

О ТЕНДЕНЦИЯХ В МЕДИАПОТРЕБЛЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖЬЮ (ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.2.29-35

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного в Казанском федеральном университете в конце 2022 года на базе кафедры связей с общественностью и прикладной политологии Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций, с целью выявления тенденций в предпочтениях современной российской студенческой молодежи, которые касаются выбора источников политических новостей в средствах массовой информации, а также уровня участия молодежи в общественно - политической жизни. Рассматриваются вопросы отношения молодежи (возраст опрошенных респондентов от 14 до 29 лет) к политической сфере, к институту выборов, особенности использования источников политической информации. Особое внимание уделено анализу тенденций в развитии интереса студенческой молодежи как к самой общественно-политической информации, так и к каналам и медиаформатам ее получения. Делается вывод, что в настоящее время в молодежной среде наблюдается высокий уровень внимания к общественно-политической повестке, в то же время имеется настороженность в вопросах готовности участия молодежи в политических актах.

Ключевые слова: молодежь, политическое участие, источники политической информации.

В настоящее время информационная сфера в силу воздействия целого ряда факторов меняется очень быстро. Происходящие изменения в технологиях, культуре, обществе ведут к быстрой трансформации моделей политического поведения и объективно усложняют их анализ и своевременное осмысление. В этой связи исследование специфики источников и форм получения гражданами политической информации, становится весьма непростой задачей. При этом качественный мониторинг отношения общества к политическим институтам и процессам зачастую осложняется проблемами методологического и организационного характера.

Развитие информационных технологий, рост скорости передачи данных – все это приводит к стремительным изменениям в потреблении и восприятии политической информации. Быстрой трансформации подвергаются формы и каналы ее получения. Однако динамичность изменений в этих сферах не означает отсутствия возможности их мониторинга и осмысления. Поскольку без этого невозможно обеспечение реализации эффективной государственной политики в целом и молодежной политики в частности.

Молодые люди являются прогрессивной частью общества в том, что касается выбора каналов и форм по-

требления информации. Происходит это по нескольким причинам. Во-первых, особенности возрастной психологии и мотивации, вызывают стремление молодежи к поиску разнообразных источников информации. Во-вторых – имеет место известный авангардизм в выборе форм и каналов (в том числе и новых) получения информации. Все это делает выстраивание эффективной коммуникации с молодежной аудиторией непростой задачей, учитывая, что особенности отношения молодежи к политике всегда являлись актуальной проблемой государства и общества.

Молодежь наиболее остро воспринимает происходящие в обществе изменения. При этом ее политические взгляды, самосознание фактически определяют судьбу государства и перспективы его развития. В тех случаях, когда речь идет о модели взаимодействия между молодежью и политической сферой важно помнить, что нахождение некоего идеального варианта представляет собой не простую задачу. Зачастую молодые люди отличаются низким уровнем политической активности (это характерно для большинства развитых государств), что в среднесрочной и долгосрочной перспективе может нести угрозу для легитимации политической системы.

При этом современная медиасфера в условиях быстрой трансформации способствует появлению новых каналов получения общественно-политической информации. И именно молодежь является той частью аудитории, которая быстрее всего обращает внимание на новые формы и каналы передачи такой информации. Вопросам политических ориентаций, политического участия молодежи посвящен целый ряд работ российских и зарубежных авторов [1; 2; 3]. Утверждение о низкой мотивированной современной российской молодежи к политическому участию часто обосновывается сложностями «переходного периода», «эпохой транзита» и т.д. [4; 5]. Общим местом является утверждение о том, что низкая мотивация к участию в политической жизни является следствием слабого интереса современной молодежи к политическим и экономическим аспектам деятельности государства [6].

Вместе с тем результаты исследования, проведенного осенью 2022 года кафедрой связей с общественностью и прикладной политологии Казанского федерального университета «Отношение молодежи к политике, выборам и источникам политической информации» показали, что в целом молодёжная аудитория интересуется проблемами политического и социально-экономического развития России.

Анкетирование проводилось в период с 09 сентября по 14 октября 2022 г. в городе Казань. В качестве генеральной совокупности выбраны молодые люди в возрасте 16-29 лет, проживающие в Казани. В ходе опроса была сформирована квотная выборка, репрезентативная в возрастном отношении. Из 603,37 тыс. человек было выбрано 404 человека. Доверительная вероятность составила 97 %, доверительный интервал 3 %. Участниками опроса выступали студенты вузов г. Казани и учащиеся старших классов общеобразовательных казанских школ. Согласно результатам опроса, политикой интересуются три четверти – 75,1% – респондентов. 45% респондентов интересуются политическими событиями время от времени, тогда как только 30% оценивают свой интерес как регулярный. Важно отметить, что в целом новостная информация не особенно интересна молодёжной целевой аудитории – только 14,9% опрошенных говоря о ранжировании интереса к информации, выделили соответствующий пункт. В то же время развлекательная информация и информация познавательного характера интересуют студенческую молодежь в гораздо большей степени. Более трети респондентов отдадут предпочтение именно ей.

Особый интерес представляет динамика интереса молодежи к новостной политической информации с учетом материалов ранее проведенных по теме исследований [7; 8]. Если в 2018 году 33% опрошенных ответили отрицательно на вопрос «Как часто Вы читаете новости на поли-

тические темы?», то осенью 2022 года доля аналогичных ответов составила 28%. При этом доля респондентов, обращающихся к новостям на политическую тематику только в связи с крупными политическими событиями, за 4 года – с 2018 по 2022 год выросла совсем незначительно – с 44,3% до 46%. Важно подчеркнуть, что опросное исследование проводилось в 2022 году в период обострения геополитической ситуации, проведения специальной военной операции и частичной мобилизации. Однако все эти факторы практически не оказали влияния на рост интереса молодежи к политической новостной информации.

Таким образом, можно констатировать, что интерес к политической информации у студенческой молодежи по-прежнему сохраняет ситуативный характер, связан прежде всего с крупными общественно-политическими событиями. При этом внимание к политическим событиям носит крайне краткосрочный, эпизодический характер, быстро угасая и возвращаясь к состоянию преобладающего безразличия.

При этом интерес вызывает ранжирование респондентами проблем в жизни страны, которые их волнуют. Так, наибольшее беспокойство у студенческой молодежи вызывает инфляция и рост цен (58%), в то время как обострение ситуации на международной арене беспокоит только 53,8% респондентов. Обеспокоенность ситуацией на международной арене с весны 2018 года выросла более чем вдвое (с 22,4% до 53,8%), а доля респондентов, обеспокоенных угрозой агрессии из-за рубежа выросла за рассматриваемый период на 50% – с 20,8 до 30,5%. Также обращает на себя внимание динамика изменения степени обеспокоенности проблемой коррупции во властных структурах – с 2018 года, доля тех, кто выражает беспокойство по этому поводу, сократилась на 45% – с 53,2% до 29,8%.

За указанный период значительно возросла доля респондентов, которые рассматривают в качестве значимых проблем состояние здравоохранения и образования в нашей стране, безработицу, а также проблемы зависимости от внешней конъюнктуры российской экономики. За прошедший период доля тех, кто обеспокоен состоянием систем здравоохранения и образования, выросла с 33,4 до 38,5%. Доля респондентов, которые считают значимой проблему безработицы, выросло более, чем в два раза – с 14,4% до 32,3%. Почти на 50% выросла и доля тех, кто считает существенными проблемы слабости и зависимости российской экономики – с 24,7% весной 2018 года до 35,1% осенью 2022.

Также обращает на себя внимание то, насколько молодежную целевую аудиторию волнуют проблемы духовного состояния населения России. Если в 2018 году только 12,3% опрошенных в рамках исследования выразили обеспокоенность этой темой, то в 2022 году аналогичный

показатель вырос почти вдвое и составил уже 22,5%. Еще более интересным выглядит состояние обеспокоенности молодежи вопросами экологической повестки. Доля тех респондентов, которые рассматривают соответствующие темы как значимые, за 4,5 года выросла почти в 2,5 раза – с 12,3% в 2018 году до 27,4% в 2022 году. В целом фиксируется тенденция постепенного увеличения в молодежной среде доли активно интересующихся экологической повесткой [9].

Особый интерес представляет динамика отношения молодежной аудитории к балансу гражданских прав и свобод с одной стороны и обеспечения безопасности и благополучия со стороны государства с другой. Респондентам был задан вопрос «Готовы ли Вы отказаться от своих демократических прав (свобода совести, слова, печати и т.д.) в обмен на материальное благополучие и гарантии безопасности со стороны государства?». Если в 2018 году только 2,6% респондентов выразили готовность полностью отказаться от своих демократических прав, то в 2022 году доля респондентов, ответивших утвердительно, выросла почти в 10 раз, до 21%. Доля тех, кто готов к отказу от части гражданских прав, выросла за четыре года более, чем на 50%, с 19% до 31,2%. В то же время, доля респондентов, отрицательно ответивших на данный вопрос, уменьшилась за рассматриваемый период в полтора раза – с 66,8% до 47,8%. Такие изменения в настроениях молодежи вполне объяснимы с учетом осложнения международной обстановки, а также объективного роста уровня тревожности в обществе.

Отдельный интерес представляет вопрос динамики форм политического участия молодежи в целом и конкретных форм такого участия в частности. В целом политическое участие и, в частности, электоральное поведение студенческой молодежи, регулярно оказывается предметом изучения [10; 11; 12; 13; 14]. Наиболее заметна негативная динамика в вопросе участия в выборах: если в 2018 году 37,6% опрошенных отметили, что принимают участие в выборах, то в 2022 году так ответили лишь только 17,8% опрошенных – таким образом, отмечается снижение более чем в 2 раза. В то же время с 2,6% до 7% выросла доля тех, кто принимает участие в работе различных политических партий и общественно-политических организаций. Особенно заметен рост доли респондентов, принимающих участие в работе общественных организаций – с 2018 года этот показатель вырос с 1,6% до 8,6%. Доля респондентов, принимающих участие в работе общественных движений по решению отдельных проблем, включая волонтерскую деятельность, упало за рассматриваемый период с 23 до 14,2%. Интересно также отметить, что доля респондентов, сообщивших об опыте участия в демонстрациях, митингах и пикетах, в 2022 году

осталась примерно на том же уровне (4,9% в 2022 против 6% в 2018 году).

Отдельный блок исследования был посвящен вопросам, связанным с предпочитаемыми источниками, формами и каналами потребления общественно-политической информации. Относительно источников получения информации о политике (как, впрочем, и любой иной), предпочитаемых современной молодежью, можно лишь еще раз констатировать доминирование интернет-источников [15; 16; 17; 18]. Больше половины респондентов (65,7%) указывают, что именно интернет-ресурсы, включая социальные сети и новостные порталы являются предпочтительными источниками новостной информации. Однако более важным является доля опрошенных – 29%, которые отметили телеграм-каналы в качестве такого источника. Также важен и вопрос доверия к источникам новостной информации. На вопрос «Какому источнику новостной информации вы доверяете больше?» 37% опрошенных отметили телеграм-каналы, 28% - новостные порталы, а 19% – социальным сетям. Важным результатом является уровень доверия традиционным медиа: им доверяют лишь 9% респондентов.

Большая часть опрошенных – 71% – тратит на потребление новостной информации не более 1 часа в день. Важным представляется также вопрос факторов, которые влияют на выбор источников информации респондентами. 82% указывают в таком качестве личный опыт, 43,6% – рекомендации друзей или коллег и 38% – рекомендации лидеров мнений.

Не менее важным представляется вопрос отношения молодежи к традиционным медиа (телевидение, печатная пресса, радио). 43,6% опрошенных отметили телевидение как источник информации, который используется ими периодически. Печатную прессу в таком качестве отметила пятая часть (20,1%) опрошенных и только 9% отметили радио. Наиболее интересным является вопрос доверия традиционным медиа. В данном случае 46,2% опрошенных выделили в качестве недостатка традиционных медиа не-объективность. Почти четверть (23,7%) респондентов в качестве недостатка отмечают неудобство использования. В то же время 18,8% респондентов отметили в качестве недостатка то, что материалы в традиционных СМИ не интересны для них по своему содержанию. Особый интерес в данном случае представляет ранжирование респондентами интернет-ресурсов как источников информации (любой, не только новостной или общественно-политической) по частоте использования. Большинство опрошенных (69,8%) предпочитает использовать видеоблоги (Youtube, TikTok и т.д.) для получения информации. На втором месте по популярности находятся телеграм-каналы (54%), а на третьем – сообщества в соцсетях, которые отметили 47% опрошен-

ных. При этом уровень доверия к интернет-источникам информации остается довольно высоким – положительно степень их достоверности оценили 63% опрошенных, в то время, как 37% оценивают её негативно. Также интерес представляют результаты оценки респондентами степени ангажированности социальных сетей и мессенджеров как источников общественно-политической информации. 40% опрошенных считают, что такие источники в принципе плюралистичны. В то же время примерно равное число респондентов считает, что такие источники выражают позицию государственных органов (23%) и оппозиционных сил (20%).

Кроме того, в рамках исследования оценивалось восприятие респондентами влияния источников информации на политическое сознание граждан. В данном случае более 40% опрошенных отметили социальные сети как основного агента такого влияния, четверть опрошенных считает таковыми блоги лидеров мнений и 17% – телеграм-каналы. При этом на вопрос о том, насколько соцсети и мессенджеры оказывают мобилизационное влияние на молодежь, мнения респондентов разделились поровну: 44,4% опрошенных считают, что такое влияние носит прямой характер (т.е. молодежь прислушивается высказываемым мнениям), в то время как 44,7% опрошенных полагают, что в данном случае важен контекст и, таким образом, это влияние носит опосредованный характер.

Таким образом проведенное исследование показало высокий уровень осведомленности молодежи об основных проблемах развития страны. На характер ответов о текущих проблемах российской экономики определено оказала серьезное влияние повестка дня, связанная с внешнеполитическими событиями и макроэкономическими проблемами.

При этом работа по выстраиванию коммуникации в Интернете выглядит наиболее перспективной с точки зрения привлечения внимания современной молодежи. Следует, однако, отметить, что почти 40% от общего числа респондентов затруднились с ответом на вопрос «Доверяете ли Вы информации из официальных источников сети Интернет?». В то же время важной является заметная и устойчивая тенденция роста уровня доверия со стороны молодежи к интернет-источникам информации.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гермекс Г. К. Роль молодежных общественных организаций в развитии гражданского общества / Г. К. Гермекс // Международный студенческий вестник. – Екатеринбург, 2015. – Ч. 1. – С. 101-110.
2. Колобова Е.Ю. Развитие российского медиарынка и цифровой разрыв // Управленческое консультирование. – 2019. – №6. – С. 67-78.
3. Королев А.А. Молодежное сознание: мифологическая константа и способы воздействия на нее // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2014. – № 12 (168). – С. 28-39.

Важно отметить значительный и заметный рост интереса и доверия студенческой молодежи к такому источнику получения новостной информации, как телеграм-каналы. В 2022 году рост значения телеграм-каналов как источников новостной и общественно-политической информации оказался особенно заметен. Кроме того, устойчивый рост внимания к телеграм-каналам как источнику информации, который заслуживает доверия, отмечается в российской медиасфере на протяжении как минимум последних 5 лет, при этом на этот рост никак не повлияли меры по блокировке мессенджера со стороны власти. Особо обращает на себя внимание и тот факт, что респонденты довольно высоко оценивают политический («мобилизационный») потенциал социальных сетей и мессенджеров. Данное обстоятельство заслуживает особенного внимания, поскольку указанные инструменты оказываются наиболее перспективными с точки зрения организации эффективной политической коммуникации с данной социальной группой. Кроме того, особенно важным условием является и сохранение принципиальной возможности для получения объективной и полной информации пользователями.

Исследование показало, что современная студенческая молодежь активно интересуется проблемами состояния российской экономики и испытывает значительную тревогу по этому поводу. Участники опроса демонстрируют потребность в поисках ответов на возникающие в этой связи вопросы. Результаты проведенного исследования свидетельствуют еще и о том, что современная российская студенческая молодежь сохраняя довольно высокий уровень внимания к общественно-политической повестке, в то же время достаточно осторожна в том, что касается готовности к участию в собственно политических актах поведения. Отмеченное снижение доли респондентов, участвующих в выборах при одновременном росте доли респондентов, принимающих участие в деятельности общественных неполитических организаций свидетельствует о сохраняющемся скептическом отношении молодежи как к политике, как части жизни общества, так и к участию в политической жизни страны.

4. Ногаева А.О. Мотивация электорального поведения молодежи // Сборник статей Международной научно-практической конференции, г. Пенза, 10 декабря 2015. – Уфа, 2015. – С. 71-75.
5. Сафонова С.Г., Покутняя И.А. Электоральное поведение российской молодежи в современных условиях // Проблемы модернизации современного образования. Материалы международной научно-практической конференции, 24 октября 2014 г. – Донской государственный аграрный университет, 2014. – С. 126-128.
6. СМИ и бюджет: деньги закончатся вместе с футболом. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (дата обращения 10.12.22).
7. Королев А.А. Молодежное сознание: мифологическая константа и способы воздействия на нее // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2014. – № 12 (168). – С. 28-39.
8. Мюллер Д.Г., Фатыхова Д.Р. Проблемы современной российской экономики глазами студенческой молодежи: по результатам социологического исследования // Международный научно-исследовательский журнал (International Research Journal). – 2016. – № 5. – С. 126-128.
9. Гермекс Г. К. Роль молодежных общественных организаций в развитии гражданского общества / Г. К. Гермекс // Международный студенческий вестник. – Екатеринбург, 2015. – Ч. 1. – С. 101-110.
10. СМИ и бюджет: деньги закончатся вместе с футболом. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (дата обращения 10.12.22).
11. Digital Content Market by Device, Type, and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024.– URL: <https://www.technavio.com/report/digital-content-market-industry-analys> (дата обращения 10.12.22).
12. Аржаных Т.Ф., Панкратова Е.В. Электоральное поведение студенческой молодежи в избирательном процессе современной России. // SOCIOLOGIE CLOVEKA, Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., Prague, 2016. – P. 48-50.
13. Вакуленко А.С. Общественное мнение и выборы: региональная специфика электорального поведения молодежи // Социально-гуманитарный вестник. Краснодарский центр научно-технической информации (ЦНТИ), 2011. – С. 14-16.
14. Жиркова С.К. Политическая активность и электоральное поведение молодежи. // Материалы XXI Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современной науки», Таганрог, 24 октября 2013 г. – Таганрог: «Перо», 2013. – С. 207-209.
15. СМИ и бюджет: деньги закончатся вместе с футболом. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (дата обращения 10.12.22).
16. Digital Content Market by Device, Type, and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024.– URL: <https://www.technavio.com/report/digital-content-market-industry-analys> (дата обращения 10.12.22).
17. Nelson Granados. Digital Video And Social Media Will Drive Entertainment Industry Growth In 2019. – URL: <https://www.forbes.com/sites/nelsongranados/2018/12/18/digital-video-an> (дата обращения 10.12.22).
18. Лаптев В.В. Мифология российской модернизации: особенности политического дискурса // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – № 3-3(53). – 2015. – Тамбов: Издательство «Грамота». – С. 108-110.

Информация об авторах

Мюллер Дмитрий Георгиевич, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра связей с общественностью и прикладной политологии.

E-mail: muller-dg@yandex.ru

Старшинов Алексей Николаевич, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра связей с общественностью и прикладной политологии.

E-mail: ANStarshinov@kpfu.ru

**ABOUT TRENDS IN THE MEDIA CONSUMPTION OF POLITICAL INFORMATION BY YOUNG PEOPLE
(BY THE RESULTS OF A SOCIOLOGICAL RESEARCH)**

Abstract. The article presents the results of a sociological study conducted at Kazan Federal University at the end of 2022 on the basis of the Department of Public Relations and Applied Political Science of the Higher School of Journalism and Media Communications, in order to identify trends in the preferences of modern Russian student youth, which relate to the choice of sources of political news in the media, as well as the level of youth participation in public – political life. The issues of the attitude of young people (the age of respondents from 14 to 29 years) to the political sphere, to the institution of elections, the peculiarities of the use of sources of political information are considered. Special attention is paid to the analysis of trends in the development of student youth's interest in both the socio-political information itself and the channels and media formats for obtaining it. It is concluded that at present there is a high level of attention among young people to the socio-political agenda, at the same time there is a wariness about the readiness of young people to participate in political acts.

Keywords: youth, political participation, sources of political information.

Literature

1. Germex G. K. The role of youth public organizations in the development of civil society / G. K. Germex // International Student Bulletin. – Yekaterinburg, 2015. – Part 1. – From 101-110.
2. Kolobova E.Yu. Development of the Russian media market and the digital divide // Managerial consulting, – 2019, – No. 6, pp.67-78.
3. Korolev A.A. Youth consciousness: a mythological constant and ways of influencing it // Scientific works Moscow University for the Humanities. 2014. No. 12 (168). pp. 28-39.
4. Nogaeva A.O. Motivation of electoral behavior of youth // Collection of articles of the International scientific and practical conference, Penza, December 10, 2015. – Ufa, 2015. – pp. 71-75.
5. Safonova S.G., Pokutnyaya I.A. Electoral behavior of Russian youth in modern conditions // Problems of modernization of modern education. Materials of the International Scientific and practical conference, October 24, 2014 – Don State Agrarian University, 2014. – pp. 126-128.
6. Media and budget: money will run out with football. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (accessed 10.12.22).
7. Korolev A.A. Youth consciousness: a mythological constant and ways to influence it // Scientific Works of the Moscow Humanitarian University. 2014. No. 12 (168). pp. 28-39.
8. Muller D.G., Fatyhova D.R. Problems of the modern Russian economy through the eyes of students: based on the results of a sociological study // International Research Journal (International Research Journal). – 2016. – No. 5. – pp. 126-128.
9. Germex G. K. The role of youth public organizations in the development of civil society / G. K. Germex // International Student Bulletin. – Yekaterinburg, 2015. – Part 1. – From 101-110.
10. Media and budget: money will run out with football. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (accessed 10.12.22).
11. Digital Content Market by Device, Type, and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024.– URL: <https://www.technavio.com/report/digital-content-market-industry-analys> (accessed 10.12.22).
12. Arzhanykh T.F., Pankratova E.V. Electoral behavior of student youth in the electoral process of modern Russia. // SOCIOLOGIE CLOVEKA, Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., Prague, 2016. – P. 48-50.
13. Vakulenko A.S. Public opinion and elections: regional specifics of electoral behavior of youth // Socio-Humanitarian Bulletin. Krasnodar Center for Scientific and Technical Information (TsNTI), 2011. – pp. 14-16.
14. Zhirkova S.K. Political activity and electoral behavior of young people. // Materials of the XXI International Scientific and Practical Conference "Topical issues of modern science", Taganrog, October 24, 2013 – Taganrog: "Pen", 2013. – pp. 207-209.
15. Media and budget: money will run out with football. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/03/28/11699354.shtml> (accessed 10.12.22).
16. Digital Content Market by Device, Type, and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024.– URL: <https://www.technavio.com/report/digital-content-market-industry-analys> (accessed 10.12.22).

17. Nelson Granados. Digital Video And Social Media Will Drive Entertainment Industry Growth In 2019. – URL: <https://www.forbes.com/sites/nelsongranados/2018/12/18/digital-video-an> (accessed 10.12.22).

18. Laptev V.V. The mythology of Russian modernization: features of political discourse // Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art criticism. Questions of theory and practice. No. 3-3(53), 2015, Tambov: Gramota Publishing House. pp. 108-110.

Authors

Dmitry G. Muller, Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of Public Relations and Applied Political Science.

E-mail: muller-dg@yandex.ru

Starshinov Alexey Nikolaevich, Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of Public Relations and Applied Political Science.

E-mail: ANStarshinov@kpfu.ru