

УДК 32.019.5

<https://doi.org/10.21869/2223-1501-2026-16-2-184-194>

## Цифровые медиа как агент политической социализации молодежи: механизмы влияния и вызовы

А.А. Свистунов<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup> Российский новый университет  
ул. Радио, д. 22, г. Москва 105005, Российская Федерация

✉ e-mail: svistunov.aa.1@yandex.ru

### Резюме

**Актуальность.** В условиях цифровизации публичного пространства цифровые медиа становятся ключевым агентом политической социализации молодежи, трансформируя традиционную систему социализирующих институтов. Алгоритмические механизмы социальных платформ формируют новые модели информационного потребления и политического участия, провоцируя когнитивные и социально-политические риски, требующие научного осмысления.

**Цель исследования** – выявить механизмы влияния цифровых медиа на политическую социализацию молодежи и обосновать необходимость перехода к комплексной модели государственного управления цифровой социализацией в контексте реализации молодежной, информационной и образовательной политики.

**Задачи** исследования включают анализ трансформации агентов политической социализации в цифровой медиасреде, выявление механизмов воздействия цифровых медиа на политическое сознание молодежи, а также типологизацию рисков цифровой социализации и их управленческих последствий.

**Методология.** В основу исследования положены системный и институциональный подходы, теория политической социализации и концепция сетевого общества, методы сравнительного анализа, обобщение статистических данных (Mediascore, ФОМ), структурно-функциональный анализ механизмов цифрового воздействия и типологизация рисков.

**Результаты.** Установлено, что цифровые медиа трансформируют вертикальную модель политической социализации в горизонтальную алгоритмически управляемую систему, где ключевыми агентами становятся цифровые платформы и инфлюэнсеры. Выделены три взаимосвязанных механизма воздействия: когнитивный, эмоциональный и поведенческий. Определены индивидуальные, социальные и политические риски цифровой социализации, показано их управленческое измерение. Обосновано наличие структурного противоречия между нормативно закрепленной ответственностью государства за формирование политической культуры молодежи и фактической доминантой алгоритмических систем частных платформ.

**Вывод.** Обоснована необходимость перехода от реактивного регулирования цифровой среды к проактивной платформенной модели государственного управления, предполагающей межотраслевую координацию молодежной, информационной и образовательной политики, а также институционализацию медиаграмотности как элемента стратегии формирования устойчивого политического сознания молодежи.

**Ключевые слова:** цифровизация; политическая социализация; молодежь; цифровые медиа; цифровизация образования; медиаграмотность; социальные сети.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Свистунов А.А. Цифровые медиа как агент политической социализации молодежи: механизмы влияния и вызовы // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. 2026. Т. 16, № 2. С. 184–194. <https://doi.org/10.21869/2223-1501-2026-16-2-184-194>.

Поступила в редакцию 07.03.2026

Принята к публикации 02.04.2026

Опубликована 29.04.2026

© Свистунов А.А., 2026

# Digital media as an agent of political socialization of youth: mechanisms of influence and challenges

Alexey A. Svistunov<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup> Russian New University  
22 Radio Str., Moscow 105005, Russian Federation

✉ e-mail: svistunov.aa.1@yandex.ru

## Abstract

**Relevance.** In the context of the digitalization of the public sphere, digital media are becoming a key agent of youth political socialization, transforming the traditional system of socializing institutions. Algorithmic mechanisms of social platforms shape new patterns of information consumption and political participation, generating cognitive and socio-political risks that require scholarly interpretation.

**The purpose** of the study is to identify the mechanisms through which digital media influence youth political socialization and to substantiate the need for a transition to a comprehensive model of state governance of digital socialization within the framework of youth, information, and educational policy.

**The research objectives** include analyzing the transformation of agents of political socialization in the digital media environment, identifying the mechanisms of digital media influence on youth political consciousness, and developing a typology of risks associated with digital socialization along with their governance implications.

**Methodology.** The study is based on systemic and institutional approaches, the theory of political socialization, and the concept of the network society. The methodological toolkit includes comparative analysis, generalization of statistical data (Mediascope, FOM), structural-functional analysis of digital influence mechanisms, and risk typologization.

**Results.** It is established that digital media transform the vertical model of political socialization into a horizontal, algorithmically governed system in which digital platforms and influencers act as key agents. Three interrelated mechanisms of influence: cognitive, emotional, and behavioral are identified. Individual, social, and political risks of digital socialization are determined, and their governance dimension is revealed. A structural contradiction is substantiated between the formally established responsibility of the state for shaping youth political culture and the de facto dominance of algorithmic systems of private platforms.

**Conclusion.** The study substantiates the need to shift from reactive regulation of the digital environment to a proactive platform-based model of public governance, which implies cross-sectoral coordination of youth, information, and educational policies, as well as the institutionalization of media literacy as a strategic element in fostering a stable political consciousness among youth.

**Keywords:** digitalization; political socialization; youth; digital media; digitalization of education; media literacy; social media.

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Svistunov A.A. Digital media as an agent of political socialization of youth: mechanisms of influence and challenges. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya i pravo* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: History and Law*. 2026;16(2):184–194. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1501-2026-16-2-184-194>.

Received 07.03.2026

Accepted 02.04.2026

Published 29.04.2026

\*\*\*

## Введение

В современных условиях цифровые медиа радикально трансформируют политическую социализацию молодежи, замещая традиционные институты, такие как семья, институт образования и СМИ,

алгоритмически управляемой средой. При этом данный процесс сопровождается рядом противоречий. Так, алгоритмы соцсетей формируют «эхо-камеры», ограничивающие кругозор молодежи и способствующие поляризации ее взгля-

дов. Огромный информационный поток, мультимедийность и интерактивность цифровых медиа формируют клиповое мышление, снижающее способность к критическому анализу политического контента. Кроме того, образовательные цифровые платформы зачастую воспроизводят те же манипулятивные паттерны, что и социальные сети.

Как отмечают исследователи, цифровые медиа – это не просто каналы передачи информации, а сложные системы, вовлекающие пользователей в создание и распространение контента. По мнению Генри Дженкинса, «цифровым масс-медиа присуща конвергенция различных медиаформатов и активное вовлечение аудитории в процесс создания и распространения контента»<sup>1</sup>. Мануэль Кастельс считает, что цифровые масс-медиа – это системы коммуникации, основанные на цифровых технологиях, которые обеспечивают создание, распространение и потребление информации в глобальном масштабе<sup>2</sup>.

В данной статье цифровые масс-медиа интерпретируются как современные инструменты для передачи информации и коммуникаций, использующие новейшие технологии и принципы работы, объединяющие и вовлекающие в процесс распространения информации большое количество людей. Цифровые массмедиа являются мощным инструментом формирования политических установок молодежи, чье восприятие особенно уязвимо к алгоритмическому воздействию.

Вместе с тем в условиях цифровизации политическая социализация молодежи перестает быть исключительно социокультурным процессом и приобретает

характер управленческой проблемы. В соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2020 г. «О молодежной политике в Российской Федерации»<sup>3</sup>, молодежь рассматривается как социально-демографическая группа, в отношении которой государство формирует систему мер по развитию гражданской активности, патриотического сознания и правовой культуры. Одновременно Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы<sup>4</sup> и Доктрина информационной безопасности Российской Федерации<sup>5</sup> фиксируют необходимость обеспечения информационной безопасности личности и защиты от деструктивного информационного воздействия.

Таким образом, формируется противоречие между нормативно закрепленной ответственностью государства за формирование гражданской идентичности молодежи и фактической алгоритмической средой социализации, значительная часть которой определяется логикой частных цифровых платформ. В результате государственная молодежная, информационная и образовательная политика сталкиваются с необходимостью адаптации к новой медиасреде, где традиционные механизмы вертикального воздействия

---

<sup>3</sup> О молодежной политике в Российской Федерации: Федер. закон от 30 дек. 2020 г. № 489-ФЗ // Гарант: сайт. URL: <https://base.garant.ru/400156192/> (дата обращения: 12.01.2026).

<sup>4</sup> О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 // Президент Рос. Федерации: сайт. URL: <https://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 20.12.2025).

<sup>5</sup> Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации: Указ Президента от 5 дек. 2016 г. № 646 // Президент Рос. Федерации: сайт. URL: <https://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения: 20.12.2025).

---

<sup>1</sup> Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М.: Группа компаний «РИПОЛ классик», 2019. С. 231.

<sup>2</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 563 с.

уступают место горизонтальным сетевым структурам.

Особую роль играет цифровизация образования. С одной стороны, она усиливает зависимость учащихся от цифровых платформ, с другой – открывает возможности для развития медиаграмотности, которая может служить «иммунитетом» к дезинформации и манипулятивному воздействию. Однако без системного управленческого подхода и интеграции цифровых образовательных решений в стратегию формирования гражданской идентичности образовательная среда рискует усугубить проблемы, связанные с фрагментацией знаний и снижением критического мышления.

*Цель статьи* – выявить механизмы влияния цифровых медиа на политическую социализацию молодежи (алгоритмические, когнитивные, поведенческие) и предложить стратегии адаптации образования к цифровой среде, направленные на формирование осознанного политического участия, а также обосновать необходимость перехода к комплексной модели государственного управления цифровой социализацией, интегрирующей инструменты молодежной, информационной и образовательной политики.

## Методология

Методологическую основу исследования составляет междисциплинарный подход, объединяющий теорию политической социализации и концепцию сетевого общества. Институциональный анализ применен для выявления изменений в структуре агентов социализации и трансформации роли государства в цифровой медиасреде.

В эмпирической части использованы данные социологических исследований (Фонд общественного мнения), статистические материалы Mediascope. Для выявления механизмов влияния цифровых медиа применен структурно-функциональный анализ, позволивший

выделить когнитивные, эмоциональные и поведенческие механизмы воздействия. Оценка рисков цифровой социализации осуществлялась с использованием типологического метода, что позволило классифицировать индивидуальные, социальные и политические угрозы, а также определить их управленческие последствия.

Комплекс используемых методов обеспечил возможность рассмотреть цифровые медиа не только как коммуникационную среду, но и как объект государственного регулирования и стратегического управления в сфере молодежной, информационной и образовательной политики.

## Результаты и их обсуждение

В соответствии с российским законодательством, молодёжь – люди в возрасте от 14 до 35 лет<sup>1</sup>, что соответствует поколению Z (зумеры) и поколению Y (миллениалы). В этой связи необходим анализ характеристик поколения Z (зумеры), родившихся в период с 1995 по 2010 г. (по другим данным, с 1997 по 2012 г.)<sup>2</sup>. Одним из признаков зумеров является цифровая социализация, поскольку это первое поколение, не знавшее доцифровой эпохи (средний возраст первого знакомства с гаджетами 3–5 лет), соответственно, и формирование когнитивных структур осуществляется посредством социальных сетей и мобильных приложений [1]. Другим существенным признаком поколения

---

<sup>1</sup> О молодежной политике в Российской Федерации: Федер. закон от 30 дек. 2020 г. № 489-ФЗ // Гарант: сайт. URL: <https://base.garant.ru/400156192/> (дата обращения: 15.01.2026).

<sup>2</sup> Рыжова М. Поколение зумеров: особенности, которые определяют будущее // Московский институт психологии: сайт. URL: <https://mip.institute/journal/pokolenie-zumerov-osobennosti-kotorye-opredelyayut-budushchee> (дата обращения: 15.01.2026).

Z является скептицизм к традиционным СМИ.

Клиповость мышления, присущая молодёжи, а также невозможность длительное время удерживать внимание на каком-либо контенте<sup>1</sup> объясняет низкую популярность телевидения у молодёжи и, соответственно, высокую значимость цифровых ресурсов информации [2]. По данным Mediascop, в январе-марте 2025 г. среднесуточная аудитория телевидения в России составила 65% населения, а охват за месяц – 99% россиян старше 4 лет<sup>2</sup>. Категория «молодежь» в исследованиях представлена 2 возрастными группами – от 18 до 24 лет и от 25 до 34 лет. Средний показатель просмотра по данным группам составил, соответственно, 1 час 10 минут и 1 час 50 минут. Судя по исследованиям, это уже устойчивый тренд (аналогичные показатели за 2024 г. составили 1 час 9 минут и 1 час 46 минут). Аудитория прессы за сентябрь 2024 – февраль 2025 г. составила 56% населения старше 16 лет, при этом в возрасте 16–34 лет – 28%. При этом среднесуточный охват интернета в первом квартале 2025 г. у аудитории 18–24 лет составляет 94%, для 25–34 лет – 96%. Среднесуточное время, проведенное в интернете, составляет 6 часов 25 минут и 5 часов 42 минуты соответственно<sup>3</sup>. Эти данные показывают, что цифровые массмедиа доминируют в молодежной среде и стали центром медиасистемы России [3].

<sup>1</sup> The first 8 seconds – capturing the attention of Gen Z students // Keystone education group: site. URL: <https://www.keg.com/news/the-first-8-seconds-capturing-the-attention-of-gen-z-students> (дата обращения: 14.01.2026).

<sup>2</sup> Актуальные цифры медиапотребления россиян // Mediascope. 2024. URL: <https://mediascope.net/news/2928545/> (дата обращения: 04.01.2026).

<sup>3</sup> Медиапотребление 2024 // Mediascope. URL: [https://drive.google.com/file/d/1sHFI9c4\\_0F4xg0sjj4kh1rGTEF7bn9b/view](https://drive.google.com/file/d/1sHFI9c4_0F4xg0sjj4kh1rGTEF7bn9b/view) (дата обращения: 30.01.2026).

Критический парадокс заключается в том, что, несмотря на высокую цифровую активность, 57% молодежи в России «скорее не интересуются политикой», согласно данным Фонда общественного мнения в феврале 2023 г.<sup>4</sup> Это объясняется двумя факторами: клиповым мышлением, препятствующим удержанию внимания на длинных форматах и подменой политического участия лайками (репостами), создающими иллюзию вовлеченности. При этом нельзя не согласиться с мнением исследователей о том, что «находясь в сетевом пространстве, сознание человека проходит стадию политической идентификации, неизбежно связанной с наполнением его когнитивных и аксиологических структур идеологическим смыслом» [4, с.106].

Таким образом, цифровые медиа не просто дополняют, а вытесняют традиционные институты социализации, требуя пересмотра роли образования в формировании политического сознания.

Необходимо рассмотреть механизмы влияния цифровых медиа на политическое сознание молодежи. Например, возрастающую роль инфлюенсеров, в отличие от официальных СМИ [5], а также в набирающем влияние феномене «мягкой власти 2.0» [6], суть которого в маскировке политических нарративов, транслируемых цифровыми массмедиа, под развлекательный контент [7]. Поскольку молодёжь предпочитает потреблять информацию, в том числе политическую, посредством визуального контента, происходит визуализация политических технологий [8]. Критерием достоверности информации становятся не логические аргументы, а «эффект присутствия» (live-стримы, общение в комментариях) [9]. Несмотря на высокую онлайн-активность при низкой институ-

<sup>4</sup> Участие молодежи в политической жизни страны // ФОМ. 2023. URL: <https://fom.ru/Politika/14842> (дата обращения: 09.01.2026).

ционализации политических взглядов, цифровизация создает платформу для новых форм политического участия, а цифровые медиа создают информационное поле, направленное на политическую агитацию и пропаганду.

Современные цифровые платформы активно используют психологические и поведенческие техники для манипуляции политическим сознанием молодежи, что вызывает серьезные этические вопросы. Как отмечает Тристан Харрис, дизайн социальных сетей сознательно эксплуатирует когнитивные слабости пользователей через геймификацию для поощрения политической активности<sup>1</sup>. Например, системы лояльности в Telegram-каналах, позволяющие активным комментаторам получать доступ к «эксклюзивному» контенту. Сюда же можно отнести и так называемые «темные паттерны» (термин был введен лондонским дизайнером Гарри Бриньюллом в 2010 г.)<sup>2</sup> – техники навязчивого цифрового дизайна: бесконечной ленты новостей, автопроизведения политических роликов, навязчивых уведомлений. Последствием становится формирование рефлексивно-го, а не осознанного политического поведения молодежи, рост тревожности и эмоционального выгорания. Идет также подмена гражданской позиции, ведь поддержка тех или иных взглядов становится способом повысить социальный статус в онлайн-сообществах.

Современное информационное пространство представляет собой сложную систему, в которой политическое сознание молодежи формируется под влияни-

ем четырех ключевых типов акторов, конкурирующих за внимание аудитории:

1. Официальные институты. Государственные медиа выступают в роли традиционных агентов политической социализации, используя административный ресурс для продвижения. Их отличительными чертами является централизованное производство контента и четкая идеологическая направленность.

2. Альтернативные медиа, представленные независимыми и нишевыми СМИ. Они позиционируют себя как оппозиция официальным медиа, предпочитают использовать более эмоциональные форматы подачи, ориентируясь на конкретные целевые аудитории.

3. Социальные платформы – соцсети и видеохолдинги представляют особый тип воздействия, где политизация происходит стихийно через пользовательский контент, а алгоритмы ранжирования усиливают поляризацию. В результате создаются новые форматы политической коммуникации (мемы, сторис, тиктоклики).

4. Инфлюэнсеры и комьюнити. Блогеры и онлайн-сообщества играют ключевую роль в формировании повестки, поскольку у них персонализированный подход к аудитории и высокий уровень доверия со стороны подписчиков. При этом в подаче информации происходит смешение развлекательного и политического контента.

Перечисленные акторы находятся в постоянной конкуренции, создавая сложное медиaprостранство, где, по сути, государство теряет монополию на информационный поток, а альтернативные источники набирают влияние через неформальные каналы. При этом постепенно размываются границы между типами медиа (например, государственные СМИ осваивают форматы инфлюэнсеров). Такая система источников воздействия приводит к фрагментации политического сознания молодежи, когда разные группы формируют свои картины мира на основе

<sup>1</sup> Cybertech vs. humanity? URL: <https://www.audi.co.za/en/stories/future/cybertech-vs-humanity/> (дата обращения: 19.01.2026).

<sup>2</sup> Рецензия на «Обманчивые шаблоны» Гарри Бриньюлла // The Hindu. URL: <https://www.thehindu.com/sci-tech/technology/review-deceptive-patterns-harry-brignull-friendly-albeit-unevenly-paced-guide-age-digital-trickery/article68254759.ece> (дата обращения: 10.01.2026).

принципиально разного информационного рациона.

Современные исследования отмечают особенности механизмов политической социализации в цифровую эпоху [10]. Традиционная вертикальная модель, где политические взгляды формировались под непосредственным и последовательным влиянием семьи, школы и государственных СМИ, уступает место горизонтальной, где цифровые массмедиа становятся ключевым агентом социализации: алгоритмы социальных платформ и мнения блогеров зачастую оказывают большее влияние на политические представления молодежи, чем позиция родителей или учителей. Современные подростки впервые знакомятся с политическими концепциями не через учебники или семейные обсуждения, а через контент в социальных медиа [11]. Этот сдвиг приводит к принципиально новому характеру политической социализации – более фрагментированной, эмоциональной и зависимой от алгоритмически отбираемого контента. Особенностью цифровой социализации становится ее спонтанность и ситуативность: политические предпочтения могут формироваться под влиянием единичного вирального поста или мема, а не в результате систематического идеологического воспитания. При этом цифровые медиа не просто дополняют традиционные институты социализации, а во многих случаях полностью замещают их, создавая параллельную систему формирования политической идентичности молодежи.

Каждый тип актора, приведенный выше, использует специфические каналы передачи контента, которые оказывают комплексное воздействие на политическое сознание молодежи через три взаимосвязанных механизма: когнитивный, эмоциональный и поведенческий.

Когнитивные механизмы проявляются в отборе информации с помощью алгоритмов, которые анализируют поведение пользователей и показывают кон-

тент, соответствующий их предпочтениям, что создает «эхо-камеры» – информационные пузыри, где пользователь видит только подтверждение своих взглядов. Впервые данное понятие ввёл американский исследователь Касс Санстейн в начале 2000-х г., описывая обмен контентом, состоящим из однородной информации и исключающим альтернативные мнения<sup>1</sup>. Анализируя влияние эхо-камер на восприятие молодёжью политического контента, можно сделать вывод о снижении уровня критического мышления, вследствие отсутствия стимула к анализу, сравнению разных точек зрения, а соответственно, и повышению уязвимости к манипуляциям, т. к. алгоритмы часто отдают приоритет сенсационному, популистскому и упрощённому контенту, что формирует искажённое восприятие политической реальности.

Эмоциональные механизмы основаны на виральном распространении контента, целенаправленно вызывающего сильные эмоции (гнев, возмущение, восторг), т. к. они увеличивают вовлечённость по сравнению с аналитическими материалами [12]. Поведенческие механизмы превращают политическое участие в серию простых действий через интерактивное вовлечение, из-за чего политическое участие становится «низкопороговым», не требующим глубокого понимания и знаний. Молодежь активно выражает свою позицию через лайки, комментарии, репосты, участие в челленджах и флешмобах, создавая иллюзию гражданской активности, подменяя реальное участие в политических процессах [13] (например, в выборах или социально значимых инициативах).

Эти механизмы ведут к системным рискам, среди которых можно выделить три уровня:

1. Индивидуальные риски, выражающиеся в снижении критического мыш-

---

<sup>1</sup> Талер Р., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 240 с.

ления. Замкнутость в эхо-камерах лишает молодежь возможности анализировать альтернативные точки зрения, формируя упрощенное восприятие политики. Реальное участие подменяется символическим, выражаясь терминами Ж. Бодрийяра, становится «симулякром»<sup>1</sup>, в процессе которого лайки и репосты создают иллюзию гражданской активности, снижая мотивацию к реальным действиям. Эмоциональная зависимость от контента провоцирует тревожность и выгорание [14].

2. Социальные риски отражаются в поляризации и радикализации между разными сегментами молодежи [15]. Давление внутри онлайн-сообществ подавляет инакомыслие, формируется групповой конформизм.

3. Политические риски заключаются в росте популизма и экстремизма. Упрощенные лозунги и мемы вытесняют сложные дискуссии, упрощая политическую повестку [16]. Алгоритмы позволяют точно воздействовать на уязвимые группы. Альтернативные медиа и инфлюэнсеры подрывают авторитет традиционных СМИ.

Приведенные угрозы требуют от государства, институтов гражданского общества и системы образования поиска решений для развития медиаграмотности и критического мышления у молодых граждан. При этом необходимо учитывать, что в системе образования внедрение цифровых платформ создает парадокс: с одной стороны, они формально повышают доступность знаний, с другой – воспроизводят те же алгоритмические ловушки, что и соцсети (фрагментация, клиповость). Это требует переосмысления педагогических стратегий; например, обучения алгоритмической грамотности как части учебных программ. Кроме того, необходимо проводить обучение студентов методикам критического анализа

собственного взаимодействия с цифровыми платформами, учить созданию контента, который нейтрализует дезинформацию и манипуляции. Для обучения критическому мышлению и гражданской ответственности можно использовать игровые механики. Эти инновации требуют междисциплинарного подхода, объединяющего педагогов, обществоведов и IT-специалистов.

В условиях цифровизации политическая социализация молодежи перестает быть исключительно социокультурным процессом и приобретает характер управленческой проблемы. Государство утрачивает монополию на формирование повестки, сталкиваясь с конкуренцией алгоритмических систем транснациональных платформ. Это требует перехода от реактивной модели регулирования к проактивной платформенной модели управления цифровой социализацией, включающей нормативное регулирование алгоритмов, развитие медиаграмотности, институциональную координацию акторов и формирование цифрового гражданства как элемента государственной молодежной политики.

## Выводы

Исследование выявило кардинальные изменения в процессе политической социализации молодежи под воздействием цифровых медиа. Традиционная вертикальная модель – от семьи к школе и СМИ – уступила место горизонтальной системе, управляемой алгоритмами. Это привело к значительным изменениям в источниках влияния, механизмах воздействия и образовательном контексте.

Во-первых, кардинально изменились источники влияния. Инфлюэнсеры и социальные платформы вытеснили традиционные государственные СМИ. Утратили свою центральную роль и образовательные институты.

Во-вторых, механизмы воздействия создают новые системные риски. Когнитивные ловушки, такие как эхо-камеры,

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / пер. с фр. А. Качалова. М.: Постум, 2015. 238 с.

снижают критическое мышление, заменяя анализ эмоциями, что отвлекает от глубокого осмысления информации. Поведенческие паттерны, включая "темные паттерны" в дизайне социальных платформ, поощряют интерактивные действия вместо реальных.

В-третьих, цифровизация образования воспроизводит те же алгоритмические проблемы, с которыми сталкиваются обучающиеся. Образовательные институты не успевают адаптироваться к новым условиям, что приводит к недостатку медиаграмотности и критического цифрового мышления.

Для преодоления этих вызовов необходимо разработать комплексный подход, включающий институциональные изменения, технологическое регулирование и педагогические инновации. Во-первых, следует пересмотреть образовательные стандарты, добавив в них курсы по алгоритмической грамотности, критическому цифровому чтению и практикам цифрового гражданства. Во-вторых, необходимо разработать этические стандарты для рекомендательных алгоритмов, политического таргетинга и дизайна социальных платформ. В-третьих, важно внедрять в учебный процесс анализ цифровых следов, создание «антиманипулятивного» контента и геймификацию политического образования.

Вместе с тем выявленные трансформации свидетельствуют о том, что политическая социализация молодежи в цифровую эпоху выходит за рамки исключительно культурного или образова-

тельного процесса и становится предметом государственного стратегического управления. В условиях, когда значительная часть социализирующих воздействий осуществляется через алгоритмически управляемые платформы, государство сталкивается с необходимостью переосмысления инструментов молодежной и информационной политики. При этом речь идет не о восстановлении утраченной монополии на информационный поток, а о формировании проактивной платформенной модели управления цифровой социализацией, предполагающей межотраслевую координацию образовательной, молодежной и информационной политики, развитие нормативных механизмов регулирования алгоритмических систем и медиаграмотности.

В таком контексте цифровые медиа следует рассматривать как объект и инструмент государственного управления, от эффективности которого зависит устойчивость политической системы, уровень гражданской вовлеченности молодежи и качество формирования ее политической культуры.

Перспективы дальнейших исследований включают разработку метрик цифровой социализации, сравнительные исследования поколений молодежи, а также анализ эффективности цифровых образовательных инструментов. Такой комплексный подход, сочетающий технологические, образовательные и регуляторные меры, сможет обеспечить формирование устойчивого политического сознания в условиях цифровой эпохи.

## Список литературы

1. Колчин Д.Ю. Жизненная философия поколения Z // Манускрипт. 2025. Т. 18, № 1. С. 130–135. <https://doi.org/10.30853/mns20250020>.
2. Володенков С.В. Политика в цифровом формате в исследованиях российских и зарубежных ученых: представляю номер // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24, № 3. С. 339–350. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-339-350>.
3. Никитина Т.И., Никитина А.А. Основные аспекты влияния трансформации медиасреды на медиапотребление российской молодежи // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2023. № 3 (60). С. 38–43. <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.3.38-43>.

4. Мартынов М.Ю., Габеркорн А.И. Патриотический дискурс в идеологических трендах «новых медиа» в современной России // Вестник Московского государственного областного университета. 2021. № 4. С. 104–120. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2021-4-1097>.
5. Юрина А.А. Влияние блогосферы на современную молодежь // Гуманитарное знание и искусственный интеллект: стратегии и инновации: материалы IV молодежного конвента УрФУ. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. С. 53–56.
6. Гигаури Д.И., Тузова П.Р. Виртуальная идентичность в социальных сетях и видеоблогах: обзор политического контента в TikTok // Вестник Московского университета. 2021. № 6. С. 47–69.
7. Колесник Н.В., Хосуева С.Д. Политические коммуникации и игровые механики // Семиотические исследования. 2022. Т. 2, № 3. С. 119–127. <https://doi.org/10.18287/2782-2966-2022-2-3-119-127>.
8. Скорик А.В. Визуализация как политическая технология // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2018. Т. 20, № 4. С. 609–615. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-4-609-615>.
9. Митина А.А. Возрастание значимости аудиовизуального контента в условиях цифровой реальности // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2024. Т. 14, № 3. С. 37–43. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2024-14-3-37-43>.
10. Самсонова Т.Н., Леонов Е.К. Роль интернета в политической социализации современной российской молодежи // Вестник Московского университета. 2022. № 2. С. 93–118. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2022-28-2-93-118>.
11. К вопросу об общественно-политических ценностях российской молодежи: медиационный подход / А.Н. Гуреева, М.Е. Аникина, О.В. Муронец, Э.В. Самородова // Вестник Московского университета. 2021. № 5. С. 51–73. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2021.5173>.
12. Кудряшов А.А., Симонян Л.Г. Феномен эмоционального заражения в психологии и психофизиологии // Психология. Психофизиология. 2019. Т. 12, № 4. С. 12–23.
13. Абрамова С.Б., Путимцева К.Р., Кондрашов А.О. Социальные сети органов власти: вовлеченность молодежи и оценка эффективности // Ars Administrandi (Искусство управления). 2024. Т. 16, № 1. С. 54–78. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2024-1-54-78>.
14. Белинская Е.П., Шаехов З.Д. Взаимосвязь психологического благополучия и адаптации к рискам цифрового мира в молодежном возрасте // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2023. Т. 46, № 3. С. 239–260. <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-35>.
15. Неволлина Л.А., Крутько И.С. Молодежь эпохи цифровизации: риски и возможности // Инновационный потенциал молодежи: патриотизм, традиции, инновации: сборник научных трудов международной молодежной научно-исследовательской конференции. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2023. С. 133–138.
16. Черных С.С., Борисов А.Г. Экстремизм в условиях трансформации ценностного мира человека и рисков цифровизации // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2025. Т. 18, № 4. С. 229–236. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2025-4-229-236>.

## Reference

1. Kolchin D.Yu. Life philosophy of generation Z. *Manuskript = Manuscript*. 2025;18(1):130-135. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/mns20250020>.
2. Volodenkov S.V. Politics in digital format in the studies of Russian and foreign scholars: presenting the issue. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya = RUDN Journal. Political Science*. 2022;24(3):339-350. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-339-350>.
3. Nikitina T.I., Nikitina A.A. Main aspects of the influence of media environment transformation on media consumption of Russian youth. *Kazanskiy sotsialno-gumanitarnyy vestnik = Kazan Social and Humanitarian Bulletin*. 2023;(3):38-43. (In Russ.) <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.3.38-43>.
4. Martynov M.Yu., Gaberkorn A.I. Patriotic discourse in ideological trends of “new media” in modern Russia. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta = Bulletin of Moscow Region State University*. 2021;(4):104-120. (In Russ.) <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2021-4-1097>.

5. Yurina A.A. Influence of the blogosphere on modern youth. In: *Gumanitarnoe znanie i iskusstvennyy intellekt: strategii i innovatsii: materialy IV molodezhnogo konventa UrFU = Humanitarian knowledge and artificial intelligence: strategies and innovations: proceedings of the IV youth convention of Ural federal university*. Ekaterinburg: Izd-vo Ural Un-ta; 2020. P. 53-56. (In Russ.)
6. Gigauri D.I., Tuzova P.R. Virtual identity in social networks and video blogs: review of political content in TikTok. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Moscow University Bulletin*. 2021;(6):47-69. (In Russ.)
7. Kolesnik N.V., Khosueva S.D. Political communications and game mechanics. *Semioticheskie issledovaniya = Semiotic Studies*. 2022;2(3):119-127. (In Russ.) <https://doi.org/10.18287/2782-2966-2022-2-3-119-127>.
8. Skorik A.V. Visualization as a political technology. *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Politologiya = RUDN Journal. Political Science*. 2018;20(4):609-615. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2018-20-4-609-615>.
9. Mitina A.A. Increasing importance of audiovisual content in digital reality. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(3):37-43. (In Russ.) <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2024-14-3-37-43>.
10. Samsonova T.N., Leonov E.K. The role of the Internet in political socialization of modern Russian youth. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Moscow University Bulletin*. 2022;(2):93-118. (In Russ.) <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2022-28-2-93-118>.
11. Gureeva A.N., Anikina M.E., Muronets O.V., Samorodova E.V. On socio-political values of Russian youth: a media-centric approach. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Moscow University Bulletin*. 2021;(5):51-73. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2021.5173>.
12. Kudryashov A.A., Simonyan L.G. The phenomenon of emotional contagion in psychology and psychophysiology. *Psikhologiya. Psikhofiziologiya = Psychology. Psychophysiology*. 2019;12(4):12-23. (In Russ.)
13. Abramova S.B., Putimtseva K.R., Kondrashov A.O. Social networks of public authorities: youth engagement and efficiency evaluation. *Ars Administrandi = The Art of Governance*. 2024;16(1):54-78. (In Russ.) <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2024-1-54-78>.
14. Belinskaya E.P., Shaekhov Z.D. Relationship between psychological well-being and adaptation to risks of the digital world in youth. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya = Moscow University Psychology Bulletin*. 2023;46(3):239-260. (In Russ.) <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-35>.
15. Nevolina L.A., Krutko I.S. Youth of the digitalization era: risks and opportunities. In: *Innovatsionnyi potentsial molodezhi: patriotizm, traditsii, innovatsii: sbornik nauchnykh trudov mezhdunarodnoi molodezhnoi nauchno-issledovatel'skoi konferentsii = Innovative. Potential of youth: patriotism, traditions, and innovations: collection of scientific papers from the international youth research conference*. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta; 2023. P. 133-138. (In Russ.)
16. Chernykh S.S., Borisov A.G. Extremism in conditions of transformation of the value world of a person and risks of digitalization. *Vestnik Yuzhno-Rossiyskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Sotsialno-ekonomicheskie nauki = Bulletin of the South Russian State Technical. Series: Socio-Economic Sciences*. 2025;18(4):229-236. (In Russ.) <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2025-4-229-236>.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Свистунов Алексей Александрович**,  
кандидат юридических наук, доцент  
кафедры частного права, Российский  
новый университет, г. Москва,  
Российская Федерация,  
e-mail: [svistunov.aa.1@yandex.ru](mailto:svistunov.aa.1@yandex.ru),  
ORCID: 0009-0009-1847-5550

**Alexey A. Svistunov**, Candidate  
of Sciences (Juridical), Associate Professor  
of the Department of Private Law, Russian  
New University, Moscow, Russian Federation,  
e-mail: [svistunov.aa.1@yandex.ru](mailto:svistunov.aa.1@yandex.ru),  
ORCID: 0009-0009-1847-5550