

Механизмы конструирования политической идентичности молодежи в электронно-цифровых медиа

Научный руководитель – Осипова Надежда Геннадьевна

Горьковская Софья Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: sofiagorkovaia@gmail.com

В условиях глубокой цифровой трансформации общества электронно-цифровые медиа (новые медиа) становятся каналами передачи информации, превращаясь в ключевое пространство социального конструирования реальности. Согласно подходу Ю. П. Буданцева, новые медиа (ССМК-4) представляют собой закономерный этап развития систем массовой коммуникации, который интегрирует процессы производства, хранения и распространения информации, создавая принципиально иную среду для взаимодействия [1]. Особую значимость это приобретает для молодежи как стратегического ресурса страны, для которой цифровая среда выступает одним из главных агентов социализации.

Исходя из рассмотренной актуальности влияния электронно-цифровых медиа на молодежь, цель данной работы – выявить основные механизмы конструирования политической идентичности молодежи. Для достижения данной цели был реализован ряд задач: анализ сущностно-функциональных характеристик новых медиа, изучение технологий их воздействия на молодое поколение и рассмотрение ключевых каналов получения политической информации для молодежи.

Теоретическую базу исследования составляют работы Н. Г. Осиповой и С. О. Елишева, в которых электронно-цифровые медиа рассмотрены как пространство массового общения, транслирующее социальные нормы и образцы поведения. Особое значение в контексте цифровизации приобретает тезис о том, что интенсивность и персонификация цифровой среды делают информацию более авторитетной для молодежи по сравнению с информацией от традиционных институтов, таких как семья, образование, религиозные организации [5].

В результате проведенного анализа установлено, что механизмы конструирования политической идентичности молодежи в новых медиа реализуются на двух взаимосвязанных уровнях. Первый уровень – технологический, определяется совокупностью специфических свойств самой цифровой среды. Как отмечает Н. Г. Осипова, масштаб их влияния обусловлен коммуникативной интерактивностью (стиранием границ между производителем и потребителем контента), персонализацией, мультимедийностью и гипертекстуальностью [4]. Эти свойства создают эффект постоянного присутствия медиа в жизни молодого человека и снижают способность молодежи к критическому анализу информации, что делает ее более уязвимой к политическому воздействию.

Второй уровень – операциональный, включающий целенаправленные манипулятивные технологии. С. О. Елишев подчеркивает, что в цифровой среде функция управления сознанием реализуется через точечное информационно-психологическое воздействие на молодежь [2]. Н. Г. Осипова выделяет следующие основные методы конструирования политической идентичности молодежи:

- 1) «ядовитый сэндвич» (расположение позитивного сообщения в негативное предисловие и заключение);

- 2) метод «40/60» (40% – предоставление фактов, 60% удовлетворение интересов аудитории);
- 3) «прикрытие авторитетом» (через блогеров-лидеров мнений);
- 4) метод «умолчания» (сокрытия ключевых фактов);
- 5) «подмены понятий» (создание желаемого образа с помощью замены выражений);
- 6) метод «гнилой селедки» (подбор ложного обвинения) [3].

Перечисленные методы формируют у молодежи не аналитическое, а эмоционально-оценочное восприятие политики. Политическая идентичность молодого поколения возникает как реакция на медийную повестку, а не как результат личного осмысления, и постоянно подкрепляется алгоритмами рекомендаций цифровых платформ.

Обоснованность теоретических положений находит подтверждение в эмпирических данных. Согласно данным ВЦИОМ (2025), 89,5% молодых людей получают политическую информацию через социальные сети и мессенджеры, лидирующие позиции занимает Telegram, «ВКонтакте» и видеоплатформа «Rutube». Особую роль играет блогосфера и лидеры мнений, которые транслируют уже «готовые интерпретации» событий, упрощая политическую реальность до уровня доступного для быстрого потребления [6].

Таким образом, механизмы конструирования политической идентичности молодежи в электронно-цифровых медиа действуют на двух уровнях. Технологический уровень базируется на свойствах цифровой среды – интерактивность, персонализация, мультимедийность и гипертекстуальность. Операциональный уровень (манипулятивные техники) нацелен на внедрение готовых интерпретаций. Объединяет эти уровни опора на снижение критического восприятия информации и эмоциональную вовлеченность молодежи. Эффективность данных механизмов зависит от их соответствия запросам молодой аудитории, вследствие чего политическая идентичность молодого человека оказывается производной от алгоритмов цифровых платформ и медийных стратегий, что ставит под вопрос ее глубину и устойчивость. Поскольку молодежь определяет будущее страны, понимание данных механизмов приобретает стратегическое значение для выстраивания долгосрочной государственной молодежной политики, разработки эффективных коммуникационных стратегий и защиты национальных интересов государства в цифровой среде.

Источники и литература

- 1) Буданцев Ю.П. Средства массовой коммуникации // Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред. М.И. Панов. М.: ООО «Агентство «КПРА Олимп», 2005. С. 959.
- 2) Елишев С.О. Средства, методы и технологии манипулятивного воздействия на современную молодежь // Представительная власть – XXI век. 2019. No. 7-8. С. 31-43.
- 3) Осипова Н.Г. Социология массовой коммуникации. М.: Издательство ФИБ, 2025. 328 с.
- 4) Осипова Н.Г. Цифровые манипуляции психическим здоровьем современной молодежи // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2023. No. 3. С. 7-27.
- 5) Осипова Н.Г., Елишев С.О. Молодёжь в системе социально-гуманитарных наук. М.: Перспектива, 2022. 246 с.
- 6) Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи // ВЦИОМ. 2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 28.02.2026).