

Социальные сети как агент политической социализации современных подростков

Научный руководитель – Пачина Наталия Николаевна

Конева Екатерина Вадимовна

Студент (бакалавр)

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

E-mail: katyakoneva1709@icloud.com

Для современных подростков цифровая среда - ключевая часть жизни, где формируется их личность и взгляды. Этот феномен слияния онлайн и офлайн называют «смешанной реальностью» [2]. Если опираться на трактовку Г. Хаймана, политическое взросление представляет собой «усвоение человеком социальных норм, отвечающих связанным со структурой общества его социальным статусам» [5]. Постоянная жизнь онлайн неизбежно сталкивает подростков с дезинформацией. Опросы фиксируют 73% россиян, заявляющих о привычке проверять сомнительные факты. Чтение непроверенного контента остается массовой нормой [4]. Подобный разрыв требует точных социологических замеров. Важно понять степень влияния соцсетей на политическую информированность детей, уровень их доверия к медиа и готовность открыто высказывать личное мнение.

Цель исследования - эмпирически оценить связь между использованием цифровых платформ, политическим кругозором и коммуникативными практиками молодежи. Для достижения цели решались задачи, включающие описание медиапотребления и контакта с политическим контентом, выявление связи подписки на политические источники.

Основная гипотеза базируется на допущении о прямом программирующем воздействии рутинного виртуального общения на базовые политические установки школьников.

Базой для работы послужили результаты онлайн-опроса 130 школьников Липецкой области. Исследование прошло с 12 по 20 февраля 2026 года и охватило аудиторию от 10 до 18 лет. В структуре выборки преобладают девушки - 58% против 42% юношей. Самую крупную долю составили подростки 14–16 лет 45%. На категорию 10–13 лет пришлось 30% ответов, оставшиеся 25% принадлежат респондентам 17–18 лет. Собранный статистика позволяет предметно оценить плотность информационных контактов молодежи.

Повседневное использование соцсетей отличается высокой интенсивностью. Ежедневно от 1 до 3 часов там проводят 62% опрошенных. Еще 26% тратят на просмотр лент от 3 до 5 часов. Доля тех, кто находится онлайн свыше пяти часов в сутки, достигает 8%. Меньше часа уделяют платформам всего 4% участников. При ответе на вопрос об используемых площадках допускался выбор нескольких вариантов. Чаще всего дети называли «ВКонтакте» 78%, Telegram 71% и YouTube 54%. Полученные цифры хорошо согласуются с общероссийскими оценками. Опросы фиксируют устойчивое доминирование именно социальных платформ в медийных привычках молодых людей [3].

Контакты с политическим контентом происходят достаточно часто. С тематическими новостями и обсуждениями постоянно сталкиваются 41% подростков. Периодически такие публикации попадают на глаза 39% респондентов. О полном отсутствии подобных новостей в своей ленте заявили 20% опрошенных.

Наличие осознанных подписок на тематические сообщества подтвердили 36% участников исследования. Если среди десяти- и тринадцатилетних за политикой следят лишь 18%, то к 14-16 годам данный показатель совершает рывок до 46%, незначительно корректируясь до 41% в старшей возрастной группе. Коммуникативные практики в сети опираются преимущественно на мягкие формы участия. Политику с друзьями часто обсуждают 18%

участников опроса, иногда к таким разговорам возвращаются 44%. Вовлекаться в публичные споры в комментариях подростки избегают: часто дискутируют с незнакомцами 8%, изредка - 25%. Делятся новостями регулярно 20% опрошенных, периодически это делают 52%. Доминирует умеренный стиль общения, при котором молодежь предпочитает беседовать в закрытых чатах. Сам уровень интереса к политике распределен в выборке достаточно ровно. Заинтересованность выразили 32% респондентов, нейтральную позицию заняли 44%, абсолютное равнодушие продемонстрировали 24%.

Субъективная оценка собственной медиаграмотности остается высокой. Отличными свои навыки считают 27% подростков, средними - 56%, низкими - 17%. Реальное поведение сильно контрастирует с этими заявлениями, поскольку привычка регулярно проверять источники есть лишь у 38% детей. Одновременно 17% респондентов верят прочитанному без каких-либо сомнений. Заявленная грамотность выступает в данном случае скорее защитной установкой и показателем уверенности в личной компетентности [4].

Влияние интернета на собственные политические убеждения признается школьниками крайне неохотно. О сильном воздействии контента сказали 9%, умеренным его назвали 52%, отсутствие влияния отметили 35%, затруднились с ответом 4%. Однако среди подписчиков профильных сообществ это воздействие осознается гораздо острее: о сильном давлении повестки заявили 16% против 5% в группе неподписанных сверстников. Подобная разница объясняется механизмом самоселекции, когда изначально заинтересованные дети целенаправленно ищут информацию, усиливающую значимость политической картины мира. Как показывают исследования видеоплатформ, переход от развлекательного контента к серьезным темам часто происходит через «тактики доверия», при которых зритель привыкает к автору и ощущает иллюзию приятельских отношений [1].

В целом результаты подтверждают роль социальных сетей как главного источника политических знаний и площадки для освоения норм коммуникации. Подростки предпочитают читать и делиться публикациями, уклоняясь от жестких дискуссий, что укладывается в концепцию фрагментарного персонализированного потребления информации. Рекомендательные алгоритмы в сочетании с безоговорочной верой в избранных авторов снижают порог критичности аудитории. Угроза дезинформации остается высокой, создавая острую практическую необходимость целенаправленно обучать школьников базовым правилам верификации данных [4].

Источники и литература

- 1) Касамара В. А., Сорокина А. А., Шилина А. Н. YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2021. № 3. С. 7–21.
- 2) Солдатова Г. У., Рассказова Е. И. Цифровая социализация российских подростков: сквозь призму сравнения с подростками 18 европейских стран // Социальная психология и общество. 2023. Т. 14, № 3. С. 11–30. DOI: 10.17759/sps.2023140302.
- 3) ВЦИОМ. Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи [Электронный ресурс]. 24.06.2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 27.02.2026).
- 4) ВЦИОМ. Школьное образование в эпоху фейков (о медиаграмотности россиян) [Электронный ресурс]. 27.11.2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/shkolnoe-obrazovanie-v-ehpokhu-feikov> (дата обращения: 27.02.2026).
- 5) Hyman H. Political Socialization. A Study in the Psychology of Political Behavior. Glencoe: The Free Press, 1959.