимости от форм политического участия и связь характеристик киберповедения с ценностными ориентациями личности.

Ключевые слова: студенчество, политическое участие, абсентеисты, симпатизанты, активисты, типы интернет-активности, ценности.

SUMMARY

The article examines the features of the relationships between the types of Internet activity and value orientations of young people, characterized by various forms of political participation. The results of the empirical study made it possible to determine the types of Internet activity of users during the student period, including consumption, communication, gaming, political and learning activities. The differences in the manifestation of these types of Internet activity by students with various forms of political participation and the connection between the characteristics of cyber behavior and the value orientations of the individual are shown.

Key words: university students, political participation, absenteeists, sympathizers, activists, types of Internet activity, values.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авцинова Г. И., Бурда М. А. Молодежная политика современной России: абсентеизм и политический протест // Вопросы политологии. – 2019. – № 4 (9). – С. 649–655.

2. Белинская Е. П., Вознесенская В. С. Проблема регуляции социального поведения в теориях информационного общества и реальность сетевого взаимодействия [Электронный ресурс] // Психологические

исследования. – 2016. – № 48 (9). – С. 5. – URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 25.10.2021).

3. Бианки В. А., Серавин А. И. Практика и психология регионального партстроительства. – СПб.: «Копи-Парк», 2006. – 148 с.

4. Войскунский А. Е. Киберпсихология: современный этап развития // Южно-российский журнал социальных наук. – 2020. – № 1 (21). – С. 21–39.

5. Интернет в России в 2019 году. – М., 2020. – 123 с. – URL: <https://farpmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020/teleradio.html> (дата обращения: 14.10.2021).

6. Казанин В. Е., Ширококов В. Н. Абсентеизм в электоральном поведении российской молодежи // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2019. – № 2 (9). – С. 133–143.

7. Катушева К. А. Тенденции политического участия молодежи в России: политический абсентеизм, автономное и мобилизованное участие // Электронный научный журнал «ГосРег». – 2012. – № 1. – URL: http://gosreg.amchs.ru/pdf/files/1number/articles/Katusheva_article.pdf (дата обращения: 18.10.2021).

8. Морева Г. И., Сотруева В. Б. Ценностные ориентиры и личностная зрелость у молодых людей с разной степенью политической активности // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2016. – № 1 (2). – С. 239–252.

9. Назаретян А. П. Синергетика, когнитивная психология и гипотеза техно-гуманитарного баланса // Общественные науки и современность. – 1999. – № 4. – С. 135–145.

10. Проект Ю. Л., Богдановская И. М., Королева Н. Н. Развитие сетевых технологий как фактор трансформаций жизненного пространства современного человека // Universum: Вестник Герценовского университета. – 2014. – № 1. – С. 89–96.

11. Руденкин Д. В. Виртуальное общение в Интернете и традиционные формы коммуникации в жизни современной российской молодежи:

социологический анализ // Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик: материалы международной научной конференции. – М., 2018. – С. 119–123.

12. Тарасова Л. Е. Политическая активность студентов в зависимости от половой принадлежности // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2021. – № 8 (198). – С. 446–451.

13. Arain A. A., Hussain Z., Rizvi W. H., Vighio M. S. An analysis of the influence of a mobile learning application on the learning outcomes of higher education students // Universal Access in the Information Society. – 2018. – № 17 (2). – P. 325–334.

14. Barbera P. Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization // In N. Persily and J. Tucker (Eds) Social Media and Democracy: The State of the Field. – Cambridge University Press, 2020. – P. 34–55.

15. Benkler Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. – New Haven, Conn: Yale University Press, 2006. – 515 p.

16. Elammari H.A.B., Cavus N. Investigating the Factors Affecting Students' Smartphone Purchasing Behaviors in the Context of Mobile Learning // International Journal of Emerging Technologies in Learning. – 2019. – № 14 (22). – P. 111–121.

17. Gee J. P. Semiotic social spaces and affinity spaces: From The Age of Mythology to today's schools // In D. Barton and K. Tusting (Eds.) Beyond Communities of Practice: Language Power and Social Context. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2005. – P. 214–232.

18. Gikas J., Grant M. Mobile Computing Devices in Higher Education: Student Perspectives on Learning with Cellphones, Smartphones & Social Media // Internet and Higher Education. – 2013. – № 19. – P. 18–26.

19. Kuznekoff J. H., Munz S., Titsworth S. Mobile Phones in the Classroom: Examining the Effects of Texting, Twitter, and Message Content on Student Learning // Communication Education. – 2015. – № 64 (3). – P. 344–365.

20. Palfrey J., Gasser U. Born Digital. Understanding the first generation of digital natives. – NY, 2008. – 288 p.

21. Schroeder R. Social Theory after the internet: Media, Technology, and Globalization. – UCL Press, 2018. – 197 p.