

## Человек в информационном обществе

# ИЗМЕНЕНИЕ МЕДИАПРАКТИК МОЛОДЕЖИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ВНЕШНИХ ОГРАНИЧЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРВЬЮ)

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета Т. К. Ростовской 08.10.2024.

### Петрова Евгения Викторовна

*Кандидат филологических наук*

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт медиа, доцент  
Москва, Российская Федерация*

*evpetrova@hse.ru*

### Пославская Юлия Станиславовна

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт медиа,  
студент*

*Москва, Российская Федерация*

*yusposlavskaya@edu.hse.ru*

### Аннотация

*В статье на материале полуструктурированных глубинных интервью рассматривается, как изменились практики молодых пользователей социальных сетей в контексте двух проблемных ситуаций: ограничений, связанных с пандемией covid-19, и блокировок популярных интернет-ресурсов. Отмечено, что при высоком уровне доступа к интернету происходит переструктурирование системы медиапрактик. Технологические изменения оказываются погружены в разнообразные контексты и воспринимаются вместе с ними. Одни и те же действия в цифровой среде могут наделяться разными смыслами и даже иметь противоположные значения.*

### Ключевые слова

*интернет; социальные сети; молодежь; технологии и социальных контекст*

### Введение

По данным аналитиков, среди молодежи аудитория пользователей интернета близка к 100% [1]. Кроме того, отмечается, что показатели доступа к интернету среди домохозяйств постепенно сравнивались с долей имеющих доступ к высокоскоростному широкополосному интернету [2]. То есть экстенсивный рост интернета, например, в молодежной среде близок к максимальным показателям – интернет есть почти у всех, а его достаточно высокое качество позволяет им активно пользоваться. При этом отметим, что такая конфигурация сложилась относительно недавно и развивалась достаточно быстро. Так, к примеру, в 2001 году только 2% россиян посещали интернет ежедневно, в 2010 году доля домохозяйств, имеющих доступ в интернет, была меньше 50% (48,4%). Поэтому только относительно недавно эксперты стали отмечать не столько экстенсивный рост использования интернета, который определяет прежде всего число пользователей, уровень доступа, сколько качественные изменения тенденций взаимодействия с интернетом.

В этот период можно выделить как минимум две проблемных ситуации, которые повлияли на то, как люди используют интернет: это пандемия covid-19 и блокировка популярных интернет-ресурсов. В период covid-19 пользователи начали быстрее интегрировать свою повседневную жизнь в цифровое пространство. Аналитики отмечали, что популярность многих сетевых практик растет быстрее, чем аудитория глобальной сети. В 2022 году аудитория социальных сетей выросла, при этом показатели потребления увеличились во всех возрастах. Ограничения на использования

---

© Петрова Е. В., Пославская Ю. С., 2025

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «С указанием авторства – С сохранением условий» версии 4.0 Международная, размещенной по адресу:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.ru>

[https://doi.org/10.52605/16059921\\_2025\\_02\\_48](https://doi.org/10.52605/16059921_2025_02_48)

ресурсов «Facebook» и «Instagram» (запрещенные в России соцсети) привели к перетеканию пользователей на другие площадки [3].

В данной статье мы рассмотрим, как изменились практики пользователей интернета в связи с выделенными выше двумя проблемными ситуациями. В эмпирической базе данного исследования 24 глубинных полуструктурированных интервью, собранных в две волны. Интервью первой волны были собраны во время пандемии covid -19, но не в первый период, а позже, когда новые практики уже закрепились. Вторая волна интервью была собрана после того, как в результате блокировок пользователи скорректировали свои привычные практики. Мы пытались ответить на вопрос, как в период, когда интернет стал максимально доступен, меняются интернет-практики молодежи в ситуации внешних вызовов? Выбранный метод предполагает возможность не только зафиксировать изменения, но и попытаться понять их контекст.

Мы исходим из того, что интернет стал той медийной технологией, которая предполагает, что пользователь активно участвует в коммуникационном процессе [4]. Социальное конструирование технологий признает, что «пользователи „создают“ технологию не в меньшей степени, чем разработчики, переосмысляя идеи разработчиков так, чтобы решать свои проблемы» [5]. При этом мы отмечаем, что интернет может наделяться пользователями разным значением [6]. Кроме того, мы опираемся на постулаты теории практик, сформулированные в работах Пьера Бурдьё. В частности, для нас важно, что «практики не только выражают нечто, но и придают ему смысл» [7, с. 71]. Для практики стимулы не существуют как объективная истина условных и обусловленных пусковых устройств, а действуют только при условии их встречи с агентами, способными их узнавать [7, с. 103].

С позиции медиатеорий мы отмечаем, что для интерпретации российских трендов медиapotребления популярной является идея замещения [8]. Под замещением понимается процесс замены одного социального элемента другим, имеющим сходный смысл, контекст, функцию. При этом современную медиасистему мы видим в контексте теории полимедиа. Исследователи определили полимедиа как среду, «вырастающую из коммуникационных возможностей, функционирующую как „интегрированная структура, внутри которой специфика каждого отдельного медиа определяется через отношение к контексту всех остальных медиа“» [9, с. 337]. Практики в полимедиа функционируют в сочетании возможностей, предлагаемых технологиями, медиаплатформами, мотивами и стимулами выбора, который делают пользователи.

## **1 Многоликие пользователи: зачем молодые люди заводят несколько аккаунтов в социальных сетях**

По данным аналитиков, молодые люди от 18 до 24 лет проводят в интернете в среднем почти по шесть часов в день, в то время как представители молодежи от 25 до 34 лет проводят в сети примерно пять часов в сутки. Социальные сети – лидеры времяпрепровождения россиян в интернете [10] даже после блокировок популярных ресурсов.

Изучая медиапрактики российской молодежи в разных проектах<sup>1</sup>, мы неоднократно убеждались в том, что интернет доминирует в медиасистеме молодых людей и больше всего времени молодые люди проводят в социальных сетях. Мы обратили внимание, что этот опыт может быть представлен по-разному. Оказалось, что молодые люди не только пользуются разными социальными сетями, но и в одной социальной сети могут иметь несколько профилей. Уловив такую особенность, мы попытались собрать больше данных. Для этого в октябре 2021 – январе 2022 годов были собраны глубинные полуструктурированные интервью с пользователями социальных сетей. Важно отметить, что эта волна исследования проходила после довольно непростого периода вынужденной медиатизации как профессиональных сфер, так и личного общения, решения бытовых вопросов и т.д. Резкое погружение в медиа стало следствием самоизоляции и пандемии covid-19. Впервые в истории человечества всемирная организация здравоохранения вместе с пандемией объявила инфодемию [11, с. 4]. Как отмечено на сайте ВОЗ, инфодемия представляет собой переизбыток как онлайн, так и офлайн информации [12].

<sup>1</sup> «Трансформация медиасреды и практик медиapotребления и медиаиспользования в сельской местности России», поддержанного Программой Фонда образовательных инноваций, Проект «Цифровизация чтения в контексте актуальных исследований и образовательных практик», поддержанный Институтом медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

В наш базовый гайд, в который включены тематические блоки, посвященные повседневной жизни информантов, их медийным практикам в целом, практикам использования интернета, мы добавили вопросы, сфокусированные на опыте использования нескольких профилей в социальных сетях. В итоге в нашей базе оказалось 13 интервью со студентами вузов (19-22 года)<sup>2</sup>. Наши информанты продемонстрировали примерно одинаковый набор социальных сетей и мессенджеров, в которых зарегистрированы и которые используют чаще всего («ВКонтакте», «Telegram», «WhatsApp» и «Instagram\*»)

Наибольшее число аккаунтов у пользователя из нашей эмпирической базы – 9, наименьшее – 4. На основе 13 интервью мы выделили шесть образов молодых людей в социальных сетях. Мы назвали их, используя лексику наших информантов: «Фанат», «Профессионал», «Я в повседневной жизни», «Я в печали», «Я и мое хобби», «Инкогнито». Эти образы могут появляться в разные периоды и в разных сочетаниях. Для образа «Фанат» характерен постинг материалов, связанных с объектом фанатского интереса, для образа «Профессионал» – материалов, связанных с работой или учебой. В образе «Я в повседневной жизни» создаются посты про жизнь в реальном времени, актуальные события. Для образа «Я в печали» характерны посты, связанные с настроением или любыми меланхолическими рассуждениями о жизни. Образ «Я и мое хобби» создается для построения личного бреда, в таком профиле публикуются в основном посты, связанные с увлечением автора. Для образа «Инкогнито» характерно создание новой виртуальной личности, которая, как правило, не имеет ничего общего с автором по формальным признакам (таким как город, фото или имя). Часто профиль «Инкогнито» используется для того, чтобы наблюдать за цифровой жизнью интересных и знакомых информанту людей. В трех интервью были представлены все варианты, во всех остальных образах их было меньше. Но у всех респондентов обязательно был аккаунт «Профессионал» и «Я в повседневной жизни». Обращает на себя внимание стремление наших информантов разделить в социальных сетях профессиональную и личную жизнь, а также выделять разные тематические направления. Вынужденное увеличение времени онлайн способствовало тому, что люди стали диверсифицировать свои интернет-практики. Парадоксально, что наши информанты в среде, которой предписана максимальная публичность, ищут в том числе и приватное пространство (доступ к профилям "я в повседневной жизни" и особенно "я в печали" и "инкогнито", как правило, ограничен).

В нашем эмпирическом материале выделялась еще одна особенность: информанты создают разные комбинации онлайн и офлайн практик. Например, в интервью описаны ситуации, когда молодые люди знакомились онлайн, а на каком-то этапе решали встретиться в офлайн среде. Информанты рассказывали, что устраивали встречи семьи, в которых часть группы собиралась в одном помещении, а остальные присоединялись дистанционно. Молодые люди отмечали, что, даже имея возможность лично встретиться с друзьями, в некоторых ситуациях предпочитали общение в социальных сетях. Например, когда в общении возникали сложности и требовалась большая социальная дистанция для коммуникации. В то же время социальные сети помогают поддерживать коммуникацию в ситуациях, когда офлайн общение становилось невозможным, а социальные контакты были очень важны и прерывать их не хотелось (например, такие ситуации возникали в связи с переездом из родного города, сменой места учебы). Собранный эмпирический материал фиксирует, что онлайн практики не только составляют отдельную сферу, но могут быть частью и офлайн среды, образовывать новые сочетания.

## 2 Технологические барьеры и социальные действия: быть или не быть с VPN?

Вторая часть нашего эмпирического материала была собрана в рамках проектов научно-исследовательского семинара «Исследование практик взаимодействия аудитории с медиа» Института медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». После блокировки социальных сетей для российской аудитории участники семинара попытались зафиксировать, как изменился пользовательский опыт. В рамках этой задачи было собрано 11 полуструктурированных интервью с представителями аудитории социальных сетей («TikTok»,

<sup>2</sup> В рамках этой волны были проведены еще 3 интервью с представителями более старшего поколения (37, 42 и 52 года). Эти интервью тоже попадают в рамку предложенных образов. Мы предполагаем, что общее и различное в опыте взаимодействия с социальными сетями детерминировано не столько возрастом информантов, сколько функциями социальных сетей, которые характерны для разных социальных групп. Но пока это наша гипотеза, мы продолжаем работать над этой темой.

\* Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

«Instagram»\*, «Facebook»\*). Материал был собран с декабря 2022 года до июня 2023 года. Все пользователи относились к социальной группе студентов, возраст респондентов 19-22 лет.

Собранные данные мы попытались рассмотреть в контексте других исследований на схожую тему. Так, например, Сулова А. А., Невмержицкий А. Ю. изучили «наиболее популярные посты и комментарии по запросу: ограничение и блокировка с перечнем социальных сетей». Авторы пришли к выводу, что «реакция на блокировку социальных сетей неоднозначная... мнения аудиторий разделилась на 3 крупных лагеря: несогласные, переживающие утрату и действующие» [13, с. 160]. Зафиксированы исследователями и социально-психологические последствия блокировок. Исследователи отметили, что блокировка Instagram\* приводила к утрате сообщества, социальной среды обитания [14], что сопровождалось тревогой, страхом, озлобленностью, апатией и т. д. Также была зафиксирована связь отношения к блокировкам с тем, какие источники информации доминируют в системе медиапотребления: телезрители чаще поддерживали блокировки, чем пользователи социальных сетей [15].

Среди наших информантов не оказалось тех, кто не отметил изменений. Некоторые информанты продемонстрировали замещение заблокированных социальных сетей незаблокированными. В большинстве случаев собеседники говорили о замещении «Instagram\*». Он замещался «ВКонтакте», «Telegram» или «YouTube» следующим образом: «ВКонтакте» используется для поиска услуг и просмотра видео (шортс), «Telegram» для создания личных каналов вместо личных страниц, «YouTube» для просмотра видео. Другая группа также заметила изменения в использовании социальных сетей именно в части интенсивности – информанты из этой группы стали меньше или вовсе перестали использовать заблокированные социальные сети. При этом замещать их они никак не стали, в частности интенсивность использования незаблокированных социальных сетей осталось такой же, как и раньше.

Мы также зафиксировали, что информанты по-разному относятся к блокировкам: спектр мнений варьировался от четкого несогласия с таким решением до спокойного отношения с пониманием (термин использовался информантами). Однако, сравнивая отношение к явлению и изменение практик, мы заметили и совпадения, и различия между декларируемой позицией и реальной практикой. Так в числе «категорически несогласных» были информанты, которые практически отказались от прежних практик, и те информанты, которые нашли варианты обхода блокировок и продолжают пользоваться привычными для них социальными сетями. Проводя аналогии со своим опытом отношений с физическим пространством, один информант так сформулировал свою позицию по этому поводу: «*Эта блокировка сработала для меня как красный свет, а я на красный свет не езжу*». Однако в интервью выяснилось, что опыт обхода блокировок у информанта есть.

В нашем материале можно выделить несколько вариантов поведения, характерных для информантов в условиях блокировок привычных им ресурсов. Мы обозначили их так: стратегия максимального сохранения при минимальных действиях; действие как позиция и изменение как возможность. Так же, как и в приведенном выше исследовании Суловой А. А., Невмержицкого А. Ю., у нас получилось три варианта. Но наш фокус был не столько на отношении к блокировкам, сколько на самой практике. В первом варианте информанты стремились к минимальными действиям и готовы были отказаться от привычных медийных практик, если доступ к ним требовал значительных усилий. Это, по сути, иллюстрирует базовый для медиаисследований подход, известный как дробь выбора (соотношение пользы/награды и усилия) и характерный для понимания действия активных пользователей медиа [16]. Соответственно, можно сделать вывод, что для наших информантов ценность заблокированных социальных сетей оказалась не столь уж высока, если при увеличении необходимых усилий для доступа к ним, наши информанты делали выбор в пользу значительного снижения взаимодействия либо даже полного отказа от привычных практик. Как отдельный вариант мы выделили действие как позицию. В этом случае наши информанты аргументировано объясняли причины изменения своих практик. Интересно, что в нашем материале были представлены разные позиции и разные решения: от понимания ограничения ресурса как ограничения свободы и решения установить платный VPN до «я на этот вражеский сайт заходить не буду» и решения полностью отказаться от использования блокируемых ресурсов. Но в обеих ситуациях информанты осознавали свою медиапрактику как социальное действие. Третий вариант поведения был продемонстрирован в одном интервью: информант

\*\* Соцсеть, принадлежащая запрещенной в России организации

отнесся к блокировке как к новой возможности. Он искал варианты продвижения своего проекта и спрогнозировал, что в связи с блокировками вырастет число пользователей в Telegram, начал активно развивать свой канал. В итоге информант отказался от использования заблокированных социальных сетей, а вложения в работу с новой платформой информант в интервью оценивал как удачное решение. Данный материал показывает, что одно и то же действие может быть наделено разным смыслом.

## Заключение

Для актуального периода характерно в основном завершение экстенсивного развития интернета. Происходит изменения модели развития интернета, и этот этап совпал с периодом значительного внешнего влияния и высоких рисков. Интернет-практики переструктурируются, меняется их значение. Интернет та технология, на функционирование которой оказывают влияние пользователи. В данной статье мы рассмотрели две ситуации, в которых пользователи реагировали на вынужденные дополнения и изменения своего привычного пользовательского опыта.

В период пандемии covid-19 ограничения стимулировали переход привычных практик в онлайн среду, их диверсификацию и возникновение новых сочетаний онлайн и офлайн практик. В другой проблемной ситуации – ограничении доступа к популярным ресурсам – информанты принимали решение о том, как менять свои привычные практики, когда происходит трансформация медиасистемы. В итоге реакции на одно и то же явление оказывались разными под влиянием социального опыта информантов. На нашем материале можно зафиксировать, что изменения медиапрактик опираются на разные социальные контексты и стимулы. Сложность для исследователей состоит в том, что медиапрактики вписаны во многие системы и даже при схожем действии могут означать разное, что важно учитывать при интерпретации в том числе и количественных данных, особенно в связи с продолжающимися изменениями российской медиасистемы.

## Благодарности

Авторы данной статьи благодарят за участие в проектной работе и помощь в сборе данных для этого исследования студентов Института медиа НИУ ВШЭ Безребельную А. А. и Сирину А. И. В статье использованы методологические наработки проектов «Трансформация медиасреды и практик медиапотребления и медиаиспользования в сельской местности России», поддержанного Программой Фонда образовательных инноваций и «Цифровизация чтения в контексте актуальных исследований и образовательных практик», поддержанного Институтом медиа НИУ ВШЭ.

## Литература

1. Аудитория интернета в 2022 году // Медиаскоп. 2023. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrIhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rkw8deg7uk/2022\\_%D0%98%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%95%D0%A2.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrIhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rkw8deg7uk/2022_%D0%98%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%95%D0%A2.pdf) (дата обращения: 16.01.2024).
2. Индикаторы цифровой экономики (статистический сборник). // В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – 276 с. – URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/892389163.pdf> (дата обращения 25.04.2024).
3. Интернет в России в 2022-2023 годах. Состояние, тенденции и перспективы развития // Отраслевой доклад. Минцифры. - Москва, 2023 - URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/internet-v-rossii-v-2022-2023-godah.pdf> (дата обращения 25.04.2024).
4. Коломиец В.П. Медиатизация медиа – Москва: Издательство Московского университета, 2020.
5. Сафронов А.В. (2020). Компьютеризация управления плановой экономикой в СССР: проекты ученых и нужды практиков // Социология науки и технологий. Т.11, №3, 22-41.
6. Петрова Е. В. Интернет там, где у меня пожар»: как молодые люди относятся к интернету и какое значение ему придают? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2024. № 2 (180). С. 3-27.

7. Бурдые П. Практический смысл - СПб: Алетейа, 2017.
8. Назаров М. М.(2023). Медиа: Аудиторныетренды. Человек в современной российской медиасреде. – М.: ЛЕНАНД.
9. Мадьяну М., Миллер Д. (2018). Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении / пер. с англ. А.Пауковой, В. Чумаковой // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 334–356. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.17.
10. Медиапотребление, 2022 // MEDIASCOPE. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE\\_DIGITAL\\_14092022.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf) (дата обращения: 15.07.2024)
11. Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии / Под общ. ред.: А. Г. Качкаева, С. А. Шомова. Сост.: А. А. Новикова. М.: Издательские решения По лицензии Ridero, 2021.
12. Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации. Совместное заявление ВОЗ, ООН, ЮНИСЕФ, ПРООН, ЮНЕСКО, ЮНЭЙДС, МСЭ, инициативы ООН «Глобальный пульс» и МФКК, сентябрь 2020 - URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (дата обращения 20.09.2024).
13. Сулова А.А., Невмержицкий А.Ю, Изгнание из цифрового рая. Анализ реакции аудиторий и оценка возможных последствий в связи с блокировкой популярных социальных сетей в марте 2022 // «Возможности и угрозы цифрового общества»: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Ярославль 21-22 апреля 2022 года/ Под редакцией А.В. Соколова, А.А. Фролова. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Цифровая типография» , 2022. С. 156-162.
14. Лукина К.В., Широкова А.С., Захарычева Т.А. Социологическое измерение реакции пользователей на блокировку «Инстаграм»: оценка экспертов // Власть и управление на Востоке России. 2022. №3 (100). С. 132-141.
15. Щекотуров А.В., Зинич А.В. Медийные источники информации в контексте блокировки социальных сетей (материалы опроса студентов БФУ и ОМГАУ) // Информационное общество. 2023, №5. С. 56-62.
16. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2017.

# CHANGES IN MEDIA PRACTICES OF YOUTH UNDER THE INFLUENCE OF EXTERNAL RESTRICTIONS (BASED ON RESEARCH INTERVIEWS)

**Petrova, Evgenia Viktorovna**

*Candidate of philology*

*National Research University Higher School of Economics, Media Institute, associate professor*

*Moscow, Russian Federation*

*evpetrova@hse.ru*

**Poslavskaya, Julia Stanislavovna**

*National Research University Higher School of Economics, Media Institute, student*

*Moscow, Russian Federation*

*yusposlavskaya@edu.hse.ru*

## Abstract

*The article, based on semi-structured in-depth interviews, examines how the practices of social network users have changed in context of two problematic situations: restrictions associated with the covid-19 pandemic and blocking of popular Internet resources. It is noted that with a high level of access to the Internet, a restructuring of the media practice system occurs. Technological changes are perceived in a variety of contexts. The same actions in the digital environment can be given different meanings and they even have opposite meanings.*

## Keywords

*Internet; social networks; youth; technologies and social context*

## References

1. Auditoriya interneta v 2022 godu // Mediascope. 2023. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rwx8deg7uk/2022\\_%D0%98%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%95%D0%A2.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrhud7t7dxyzw1rhtzxcg3rwx8deg7uk/2022_%D0%98%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%95%D0%A2.pdf).
2. Indikatory cifrovoj ekonomiki (statisticheskij sbornik). // V.L. Abashkin, G.I. Abdrahmanova, K.O. Vishnevskij, L.M. Gohberg i dr.; Nac. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». – M.: ISIEZ VSHE, 2024. - URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/892389163.pdf> ( 25.04.2024).
3. Internet v Rossii v 2022-2023 godah. Sostoyanie, tendencii i perspektivy razvitiya // Otrasevoj doklad. Mincifry. - Moskva, 2023. - URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/internet-v-rossii-v-2022-2023-godah.pdf>.
4. Kolomic V.P. Mediatizaciya media – Moskva: Izdatel'stvoMoskovskogouniversitete, 2020.
5. Safronov A.V. (2020). Computerization of the Planned Economy in the USSR: Projects of Scientists and the Needs of Practitioners // Sociology of science and technology. T.11, №3, 22-41.
6. Petrova E. V. (2024) “The Internet Is Where I Have a Fire”: Young People’s Attitudes Towards On-line Practices and Their Context. Mo ni to ring of Pub lic Opi ni on: Eco no mic and So cial Chan ges.No. 2. P. 3-27.
7. BOURDIEU P. Prakticheskij smysl (Le sans pratique) - SPb: Aleteja, 2017.
8. Nazarov M. (2023). Media: Audience trends. Man in the modern Russian media environment. – Moscow: Lenaland.
9. Madianou M., Miller D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication / transl. from Eng. A. Paukova, V. Chumakova. Monitoring of Public Opinion : Economic and Social Changes. 2018. № 1. P. 334 – 356. DOI: 10.14515/monitoring.2018.1.17.(In Russ.)
10. Mediapotreblenie, 2022/ // Mediascppe. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE\\_DIGITAL\\_14092022.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf)
11. Kogda «korona» tyazhela: cifrovye media v epohu pandemii / Pod obshch. red.: A. G. Kachkaeva, S. A. SHomova. Sost.: A. A. Novikova. M.: Izdatel'skie resheniya Po licenzii Ridero, 2021.

12. Bor'ba s infodemiej na fone pandemii COVID-19: pooshchrenie otvetstvennogo povedeniya i umen'shenie pagubnogo vozdejstviya lozhnyh svedenij i dezinformacii. Sovmestnoe zayavlenie VOZ, OON, YUNISEF, PROON, YUNESKO, YUNEJDS, MSE, iniciativy OON «Global'nyj pul's» i MFKK, sentyabr' 2020 - URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
13. Suslova A.A., Nevmerzchickij A.YU, Izgnanie iz cifrovogo raya. Analiz reakcii auditorij i ocenka vozmozhnyh posledstvij v svyazi s blokirovkoj populyarnyh social'nyh setej v marte 2022 // «Vozmozhnosti i ugrozy cifrovogo obshchestva»: materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, YAroslavl' 21-22 aprelya 2022 goda/ Pod redakciej A.V. Sokolova, A.A. Frolova. YAroslavl': Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu «Cifrovaya tipografiya», 2022. P. 156-162.
14. Lukina K.V., Shirokova A.S., Zaharycheva T.A. Sociologicheskoe izmerenie reakcii pol'zovatelej na blokirovku «Instagram»: ocenka ekspertov // Vlast' i upravlenie na Vostoke Rossii. 2022. №3 (100). P. 132-141.
15. Schekoturov A.V., Zinich A.V. Medijnye istochniki informacii v kontekste blokirovki social'nyh setej (materialy oprosa studentov BFU i OMGU) // Informacionnoe obshchestvo. 2023, №5. P. 56-62.
16. Kiriya I. V., Novikova A. A. Istoriya i teoriya media M. : Izdatel'skij dom NIU VSHE, 2017.