
ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

Выпуск 1 (58). 2020. Том 10

Журнал «Вопросы национальных и федеративных отношений»
включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК,
в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук
по политическим и историческим наукам

МОСКВА, 2020

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

**Вячеслав Александрович
МИХАЙЛОВ**

Председатель Совета, д.и.н., профессор,
зав. кафедрой национальных и федеративных
отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ

Редакционный Совет

**Рамазан Гаджимурадович
АБДУЛАТИПОВ**

д.ф.н., постоянный представитель Российской Федерации
при Организации Исламского сотрудничества

**Любовь Федоровна
БОЛТЕНКОВА**

д.ю.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Владимир Иванович
ВАСИЛЕНКО**

д.п.н., профессор Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Вадим Витальевич
ГАЙДУК**

д.п.н., профессор Башкирского государственного
университета

**Леопадия Михайловна
ДРОБИЖЕВА**

д.и.н., руководитель Центра исследования
межнациональных отношений Института Социологии
ФНИСЦ РАН

**Владимир Юрьевич
ЗОРИН**

д.п.н., руководитель Центра по научному взаимодействию
с общественными организациями, СМИ и органами
государственной власти ИЭА РАН

**Раушан Мухахановна
КАНАПЬЯНОВА**

д.п.н., профессор кафедры международного
культурного сотрудничества МГИК

**В. Микаэль
КАССАЕ НЫГУСИЕ**

д.и.н., профессор кафедры теории и истории
международных отношений Российского
университета дружбы народов

**Геннадий Яковлевич
КОЗЛОВ**

д.и.н., профессор Рязанского государственного
университета им. С.А. Есенина

**Игорь Георгиевич
КОСИКОВ**

д.и.н., главный научный сотрудник Института
этнологии и антропологии РАН

**Николай Павлович
МЕДВЕДЕВ**

д.п.н., профессор Российского университета
дружбы народов

**Марина Николаевна
МОСЕЙКИНА**

д.и.н. профессор кафедры истории России
Российского университета дружбы народов

**Дарья Вячеславовна
ПЕРКОВА**

к.п.н., ответственный редактор

**Александр Васильевич
ПОНЕДЕЛКОВ**

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой политологии
и этнополитики Южно-Российского института
управления – филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Дмитрий Егорович
СЛИЗОВСКИЙ**

д.и.н., профессор кафедры истории России Российского
университета дружбы народов

**Шукран Саидовна
СУЛЕЙМАНОВА**

д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

**Жибек Сапарбековна
СЫЗДЫКОВА**

д.и.н., профессор, заведующая кафедрой стран
Центральной Азии и Кавказа Института стран Азии
и Африки Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова, заместитель главного редактора журнала

**Вильям Владимирович
ШИМИДТ**

д.ф.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

Редакционная коллегия

Главный редактор – СУЛЕЙМАНОВА Ш.С.,
д.п.н., профессор РАНХиГС

Члены ред. коллегии:

Медведев Н.П. (зам. главного редактора),
Сыздыкова Ж.С. (зам. главного редактора),
Перкова Д.В. (ответственный редактор),
Болтенкова Л.Ф., Дробичева Л.А.,
Слизовский Д.Е.

УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере массовых коммуникаций,
связи и охраны культурного
наследия

Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47487
от 25 ноября 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс научного
цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор
журнала: 1,006

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

www.etnopolitolog.ru

E-mail: etnopolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Перкова Д.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 26.01.2020

Формат 60×84/8. Объем 24,3.

Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500 экз.)
Заказ № 0000.

Отпечатано
в типографии PrintUP

117105, г. Москва,
Нагорный проезд, 12, корп. 1
Тел.: +7 (495) 925-00-06

ISSN 2226-8596 (print)

12 выпусков в год и

2 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://etnopolitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals

Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70114

Цели и тематика

Журнал *ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ* – периодическое международное рецензируемое на-учное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2018 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «Отечественная история, этнология и этнография», «История международных отношений и мировой политики», «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая культура, этнополитика и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://etnopolitolog.ru>

Электронный адрес: etnopolitolog@yandex.ru

ISSN 2226-8596 (print)

12 issues a year plus

2 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://etnopolitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific

electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rosspchat Agency catalogue is: 70114

Objectives and themes

Academic journal “*Issues of National and Federative Relations*” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2018. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “Domestic history, ethnology and ethnography”, “History of international relations and world politics”, “History and philosophy of politics”, “Political institutions, processes and technologies”, “Political culture, ethnopoltics and ideologies”, “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://etnopolitolog.ru>

E-mail address: etnopolitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОГРАФИЯ

<i>Аккиева С.И., Коцев Э.М.</i> Свадебная обрядность в адыгской диаспоре Турции: традиция и современность	8
<i>Серяков В.Д.</i> Фальсификация истории Великой Отечественной войны: эволюция в подходах и методах	18
<i>Бровченко И.Ю.</i> Духовное состояние русского общества в 90-е годы XX века	32
<i>Дьячкова А.Н.</i> Ксенофонов Г.В. о бродячих сюжетах в якутском фольклоре	39

ТЕОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ ПОЛИТИКИ

<i>Болтенкова Л.Ф.</i> Революции как форма (способ) Божьей кары за грехи. Часть IV	44
---	----

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

<i>Родионова М.Е.</i> «Черный PR» в избирательных кампаниях Европы и России	53
<i>Магадиев М.Ф., Пузевич А.Н.</i> Военно-патриотическое воспитание современной российской молодежи в условиях обеспечения национальной безопасности Российской Федерации (на примере деятельности местного отделения ВВПОД «Юнармия» г. Рязани)	63

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ

<i>Курбонова З.М.</i> Политическая стабильность Таджикистана как фактор безопасности региона. Часть I	73
<i>Гончаров В.В., Авакьян Р.М., Приходько Э.О., Берзегова Н.Н.</i> Современные проблемы, связанные с соблюдением прав человека в военном конфликте на территории Украины	78

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕГОСЯ МИРА

<i>Ежова М.Ю.</i> Миграционная политика в контексте стратегических задач России на постсоветском пространстве	90
<i>Дадашов К.К.</i> Общая политика безопасности и обороны ЕС: проблемы и перспективы	99
<i>Энтина Е.Г.</i> Приоритеты англо-американской политики в Юго-Восточной Европе в условиях изменения архитектуры международных отношений	107
<i>Голованов Р.С.</i> Новый этап евразийской интеграции: функции элит	117

<i>Дадашова К.К.</i> Внешняя политика ЕС по отношению к конфликтам на постсоветском пространстве (на примере государств Южного Кавказа)	129
---	-----

ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ

<i>Гехт А.Б., Неровный А.В., Потапенко Т.Г.</i> Франция и политика ЕС в области безопасности и обороны на рубеже XXI века	137
<i>Макаров Е.П.</i> Земельная экспансия британской колониальной элиты на примере деятельности компании Огайо накануне Франко-индейской войны 1754-1763 гг.	143
<i>Гэн Ицзинь</i> Обзор Ланьчжоуского воздушного боя	151

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

<i>Дельгадо А.А., Прокопчук Д.Д., Гриценко Р.А.</i> Применение контент-анализа на примере посланий Президента Федеральному Собранию РФ (2014-2016 гг.)	161
<i>Ле Лан Нгок</i> Социальные сети как механизм формирования имиджа политических лидеров	170
<i>Деменин К.Г.</i> Работа политруков в годы Великой Отечественной войны	176

РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД ПРОЧИТАННЫМ

<i>Слизовский Д.Е., Медведев Н.П.</i> Рецензия на статью С.А. Ланцова «Этнический терроризм и этнополитические конфликты XIX-XX вв.: анализ социально-политических факторов»	188
--	-----

НАШИ АВТОРЫ	196
-------------------	-----

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	202
---	-----

*магистрант кафедры рекламы и связей
с общественностью Российского государственного
социального университета, магистрант кафедры
массовых коммуникаций Российского университета
дружбы народов, Россия, г. Москва*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Особенностью политической деятельности является активная вовлеченность масс, что в наше время практически не представляется возможным без использования интернета. Так как в последние годы основная доля коммуникаций перешла в пространство социальных сетей, ведение личных аккаунтов для политических лидеров является не только способом продвижения и «завоевания» аудитории, но также инструментом для формирования своего политического имиджа. Особенностью социальных сетей является кажущаяся доступность человека, ведущего свою страницу. В сознании человека дистанция между ним и политиком существенно сокращается, растет уровень доверия к кандидату.

Целью данного исследования является анализ влияния социальных сетей современных политиков на формирование их политического имиджа.

При написании работы проводился теоретический анализ литературы, посвященной роли социальных сетей в современном обществе, рассмотрены исследования социальных сетей политических лидеров, а также проведен анализ аккаунтов политических деятелей в социальных сетях (Twitter и Facebook) и проведена попытка определения их влияния на политический имидж.

В данной работе рассмотрена специфика социальных сетей как канала коммуникации, а также роль данной специфики в восприятии деятельности политиков. Представлены отдельные примеры использования социальных сетей политическими деятелями и особенности публикуемого материала. Изучено влияние активности политиков в социальных сетях на образ и популярность данных политиков среди населения. Сделан вывод, что активность политических деятелей в социальных сетях способствует увеличению доверия и лояльности данному политику.

Ключевые слова: социальные сети, политический имидж, масс-медиа, формирование политического имиджа.

SOCIAL NETWORKS AS A MECHANISM FOR FORMING THE IMAGE OF POLITICAL LEADERS

The peculiarity of political activity is the active involvement of the masses, which in our time is almost impossible without the use of the Internet. Since the bulk of communications has moved to social media in recent years, maintaining personal accounts for political leaders is not only a way to promote and «win» the audience, but also a tool for forming their political image. A feature of social networks is the apparent accessibility of the person who leads your page. In the mind of a person, the distance between him and the politician is significantly reduced, the level of trust in the candidate is growing.

The purpose of this study is to analyze the influence of social networks of modern politicians on the formation of their political image.

When writing work was carried out a theoretical analysis of the literature on the role of social networking in modern society, reviewed studies of social networks of political leaders, as well as the analysis of the accounts of political figures in social media (Twitter and Facebook) and try to determine their impact on political image.

This paper examines the specificity of social networks as a communication channel, as well as the role of this specificity in the perception of politicians' activities. Some examples of the use of social networks by political figures and features of the published material are presented. The influence of politicians' activity in social networks on the image and popularity of these politicians among the population was studied. It is concluded that the activity of political figures in social networks contributes to the increase of trust and loyalty to this politician.

Key words: *social networks, political image, mass media, formation of political image.*

В настоящее время социальные сети стали одним из неотъемлемых элементов современной массовой культуры. Масс-медиа представляют собой один из важнейших способов передачи информации. При этом осуществляется не только процесс коммуникации, но и обучения. Он происходит по-

средством наблюдения, прослушивания и чтения того, что делают другие. С появлением некоторых новых средств коммуникации, таких как Интернет и мобильные телефоны.

Следует подчеркнуть, что в работах российских авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов в данной предметной области [1; 2; 3; 4; 5; 7].

Однако проблему нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Большая часть общения и передачи информации, в современном обществе происходит в различных социальных сетях. С недавних пор соцсети были обозначены в отдельную от масс-медиа категорию – социальные медиа [9]. Взаимодействие в виртуальном пространстве вносит значительный вклад в воспроизводство и распространение разного рода выражений культуры. Соцсети достигают этого и благодаря скорости и удобству, и благодаря простоте, близости «массовому человеку», созданию и популяризации сленга и новых особых лингвистических стилей, которые понятны и близки большинству онлайн-пользователей [10].

Интернет в последнее время занимает все более прочные позиции в жизни современных людей – в особенности, принадлежащих к категории молодежи и молодых взрослых. Соцсети для молодых людей – это не только общение, но и развлечения и трудовая деятельность, творчество и многие другие аспекты жизни. Едва ли можно переоценить степень их влияния на современную молодежь, да и людей средней взрослости в сравнении с другими типами масс-медиа, такими, как телевидение, радио, рекламу и прочие.

Человек может посмотреть телепередачу или же прочесть послание на рекламном плакате, и через некоторое время абстрагироваться от него. С другой стороны, в соцсетях личность наблюдает себе подобных – не просто незнакомых ему людей, телезвезд или моделей – а тех, с кем он мог учиться, работать, отдыхать и так далее. Таким образом, пользователь соцсетей гораздо в большей степени идентифицирует себя с авторами текстов, фотографий, видеороликов и прочих источников в соцсетях, нежели с телевизионными звездами, снимающимися в рекламе моделями и прочими в принципе безразличными ему людьми [9].

Виртуальное пространство – в частности, соцсети – позволяет транслировать различные сообщения с большой скоростью и на объемную аудиторию. Таким сообщением в них служит не только непосредственный текст или аудиоречь, но и фотографии, видеоролики и прочие способы передачи письменной и графической информации. Посредством данных сообщений кодируются общественные ценности – то, к чему стоит стремиться, а что подлежит избеганию или же должно быть высмеяно; каким должен быть человек, к какому идеалу ему необходимо стремиться, а каких действий нужно избегать, так как они порицаются или высмеиваются [8].

Также, прежде чем перейти к анализу формирования имиджа с помощью социальных сетей, следует определить понятие имиджа. Имидж представляет собой индивидуальную характеристику человека, совокупность личностных и профессиональных качеств, которые воспринимаются обществом в виде целостного образа. В условиях необходимости сокращения дистанции между властью и обществом он играет существенную роль в успешности современного политика. Имидж позволяет облегчить его восприятие аудиторией и подготавливает почву для временной и постоянной поддержки данного политического лидера со стороны избирателей.

Согласно последним исследованиям, 68% глав государств и правительств из 193 стран – членов ООН имеют свои собственные учетные записи (аккаунты) в социальных сетях. Наиболее активным пользователем Twitter среди глав государств и правительств Европы признана премьер-министр Норвегии Эрна Сульберг. При том, что она имеет относительно небольшое число подписчиков, ее активность определяется степенью взаимодействия с аудиторией и вовлеченностью (например, она чаще отвечает на вопросы подписчиков, чем другие политики западных стран).

Одним из первых активных пользователей социальных сетей среди политических деятелей считается Барак Обама, создавший в начале 2007 года аккаунт в Твиттере. Активное пользование социальными сетями и включенность в интернет-среду сыграли определенную роль в его успехе на политической арене – его деятельность привлекла внимание некоторых известных YouTube-блогеров, которые взяли у него интервью, что в результате сказалось на повышении имиджевых показателей политика.

Публикация постов, связанных с социальными вопросами (в частности, особое место в аккаунтах Обамы отводится проблеме прав женщин) и благотворительной деятельностью позволили создать образ заинтересованного в изменениях и открытого для граждан человека. Данный эффект не был бы так заметен при использовании других масс-медиа, так как именно социальные сети создают ощущение близости и реальности человека, публикующего записи на своей странице.

В результате одного из лингвистических исследований аккаунтов Барака Обамы, Дональда Трампа и Хилари Клинтон были получены результаты, свидетельствующие о преобладании у каждого из них своего специфического приема создания имиджа. Исследование опирается на схему, предложенную Викентьевым И.Л., и имеет следующие результаты: преобладающим методом формирования имиджа у Хилари Клинтон является позиционирование (преобладание в социальных сетях лозунгов и девизов); Барак Обама преимущественно использует возвышение имиджа (упоминания об успешной реализации планов); Дональд Трамп в основном прибегает к приему антирекламы (эмоциональные негативные высказывания о соперниках) [6].

Действующий президент США Дональд Трамп также является активным пользователем социальных сетей. На его личной странице в Facebook

достаточно большое число подписчиков, которое существенно превосходит по количеству аудиторию других кандидатов, в том числе и Хилари Клинтон. Кроме того, анализируя страницу Дональда Трампа, можно заметить, что на ней достаточно ярко выражена вовлеченность подписчиков – высокая активность в комментариях, обсуждение различных тем и «репосты».

При этом следует отметить, что публикации Трампа (как и его публичные выступления) именно в силу своего содержания и настроения, вызывают широкий общественный резонанс среди населения. По сути, на данном примере обнаруживается еще одна закономерность популярности политического лидера – на своей странице в социальной сети он способствует более свободному выражению мыслей подписчиков, позволяет высказываться, создает пространство для обсуждений. В данном случае на первый план выходит не содержание публикаций, а возможность определенной коммуникации.

Можно отметить, что два последних президента Соединенных Штатов сделали ставку в своем продвижении именно на социальные сети, и, возможно, именно благодаря этому их предвыборные кампании были успешны. Включение в интернет-пространство позволило приобщить к политической активности и выборам именно даже те слои населения, которые ранее сторонились политики и не участвовали в голосовании. При этом Барак Обама создал скорее имидж политика, близкого к народу, вовлеченного в социальные проблемы и жизнь общества, а Дональд Трамп предстает в массовом сознании как эпатажный, прямолинейный, не боящийся открыто высказывать свое мнение и решительный человек.

Использование социальных сетей для политиков – это возможность показать себя не только в качестве государственного деятеля, но и простого человека со своими слабостями и привычками, которые также свойственны и избирателям, показать, что он вышел из народа, доступен для него и будет представлять его интересы. Социальные сети в определенной мере репрезентируют индивидуальность человека.

Таким образом, важной составляющей является не только образ, который политик напрямую транслирует через аккаунты в социальных сетях, но также степень свободы и возможность чувствовать свою принадлежность к политической жизни, которая дается подписчикам. Активное взаимодействие с аудиторией, широкий резонанс и обсуждение тех или иных высказываний формируют определенное впечатление и мнение о человеке, при этом повышается внимание к его персоне и усиливается его влияние за счет вовлеченности широкой аудитории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Крылова М.А.* Модель оценки влияния PR-технологического инструментария избирательной кампании политической партии // Вопросы политологии. 2019. Т. 9. № 10 (50).

2. *Крючков А.В.* Трансформация политических элит России при переходе к сетцентрическому (цифровому) государству // Региональное и муниципальное управление: вопросы политики, экономики и права. 2018. № 1-2.
3. *Лобойко Д.А.* Роль рейтингов политических элит в условиях «гибридной демократии» // Вопросы политологии. 2019. Т. 9. № 8 (48).
4. *Медведев Н.П.* Выборы Президента Украины: манипулятивные избирательные технологии и трансформация института выборов // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2019. Т. 8. № 1.
5. *Прокончук Д.Д., Гриценко Р.А., Дельгадо А.А.* Особенности использования «политического интернета» для формирования электоральных предпочтений граждан // Вопросы политологии. 2019. Т. 9. № 12 (52).
6. *Сергеева Д.С.* Формирование имиджа, политика в современном информационном пространстве (на материале данных соцсети «Твиттер») // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. 2017. № 4.
7. *Сулейманова Ш.С.* СМИ – «мягкая сила» управления общественным мнением // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2019. Т. 8. № 1.
8. *Kende Anna.* European Journal of Social Psychology. Soc. Psychol., 2015.
9. *Melissa G. Hunt et al.* No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression // Journal of Social and Clinical Psychology. 2018.
10. *Ogbonnaya Okorie.* Social Media: Shaping and transmitting popular culture // Covenant Journal of Communication (CJOC). 2014. No. 1.