

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»

На правах рукописи

ДАДАЕВ ЗАУР АБДУЖАЛИЛЬЕВИЧ

**ВЛИЯНИЕ НОВЫХ МАСС-МЕДИА НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ
МОЛОДЕЖИ**

Специальность – 5.9.9

Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата политических наук

Научный руководитель:
доктор полит. наук, доцент
Сулейманова Шукран Саидовна

Москва 2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
ГЛАВА 1. ГЕНЕЗИС И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МАСС-МЕДИА	
.....	19
1.1. Эволюция медиа – особенности перехода на новый уровень	19
1.2. Методологические основы исследования формирования сознания молодежи	
.....	40
ГЛАВА 2. МАСС-МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО	
СОЗНАНИЯ МОЛОДЁЖИ	56
2.1. Система факторов влияния на массовое сознание	56
2.2. Воздействие на сознание молодёжи посредством формирования социально-	
политических ценностей	72
ГЛАВА 3. ДИАЛОГОВАЯ ПРИРОДА НОВЫХ МАСС-МЕДИА В	
ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЁЖИ (НА	
ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН).....	89
3.1. Новые вызовы в превенции негативного влияния на молодёжь Республики	
Дагестан через новые масс-медиа	89
3.2. Диалоговая основа политической дифференциации молодёжи Республики	
Дагестан посредством медийных средств	104
Заключение	129
Список использованных источников.....	142
Приложения.....	159

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях информационной перенасыщенности, стремительного развития технологий молодые пользователи вынуждены не только воспринимать большие объёмы информации, но и осваивать навыки её анализа и критической оценки. Таким образом, современная медиасреда стала важным фактором социализации, влияющим на ценностные ориентиры, общественные предпочтения и модели политического поведения. Современные масс-медиа, воздействуя активно на молодёжь, генерируют новые вызовы и усиливают риски деструктивного влияния на политическое сознание молодых людей.

Под вызовами в медиапространстве понимается совокупность трудностей и проблем, для решения которых необходимо приложить большие усилия, например разработать и реализовать механизмы регулирования и обеспечения достоверности информации и устранения угрозы массового распространения дезинформации. Под рисками в медиасфере понимается вероятность событий, представляющих угрозу, которые могут привести к негативным последствиям или событиям нарушающим медиабезопасность. Такая ситуация требует обеспечения защиты индивида от недостоверной или опасной информации.

Об усилении вызовов и рисков влияния новых масс-медиа на политическое сознание молодежи, свидетельствуют результаты многих исследований. Согласно результатам опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 2024 года, 8 из 10 россиян (81%) активно пользуются цифровыми услугами. особенно выделяются представители молодого поколения, среди которых доля пользователей достигает 92-96%¹. А. В. Анищенко, исследуя политическую активность современной российской молодежи, особое внимание уделяет влиянию социальных сетей и цифровых медиа².

¹ Всероссийский центр изучения общественного мнения // Наша цифровая повседневность. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nasha-cifrovaja-povsednevnost> (дата обращения: 24.05.2025).

² Анищенко А. В. Особенности политического участия российской молодёжи в условиях цифровизации // Наука. Культура. Общество. – 2024. – Т. 30, № 3. – С. 130-141.

В республиках Северного Кавказа эти процессы приобретают особую значимость. Политические предпочтения молодёжи формируются под влиянием цифровой среды, этнокультурных и конфессиональных факторов. Социологическое исследование в семи субъектах СКФО, проведённое А.Э. Гапичем и А.В. Шаповаловым среди 2356 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет, выявило неоднородность политических предпочтений молодых людей. Авторы отмечают: «Цифровые платформы становятся доминирующим пространством коммуникации и потребления контента, что означает смену не только каналов, но и когнитивных форматов усвоения социально-политической информации»³. М.А. Магомедова анализируя ряд информационных каналов таких сервисов как Telegram⁴ и You Tube⁵, ориентированных на Республику Дагестан, подчёркивает, что цифровая среда существенно влияет на общественно-политические процессы региона⁶.

Однако это влияние носит двойственный характер. С одной стороны, новые медиа способствуют развитию гражданской активности, формированию интереса к вопросам общественно-политического устройства. С другой стороны, активное применение элементов пропагандистского воздействия создаёт риски манипулирования общественным мнением и искажения восприятия политической реальности. Особенно актуальной данная проблема становится в условиях современной международной обстановки, характеризующейся ростом информационно-психологического давления на Россию. В таких условиях особую значимость приобретает разработка научно обоснованных подходов к нейтрализации деструктивного влияния медиасреды на молодежную аудиторию. В виду враждебных действий западных партнёров, явно недостаточно

³ Гапич А. Э., Шаповалов А. В. Классификация политических ориентиров молодежи Северного Кавказа // Теория и практика общественного развития. – 2025. – № 12. – С. 38-48.

⁴ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

⁵ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

⁶ Магомедова М. А. Влияние интернет-пространства на общественно-политическую и религиозную ситуацию в республике Дагестан // Власть. – 2025. – Т. 33, № 4. – С. 263-269.

разрабатываются как методологические основы, так и практика применения медиасредств для защиты от негативного воздействия масс-медиа на сознание молодёжи. В такой непростой для страны обстановке, активно используя новые методы и технологии противодействия, необходимо совершенствовать просветительскую, образовательную и воспитательную работу по формированию устойчивых политических и нравственных ориентиров молодёжи, что предопределяет необходимость комплексного научного анализа феномена влияния современных масс-медиа на политическое сознание молодёжи и определяют высокую степень актуальности избранной темы диссертационного исследования.

Степень научной разработанности темы. Тематика влияния средств массовой информации на формирование политического сознания молодёжи получила значительное отражение в трудах отечественных и зарубежных исследователей. В России эта тема разрабатывалась в рамках исследований молодёжной субкультуры, политической социализации и информационного воздействия. Особое внимание специфике формирования политического сознания и поведенческих паттернов молодого поколения уделено в работах Е.В. Галкиной, М.К. Горшкова, И.Н. Гуковой, Ю.А. Зубок, Е.Г. Комарова, Л.В. Коряковцевой, С.И. Левиковой, В.Ф. Левичевой, К. Манхейма, Е.Л. Омельченко, В.К. Сергеева, В.И. Чупрова, А.И. Шендрика, Т.Б. Щепанской и др.⁷.

Классические подходы к изучению воздействия СМИ были разработаны в трудах Т. Адорно, Э. Денниса, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла, В. Липпмана, Р.

⁷ Галкина Е. В., Зозуля Е. В. Молодёжь как актор политического процесса: к вопросу о дефинициях // Социально-политическая динамика российского общества начала XXI века: сборник научных статей I ежегодной научно-практической конференции. – Ставрополь, 2013. – С. 29-33; Галкина Е. В., Лысенко А. М. Интеграция молодёжи в политическую среду путем создания молодёжных общественных организаций // Социальная политика и социальное партнерство. – 2017. – № 10; Коряковцева О. А. Концептуальные основы развития общественно-политической активности молодёжи в постсоветской России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. – 2016. – Т. 38, № 8 (229). – С. 156-162; Зубок Ю. А., Ростовская Т. К., Смакотина Н. Л. Молодёжь и молодёжная политика в современном российском обществе. – М., 2016; Левичева Ф. Д. Неформальные самодеятельные объединения. Социологический очерк. – М.: Знание, 1989. – 163 с.; Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодёжь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. – 592 с.; Сергеев В. К. Молодежная культура и СМИ. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002. – 188 с.

Мертон, Ю. Хабермаса, М. Хоркхаймера и др.⁸. Эти концепции заложили методологическую основу для осмысления механизмов медиавоздействия на массовое сознание и политическое поведение.

Современные вызовы цифровой эпохи и трансформация медиапотребления молодёжи нашли отражение в работах таких авторов, как Ю.С. Васютин В.А. Евдокимов В.С. Комаровский И.И. Лукашук, Т.В. Науменко, М.М. Назаров Д.Н. Нечаев, В.В. Огневой, В.В. Силкин, Ф.И. Шарков и др.⁹.

Среди отечественных авторов, научные труды которых содержат положения и выводы по проблемам информационного влияния средств массовой информации на процессы формирования общественно-политических ценностей граждан, моделей политического участия молодого поколения, следует указать труды И.А. Батаниной, И.В. Жилавской, Я.Н. Засурского, Д.Г. Камнева, А.А. Лавриковой, Ю.А. Левады, А.А. Малькевича, П.И. Остапенко, В.Д. Попова, В.К. Сергеева, Ш.С. Сулеймановой, В.П. Терина, О.Е. Шумиловой¹⁰ и др.

⁸ Деннис Э., Меррил Д. Беседы о масс-медиа. – М.: Вагриус, 1997. – 139 с.; Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. М. Кузнецова. – М.; СПб.: Медиум: Ювента, 1997. – 312 с.; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. под ред. Д.В. Скляднева. – СПб., 2000. – 380 с.; Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.; Лассуэлл Г. Принцип тройного воздействия: ключ к анализу социальных процессов / пер. с издания: Lasswell H. D. The Analysis of Political Behavior: An Empirical Approach. – London: Routledge and Kegan Paul, 1949. – P. 180-194; Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign. – N.Y.: Columbia University Press, 1944. – P. 384. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / пер. М.М. Назарова. – М., 2002. – С. 131–233.

⁹ Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М.: Дашков и Ко, 2018; Науменко Т.В. Социология массовых коммуникаций. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.; Лукашук И. И. Средства массовой информации, государство, право. – М., 2001. – 322 с.; Евдокимов В. А. Пресса. Общество. Эволюция: учебн. пособие. – Омск, 2014. – 274 с.; Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования. 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2010. – 360 с; Комаровский В.С. Государственная служба и СМИ. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2003. – 310 с.

¹⁰ Сулейманова Ш. С. СМИ – «мягкая сила» управления общественным мнением // Евразийский союз: вопросы международных отношений. – 2019. – Т 8, № 1 (27). С. 13-24.

Сулейманова Ш.С. Роль новых медиа в современных межрелигиозных конфликтах. // Ислам в современном мире. – 2016. – Т. 12, №2. – С. 201-210; Батанина И. А., Лаврикова А. А., Кузин О. Ю. Политическое вовлечение молодёжи: сущностные и технологические аспекты // Известия Тульского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 3. – С. 184-189; Батанина И. А., Лаврикова А. А., Шумилова О. Е. Политическая компетентность россиян

Вместе с тем, несмотря на растущее число исследований в этой области, остаются малоизученными механизмы воздействия цифровых медиа на политическое сознание молодёжи в многонациональных регионах России, таких как Республика Дагестан.

Проблемная ситуация. Влияние новых масс-медиа на сознание молодёжи связано с рядом серьёзных проблем, которые требуют внимания со стороны исследователей. Новые масс-медиа конкурируют с традиционными институтами, что может ослаблять их роль в формировании ценностей и убеждений. Социальные сети и блоги становятся основными источниками информации, снижая доверие к традиционным СМИ и экспертам.

Молодёжная аудитория, получающая информацию преимущественно из социальных сетей, регулярно сталкивается с недостоверными данными, что, в свою очередь, приводит к искажению картины реальности. В сложившихся условиях у неё попросту не остаётся ресурсов для полноценного анализа колоссальных информационных потоков, следствием чего становится поверхностное усвоение сведений и заметное ослабление критико-аналитических способностей. Информационная перегрузка в совокупности с внутренней противоречивостью поступающих сообщений нередко порождает у молодых людей ощущение собственного бессилия и, как результат, дистанцирование от политической повестки.

Современные технологические решения, позволяя агрегировать пользовательские данные и использовать их в интересах продвижения конкретных политических установок, открывают возможности для направленного воздействия на общественное мнение. Это воздействие способно не только корректировать взгляды, но и стимулировать радикализацию, в особенности среди тех, кто склонен искать упрощённые трактовки сложных проблем. Систематический анализ обозначенных феноменов выступает необходимым условием для выработки действенных стратегий в области медиаобразования и для построения

как фактор политического участия // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. – №1(31). – С. 50-56.

эффективной защиты подрастающего поколения от деструктивных последствий цифровой среды.

Объект исследования – новые масс-медиа.

Предмет исследования – особенности влияния новых масс-медиа на формирование политического сознания молодёжи Республики Дагестан.

Цель исследования – выявить ключевые тенденции, механизмы и формы воздействия новых медиаплатформ на политическое сознание молодёжи на основе философско-политологических концепций, объясняющих трансформацию политической социализации в условиях цифровизации и повышения информационных рисков.

Поставленная исследовательская цель потребовала решения следующих **задач**:

- раскрыть генезис и особенности новых масс-медиа;
- уточнить методологические основы исследования формирования политического сознания молодёжи;
- выявить особенности трансформации политического сознания молодёжи под влиянием новых масс-медиа;
- оценить степень воздействия на сознание молодёжи посредством формирования политических ценностей;
- на основе анализа результатов исследования охарактеризовать фактор политической дифференциации молодёжи Республики Дагестан посредством формирования диалоговой модели новых масс-медиа;
- определить оптимальные пути противодействия новым вызовам по оказанию негативного влияния на молодёжь Республики Дагестан через масс-медиа.

Гипотеза исследования. в условиях тотальной медиатизации, которой сегодня подвержены практически все общественные процессы, ключевая роль принадлежит цифровым коммуникационным платформам, которые выступают в качестве системообразующих факторов для всего информационного пространства. Современный социум столкнулся с серьёзным сдвигом парадигмального

характера: те медиаканалы, которые по своей природе изначально считались нейтральными, постепенно превращаются в институты так называемой мягкой власти. И они теперь определяют не только информационную повестку, но и базовые параметры того, как устроено коллективное сознание.

Для полиэтничного Дагестана этот процесс приобретает особую значимость, поскольку местная медиасреда отличается повышенной конфликтностью и в республике постоянно конкурируют друг с другом разные нарративы. Из этого следует, что изучение механизмов влияния цифровых платформ становится задачей стратегически важной. Результаты, которые могут быть получены в ходе исследования новой медиасреды, позволят выработать эффективные стратегии, как для формирования политического сознания молодёжи, так и для его дальнейшего развития. А это, в свою очередь, поможет обеспечить стабильную работу демократических институтов.

Теоретико-методологическая основа исследования. При написании работы автор опирался на теоретические положения, которые были сформулированы в трудах как зарубежных, так и российских специалистов. Именно эти наработки, позволили выделить ключевые механизмы, посредством которых медиа воздействуют на политические установки молодёжи, на её ценностную сферу и на те или иные поведенческие паттерны.

Что касается конкретных теорий медиавоздействия, то здесь использовались, во-первых, теория культивации Г. Гербнера¹¹, во-вторых, теория установления повестки дня (agenda-setting)¹², а также ряд концепций, связанных с политической социализацией. Применение этих подходов дало диссертанту возможность выявить следующее: каким именно образом медиа конструируют у молодёжи представления о политической реальности; какие темы и проблемы в итоге

¹¹ Захаркин Р. А., Ракитина О. С. Тенденции формирования представлений о социальной реальности в условиях информационной перегрузки // Дальневосточный федеральный университет. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44671921> (дата обращения: 10.05.2025)

¹² Казаков А. А. Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня: анализ основных подходов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zapadnaya-kommunikativistika-ob-ustanovlenii-informatsionnoy-povestki-dnya-analiz-osnovnyh-podhodov> (дата обращения: 10.05.2025).

становятся для них значимыми; и как, в свою очередь, это сказывается на уровне их политической активности.

Методологическая база настоящего исследования опирается на три основных подхода – системный, сравнительный и социокультурный, каждый из которых решает собственный круг задач.

Системный подход применялся для того, чтобы рассматривать медиа не изолированно, а как органичную часть более широкой социальной системы. В рамках такого видения анализируется взаимодействие разнородных факторов – культурных, экономических, политических, которые в совокупности определяют место и функции медиа в обществе.

Сравнительный подход, в свою очередь, дал возможность выявить различия в восприятии одного и того же медиаконтента разными группами молодёжи (например, в зависимости от возраста, уровня образования, места проживания или доминирующих цифровых практик). Помимо этого, использовался ретроспективный анализ, позволивший проследить, как именно менялось влияние медиа на политическое сознание в исторической ретроспективе – от традиционных форм вещания до современных гипертекстуальных и интерактивных сред.

Социокультурный подход, хотя прямо не назван, подразумевается, как дополнительная аналитическая опора, учитывающая символические, ценностные и нормативные аспекты медиавосприятия, без которых изучение политического сознания молодёжи было бы неполным. Социокультурный подход помог раскрыть роль медиа в формировании культурных и социальных норм, которые, в свою очередь, влияют на политические взгляды молодёжи.

Для решения конкретных исследовательских задач – а их, как мы видим, немало – привлекаются как общенаучные, так и собственно философские методы. Среди них, в частности, системный и диалектический. Первый позволяет, на наш взгляд, выявить основные структурные компоненты, задействованные в формировании политического сознания. Второй же даёт возможность проанализировать противоречия, возникающие в процессе восприятия

медиаконтента, и оценить, каким образом эти противоречия сказываются на политическом мировоззрении в целом.

Междисциплинарные методы – сравнительно-исторический и структурно-функциональный – мы использовали для того, чтобы интегрировать данные, полученные в разных научных областях: политологии, социологии, психологии. Это позволило, на наш взгляд, существенно углубить понимание того, какую именно роль играют новые масс-медиа в формировании политического сознания. Сравнительно-исторический метод, как показал анализ, раскрывает динамику факторов медиавоздействия на молодёжь в различные исторические периоды. Что касается структурно-функционального метода, то с его помощью удалось определить, какие именно функции выполняют новые масс-медиа в процессе политической социализации молодёжи – вопрос, который, заметим, остаётся дискуссионным в научной литературе.

Наконец, для исследования отдельных, более частных аспектов влияния масс-медиа мы обратились к методам контент-анализа и включённого наблюдения. Эти методы, каждый по-своему, позволили зафиксировать то, что ускользает при использовании сугубо количественных подходов.

Экспертные опросы помогли зафиксировать мнения специалистов о роли медиа в формировании политических взглядов.

В работе также были использованы количественные методы, которые применялись для оценки, насколько широко распространены те или иные политические установки среди молодёжи. Качественные методы, в частности глубинные интервью, дали возможность разобраться в ином: каким именно образом медиа воздействуют на то, как каждый отдельный человек воспринимает политическую реальность. Иными словами, первый тип методов отвечает за масштаб, второй – за глубину понимания.

Эмпирическую базу диссертации составили, во-первых, материалы монографий, во-вторых, статьи из рецензируемых журналов, как отечественных, так и зарубежных. Также были использованы публикации по итогам международных, всероссийских и региональных научно-практических

конференций. Сюда же относятся аналитические доклады, данные социологических исследований, а также работы российских и зарубежных специалистов – в области политологии, социологии и медиакommunikаций, которые прямо посвящены заявленной проблеме.

В рамках эмпирического анализа использованы: во-первых, данные, полученные в ходе самостоятельно разработанного и проведенного анкетного опроса, который проводился в 2025 году и охватил молодёжь Республики Дагестан, исследование носит актуальный характер, и, по мнению автора, заслуживает пристального внимания. Во-вторых, вторичный анализ социологических исследований, представленных в научных публикациях по данной проблематике.

Научная новизна диссертационной работы заключается, во-первых, в комплексном анализе процесса трансформации политического сознания молодёжи под воздействием новых масс-медиа; во-вторых, в установлении методологических основ влияния медиасреды на политическое сознание молодежи в контексте ее ценностных ориентаций и склонности к символическим акторам и альтернативным факторам воздействия; в-третьих, структурированы наиболее значимые факторы влияния масс-медиа на политические установки молодежи под влиянием социальных, политических и экономических сил; в-четвертых, выявлены особенности формирования политического сознания в полиэтническом регионе и предложены способы интеграции традиционных и цифровых каналов с учетом медиа представлений молодежи Республики Дагестан; в-пятых, предложены рекомендации по политической дифференциации молодежи Республики Дагестан посредством медийных средств.

Научная новизна диссертационного исследования отражена в основных положениях, выносимых на защиту.

Положения, выносимые на защиту:

1. Раскрыты генезис и особенности развития новых масс-медиа. В контексте технологического прогресса и цифровизации общества они проявляют себя в активизации интерактивных коммуникаций, увеличением скорости информационного обмена, которые в свою очередь позволяют внедрить новые

технологии (п. 6 – Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и её сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы. Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика).

2. Сформулированы методологические основания анализа воздействия на политическое сознание и формирования социально-политических ценностей. Методологические основы влияния медиасреды на политическое сознание молодежи раскрыты автором в контексте ее ценностных ориентаций, склонности к символическим акторам и альтернативным факторам воздействия. Диссертантом применен междисциплинарный подход к изучению политического сознания. Журналистские подходы исследования молодежной проблематики адаптированы к трансформирующимся новым медиа (п. 3 – Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических медиакоммуникациях. Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика).

3. Выявлена система факторов влияния масс-медиа. Диссертант структурировал наиболее значимые факторы влияния масс-медиа на политические установки молодежи под влиянием социальных, политических и экономических сил. Выявлено также снижение интереса к политическому контенту масс-медиа и проявление индифферентности молодежи. Ценности, рассматриваемые в масс-медиа, слабо проявляют гражданскую и этноконфессиональную идентичность молодых людей. Новые цифровые медиа существенно повысили фактор проявления активного коммуникативного поведения и борьбы с манипулятивными технологиями (п. 5 паспорта – Конвергентно-интеграционные процессы в медиапространстве Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика).

4. Осуществлена эмпирическая оценка степени воздействия новых масс-медиа на сознание молодежи посредством формирования социально-политических ценностей. Автор делает выводы о том, что масс-медиа оказывают воздействие на сознание молодежи посредством ее социализации, в процессе которой

учитываются поведенческие ориентации и политические представления. Политическое сознание молодых людей формируется на пересечении этнокультурных традиций, социальной структуры и уровня секуляризации населения. Смещение факторов социализации в сторону освоения социально-политической медиареальности и сознания молодежи конструирует новый уровень политической реальности (п. 13 – Профессиональное образование в журналистике и медиакommunikациях Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакommunikации и журналистика).

5. Выявлены новые вызовы негативного влияния на молодежь в формировании политического сознания в условиях полиэтничного региона на примере Республики Дагестан. С учетом того обстоятельства, что современная медиасреда ставит перед обществом новые вызовы, диссертантом выявлены особенности формирования политического сознания в полиэтничном регионе, автором предложены способы интеграции традиционных и цифровых каналов с учетом медиа представлений дагестанской молодежи. Сочетание традиционных методов формирования сознания и медийных способов воздействия на мультинациональную молодежь дает положительный результат (об этом свидетельствуют ответы свыше 80% молодых респондентов). В рамках предлагаемой интеграции предложено существенно расширить диалоговые проекты с участием представителей духовенства, авторитетных педагогов и лидеров масс-медийного пространства (п. 5 паспорта – Конвергентно-интеграционные процессы в медиапространстве Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакommunikации и журналистика).

6. Предложены рекомендации по политической дифференциации посредством медийных средств. Диалоговую основу политической дифференциации молодежи Республики Дагестан составляет процесс функционального и организационного разделения политической системы на специализированные институты. Такую основу также составляет политический плюрализм, который отражает позиции с учетом политических субъектов групп интересов и политических масс-медиа.

Особо важную роль играет политическая дифференциация институциональная, региональная, информационная и др. Информационная и медийная дифференциации являются действенными факторами, влияющими на политические убеждения и этнокультурную самоидентификацию, проведенное автором социологическое исследование медиапотребления молодежи Республики Дагестан подтверждает особое влияние медийных средств как на процесс политической дифференциации молодежи, так и эффективность диалоговых форм новых масс-медиа (п.14 паспорта – Профессиональные культуры в медиакommunikациях Паспорта научной специальности 5.9.9 Медиакommunikации и журналистика).

В диссертации обосновывается необходимость развития медиаграмотности как стратегического направления государственной молодежной политики в условиях нарастающей медиатизации и информационной турбулентности.

Теоретическая значимость исследования заключается в представлении концептуальных подходов влияния новых масс-медиа на политическую социализацию молодёжи в условиях медиатизации всех сфер общественной жизни. В работе показано – и это, пожалуй, один из ключевых моментов нашего исследования, – каким образом интернет-субъекты, прежде всего социальные сети и блогосфера, влияют на становление альтернативных и интерактивных форм гражданского участия. Влияние это, как мы убедились, далеко не однозначно, однако его нельзя игнорировать.

Полученные результаты, на наш взгляд, создают вполне определённый теоретический фундамент для последующих исследований. Речь идёт прежде всего о роли новых масс-медиа в процессах формирования общественного мнения и развития политической активности в молодёжной среде. Что касается практического применения, то материалы диссертации, как представляется, могут быть использованы при разработке учебных курсов и методических пособий по целому ряду дисциплин: «Политология», «Информационное обеспечение государственной молодёжной политики», «Государственная и общественная молодёжная политика», а также в рамках программ по социологии молодёжи.

Наконец, теоретическая значимость работы, на наш взгляд, состоит в том, что её результаты вносят определённый вклад в развитие научных представлений о механизмах медиавоздействия на общественное сознание и о становлении гражданских инициатив в молодёжной среде. Вклад этот, разумеется, не исчерпывающий, но, надеемся, достаточно весомый.

Эмпирически подтверждена трансформационная роль интернет-коммуникаций и социальных медиа в развитии альтернативных форматов политического участия – от блогерства до сетевых гражданских кампаний, что расширяет потенциал демократизации публичной дискуссии.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения диссертационного материала и выводов научного исследования в научно-исследовательской и преподавательской работе, а также в практической деятельности, направленных на дальнейшее изучение данной проблематики. Сформулированные диссертантом в рамках исследования выводы могут представлять определённый интерес и для работы федеральных и региональных органов власти, в частности Республики Дагестан. На основе данного авторского исследования могут быть разработаны практические предложения по совершенствованию молодёжной политики Республики Дагестан.

Материалы диссертации могут быть интегрированы в учебные курсы политологического профиля, программы подготовки специалистов в сфере государственной молодёжной политики, а также использованы при проектировании медиастратегий социально-политического взаимодействия с молодёжью. В работе раскрыто влияние интернет-субъектов, таких как социальные сети и блогосфера, на становление альтернативных и интерактивных форм гражданского участия.

Степень достоверности и апробация исследования. Достоверность полученных результатов обеспечивается использованием репрезентативной теоретической и эмпирической базы. Научные выводы опираются на данные,

полученные в результате анализа проверенных источников, эмпирических исследований, а также авторских наблюдений и опросов.

Апробация исследования реализована посредством публикационной активности и участия в научных мероприятиях. Основные результаты диссертационной работы представлены в семи научных публикациях, из которых пять размещены в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией (ВАК РФ), в их числе издание, рекомендованное Учёным советом РАНХиГС при Президенте Российской Федерации. Общий объём публикаций составляет 65 п. л., что подтверждает полноту и глубину проработки темы.

Результаты исследования были апробированы в докладах на международных конференциях и экспертных семинарах:

1. Всероссийский научно-практический форум (с международным участием) «Стратегии образования и науки в поиске ответов на большие вызовы современности» в рамках конференции «Теологическая мысль в России и мире: проблемы и перспективы развития» 29.04.2023 г. Дагестанский гуманитарный институт Российская Федерация, Республика Дагестан.

2. Международная конференц-сессия «Государственное управление и развитие России: цивилизационные вызовы и национальные интересы» 23.05.2024 г. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

3. Международная конференц-сессия «Государственное управление и развитие России: вызовы, стратегии и перспективы» 21.05.2025 г. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Список публикаций, в которых излагаются основные научные результаты диссертации и сведения о публикационной активности в изданиях, входящих в перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий

по политическим наукам, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации:

1. Дадаев З.А. Специфика воздействия масс-медиа на формирование политического сознания молодёжи // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2024. – № 4 (109). – Т. 14. – С. 1195-1202.
2. Дадаев З.А. Влияние новых масс-медиа на формирование мировоззрения молодёжи: вопросы теории и эпистемологических изменений в Дагестане // Коммуникология. – 2025. – № 1. – Т. 13. – С.145-153.
3. Дадаев З.А. Влияние новых масс-медиа на политический дискурс // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-59.
4. Шарков Ф.И., Дадаев З.А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической антропологии) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. № 11(2). – С. 79-87.
5. Дадаев З.А. Роль новых медиа в формировании общественно-политических ценностей российской молодёжи // Вопросы политологии. – 2025. – № 4 (120). – Т. 15. – С. 1254-1261.

Иные работы автора:

6. Дадаев З.А. К вопросу о влиянии новых масс-медиа на политическое сознание современной молодёжи Дагестана // «ACTA HISTORICA: Труды по историческим и обществоведческим наукам». – 2023. – № 5. – С. 30-44.
7. Дадаев З.А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2024. – № 2. – Т. 9. – С. 21-32.

Структура диссертации соответствует поставленной цели и логике решения намеченных задач. Работа состоит из введения, трёх глав, шести параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Глава 1. ГЕНЕЗИС И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МАСС-МЕДИА

1.1. Эволюция медиа – особенности перехода на новый уровень

В условиях стремительных технологических преобразований и цифровизации всех сфер общественной жизни новые масс-медиа становятся неотъемлемым элементом современной коммуникационной среды. Они формируют особый тип информационного взаимодействия, отличающийся интерактивностью, многоканальностью, персонализацией и высокой степенью включенности аудитории. Возникая как результат синтеза медиатехнологий и социальных практик, новые медиа оказывают существенное влияние на характер общественной динамики, изменяют формы политической коммуникации, стирают границы между источником и получателем информации. Актуальность их изучения обусловлена тем, что именно через новые медиа сегодня происходит формирование смыслов, норм, политических ориентаций и культурных кодов молодого поколения. Понимание генезиса и сущностных особенностей этих коммуникационных форм является необходимым условием для анализа их влияния на общественное сознание и социальные процессы¹³.

Осмысление феномена новых масс-медиа невозможно без обращения к теоретическим основаниям коммуникации, как научной категории. Современные цифровые медиаструктуры являются не просто технологическим прорывом, но и результатом длительной эволюции представлений о природе информации, её восприятия и распространения в обществе. Именно в контексте становления теорий коммуникации от философских концепций языка до социологических моделей массового взаимодействия формировалась методологическая база, позволяющая интерпретировать новые медиа как логическое продолжение и качественную трансформацию прежних форм информационного обмена.

¹³ Журналистика в контексте времени: монография / под ред. Т. Н. Владимировой, В. А. Славиной, Н. В. Кодола. – М.: МПГУ, 2020. – 294 с.

Современное понимание теорий коммуникации базируется на многовековой эволюции представлений о сущности информации и её передачи в человеческом обществе. Как особая область научного знания теория коммуникации оформилась лишь во второй половине XX века, но её истоки восходят к философским и социологическим размышлениям о языке, обществе и знаках начиная с античности и через работы Просвещения вплоть до формирования медиатеоретической мысли Нового времени¹⁴.

Понимание коммуникации как социального феномена формировалось в контексте эволюции научного знания о человеке и обществе. Сам термин «коммуникация» (от лат. *communicatio*) вошёл в научный обиход в начале XX века, хотя сама практика обмена знаками, смыслами и символами уходит корнями в глубины культурной и биологической эволюции¹⁵. Одним из первых мыслителей, попытавшихся теоретически осмыслить феномен коммуникации, был американский социолог Чарльз Кули. По его определению, коммуникация – это механизм, делающий возможным существование и развитие человеческих отношений. Он включал в это понятие всю совокупность «символов разума», то есть любые способы передачи смысла во времени и пространстве: от мимики и речи до письменности, печати, телеграфа и телефона. Кули утверждал, что коммуникация охватывает всё то, что позволяет мысли обрести форму и стать достоянием других и, следовательно, не имеет чёткой границы между внутренним миром индивида и внешней реальностью¹⁶.

Современное определение коммуникации расширилось и включает не только межличностную передачу информации, но и связь между социальными системами, между различными формами символического порядка. Коммуникация понимается как процесс создания, циркуляции и интерпретации информации, а также как канал

¹⁴ Основы теории коммуникации / Ф. И. Шарков. – М.: Издательский дом «Социальные отношения»: Изд-во «Перспектива», 2002. – 246 с.

¹⁵ Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. – М.: Дашков и Ко, – 2023. – 302 с.

¹⁶ Кули Ч. Общественная организация // Тексты по истории социологии XIX–XX веков: хрестоматия. – М.: Наука, 1994. – С. 379.

социальной регуляции, взаимодействия и коллективного опыта. Она охватывает и физические, и духовные уровни реальности. Даже в зоопсихологии и этологии признаётся наличие элементарных форм коммуникации, выражающихся в сигнальных системах поведения животных, где передача информации осуществляется с помощью врождённых звуковых, зрительных и обонятельных сигналов¹⁷.

В гуманитарной науке под социальной коммуникацией понимается такой тип информационного обмена, который направлен на достижение взаимопонимания между субъектами. С этой точки зрения коммуникация не сводится к технической передаче сигнала, а включает смысловую и культурную составляющую. В статье «Что такое новые медиа?» Вин Кросби представил межличностную интернет-коммуникацию в виде модели «один к одному», массовую интернет-коммуникацию – в виде модели «один ко многим», а также новую массовую интернет-коммуникацию, стремящуюся к индивидуализации, – в виде модели «многие ко многим»¹⁸. Исходя из этой модели можно явственно представить, во-первых, скорость распространения и объёмы информации, появляющейся во всех уголках мира, а не страны, в частности. Персонификация информации и возможность поделиться ею – вот новые реалии, которые преподнесли очередные проблемы вместе с плюсами России, гораздо позже интегрировавшейся в интернет-пространство, нежели страны зарубежья¹⁹. Здесь пригодился опыт исследований специалистами зарубежных стран.

В 1948 году американский политолог, профессор юридического факультета Йельского университета²⁰ Гарольд Лассуэлл предложил модель коммуникации, которая в научном мире сразу же громко заявила о себе и до сих пор пользуется огромным преимуществом в качестве одной из ранних и наиболее влиятельных

¹⁷ Основы теории коммуникации / под ред. М.А. Васирика. – М.: Гардарики, 2003.

¹⁸ Crosbie V. (2018). The Rise of Individuated Media. In: The Rethinking Theories and Concepts of Mediated Communications Conference. Barcelona.

¹⁹ Дадаев З. А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2024. – Т. 9, № 2. – С. 21-32.

²⁰ Деятельность организации признана нежелательной на территории Российской Федерации на основании решения Генеральной прокуратуры РФ от 8 июля 2025 года.

коммуникационных моделей²¹. Коммуникационная модель Г. Лассуэлла, являясь основой теории рекламы и связей с общественностью, до сих пор исследуется учеными и является ведущей моделью в рамках новых масс-медиа. Удобный способ описать акт коммуникации – ответить на следующие вопросы: 1) кто говорит? 2) что говорит? 3) по какому каналу? 4) кому? 5) с каким эффектом.

Модель стала предметом полемики, что несколько не лишало её общественного признания. Эта коммуникационная модель, открытая Лассуэллом, по-прежнему в центре внимания и не потеряла своей актуальности. Важно отметить, что она больше соответствовала традиционным масс-медиа. Смена же средств коммуникации в информативном обществе повлекла за собой смену и основных элементов коммуникационного процесса, и всех пяти элементов, на которые указал автор. Прежде всего радикально изменились роли коммуникаторов. Традиционная информация в условиях глобализации стала массовой и мультимедийной. Стоит только появиться этой информации в сетях, она молниеносно распространяется и становится известной всем и сразу.

Качественный скачок в осмыслении коммуникации произошёл с развитием кибернетики и информатики, когда К. Шеннон и У. Уивер предложили модель передачи информации как кодирования, послыки и декодирования сообщений²². Эти представления легли в основу так называемой информационной парадигмы коммуникации, рассматривающей обмен сообщениями как односторонний, линейный процесс.

К 1980-м годам, как отмечают исследователи, постепенно складывается принципиально иное понимание коммуникации. Её начинают воспринимать не просто как техническую передачу информации, но как полноценный социальный механизм, включающий в себя процессы смыслопорождения, воздействия и координации общественного поведения. Этот сдвиг, на наш взгляд, во многом

²¹ Lasswell H.D. (1946). Describing the effects of communications. In: Propaganda, communication, and public opinion: A comprehensive reference guide. Princeton: Princeton University Press.

²² Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – 6-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2023. – 302 с.

предопределил дальнейшую эволюцию гуманитарных теорий коммуникации. В них, что характерно, всё большее внимание стали уделять культуре, дискурсу, социальным отношениям и, что особенно важно, политике²³. Так, постепенно, теория коммуникации приобрела междисциплинарный характер – и это, заметим, произошло отнюдь не случайно.

В отечественной научной традиции, как известно, коммуникация осмысливается не только как процесс передачи информации, но и как фундаментальный социальный механизм регуляции общественных взаимодействий. С позиций системного подхода, который был разработан в трудах Ф.И. Шаркова и В.В. Силкина, социальная коммуникация представляет собой многоуровневую форму взаимосвязи между субъектами, институтами и медиаструктурами. Эта взаимосвязь, как подчёркивают авторы, реализуется через совокупность вербальных, визуальных и цифровых каналов²⁴. Коммуникация при этом выступает, и это, наверное, самое важное, как средство воспроизводства социальной структуры и политической легитимации, а не только как передача сигналов или воздействие на поведение. Авторы подчёркивают, что социальная коммуникация включает как горизонтальные, так и вертикальные связи, охватывая уровни от межличностного взаимодействия до глобальных информационных потоков. в условиях медиатизации общества ключевое значение приобретает одно свойство коммуникации – а именно её способность конструировать так называемый символический порядок. Этот порядок, в свою очередь, определяет, что в публичном пространстве допустимо, а что выходит за границы. Отсюда, вытекает возможность рассматривать массовую информацию не просто как технический или технологический феномен, а как ресурс институционального и нормативного свойства. Через этот ресурс, по сути, регулируется распределение внимания, доверия и легитимности в социуме.

²³ Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

²⁴ Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2023. – 302 с.

Авторы отдельно останавливаются на функциональной природе социальной коммуникации. Их позиция такова: коммуникация не только отражает реальность, но и способна её моделировать. За счёт этого создаются основания для согласования интересов, для стабилизации политических процессов и для формирования коллективной идентичности. Именно в таком ракурсе коммуникация, на взгляд авторов, обретает статус универсального инструмента социокультурного управления. А её анализ становится, соответственно, той методологической базой, которая позволяет понять, как новые медиа влияют на политическое сознание молодёжи.

Что касается современного этапа развития теорий коммуникации, то здесь, как подчёркивается в работе, наблюдается переход. От классических моделей, которые делали акцент на передаче информации, исследователи идут к комплексному анализу процессов медиатизированных. В рамках этих процессов коммуникация выступает уже не как вспомогательное звено, а как центральный механизм социальной организации. Причём охват этих процессов широк: они включают в себя не только межличностное и массовое взаимодействие, но и глобальные цифровые сети. А последние, в свою очередь, трансформируют привычные границы – между частным и публичным, между локальным и глобальным, между институциональным и персонализированным²⁵.

Ключевой вектор развития современных теорий – признание коммуникации системной основой общества. Современная коммуникология не только охватывает структуру, модели и функции коммуникации, но и исследует её культурные, психологические, политические, экономические и даже биосоциальные аспекты²⁶. Особое значение в новейших теориях приобретает концепт медиатизации – процесса, при котором коммуникационные технологии становятся не только средством, но и структурной основой общественных изменений. Современные

²⁵ Теория медиа: отечественный дискурс. Варганова Е. Л. – М.: Фак-т журн. МГУ: Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 224 с.

²⁶ Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2023. – 302 с.

медиасреды интегрируют в себе различные формы содержания, акторов и техник, создавая уникальную форму социальной реальности – медиареальность²⁷. В этой логике развитие Интернета, социальных сетей и алгоритмических платформ приводит к переосмыслению коммуникации как непрерывного, полицентричного и гибридного процесса. Особое значение в новейших теоретических построениях приобретает, в свою очередь, концепт медиатизации. Под ним понимается процесс, в рамках которого коммуникационные технологии выступают уже не просто как средство, а как структурная основа общественных изменений. Современные медиасреды, как отмечается, интегрируют в себе разные формы содержания, различных акторов и множество техник. Благодаря этому создаётся уникальная разновидность социальной реальности – так называемая медиареальность.

Практики внедрения новых информационных технологий в механизмы гражданского участия и сотрудничества во взаимодействии властных структур и граждан, которые становятся все более важным направлением конструирования сетевой эффективности публичного управления, продвигается вперед в связи с развитием современной методологии сетевого анализа²⁸.

Значительно изменилось понимание аудитории – из пассивного потребителя информации она превратилась в активного участника коммуникации, способного создавать, транслировать и интерпретировать смыслы. Это находит отражение в концепциях «медиаучастия», «пользовательского контента», «интерактивного публичного пространства», рассматриваемых в отечественных и зарубежных исследованиях. Коммуникация в цифровую эпоху становится основным инструментом не только информирования, но и мобилизации, манипуляции, фрейминга и даже контроля за поведением граждан. В политической сфере усиливается персонализация коммуникации, использование визуальных и

²⁷ Теория медиа: отечественный дискурс. Вартанова Е. Л. – М.: Фак-т журн. МГУ: Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 224 с.

²⁸ Сморгунов Л. В. Цифровизация и сетевая эффективность государственной управляемости // Политическая наука. – 2021. – № 3. – С. 13-36

эмоциональных стратегий, вовлечение в дискурс социальных сетей как параллельной публичной сферы²⁹.

Как отмечает профессор Бодрунова С. С. «для миллионов пользователей политически значимые коммуникативные микродействия проистекают не из желания достичь консенсуса, а из их отношения к существующему (воспринимаемому) конфликту. Это немного меняет оптику делиберации и возвращает людям их право выражать свое отношение без того, чтобы обязательно ориентировать свое высказывание на поиск лучших аргументов и финального согласия. Онлайн-коммуникаторы могут формировать мнения консенсусными и неконсенсусными способами, из которых простейшей моделью было бы «большинство против меньшинства» или, если рассматривать в динамике, модель перетягивания каната, кумулятивная по своей природе»³⁰.

Теоретические модели XXI века акцентируют внимание: на нелинейности и обратимости коммуникационных процессов; включенности новых субъектов и росте значимости визуальной, сетевой, символической и дискурсивной составляющей; изменении понятий доверия, авторства и источника в условиях цифровой медиасреды; технологическом и этическом измерении алгоритмической медиареальности.

Таким образом, развитие современных теорий коммуникации не просто расширяет понятийный аппарат, но переопределяет саму сущность коммуникации как социального действия, которое перестаёт быть исключительно человеческим – в нём участвуют машины, алгоритмы, медиаплатформы. Это подтверждает необходимость разработки более сложных, интегративных моделей, способных объяснить как локальные коммуникативные практики, так и глобальные медиаэкосистемы.

Трансформация коммуникации в условиях цифровизации и гибридизация процессов требуют новых категорий для их описания и анализа. Одной из таких

²⁹ Шарков Ф. И., Силкин В. В., Киреева О. Ф. Политический дискурс в сетевом пространстве // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2023. – Т. 8, № 3. – С.8-17.

³⁰ Бодрунова С. С. Кумулятивная делиберация: новая нормативность в изучении публичных сфер онлайн // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2023. – С. 87-122.

ключевых понятийных конструкций становится «медиапространство» – концепт, призванный отразить не только техническую инфраструктуру информационного обмена, но и социальную среду, в которой формируются смыслы, идентичности и формы взаимодействия. Введённое в научный оборот профессором Ф.И. Шарковым, оно «получило лаконичное определение в словаре «Коммуникология» в 2009 году: «Социальное пространство, формируемое и информационно-насыщаемое средствами массовой информации». «С одной стороны, именно в физическом пространстве размещаются технические медиасредства, посредством которых распространяется информация в социальном пространстве. С другой стороны, медиапространство как элемент социального пространства представляет собой особую среду, в которой осуществляются общественные связи и отношения, взаимодействия, в которые могут быть вовлечены любой человек, общность и общество»³¹.

Современное медиапространство претерпевает масштабные преобразования, обусловленные стремительным развитием цифровых технологий, радикально изменивших формы, каналы и динамику распространения информации. Эти изменения не только трансформировали технологические параметры медиа, но и вызвали качественные сдвиги в коммуникационных практиках, структуре аудитории, принципах медиапотребления и функционировании журналистики как института. В центре этого процесса находится феномен новых масс-медиа, представляющий собой ключевой маркер перехода от индустриального к информационному обществу.

Формирование понятийного аппарата в исследовании новых масс-медиа отражает динамику трансформации медиасферы под влиянием цифровых технологий. В отечественной и зарубежной научной традиции отсутствует единая, устоявшаяся дефиниция, охватывающая всю совокупность свойств, присущих новым медиа. Это связано с тем, что сам объект исследования находится в состоянии постоянного изменения. Следовательно, понятийный аппарат

³¹ Дадаев З. А. Влияние новых масс-медиа на политический дискурс // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-57.

развивается не линейно, а ситуативно, зачастую с отставанием от эмпирической реальности.

В наиболее общем виде новые масс-медиа понимаются как совокупность цифровых коммуникационных платформ, основанных на интерактивных, сетевых и мультимедийных принципах функционирования³². В понятийном отношении наблюдается полиморфизм: в отечественной литературе наряду с терминами «новые медиа» и «новые масс-медиа» встречаются конструкции «цифровые медиа», «социальные медиа», «интернет-медиа», «гибридные медиа», «конвергентные СМИ» и др., что демонстрирует не только разнообразие трактовок, но и отсутствие методологической унификации³³. Ранние попытки классификации новых масс-медиа предпринимались на основе либо технологического, либо структурного критерия. В рамках технологического подхода, как известно, акцент делался на цифровом способе кодирования информации, на интерактивности и мультимедийности. Именно эти признаки, по мнению сторонников данного подхода, являются отличительными для нового медиаформата³⁴.

В структуральной трактовке, которая также получила достаточно широкое распространение, новые медиа рассматривались как результат сетевой архитектуры Интернета и платформенной логики Web 2.0. Это, в свою очередь, позволяло говорить о них не только как о канале трансляции, но и как о среде социального взаимодействия и культурного производства – что, заметим, существенно расширяло границы понимания.

Что касается методологических установок, то изучение новых масс-медиа, как справедливо отмечается в литературе, характеризуется междисциплинарностью и полипарадигмальностью. Здесь применяются как классические парадигмы массовых коммуникаций – структуралистская, институциональная, марксистская, – так и современные трансдисциплинарные

³² Шестерина А.М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 931-939.

³³ Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4 (10). – С. 39-47.

³⁴ Чернавский А. С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Журналистика. – 2015. – № 5. – С. 18-24.

рамки: теория медиакультуры, сетевая теория, акторно-сетевая теория, теория конвергенции, теория публичной сферы³⁵. В российской исследовательской традиции, также показательно, отчётливо прослеживается ориентация на институциональный и коммуникативный подходы. В рамках этих подходов новые масс-медиа осмысливаются как совокупность практик, норм и смыслов, регламентирующих обмен информацией в цифровой среде³⁶.

Особое значение приобретает и дискурсивный подход, в котором новые медиа трактуются как новая форма репрезентации реальности, в которой акцент смещается с авторитетных источников на пользовательский контент. Это делает релевантными такие категории, как краудсорсинг, партисипаторная культура, медиапросьюмеризм и медиакреативность³⁷. Таким образом, современная методология анализа новых масс-медиа ориентирована на исследование гибридных коммуникативных процессов, в которых границы между традиционным и цифровым, профессиональным и любительским, медиапотреблением и медиапроизводством оказываются размыты.

Анализируя данные толкования понятия «новые медиа», автор приходит к выводу, что на разных этапах развития медиа новыми называли те средства информации и коммуникации, которые строились на новых платформах. Например, с появлением электронных СМИ (радио и телевидение) они справедливо назывались в то время новыми, поскольку обладали совершенно отличающимися свойствами, нежели печатные СМИ. Кроме того, в последние годы наблюдается рост интереса к подходам, рассматривающим новые медиа в логике социального конструктивизма. С этой точки зрения медиатехнологии не

³⁵ Колосова А. А., Шнайдер А. А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 4(58). – Ч. 1. – С. 20-23.

³⁶ Современное медиaprостранство России: учебн. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский. – М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2015. – 312 с.

³⁷ Назметдинова И. С., Лебедева С. Э. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. – 2018. – № 4. – С. 77-85.

просто инструменты, но и активные агенты, формирующие новые типы социальной реальности, идентичностей и норм³⁸.

Новые масс-медиа, представляют собой продолжение традиционных форм коммуникации. Они обладают новыми признаками, которые дополняют классическую типологию и соответственно репрезентируют иную медиасреду, где информация распространяется не централизованно, а в логике горизонтальных сетей. Новые условия требуют учёта таких факторов, как алгоритмическое посредничество, платформенная модерация, машинное обучение, автоматизация медиапроизводства и визуализация коммуникаций³⁹. С учётом этого автор разделяет предлагаемую типологию новых медиа на:

1) *цифровые информационно-аналитические медиа*, в которых доминируют информационные жанры и форматы, характерные для цифровой сетевой среды (мультимедийный репортаж, блог, стрим). В новых медиа аналитические жанры начинают проявлять себя в довольно специфических форматах, характерных именно для цифровой среды. В качестве примеров можно привести мультимедийный лонгрид – в конвергентных СМИ, или приём сравнения – в видеоблогинге.

2) *интерактивные медиа*. Функционируют в социальной, политической, культурной и экономической сферах и, что важно, сформировали совершенно новый тип виртуальных коммуникаций;

3) *генеративные медиа*, которые позволяют создавать 3D-контент в реальном времени с помощью моделей искусственного интеллекта. Благодаря этому пользователи, скажем, в образовании или в электронной коммерции, могут мгновенно визуализировать собственные прототипы или варианты продуктов.

Как представляется, важно также отметить, что методологический инструментарий продолжает приспосабливаться к тем вызовам, которые ставит цифровая эпоха. Эти реалии, в свою очередь, подталкивают исследователей к тому,

³⁸ Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 931-939.

³⁹ Головин Ю. А. Современные тенденции в сфере медиа // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2022. – № 1. – С. 20-21.

чтобы пересмотреть границы между технологическим и гуманитарным знанием. В частности, речь идёт об интеграции аналитики больших данных в рамки гуманитарного медиаанализа. Таким образом, эволюция понятийного аппарата новых масс-медиа демонстрирует не только расширение семантического поля, но и необходимость постоянной теоретико-методологической рефлексии.

Следовательно генезис новых масс-медиа представляет собой сложный и многоплановый процесс, обусловленный как технологическим развитием, так и социокультурными изменениями в структуре современного общества. Новые масс-медиа не возникают одномоментно: их становление охватывает значительный исторический промежуток времени, в ходе которого складывались и изменялись каналы, формы, структуры и логики медиакommunikации. В отличие от традиционных масс-медиа, появление и развитие которых можно увязать с конкретными индустриальными фазами, новые медиа формируются в условиях перехода к постиндустриальному, а затем и к цифровому обществу, в котором информация и коммуникация приобретают определяющее значение для функционирования всех сфер жизнедеятельности⁴⁰.

Ключевым событием, заложившим основы новых масс-медиа, становится цифровая революция конца прошлого столетия. Она изменила не только технические параметры медиапроизводства, но и саму природу массовой коммуникации. Именно цифровые технологии инициировали сдвиг от вертикальной и централизованной модели вещания к горизонтальной и децентрализованной логике информационного обмена⁴¹.

Исторически первыми признаками перехода к новой медийной парадигме следует считать появление веб-страниц и форумов, где коммуникация происходила не по принципу вещания, а в режиме двустороннего обмена. Далее, с развитием концепции Web 2.0, формируется принципиально новая модель медиаучастия, в

⁴⁰ Варуха И. В., Давлетбаева А. Ф. Новые интернет-медиа как уникальное явление современной коммуникации // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 3(96). – С. 39-41.

⁴¹ Иовва Н. И. Новые медиа: понятие и особенности // Вестник ПГУ им. Т.Г. Шевченко. – 2020. – № 18. – С. 66-68.

которой пользователь становится не только потребителем, но и производителем контента. Возникает феномен «продсера» – активного субъекта, совмещающего функции автора, редактора и дистрибьютора информации. Таким образом, новые масс-медиа с самого начала характеризуются высокой степенью вовлечённости аудитории в процесс производства смыслов⁴².

Важным этапом формирования новых масс-медиа становится процесс их институционализации. Первоначально они развивались как маргинальное или альтернативное пространство по отношению к традиционным СМИ, лишённое чётких норм, редакционной и юридической регламентации. Однако с конца 2000-х годов начинается процесс институционального признания цифровых платформ, что выражается в создании нормативно-правовой базы, адаптации профессиональных стандартов журналистики к новым условиям, а также во внедрении механизмов саморегуляции, модерации и алгоритмического управления контентом⁴³.

На рубеже 2010-х годов фиксируется активный процесс взаимной интеграции традиционных и новых медийных форматов. Классические СМИ осваивают цифровое пространство, задействуя ресурсы мультимедийного и гипертекстового контента, тогда как цифровые медиа, со своей стороны, адаптируют редакционные и жанровые модели, свойственные традиционной журналистике. Указанные процессы приводят к стиранию границ между каналами, платформами и типами коммуникации, в результате чего формируется новая медийная экосистема, в которой функциональное разграничение между печатной, эфирной и цифровой продукцией становится всё менее значимым⁴⁴.

Существенным элементом исторического становления новых масс-медиа выступает их социальная обусловленность, тесно связанная с трансформацией структуры повседневных практик, ростом мобильности, персонализацией контента

⁴² Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 4. С. 931-939.

⁴³ Головин Ю. А. Современные тенденции в сфере медиа // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2022. – № 1. – С. 20-25.

⁴⁴ Чернавский А.С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Журналистика. – 2015. – № 5. – С. 18-24.

и изменением модели потребления информации. Пользователь превратился не только в участника, но и в куратора собственного информационного потока. Данный сдвиг трансформировал сами основания информационного влияния, приведя к кризису прежней медиавласти и формированию новой логики медиаполитики – распределённой, сетевой, платформенной⁴⁵.

Исходя из изложенного, эволюцию новых масс-медиа следует рассматривать не как линейную замену одного типа коммуникации другим, а как сложный трансформационный процесс, сопряжённый с технологическими инновациями, институциональными перестройками, социокультурными сдвигами и изменениями в практике медиапотребления. Новые масс-медиа не отрицают, а перерабатывают и переосмысливают прежние формы, включая их в новую цифровую логику взаимодействия и производства смыслов. Их генезис – это одновременно история технологий, институций, культурных норм и образов жизни, формирующих современную медиареальность.

Ключевым поворотным моментом становится так называемая цифровая революция, положившая начало глубоким трансформациям в сфере коммуникации, информации и журналистики. Именно цифровые технологии задали новую логическую структуру производства, дистрибуции и потребления медиаконтента, что позволяет говорить о становлении качественно иного медиаформата, получившего в научной литературе название «новые медиа»⁴⁶. Или иначе, в процессе генезиса медиа, они в разное время приобретали статус новых как из-за их размещения на новых платформах, так и по причине существенного изменения медиаформата.

Отправной точкой цифрового медиаэтапа принято считать события 19 апреля 1995 года, когда после террористического акта в Оклахома-Сити информационные агентства впервые начали оперативно публиковать новости в Интернете, тем самым продемонстрировав потенциал сети как полноценной медиаплатформы,

⁴⁵ Назметдинова И. С., Лебедева С. Э. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. – 2018. – № 4. – С. 77-85.

⁴⁶ Иовва Н. И. Новые медиа: понятие и особенности // Вестник ПГУ им. Т.Г. Шевченко. – 2020. – № 18. – С. 65-66.

способной конкурировать с традиционными каналами. Этот момент символически обозначает начало нового периода, в котором Интернет перестает быть лишь хранилищем информации, трансформируясь в активный коммуникационный ресурс, рамках которого появились новые форматы медиапрактик.

На основе рассмотренных примеров, как нам представляется, можно выделить несколько этапов исторического становления новых масс-медиа в цифровом пространстве. Первый из них связан с формированием инфраструктурных и технических оснований цифровой медиасреды. В этот период, как известно, происходило становление первых интернет-СМИ, блогов и форумов, развивалась гипертекстуальная структура коммуникации, утверждалась модель Web 1.0. При этом пользователь, что характерно, выступал преимущественно в роли потребителя информации⁴⁷. На данном этапе, стоит отметить, наблюдалась слабая институционализация новых медиа: их авторство было по преимуществу анонимным и непрофессиональным, а редакционные стандарты, по сути, отсутствовали.

Второй этап, как известно, начинается с распространения концепции Web 2.0. Здесь ключевую роль, и это, пожалуй, главное отличие от предыдущего этапа, начинает играть пользовательская активность. Аудитория вовлекается в создание контента, формируется феномен UGC (user-generated content), а платформы становятся не просто каналами, а полноценными коммуникативными средами. Этот этап характеризуется усилением интерактивности, развитием социальных сетей, блогосферы, видеохостингов, а также коммерциализацией пользовательского контента. Именно в этот период происходит профессионализация отдельных сегментов новых медиа – журналисты и медиапроизводители переходят на цифровые платформы, адаптируя классические жанры и стили под сетевую специфику⁴⁸.

⁴⁷ Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4(10). – С. 39-47.

⁴⁸ Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 931-934.

Третий этап – этап конвергенции и гибридизации продолжается по настоящее время. На этом этапе границы между новыми и традиционными медиа размываются: эфирные и печатные СМИ активно интегрируются в цифровую среду, перенимая стилистику и форматные особенности онлайн-контента. С одной стороны, новые медиа начинают институционализироваться – появляются редакционные политики, системы модерации, алгоритмы отбора информации, что сближает их с традиционными институтами⁴⁹. Вместе с этим усиливается тенденция к платформизации, где медиаплатформы становятся медиаторами и регуляторами информационных потоков. Характерной чертой этого этапа является феномен трансмедийности, при котором информация циркулирует в различных формах (текст, аудио, видео, визуал) на множестве платформ, создавая единое медиаприсутствие. Развитии алгоритмов, ИИ и автоматизированного контент-производства также становится признаком зрелой фазы цифровой медиареальности⁵⁰.

Совокупность характеристик, обусловленных цифровой природой современных медиаплатформ и сетевых коммуникационных процессов, представляет собой технологические параметры новых масс-медиа. Эти признаки определяют не только форму, но и логику функционирования медиа в цифровую эпоху, задавая новые параметры взаимодействия между производителями, потребителями и посредниками информации.

Одним из центральных технологических признаков новых масс-медиа является *мультимедийность*, которая предполагает интеграцию различных форм представления информации: текста, изображения, звука, видео и анимации. В интернете все эти компоненты работают не по отдельности, а вместе, образуя цельную коммуникативную систему – она как раз и даёт тот самый «эффект присутствия». Когда используются мультимедийные возможности, человеку становится проще вникнуть в материал, он активнее пытается его осмыслить. К

⁴⁹ Чернавский А. С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Журналистика. – 2015. – № 5. – С. 18-24.

⁵⁰ Головин Ю. А. Современные тенденции в сфере медиа // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2022. – № 1. – С. 20-25.

тому же такая подача делает информацию более динамичной и привлекательной, что особенно важно для современной медиасреды, где всё ориентировано под визуальный контент.

В цифровой среде названные элементы функционируют не автономно, а в качестве единого коммуникативного комплекса, порождающего феномен «эффекта присутствия». Интеграция мультимедийных элементов, на наш взгляд, обеспечивает пользователю углублённое восприятие материала и более активное вовлечение в процессы его смысловой интерпретации. Одновременно – и это, пожалуй, не менее важно – она способствует динамизации и повышению аттрактивности предъявления информации. Особенно это заметно в условиях современной медиакультуры, которая, как известно, ориентирована на визуальную доминанту.

Другой существенный признак – гипертекстуальность. Она представляет собой нелинейный принцип организации цифровых медиатекстов. Если традиционный текст, как мы знаем, предполагает жёсткую последовательность и фиксированную структуру, то гипертекст предоставляет читателю право самостоятельно прокладывать траекторию ознакомления с информацией, используя активные ссылки и многоуровневую навигацию. Подобная архитектура, заметим, усиливает интерактивную природу потребления контента и одновременно иллюстрирует свойства открытости и доступности, присущие цифровому медиапродукту. Благодаря гипертекстуальности возникает пространство множественных смыслов и вариативных пользовательских маршрутов, а сам медиапродукт обретает черты модульной и легко перестраиваемой конструкции.

Наконец, важнейшим технологическим параметром, на наш взгляд, выступает интерактивность. Именно она обеспечивает обратную связь и подразумевает участие пользователя в коммуникации. В новых масс-медиа адресат перестаёт быть пассивным получателем транслируемого сообщения и наделяется субъектными функциями. Он получает возможность комментировать, выражать одобрение (лайки), редактировать, распространять контент, инициировать или

поддерживать дискуссии, а также влиять на формирование повестки. Как следствие, взаимодействие с медиа приобретает двусторонний, а нередко и многосторонний характер. Формируется особая динамика восприятия: содержание становится не фиксированной сущностью, а подвижным конструктом, зависящим от действий аудитории.

Ещё одним значимым признаком, который нельзя обойти вниманием, является функционирование медиа в рамках универсальных цифровых экосистем. Эти экосистемы объединяют различные виды услуг: от коммуникации и публикации контента до алгоритмической дистрибуции, монетизации и аналитики. Платформенные решения (YouTube⁵¹, TikTok⁵², Instagram⁵³, Telegram⁵⁴ и др.) не просто размещают информацию, но структурируют её согласно определённым коммерческим, алгоритмическим и поведенческим логикам. Видимость контента, его охваты, частота и форма отображения зависят, как мы видим, не от социальной значимости сообщения, а от вычислительных механизмов и принципов ранжирования. Это, в свою очередь, сужает возможности открытой коммуникации и порождает феномен «информационных пузырей» и «цифрового шумового фона»⁵⁵.

Новые масс-медиа размывают границы между частным и публичным, официальным и неформальным, развлекательным и политическим дискурсами. Это выражается, в частности, в одновременном сосуществовании новостной информации, мемов, пользовательских мнений, экспертных комментариев и коммерческого контента в едином коммуникативном пространстве, где границы

⁵¹ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

⁵² TikTok «законсервировал» сам себя для пользователей из России еще в 2022 году.

⁵³ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г. решением Тверского районного суда г. Москвы.

⁵⁴ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

⁵⁵ Колосова А. А., Шнайдер А. А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 4(58). Ч. 1. – С. 20-23.

между ними становятся всё менее отчётливыми⁵⁶. Важнейшим аспектом, на наш взгляд, выступает мобильность, благодаря которой цифровые медиа доступны независимо от пространственных и временных ограничений. Широкое внедрение смартфонов, планшетов и систем беспроводной связи, как известно, сделало возможным непрерывный доступ к информации и привело к возникновению режима постоянного подключения – феномена, известного как «always online». Данный режим сопряжён с трансформацией привычных ритмов восприятия: происходит сокращение форматов передачи данных, а сама подача информации приобретает всё более фрагментарный характер.

Мобильность, в свою очередь, придаёт медиапотреблению ярко выраженную персонализированную направленность и одновременно повышает роль алгоритмических рекомендательных систем. Коммуникационные процессы разворачиваются в режиме реального времени, без сколько-нибудь значимых задержек, что воспитывает у пользователя способность к мгновенному реагированию и ставит скорость выше глубины проработки и точности. Такая ситуация, заметим, непосредственно влияет на природу информационного события: приоритет смещается от его всестороннего анализа к визуально-эффектному, броскому и эмоционально насыщенному способу презентации.

Как следствие, наблюдается усиление визуализации, символизации и меметизации контента. Коммуникативные коды становятся более краткими, экспрессивными и легко поддаются массовому тиражированию. Язык, используемый в цифровой среде, насыщается выразительными формами — эмодзи, гифками, мемами, визуальными аналогиями, – что влечёт за собой изменение самой логики аргументации и смещение смысловых акцентов внутри сообщения. Это приводит, на наш взгляд, к преобладанию эмоциональной риторики над аналитической, что, в свою очередь, влияет на общественно-политическое восприятие и формирование установок, особенно в молодёжной среде⁵⁷. Процесс

⁵⁶ Назметдинова И.С., Лебедева С.Э. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе // Научные труды МГГЭУ. – 2018. – № 5. – С. 21.

⁵⁷ Головин Ю. А. Современные тенденции в сфере медиа // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2022. – № 1. – С. 20-24

становления новых масс-медиа демонстрирует не просто эволюцию технологий, но и глубокую социокультурную трансформацию всей системы медиакommunikаций. Каждая фаза сопровождается изменением роли пользователя, характера медиапотребления, этики и институтов медийного регулирования.

Приведенные выше технологические признаки новых масс-медиа требуют нового подхода к пониманию природы публичности, авторства и медиавлияния. Традиционно функции медиапроизводства, верификации и редакционной модерации были сосредоточены в руках специализированных институтов – редакций, издательств, агентств. Цифровая среда предлагает широкие возможности для саморепрезентации, символического взаимодействия и социальной идентификации. В условиях новых масс-медиа идентичность всё чаще конструируется не в рамках стабильных социокультурных ролей, а через динамичную цифровую репрезентацию⁵⁸.

Любая информация может быть опубликована без предварительной проверки и соблюдения профессиональных норм. Это привело к ситуации, в которой различие между журналистом и обычным пользователем практически исчезает, а профессиональные этические стандарты утрачивают универсальность. Возникает парадокс: свобода слова расширяется, но при этом возрастает риск информационного хаоса и подмены фактов интерпретациями, нарушен базовый журналистский принцип – обязанность перед истиной⁵⁹.

Таким образом, в результате исследования было выявлено, что в современном обществе трансформация медиасреды, связанная с цифровой революцией, вызвала фундаментальные изменения не только в способах производства и распространения информации, но и в механизмах политической социализации. Новые масс-медиа стали не просто техническим продолжением традиционных СМИ, но самостоятельной и многоуровневой системой, формирующей новую логику коммуникации, взаимодействия и участия.

⁵⁸ Лапин Ф. А. Современные СМИ как глобальный политический актор // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 5. – С. 186-190.

⁵⁹ Журналистика в контексте времени: монография / под ред. Т. Н. Владимировой, В. А. Славиной, Н. В. Кодола. – М.: МПГУ, 2020. – 294 с.

Пользователь из пассивного потребителя стал активным участником медиапроизводства, а само медиа-влияние обрело интерактивный, фрагментарный и эмоционально-насыщенный характер. Эти процессы в наибольшей степени отразились на молодёжной аудитории, которая наиболее активно осваивает социальные сети, блоги, видеохостинги и другие цифровые ресурсы.

Новые масс-медиа стали для молодёжи не только источником информации, но и пространством самоидентификации. Именно в этом, на наш взгляд, заключается принципиальная задача дальнейшего анализа: новые медиатехнологии, как мы предполагаем, участвуют в формировании политических представлений, установок и мотиваций молодых людей, причём механизмы этого участия остаются во многом не до конца прояснёнными, а потому требуют отдельного и достаточно пристального рассмотрения.

1.2. Методологические основы исследования формирования сознания молодежи

В социальных и гуманитарных науках понятие «сознание» прошло, как известно, сложный путь теоретического становления. Этот путь отражает переход от преимущественно философской трактовки к его междисциплинарной интерпретации – процесс, который, заметим, далеко не завершён.

На рубеже XX–XXI столетий, в условиях глубинных цивилизационных трансформаций, вопрос формирования общественного сознания, на наш взгляд, обретает особую противоречивость и многозначность. Многоаспектность и исключительная сложность его изучения, как справедливо отмечается в литературе, обуславливают междисциплинарный характер данной проблематики, привлекая внимание представителей целого ряда научных дисциплин. Указанный феномен, бесспорно, относится к числу фундаментальных категорий не только для политологии, но также для социологии и философского знания. Причина, на наш взгляд, очевидна: он фиксирует высшую степень вовлечённости личности в политические процессы и её способность к осмысленному действию в публичной

сфере – способность, которая, как мы знаем, далеко не всегда реализуется на практике. Изучение сознания опирается на продолжительную интеллектуальную традицию, берущую начало ещё в античный период. В современной академической среде данный проблемный комплекс признаётся одним из наиболее сложных и трудно поддающихся окончательному разрешению. Образную иллюстрацию степени этой сложности, оставил А. Шопенгауэр, который в свое время охарактеризовал сознание как «загвоздку Вселенной», указав тем самым на его принципиальную необъяснимость в рамках механистических моделей.

В систему научных дисциплин, для которых категория сознания является ключевой, помимо политологии входят философия, психологии и социология. Само это понятие фиксирует уникальную человеческую способность к идеальному, то есть мыслительному, воспроизведению объективной реальности, а также к оперированию её образами в отсутствие непосредственного чувственного контакта.

В академическом сообществе укоренилось понимание сознания как высшей функции центральной нервной системы, свойственной исключительно человеку и находящейся в неразрывной связи с речевой активностью. Данная функция проявляется в ряде взаимосвязанных аспектов: в обобщённом и целенаправленном отображении внешнего мира, в мысленном конструировании предстоящих действий и прогнозировании их отдалённых результатов, также в рациональной регуляции поведения и осуществлении рефлексивного самоконтроля. «Сознание определяется как интегрирующее свойство психики, результат общественно-исторических условий формирования личности человека в трудовой деятельности при постоянном общении с другими людьми. Каждый человек является носителем этого уникального психического качества, в основе которого лежит понимание собственного Я»⁶⁰.

Научное изучение феномена сознания, как известно, насчитывает около четырёх столетий непрерывной исследовательской традиции. Однако, что

⁶⁰ Ракитянский Н. М. Понятия сознания и менталитета в контексте политической психологии // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2011. – № 6. – С. 89-103.

показательно, даже столь внушительный хронологический период не привёл к сколько-нибудь однозначным результатам. В современном научном дискурсе данная категория, на наш взгляд, продолжает сохранять предельно широкие контуры, лишённые жёстких дефинитивных границ. Под данным понятием, как правило, принято объединять сложное системное образование, включающее множество разнородных идеальных процессов: мыслительные операции, эмоциональные реакции, волевые акты, мнемические процедуры, а также механизмы воображения, воспроизведения прошлого опыта и интуитивного постижения. Перечень этот, заметим, далеко не исчерпывающий.

Академическая наука по сей день испытывает серьёзные, а во многом и принципиально непреодолимые затруднения при попытке сформулировать исчерпывающее определение сознания. Корень этих затруднений кроется в множественности существующих теоретических подходов к данной проблеме. Основной недостаток подавляющего большинства известных определений заключается в том, что они, прямо или косвенно, фиксируют внимание на полисемантичности и своего рода психологической «бескачественности» данного понятия. Иными словами, такие дефиниции оказываются малосодержательными, не позволяют осуществить концептуальную схематизацию феномена сознания, что, в свою очередь, порождает устойчивое представление о его неизрекаемости и принципиальной непознаваемости. Эту непознаваемость в метафорической форме выразил К.Г. Юнг, утверждавший, что «сознание есть условие возможности бытия»⁶¹.

XX столетие стало во многом переломным этапом в исследовании данной проблематики. Именно в этот период в научный оборот, а впоследствии и в повседневную коммуникацию прочно вошло понятие политического сознания, без которого сегодня невозможно представить себе формирование ни политической сферы обыденную речь вошла категория политического сознания, без которой

⁶¹ Юнг, К. Г. Сознание и бессознательное / К. Г. Юнг. – Текст: электронный // gumfac.ru: социально-гуманитарный портал. – URL: http://gumfac.ru/psy/jung_s_01.shtml (дата обращения: 14.04.2026).

трудно представить формирование политической сферы ни общественного сознания как целостного образования.

Как зарубежные, так и отечественные мыслители внесли вклад в создание фундаментальных работ, посвящённых отдельным аспектам ментальности, и особенностям генезиса политического сознания. Достаточно указать в этой связи на имена М.А. Барга⁶², Й. Рюзина⁶³. Параллельно предпринимались попытки целостного и многомерного анализа применительно к целым историческим эпохам. Один из центральных методологических вопросов в данной области касается соотношения общественного сознания – понимаемого как реальный процесс коллективной жизни людей и их мировоззрения. Поиск ответа на этот вопрос предполагает, в частности, выяснение того, в какой мере общественное сознание способно полно и глубоко отражать мировоззренческие структуры. Это, в свою очередь, позволяет понять, насколько адекватно люди осознают процессы, протекающие в обществе, а следовательно – каковы их возможности для адаптации и для творчески-преобразующей деятельности, осуществляемой в собственных интересах. Категории «мировоззрение» и «общественное сознание» выполняют важную методологическую функцию при исследовании общества в целом и при анализе отдельных социальных явлений. Корректное понимание взаимодействия указанных сторон открывает путь к научному постижению общества как сложной социальной системы, а также к анализу отдельных явлений – будь то в экономической, социальной, политической или духовной сферах.

Политическое сознание представляет собой одну из ключевых форм общественного сознания. Оно возникает одновременно с появлением государственных институтов и политической власти. Это наиболее широкая категория, используемая для характеристики политической сферы. По своему содержанию данная форма охватывает как чувственные и теоретические, так и ценностные и нормативные представления граждан, через которые опосредуются

⁶² Барг, М. А. Эпохи и идеи: становление историзма / М. А. Барг. – Москва: Наука, 1987. – 348 с. – Текст: непосредственный.

⁶³ Рюзин, Й. Политическое сознание: теоретико-методологические аспекты / Й. Рюзин. – Текст: непосредственный // Вопросы политологии. – 2015. – № 3. – С. 42-58.

их связи с институтами власти. Несмотря на всю многогранность и концептуальную сложность проблемы сознания, в современной политической психологии предпринимаются попытки выработать рабочие варианты его определения. Так, в «Теории политики» под редакцией Б.А. Исаева указывается, что политическое сознание включает в себя не только научно-теоретическое знание, но также представления, складывающиеся в ходе осмысления повседневной жизненной практики⁶⁴.

Е.Б. Шестопад, в свою очередь, рассматривает политическое сознание человека, органично вписанное в сложную структуру его психической деятельности и функционирующее в соответствии с её внутренними закономерностями. Исследователь определяет его как восприятие той части окружающей действительности, которая связана с политикой, вопросами власти и подчинения, его институтами»⁶⁵.

А.В. Селезнева, не углубляясь в сущностную характеристику данного феномена, сосредоточивает внимание на его структурной организации. Она выделяет в политическом сознании личности два слоя. Верхний, относительно подвижный под воздействием текущих социально-политических изменений слой образуют политические представления. Базовое же, глубинное ядро составляют политические ценности, которые в конечном счёте детерминируют отношение граждан к власти и политике в целом⁶⁶.

А.И. Юрьев в своей работе «Введении в политическую психологию», анализируя психологическую структуру политического сознания, отмечает, что сознание, выступая в качестве высшего интегратора психической жизни, выполняет эту функцию благодаря тому, что все его компоненты также наделены

⁶⁴ Исаев, Б. А. Теория политики: учебное пособие / Б. А. Исаев; под ред. Б. А. Исаева. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 464 с.

⁶⁵ Шестопад, Е. Б. Политическая психология: учебник для вузов / Е. Б. Шестопад. – Москва: Аспект Пресс, 2018. — 368 с.

⁶⁶ Селезнева, А. В. Политико-психологические аспекты формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи / А. В. Селезнева. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2015. – № 6. – С. 54-68.

интегративной способностью⁶⁷. В частности, память аккумулирует значительные массивы политически релевантной информации. Внимание в каждый конкретный момент времени связывает политического субъекта с определённым объектом окружающей среды и с политическим контекстом в целом. Чувства и воля выступают в качестве интегральных регуляторов политического поведения и деятельности в конкретных политических условиях. При этом память, восприятие и мышление преимущественно реализуют отражательную (когнитивную) функцию, тогда как внимание, чувства и воля – главным образом регулятивную. Исследование политического сознания и сопоставление его содержательных характеристик с теоретическими конструктами, выработанными в философии, политологии, социологии, экономике и иных дисциплинарных областях, приобретает критическое значение для адекватной оценки состояния современного социума, обоснованного принятия управленческих решений на всех уровнях публичной власти, а также для регуляции общественных процессов в целях предотвращения конфликтов на политической и социальной почве.

В научной традиции наибольший исследовательский интерес традиционно вызывает анализ содержания политического сознания в рамках различных теоретико-методологических подходов. Гносеологический подход акцентирует внимание на отдельных аспектах данного феномена, фокусируясь на содержательном наполнении политического сознания, его структурных компонентах и уровнях организации. Аксиологический подход обосновывает необходимость изучения морально-психологической сферы деятельности людей, рассматривая ценностные ориентации в качестве ключевого элемента политического сознания. Социологический подход воплощает ту связь между поколениями и этапами общественного развития, которая служит стержнем всей социальной организации и выступает предпосылкой её нормального функционирования. Исторический подход охватывает знание, понимание и

⁶⁷ Юрьев, А. И. Введение в политическую психологию / А. И. Юрьев. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2012. – 320 с.

эмоциональное отношение людей к историческому прошлому, его взаимосвязь с современностью и возможное проецирование в будущее.

Занимая особое место в системе общественного сознания, политическое сознание отражает не только отношение индивида к политической власти и институтам, но и степень включённости в процессы принятия решений, оценки легитимности власти и смысла политического участия. В социальной реальности, насыщенной идеологическими конфликтами, символами и медийными образами, политическое сознание формируется как результат взаимодействия множества факторов – от исторических и институциональных до психологических и информационных. Содержательно политическое сознание включает три взаимосвязанных уровня: когнитивный (знания и представления о политике), аксиологический (ценности, идеалы, ориентации) и поведенческий (готовность к участию, протесту или дистанцированию). Эта структура была разработана в рамках политической психологии и социологии в связи с необходимостью объяснения политических установок и практик в условиях меняющейся политической культуры⁶⁸.

В условиях постиндустриального типа общества политическое сознание обретает свойство опережать наличную политическую практику, прогнозировать развитие политических процессов, задавать направленность деятельности как отдельных индивидов, так и создаваемых ими общественных объединений в сфере властных отношений. Именно по этой причине содержательное наполнение и общая направленность политического процесса, равно как и цели и средства режима правления, а также способы реализации властных полномочий, находятся в прямой зависимости от состояния политического сознания. Сущность последнего раскрывается в двух аспектах: во-первых, как результат, а во-вторых, как процесс отражения и последующего освоения политической действительности, осуществляемого сквозь призму интересов социальных субъектов.

⁶⁸ Селезнёва А.В. Российская молодёжь: политико-психологический портрет на фоне эпохи. – М.: Аквилон, 2022. – 288 с.

При этом необходимо особо подчеркнуть, что анализ соотношения политического и общественного сознания не может ограничиваться исключительно абстрактно-категориальным уровнем оперирования понятиями. Требуются критические исследования, направленные на изучение мировоззренческих, культурных и социально-антропологических оснований общественного сознания, функционирующего в современном социуме.

Е.Б. Шестопа́л отмечает, и с этим, на наш взгляд, трудно не согласиться, что политическое сознание индивида органично включено в многоуровневую структуру его психической деятельности и функционирует сообразно её внутренним закономерностям. Она определяет его как восприятие той части окружающей действительности, которая связана с политической сферой, вопросами властных отношений и государственно-институциональным устройством⁶⁹.

В свою очередь, А.В. Селезнева сосредоточивает внимание на структурной организации политического сознания, выделяя в нём два уровня. Верхний, относительно подвижный под влиянием текущих социально-политических трансформаций, образуют политические представления. Глубинное же, базовое ядро составляют политические ценности, в конечном счёте определяющие отношение граждан к власти и политической системе в целом⁷⁰. Это различие, заметим, имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

А.И. Юрьев, рассматривая психологическую структуру политического сознания, акцентирует внимание на том, что сознание, будучи высшим интегратором психической жизни, реализует данную функцию благодаря тому, что все его компоненты также наделены интегративной способностью. Память, как он подчёркивает, агрегирует массивы политически значимой информации, внимание

⁶⁹ Шестопа́л, Е. Б. Политическая психология: учебник для вузов / Е. Б. Шестопа́л. – Москва: Аспект Пресс, 2018. – 368 с. – С.112.

⁷⁰ Селезнева, А. В. Политико-психологические аспекты формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи / А. В. Селезнева. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2015. – № 6. – С. 58.

связывает субъекта с политическим контекстом, а чувства и воля выступают интегральными регуляторами политического поведения и деятельности⁷¹.

В контексте информационного общества политическое сознание, на наш взгляд, утрачивает свою гомогенность и универсальность. Оно приобретает черты индивидуализации, персонализации и платформенной специфики: каждый субъект формирует собственный «политический профиль», основываясь на селекции источников, авторитетных фигур и ролевых моделей. Данное обстоятельство, как представляется, осложняет задачу политического анализа, поскольку прежние методики, базировавшиеся на идеологической типологизации и массовом электоральном поведении, утрачивают прогностический потенциал. Вследствие этого возникает необходимость смещения исследовательского фокуса в сторону выявления символических, коммуникативных и культурных оснований политического мышления – особенно в молодёжной среде, где эти процессы, на наш взгляд, проявляются наиболее остро.

Таким образом, политическое сознание, на наш взгляд, представляет собой сложную, поликомпонентную систему, конституирующуюся на пересечении рационального анализа, культурных интерпретаций, эмоциональных предпочтений и поведенческих стратегий.

По мнению профессора С.В. Володенкова, «одним из вызовов в сфере общественно-политического развития может стать ситуация крайне низкой предсказуемости векторов развития социально-политических процессов в условиях высоких скоростей цифровой коммуникации. В подобной ситуации традиционные линейные прогностические модели могут не работать, что формирует риски существенного снижения управляемости цифровых обществ»⁷².

При изучении феномена политического сознания центральным остаётся вопрос о статусе молодёжи как социальной группы. Молодёжь – это не только

⁷¹ Юрьев, А. И. Введение в политическую психологию / А. И. Юрьев. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2012. – 320 с. – С.147.

⁷² Володенков С.В. Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13, № 2. – С. 6-24.

биологически ограниченная возрастная категория, но и особое социальное и культурное состояние, характеризующееся специфическими формами жизнедеятельности, типами идентичности, коммуникативными стратегиями и степенью вовлечённости в общественные процессы. Владимир Ильич Чупров, российский учёный-социолог, специализирующийся на исследовании проблем молодёжи, занимающий должность главного научного сотрудника в Институте социально-политических исследований Российской академии наук, предложил систематизацию теоретических подходов к изучению молодёжи, выделив несколько ключевых направлений.

В рамках психоаналитического направления он рассматривает работы таких исследователей, как Г.С. Холл, К.Г. Юнг, а также труды И.С. Кона, С.Н. Иконниковой, В.Т. Лисовского, А.И. Ковалевой и других авторов, развивавших психоаналитические традиции в изучении молодёжного сознания и поведения.

Структурно-функциональное направление, согласно классификации Чупрова, представлено исследованиями Ш. Эйзенштадта, Ф. Малера

В русле российской социологической традиции к данному блоку, на наш взгляд, могут быть отнесены исследования, затрагивающие проблематику социальной мобильности (работы М.Н. Руткевича, Ф.Р. Филиппова), а также труды, посвящённые анализу положения и функциональной роли молодёжи в социально-стратификационной структуре общества (Н.М. Блинов, И.М. Слепенков, В.И. Староверов, В.А. Мансуров).

Особое положение в предлагаемой систематизации, как справедливо отмечает сам Чупров, занимает культурологическая исследовательская традиция. Она фундирована концептуальными построениями К. Мангейма, М. Мид, Т. Роззака, Ч. Рейча, Л.С. Выготского. В рамках указанного подхода В.И. Чупров обращает внимание на изучение молодёжных субкультурных образований, ценностно-мировоззренческих установок (труды Е.А. Гришиной, А.А. Козлова, В.Б. Чурбанова, А.И. Шендрика, Г.М. Миньковского), а также на анализ неформальных молодёжных объединений.

Социально-производственное направление (научная школа В.И. Чупрова) фокусируется, в свою очередь, на исследовании места и функциональной роли молодёжи в системе общественного производства, процессов её профессионально-трудовой социализации, механизмов включения в производственные отношения и трудовую деятельность. К данному исследовательскому вектору В.И. Чупров относит как собственные труды, так и работы представителей его научной школы, последовательно развивающих означенную проблематику в рамках социологической дисциплины. Отдельным блоком в классификации Чупрова выделяется ювенологическое направление, которое фокусируется на комплексном междисциплинарном изучении молодёжи как особой социально-возрастной группы. В рамках этого подхода рассматриваются вопросы ювеноальной политики, социализации и интеграции молодых людей в общество. К числу исследователей, чьи труды относятся к данному направлению, Чупров причисляет В. Адамски, Л. Розенмайр, К. Господинова, Ф. Малера, а также российского учёного Е.Г. Слуцкого и других авторов, работающих в русле ювенологического подхода⁷³.

Таким образом, теоретическое осмысление молодёжи происходит в предметных полях различных наук: как гуманитарных, так и естественных. Подход к молодёжи как к объекту политико-социологического анализа предполагает, с одной стороны, выявление её устойчивых поколенческих характеристик, а с другой – понимание внутренней гетерогенности и изменчивости её социальной природы в зависимости от исторического и институционального контекста. Прежде всего необходимо определить возрастные границы молодёжи как аналитической категории. Этот вопрос не имеет универсального ответа ни в науке, ни в законодательстве.

В международной практике используются различные критерии. Согласно данным, приведённым Киреевой и Филипповым⁷⁴, в странах Африки, Азии и Европы возраст молодёжи варьируется от 12 до 35 лет: например, в Китае и

⁷³ Молодежная политика в современной России: учебн. пособие для вузов / Т.К. Ростовская, Е.А. Князькова. – М.: Юрайт, 2020. – 155 с.

⁷⁴ Киреева О. Ф., Филиппов И. М. Молодежное лидерство: проблемы участия молодёжи в политической коммуникации // Коммуникология. – 2022. – Т. 10, № 1. – С. 98-106.

Марокко молодёжь охватывает возраст от 14 до 35 лет, в документах ЕС и ООН – от 15 до 24 или 29 лет соответственно⁷⁵. В России до конца 2020 года верхняя граница официально фиксировалась на уровне 30 лет, однако с принятием Федерального закона № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации» возрастной диапазон был расширен: к молодёжи теперь относят лиц от 14 до 35 лет включительно⁷⁶.

Многие отечественные исследователи, в том числе А. В. Селезнёва, Ю. А. Зубок и В. И. Чупров, рассматривают молодёжь как социально-демографическую группу, объединяемую не только возрастными рамками, но и особенностями положения в структуре общества. Сюда входит промежуточный статус между детством и зрелостью, неопределённость профессиональной и социальной идентичности, высокая пластичность политических установок, восприимчивость к символическим моделям и медиареальностям.

По определению А. В. Селезнёвой молодёжь – это политическое поколение, формирующее свою субъектность в процессе социализации в условиях трансформирующегося общества, цифровизации и сетевой культуры⁷⁷. Сложность концептуализации молодёжи определяется также тем, что она не является однородной группой ни по социальному происхождению, ни по уровню образования, ни по типу включенности в политические процессы. Молодёжь представляет собой одновременно объект институционального контроля и субъект инновационных форм политической активности.

В условиях современных изменений – кризиса доверия, фрагментации идентичностей, нестабильности занятости – молодёжь как группа может

⁷⁵ Информационная справка по возрастным границам молодёжи // Национальный совет молодёжных и детских объединений России. URL: <https://youthrussia.ru/docs/informacionnaya-spravka-po-vozrastnym-granicam-molodyozhi> (дата обращения 12.12.2023)

⁷⁶ Федеральный закон «О молодёжной политике в Российской Федерации» № 489-ФЗ от 30.12.2020.

⁷⁷ Селезнёва А. В. Российская молодёжь: политико-психологический портрет на фоне эпохи. – М.: Аквилон, 2022. – С. 288.

одновременно демонстрировать черты социальной маргинализации и высокой гражданской активности⁷⁸.

Междисциплинарный исследовательский ракурс применительно к молодёжной проблематике, на наш взгляд, предполагает интеграцию данных возрастной психологии, социологии молодёжи, политической теории и культурологической аналитики. В рамках возрастной психологии молодость трактуется, как стадия становления автономной идентичности, социального ориентирования и гражданского самосознания. Социологическая перспектива рассматривает её как фазу выбора жизненных стратегий, включения в трудовую сферу и накопления опыта общественного участия. Политологический подход, в свою очередь, акцентирует данный период как этап формирования политической субъектности, в ходе которого осуществляется первичная политическая социализация и закладываются основы восприятия властных институтов и норм политического участия.

В рамках политико-социологического анализа особую значимость, на наш взгляд, обретает концепция формативного периода (17–25 лет). Согласно К. Мангейму, именно в этом возрастном интервале складываются устойчивые когнитивно-ценностные матрицы, определяющие последующий политический опыт индивида. Данный возрастной диапазон, как справедливо отмечается, характеризуется максимальной восприимчивостью к идеологическим конструкциям, символическим формам, политическим мифам и массовым движениям. Указанный период, что особенно важно, знаменует собой переход от гетерономной социализации (осуществляемой под влиянием семьи и школы) к автономному формированию мировоззренческих оснований и политической идентичности.

С позиций политической психологии молодёжь отличается сочетанием аффективной реактивности и устремлённости к социальной самоидентификации.

⁷⁸ Головин Д. А. К вопросу об изучении факторов, влияющих на политическое сознание современной российской молодёжи // Социально-политические науки. 2020. – Т. 10, № 6. – С. 80-90.

Это сочетание, на наш взгляд, обуславливает её одновременно повышенную уязвимость перед манипулятивными стратегиями и потенциальную способность к политической мобилизации. Как отмечают ряд экспертов, молодые люди активно апробируют новые форматы выражения гражданской позиции – среди них цифровые петиции, флешмобы, акционистские практики, сетевое самовыражение. При этом, что показательно, прямой контакт с государственными институтами ими зачастую сознательно избегается.

Таким образом, в политико-социологическом измерении молодёжь, на наш взгляд, трактуется не как статичная категория, а как динамичное поколенческое образование, формирующееся в условиях интенсивных общественных трансформаций. Возрастные границы 14–35 лет в данном случае, заметим, не являются произвольными: они фиксируют реальное удлинение стадии молодости как переходного состояния – от зависимости к автономии, от подчинённого положения к полноценной субъектности. Именно указанное обстоятельство превращает молодёжь в специфический объект политического анализа: она одновременно восприимчива, лабильна и открыта инновационным проявлениям политической субъектности.

Для молодого поколения, как показывает практика, особенно характерно дискретное усвоение политической информации, при котором фрагментарные знания, эмоциональные отклики и ситуативная активность сосуществуют в гетерогенном единстве.

Это, в свою очередь, требует подключения дополнительных аналитических уровней – например, изучения символических конструкций, мифов, архетипов.

Киреева О.Ф., Филиппов И.М.⁷⁹, в свою очередь, обращают внимание на то, что политическая социализация молодёжи в условиях медиатизации приобретает всё более нелинейный характер и сопровождается неформальными практиками участия, символическим протестом, эстетизацией политических образов.

⁷⁹ Киреева О.Ф., Филиппов И.М. Молодежное лидерство: проблемы участия молодежи в политической коммуникации. Коммуникология. 2022;10(1):98-106. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-1-98-106>

Выводы по первой главе

Следует отметить, что раскрыть внутреннюю противоречивость и латентную динамику молодёжного сознания способна лишь комплексная аналитическая стратегия, объединяющая количественные и качественные методы. При этом важно иметь в виду: сознание не является неподвижной системой убеждений, это живая, подвижная и социально сконструированная структура, которая меняется под воздействием информационной среды, кризисных явлений, коллективных травм и общественных ожиданий.

Политическое сознание представляет собой сложное образование, включающее когнитивный, ценностный (аксиологический) и поведенческий компоненты. Его формирование детерминировано совокупным влиянием институтов (семьи, школы, медиа, государства), социокультурными контекстами и индивидуальным опытом. Молодёжь в этом отношении выступает как социальная группа, находящаяся в переходной фазе между зависимостью и зрелостью, с высокой степенью чувствительности к символическим и визуальным формам политики. Молодёжной когорте, как показывают наблюдения, в наибольшей степени присущи такие характеристики политического сознания, как ценностная лабильность, повышенная аффективность, предрасположенность к символическим формам активности и, что особенно интересно, ориентация на нетрадиционные источники информации. Перечень этот, конечно, далеко не исчерпывающий, но он позволяет уловить самую суть.

Авторский опрос, проведённый в период май–июнь 2025 года, дал следующие результаты. Социальные сети аккумулируют 53,5% упоминаний, мессенджеры – 52,5%, видеоплатформы – 35,6%, а традиционные медиа (телевидение, печатные издания) – лишь 30,7%. То есть разрыв, как мы видим, весьма существенный. Доля респондентов, указавших «комментарии и обсуждения в социальных сетях», составила 17,8%; «учёба, работа, дом» – 15,8%; а вариант «не приходилось сталкиваться» выбрали 8,9% опрошенных. Эти цифры, на наш взгляд, говорят сами за себя.

Методологический анализ, проведённый в ходе исследования, подтвердил, что изучение политического сознания молодёжи не может быть сведено к рамкам какого-либо одного дисциплинарного подхода – здесь, очевидно, необходима комплексная стратегия, интегрирующая различные теоретические и эмпирические инструменты. И, пожалуй, самое важное: особого внимания заслуживает тот факт, что доминирование цифровых каналов коммуникации оказывает воздействие не только на тематическое наполнение получаемой информации, но и на саму конфигурацию ориентационной системы. Иными словами, у молодого человека формируется специфическое представление о том, каким источникам следует доверять, а каким – нет. Что, заметим, происходит порой совершенно неосознанно. Иными словами, канал передачи сообщения начинает влиять на авторитетность источника не меньше, чем само содержание.

Таким образом, в первой главе исследования удалось задать теоретико-понятийные рамки, необходимые для последующего анализа, а также сформулировать основные исследовательские подходы, с помощью которых предполагается изучать воздействие новых масс-медиа на политическое сознание молодёжи. Эти рамки и подходы в совокупности создают базу для дальнейшего эмпирического исследования, представленного в последующих главах.

Можно сделать вывод о том, что современные медиа не просто модифицируют процесс социализации, но задают новую логическую структуру политической коммуникации, особенно значимую для молодёжи.

В контексте выявленных характеристик можно перейти к эмпирическому анализу содержания, направленности и форм влияния цифровой медийной среды на политические установки и поведение молодых граждан, что является предметом следующей главы исследования.

Глава 2. МАСС-МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЁЖИ

2.1. Система факторов влияния на массовое сознание

Повседневная жизнь современного молодого человека радикально изменилась с появлением цифровых коммуникаций. Сети стали одной из основных форм «организации и взаимодействия социальных, политических и экономических сил»⁸⁰. Выступая в роли доминирующего канала социальной коммуникации, новые масс-медиа радикально меняют способы получения, переработки и интерпретации информации.

Прежде чем приступить к детальному изучению изменений политического сознания молодёжи в эпоху цифровых медиа, необходимо прояснить важные ключевые понятия. Процесс усвоения молодым человеком политических норм и ценностей, формирующий его гражданскую идентичность, называют политической социализацией. В то же время политическая индифферентность отражает безразличие и отсутствие интереса к политике. Политическую активность принято дифференцировать по форме и среде реализации. В первом случае выделяют активность реальную (непосредственное включение человека в политические действия, например участие в выборах или работе партий) и символическую – когда позиция выражается через цифровые маркеры: лайки, репосты, мемы, визуальные образы, не требующие физического присутствия. Во втором случае основанием для различения служит среда: офлайн-участие предполагает такие практики, как митинги, пикеты, волонтёрская деятельность; онлайн-участие – подписание электронных петиций, дискуссии на форумах, проведение кампаний в социальных сетях.

Ценности трактуются здесь как устойчивые принципы, разделяемые группой или обществом (в частности, справедливость, равенство, свобода). Антиценности, напротив, представляют собой протестные либо деструктивные установки,

⁸⁰ Добринская Д. Е. Киберпространство: территория современной жизни // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. – 2018. – № 1. – С. 54.

которые подрывают сложившиеся нормы гражданской культуры и могут вести к социальной дезинтеграции.

Анализ того, как цифровые технологические трансформации воздействуют на политические идеологии, возможен в рамках двух подходов – их можно условно обозначить как критический и детерминистский. Сторонники критического подхода настаивают на том, что цифровая среда выполняет главным образом роль дополнительного канала трансляции идеологических смыслов, не меняя их сущностно. Детерминистский подход, напротив, исходит из признания обратной связи: под влиянием таких явлений, как социальные сети, интернет вещей, системы искусственного интеллекта и деятельность крупных цифровых корпораций, прежние идеологические конструкты способны трансформироваться, а в ряде случаев – возникать и вовсе новые. Иными словами, технологические изменения здесь рассматриваются не как нейтральный фон, а как активный фактор идеогенеза⁸¹.

Новые цифровые медиа и социальные сети кардинально трансформируют политическое сознание молодёжи в России, странах Европы и по всему миру. Современное поколение «цифровой» молодёжи, выросшей в эпоху Интернета и гаджетов, иначе потребляет и обсуждает политическую информацию. Становясь ближе по ценностям к сверстникам во всем мире, чем к старшим поколениям собственной страны. Тем не менее национальный контекст порождает и различия. В США и европейских государствах социальные сети уже стали важнейшим инструментом публичной политической дискуссии, тогда как в России их влияние на политическую жизнь молодёжи пока ощутимо ниже, хотя неуклонно растёт.

Основные положения настоящего анализа опираются на ранее опубликованные материалы автора, в которых анализировались особенности трансформации политического сознания под воздействием цифровых медиа⁸².

⁸¹ Федорченко С. Н. Политические идеологии в условиях цифровых технологических трансформаций // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2024. – № 2. – С. 8-9.

⁸² Шарков Ф. И., Дадаев З. А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической антропологии) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. – №1(2). – С.79-87.

«Магистральные коммуникации экономической и политической сферы стали особенно активными в цифровом пространстве, что требует особого внимания по отношению к электронной демократии, что особо затрагивает современную молодёжь. Одними из актуальных вопросов в рамках исследования политического сознания молодого поколения являются процесс ее адаптации к изменяющимся общественным отношениям, а также восприятие и оценка современной идеологии. Тот факт, что новое поколение выросло в условиях погружения в коммуникации посредством смартфонов и социальных сетей, включило молодых людей в совершенно новую систему экологии медиапространства, логика которой отличается от логики «доцифрового мира»⁸³.

При этом трансформация политического сознания молодёжи в цифровую эпоху происходит неравномерно и зависит от этнокультурных, гендерных и региональных факторов. Так, Республика Дагестан представляет собой уникальный пример, где политическая социализация молодёжи осуществляется в условиях межэтнического и конфессионального многообразия, влияющего на формы гражданского участия, восприятие институтов власти и медиапотребления. Регион демонстрирует политическую социализацию, отличающуюся от общероссийских и западных моделей. Это происходит в условиях многонациональной среды, где согласовываются этническая, конфессиональная и гражданская идентичности. В «массовом сознании не только молодого поколения, но и всего дагестанского населения важное место занимает этноконфессиональная идентичность, то есть рассмотрение религиозной и национальной принадлежности как составных частей идентификационного процесса»⁸⁴.

Цифровые медиа, как мы видим, выступают своего рода катализатором политической вовлечённости и содействуют становлению локальных форм солидарности. Однако – и это, наверное, ключевой момент – осуществление данного процесса сопряжено с необходимостью глубокого учёта культурных и

⁸³ Sharkov F. I., Silkin V. V., Abramova I. E., Kirillina N. V., «Violation of information ecology in media space», RUDN Journal of Sociology. – 2018. – №18(4). – S. 765-775.

⁸⁴ Шахбанова М. М. Этническая идентичность дагестанской молодёжи: динамика и содержание // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2023. – № 2. – С. 282-287.

социальных нормативных регуляторов. Без их осмысления, как нам представляется, любые технологические либо институциональные решения рискуют остаться сугубо формальными, то есть не дать ожидаемого эффекта.

Гендерный фактор в данном контексте также обнаруживает заметное влияние. Эмпирически, как показывают исследования, подтверждается, что мужчины чаще демонстрируют инициативность в политических действиях, тогда как женщины в ряде случаев оказываются ограничены культурными предписаниями и религиозными установками. Здесь, заметим, не просто статистический факт, а реальность, с которой приходится считаться при выработке каких-либо практических рекомендаций.

Более того, даже в условиях развитой цифровой инфраструктуры проблема качественной политической информированности, как ни странно, не утрачивает своей остроты. Напротив, возникают новые риски, связанные с дезинформационными потоками и фрагментарным, поверхностным восприятием сведений. И здесь, на наш взгляд, кроется один из главных вызовов современности.

Обращаясь к процессу формирования политического сознания именно у молодёжной когорты, следует, очевидно, выделить ряд ключевых факторов, воздействие которых оказывается наиболее существенным. В современном общественном дискурсе, как известно, достаточно устойчиво воспроизводится позиция, согласно которой молодое поколение сталкивается с вызовами, на которые ни общество в целом, ни государственные институты на настоящий момент не выработали адекватных ответных стратегий. При этом как средства массовой информации, так и отдельные научные публикации – и это, пожалуй, особенно тревожно – нередко конструируют образ молодёжи как «потерянного поколения». Акцентируется распространённость среди неё таких девиантных проявлений, как наркотическая зависимость, агрессивное поведение, предрасположенность к насильственным действиям. Подобная риторика, в свою очередь, способствует устойчивому воспроизводству в общественном сознании негативного стереотипного восприятия молодых людей. Что уже само по себе становится проблемой.

Отдельного рассмотрения заслуживает ситуация молодёжи, проживающей в многонациональных регионах. Помимо общих для всей возрастной группы проблем (неустойчивость ценностных ориентаций, переходный социальный статус, высокая зависимость от информационной среды), эти молодые люди сталкиваются с дополнительными вызовами в сфере межнационального и межкультурного взаимодействия. Здесь политическое сознание формируется под перекрёстным влиянием этнических идентичностей, языковых практик, исторической памяти и современных медийных нарративов, что требует особой аналитической осторожности при интерпретации эмпирических данных⁸⁵. В ситуации обострения межконфессиональных и межнациональных отношений эта проблема становится угрозой не только для регионов, но и для всего общества. Концепция «Медиа в демократии» признает потенциальную роль средств массовой информации в предотвращении конфликтов, управлении конфликтами и постконфликтных коммуникаций⁸⁶.

Молодёжь играет центральную роль во многих усилиях по улучшению жизни своих сообществ. Однако наблюдается и некоторое безразличие нынешней молодёжи по сравнению с молодёжью 60-х и 70-х годов прошлого века. Этот образ основан на том, что молодежная политика не получила широкого распространения среди молодёжи. Среди молодых людей можно найти сотни мотивированных самыми разными причинами молодежных групп, вносящих свой вклад в жизнь своих сообществ. К сожалению, на страницах газет и других СМИ таких ярких примеров почти что не приводится. Существует определенное мнение в отношении того, что традиционные системы социализации перестали функционировать в полной мере и что молодёжь создает свои собственные альтернативные пространства для общения.

⁸⁵ Шарков Ф. И., Дадаев З. А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической антропологии) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. – № 11(2). – С.79-87.

⁸⁶ Шарков Ф. И., Силкин В. В. Межкультурные и этноконфессиональные медиакоммуникации. – М.: Дашков и Ко, 2025. – 213 с.

В магистральных коммуникациях в обществе действующими лицами наряду с субъектами гражданского общества и представителями власти становятся молодые люди. Нынешнее поколение сформировалось в контексте двух трансформаций, произошедших в современных обществах в ходе процесса изменения политических систем и коммуникационных структур. Одновременно эти изменения происходили в условиях системного кризиса: экономического, политического, миграционного, пандемического и т.д. Такая ситуация подтолкнула многих молодых людей к альтернативным формам участия в социально-политической жизни общества, в которых они действуют в соответствии с представлениями, основанными на разочаровании, и чаще всего руководствуются логикой социальных сетей.

В эпоху цифровых технологий молодое поколение находится в постоянном контакте с другими людьми через опосредованные отношения (не только через социальные сети) и имеет доступ к огромному контенту, создаваемому по всему миру. Молодые люди неразрывно связаны со своими гаджетами, а социальные сети используют для общения, развлечений, получения информации и осуществления политической коммуникации. Центральная роль, которую социальные сети играют в их жизни, отдаляют от информации, распространяемой традиционными СМИ, особенно новостными; восприятие политики в основном через призму цифровых сетей сблизило их с медиацией, основанной на алгоритмических фильтрах. Это привело к тому, что динамика потребления информации строится вокруг отрыва от новостей и политизации, основанной на разрыве с традиционными институтами. В этих условиях молодёжь позволяет манипулировать собой путем агрессивного, политически некорректного воздействия, которое проводится под лозунгом свободы самовыражения.

Сталкиваясь с потоком информации, молодые люди предпочитают альтернативные, более горизонтальные каналы. Такой подход отдаляет их от институционального и журналистского посредничества: недостаточно того, что

такой контент доступен в цифровой ленте молодых людей, поскольку они предпочитают то, что соответствует их представлениям о релевантности⁸⁷.

Техническая модель коммуникации, которую представляет институциональный дискурс, является слишком сложной для понимания молодёжи. Молодёжь считает неформальность, близость и эмоциональность своего любимого контента более привлекательными доступными и убедительными. Молодые люди также считают личные истории более аутентичными, искренними и правдивыми и, следовательно, более заслуживающими доверия. Таким образом, на политическую жизнь молодых людей влияет множество факторов, в том числе негативных. При всем желании или нежелании современная молодёжь является альтернативной по отношению к предыдущим поколениям людей.

Особенность современной медиареальности заключается в том, что она не только представляет собой платформу для трансляции смыслов, но и становится активным пространством для формирования новых когнитивных и эмоциональных установок. Система ценностных ориентаций и представлений личности о политике формируется в условиях высокой турбулентности информационных потоков, доминирования визуальных и фрагментарных форм подачи материала⁸⁸. Меняется базовая модель восприятия политики у молодёжи: от институциональной, на взаимодействие с государственными институтами, к ситуативно-медийной, основанной на символическом, а порой и эмоционально-потребительском отношении к политическим событиям. Значительная часть молодых людей демонстрирует дистанцированность от формальной политики при сохранении интереса к отдельным политическим темам, актуализированным медийными повестками⁸⁹.

⁸⁷ Шарков Ф.И., Дадаев З.А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической антропологии) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. – № 11(2). – С.79-87.

⁸⁸ Галас М. Л. Особенности политического сознания и поведения российской молодёжи в условиях турбулентности миропорядка // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2023. – № 13(1). – С.111-121.

⁸⁹ Малик Е.Н. Формирование социально-политического потенциала молодёжи в условиях интернет-социализации // Управленческое консультирование. – 2022. – № 8. – С. 94-107.

Таким образом, новые масс-медиа не только трансформируют каналы и формы участия, но и переопределяют само содержание политического опыта молодёжи. Молодые граждане всё чаще реализуют альтернативные формы социально-политической активности. Такие как электронное голосование и подписание онлайн-петиций. Основными инструментами политической коммуникации стали социальные сети и мессенджеры. Молодёжь участвует в общественной жизни через «лайки», репосты, мемы. Присутствует эффект вовлечённости, но без непосредственного участия в офлайн-процессах. Подобная «онлайн-активность» носит во многом символический характер, сигнализируя о поддержке тех или иных идей, не переходя в институциональное действие. Такая форма участия позволяет молодёжи стать не только объектом, но и самостоятельным субъектом политической социализации, однако она же таит риск поверхностности участия.

В условиях фрагментированного медиапространства, где интерпретация реальности различается, у части молодых людей формируются взгляды, отличные от доминирующих политических ценностей, а иногда и противоречащие им. Это явление можно обозначить как «политические антиценности». Оно возникает как реакция на кризис доверия к государственным институтам, средствам массовой информации и официальному дискурсу. В цифровой среде такие взгляды нередко формируются в оппозиционных сообществах. Критика политического устройства там подаётся в обобщённой, эмоционально насыщенной и зачастую иронической форме, лишённой чёткой логики.

Молодёжь, ищущая свою идентичность и стремящаяся к самовыражению, особенно восприимчива к подобным идеям⁹⁰. В подобных обстоятельствах молодые люди, как мы видим, ориентируются не исключительно на открытый протест. Наряду с ним – и это, пожалуй, даже более характерно – они прибегают к своего рода символическому дистанцированию от существующего порядка. Дистанцированию, которое, заметим, не предполагает непосредственного

⁹⁰ Дадаев З. А. Роль новых медиа в формировании общественно-политических ценностей российской молодёжи // Вопросы политологии. – 2025. – Т. 15, № 4 (120). – С. 1254-1261.

политического действия. Сама протестная идентичность конструируется здесь, на наш взгляд, не на идеологическом противостоянии (то есть не на содержательной оппозиции одних воззрений другим), а на отрицании легитимности сложившегося порядка как такового. Это принципиально иной механизм.

Цифровые платформы, в свою очередь, предоставляют удобный инструментарий для выражения недовольства. А алгоритмические механизмы – рекомендательные ленты, тренды, автоматическое продвижение «резонансных» постов – создают у пользователя, как ни странно, иллюзию массового характера его собственных реакций. В итоге укрепляется субъективное ощущение правомерности протеста, а случайные, эпизодические вспышки несогласия со временем могут закрепляться в качестве устойчивой поведенческой установки. И это, согласитесь, уже серьёзный сдвиг.

Что касается антиценностей в политическом измерении, то они, на наш взгляд, находят выражение в установках, предполагающих отказ от фундаментальных принципов общественного диалога – уважения к оппоненту, готовности к аргументированной дискуссии – и, что не менее важно, гражданской ответственности. В цифровой среде подобные установки, как мы видим, получают общественное признание и тиражирование через визуальные и речевые шаблоны: сарказм, гротеск, стилистическую агрессию, эпатаж. Это, с одной стороны, придаёт политическому высказыванию внешнюю эффектность, но с другой – одновременно лишает его содержательной глубины и аналитической проработки.

Протестный язык осваивается молодыми пользователями, как нам представляется, не как форма рефлексии или способ осмысления, а скорее как ещё один элемент цифрового самовыражения – наряду с аватарами, статусами и визуальным контентом. Более значимым оказывается не содержательное наполнение позиции, а сам факт вовлечённости в антидискурсивную активность. Усвоение политических установок перестаёт быть процессом воспитания гражданственности и превращается в символическое дистанцирование от социума. Опасность подобной модели социализации, на наш взгляд, заключается в том, что она разворачивается в замкнутых цифровых сообществах, в которых доступ к

альтернативным точкам зрения оказывается существенно ограниченным. Таким образом, создается питательная среда для самых разных деструктивных явлений. Критическое мышление, необходимое для формирования гражданской позиции, заменяется эмоциональной мобилизацией, а политическое поведение становится реактивным и склонным к радикализации. Распространение нарративов, в которых насилие, саботаж или игнорирование норм представляются допустимыми формами политического выражения, способствует усвоению таких моделей поведения молодыми людьми. Это особенно актуально в условиях социальной неопределённости и разочарования.

Таким образом, в пространстве новых медиа формируются альтернативные системы ценностей, где политическое мышление подменяется ритуальным участием в сетевом протесте. Усвоение антиценностей разрушает основы гражданской культуры, лишая молодёжь способности к конструктивному диалогу, принятию ответственности и пониманию сложных политических процессов.

Исследователи подчёркивают, что несмотря на рост онлайн-активности, переоценивать её влияние на реальные политические процессы не следует. Так как без офлайн-среды большая часть такой активности остается «виртуальной» и не трансформируется в долговременную мобилизацию. Вместе с тем следует отметить, что определённая часть молодёжи все же демонстрирует протестную активность и готовность к коллективным политическим действиям.

Особая роль в политической активности молодёжи принадлежит новым сетевым коммуникациям. Которые не только обеспечили информирование о протестных повестках, но и значительно облегчили самоорганизацию молодых активистов. Как показывает практика, социальные сети и мессенджеры используются молодёжью как инструменты организации, мобилизации и координации совместных действий. Через Интернет молодые активисты эффективно привлекают единомышленников, распространяют протестные призывы и обходят цензурные барьеры официальных каналов.

В отмеченном контексте важно упомянуть о большей части молодого поколения, которое несмотря на информационные новации, удерживает

ориентацию на традиционные ценности. Эта форма политического сознания проявляется в росте популярности волонтерских движений, военно-патриотических клубов, молодежных парламентов и иных форм активности, где молодые люди участвуют в социально значимых делах. Для них характерна вера в сильное государство, предпочтение стабильности перед радикальными переменами. Значительная доля современной молодежи позитивно воспринимает идею сильного лидера, действующего во благо народа. Усиление таких настроений во многом стимулируется официальным дискурсом и государственной информационной политикой. В ответ на внешние вызовы власть акцентирует внимание на патриотическое воспитание и консолидацию вокруг национальных ценностей, стремясь нейтрализовать деструктивное влияние радикальных идей. Хотя подобная установка противоположна протестной, они обе могут сосуществовать в пределах одной возрастной группы, отражая поляризацию политических ориентаций молодого поколения.

В контексте формирования единого информационного пространства именно сфера публичной политики становится одной из первых мишеней цифровой трансформации: она стремительно оцифровывается и медиатизируется. Наибольшее влияние приобретают те каналы, которые обеспечивают двустороннюю коммуникацию и возможность диалога.

В исследовании Ш.С. Сулеймановой подчеркивается, что политическая среда представляет собой любую платформу, на которой разворачивается политический дискурс. В условиях современного коммуникативного пространства такую функцию всё чаще выполняют масс-медиа, социальные сети и стриминговые сервисы. По её мнению, специфические характеристики онлайн-коммуникации, в частности анонимность, возможность предварительной формулировки и редактирования высказывания, создают условия для выражения политической позиции без необходимости физического присутствия⁹¹.

⁹¹ Сулейманова Ш. С. Роль интернет-технологий в формировании политической среды // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2020 – Т. 10, № 4(61). – С. 785-795.

Ключевую роль в этом процессе играют социальные сети, онлайн-форумы и другие интерактивные платформы, полностью соответствующие ожиданиям аудитории: они объединяют мультимедийность с возможностью мгновенной обратной связи⁹².

Политические дискуссии в режиме реального времени позволяют коммуникантам мгновенно связываться друг с другом и обмениваться информацией. Сами пользователи могут активно участвовать в развитии новых медиа, создавая и распространяя собственный контент. Новые медиа постоянно развиваются, а новые политические технологии и тенденции определяют способы создания, распространения и потребления необходимого контента. Для подбора политического контента, платформы социальных сетей часто используют алгоритм и с помощью которого информация может получить широкое распространение, что увеличит его охват и влияние. В итоге контент становится «вирусным».

Кроме того, в социальных сетях активно обсуждается «потенциальное косвенное влияние политических дискуссий на участие через политические знания или использование средств массовой информации. При этом в условиях проведения крупномасштабных политических акций проявляется широкий спектр мнений, что свидетельствует о сложной взаимосвязи между социальными сетями и уровнем политических знаний.

Молодёжь, взаимодействуя с контентом в социальных сетях, начинает воспроизводить суждения и реакции не на основе личной убеждённости, а в соответствии с логикой алгоритмов и ожиданиями медиасреды. Подобное положение дел, на наш взгляд, ведёт к конвергенции политической идентичности с информационными трендами. При этом политические предпочтения, как мы видим, оформляются под влиянием магистрального сетевого дискурса – и это, пожалуй, одна из самых тревожных тенденций. Включение молодёжи в сетевые сообщества нередко сопряжено с политической радикализацией, поскольку

⁹² Самсонова Т. Н., Наумова Е. С. Роль СМИ в политической социализации современной российской молодёжи // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. – 2020. – № 26(1). – С.166-187.

политика в подобных контекстах подаётся сквозь призму меметических конструкций, иронии и вызова. В результате, как нам представляется, она деинституционализируется и превращается в субкультурный атрибут. А это, согласитесь, уже совсем другая реальность.

Всё это порождает иллюзию гражданской активности, которая, однако, лишена стратегического целеполагания и ответственности. Помимо этого, формирование политических взглядов вне реального политического опыта оборачивается деформацией представлений о механизмах власти, справедливости, участия и ответственности. Молодые пользователи, черпающие информацию через визуальные образы и короткие утверждения, как показывает практика, утрачивают способность к углублённому анализу и сопоставлению альтернативных позиций. Отмеченная тенденция развивается постепенно, но неуклонно.

Следует также обратить внимание на то, что весомую роль в означенном процессе играет коммерциализация. Политическая тематика всё чаще используется, как мы видим, как инструмент продвижения личного бренда, товара либо цифрового продукта. Это, в свою очередь, превращает политическую сферу в декоративный фон для самопрезентационных стратегий. И здесь, на наш взгляд, кроется ещё один серьёзный риск: политика перестаёт быть сферой общественного значения и становится всего лишь элементом рыночной игры. Это формирует искажённое восприятие политической риторики у молодёжи, рассматривающей её как элемент цифровой капитализации собственной идентичности. В результате цифровая трансформация политической социализации создаёт серьёзные риски, связанные с эрозией подлинных политических ценностей, что требует переосмысления политической культуры молодёжи в контексте архитектуры цифрового мира⁹³.

«Исследования, посвященные взаимосвязи между механизмами реагирования и политическим дискурсом, дают представление о сложностях

⁹³ Указанные положения были рассмотрены автором в контексте анализа влияния новых масс-медиа на политический дискурс // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-57.

влияния социальных сетей на гражданский дискурс и преобразующем воздействии платформ социальных сетей на политическую коммуникацию. Существенное влияние популистского политического стиля на социальные сети указывает на прямое взаимодействие политических деятелей с аудиторией через платформы социальных сетей. Влияние социальных сетей на политический дискурс очевидно в контексте вовлечения общественности и распространения информации, что является многогранной проблемой, имеющей как положительные, так и отрицательные последствия»⁹⁴.

Формирование общественного мнения и полемика в Интернете довольно распространенные явления. Однако дискурс, разворачивающийся в онлайн-пространстве, характеризуется предвзятостью. Тем не менее едва ли кому придет в голову исключить медиаорганизации из их участия в политическом процессе. Предвзятость онлайн-СМИ определяется их институциональными связями и статусом блогов, твитов или других форм индивидуальной интернет-публикации. На искажение содержания политического медиадискурса существенно может влиять позиция редакций классических СМИ. Имеется в виду, что средства массовой информации не всегда сообщают получателям информацию нейтральным и беспристрастным образом о том, что происходит на политической арене. Несмотря на заявления некоторых журналистов об обратном, в литературе по коммуникационным исследованиям достаточно анализа средств массовой информации, показывающих, что их освещение политических событий насыщено предвзятостью.

Некоторые исследователи в своих трудах отметили три категории политической реальности: объективную – включающую политические события в том виде, в каком они происходят на самом деле; субъективную – реальность политических событий в том виде, в каком они воспринимаются действующими лицами и гражданами; сконструированную – события, освещаемые средствами массовой информации. Необъективность средств массовой информации имеет

⁹⁴ Дадаев З. А. Влияние новых масс-медиа на политический дискурс // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-57.

политическое значение по причине сохранения за СМИ важной роли в политическом процессе, так как они, передавая и интерпретируя объективные события в политической сфере, способствуют их субъективному восприятию широкой общественностью.

Хаппер и Фило отметили «восприимчивость людей к дезинформации в социальных сетях и делятся ею, давая представление о факторах, влияющих на распространение ложной информации. Дезинформация может привести к распространению ложных убеждений, враждебности, влияя на принятие политических решений»⁹⁵. Роль социальных сетей в политической поляризации и распространении дезинформации раскрывают и другие авторы. Например, Карвалью рассматривает факторы подрыва доверия к демократическим институтам, а также идеологические факторы, влияющие на освещение социальных и политических вопросов в средствах массовой информации, проливая свет на различные точки зрения и дискурсы, присутствующие в общественной коммуникации.

В некоторых исследованиях изучались потенциальные преимущества социальных сетей в политическом дискурсе. Взаимообусловленность политики и средств массовой коммуникации нельзя рассматривать как «хорошую» или «плохую» с точки зрения политического дискурса. Например, всеобщее избирательное право и развитие политических технологий в контексте динамичного и расширяющегося рынка информации может рассматриваться как объективная реальность, а не как нечто беспрецедентное для человеческой цивилизации.

Вклад новых масс-медиа в политическую жизнь по-прежнему будет определяться правовыми, экономическими и социальными условиями, в которых они функционируют. Сегодня вряд ли кто-то станет отрицать, что цифровое пространство, и в особенности социальные сети, представляет собой действенный инструмент для выработки и реализации государственной политики. Однако для

⁹⁵ Дадаев З.А. Влияние новых масс-медиа на политический дискурс // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-57.

эффективного использования этого инструмента требуется понимание того, каким именно образом социальные сети превращаются в дискурсивную среду в условиях цифровой эпохи. Влияние социальных сетей на политический дискурс не сводится к какому-то одному аспекту – оно многогранно и охватывает такие феномены, как политическая поляризация аудитории, достоверность (или, напротив, размывание) политических убеждений, характер гражданской активности и способы идеологической репрезентации.

Сам факт воздействия социальных сетей на политические взгляды людей заставляет исследователей особенно внимательно относиться к сложной динамике происходящих процессов. Обобщение выводов, полученных в различных научных работах (как отечественных, так и зарубежных), даёт возможность составить более полную и объёмную картину того, как именно социальные сети влияют на политический дискурс. Вместе с тем, на наш взгляд, становится всё более очевидной потребность в проведении дополнительных исследований. Многие из последствий рассматриваемого воздействия, как мы видим, сохраняют статус недостаточно эксплицированных. Это, подчеркнем, создаёт определённые сложности как для теоретического осмысления, так и для выработки практических рекомендаций.

В этой связи представляется возможным предложить базовую типологию реакций молодёжной аудитории на политический дискурс в условиях цифровой эпохи. В её структуре, на наш взгляд, выделяются следующие позиции: протестная активизация (готовность к открытым формам действия), вовлечённая лояльность (поддержка существующего порядка при сохранении критической рефлексии), цинизм либо апатия (отказ от участия, сопряжённый с институциональным недоверием) и, наконец, симуляция участия (имитация вовлечённости без реальных политических последствий). Перечень этот, конечно, можно было бы продолжить, но, на наш взгляд, он охватывает основные типы.

Эмпирические данные, в том числе полученные в ходе международных исследований, подтверждают реальное наличие всех обозначенных ориентаций. В частности, в зарубежных работах, как известно, акцентируется значимость

протестной активности – как в цифровом, так и в физическом пространстве – в качестве одной из ключевых форм артикуляции политической идентичности и противодействия сложившейся системе. И это, заметим, вполне объяснимо.

При этом онлайн- и офлайн-активность, как нам представляется, не исключают, а скорее взаимно дополняют друг друга. Хотя, справедливости ради, стоит отметить, что характер этого взаимодополнения далеко не всегда очевиден и требует отдельного изучения. Однако многие авторы фиксируют тревожную тенденцию: у молодёжи растёт политическое отчуждение, которое проявляется либо в апатии (безразличии к политике), либо в цинизме (демонстративном презрении к политическим институтам). Выделение в отдельную категорию «симуляции участия» имеет не только теоретическое, но и практическое значение – оно ориентирует исследователей и экспертов на более пристальное изучение тех стратегий поведения, которые выбираются молодыми людьми в онлайн-среде, создают внешнюю видимость активности, однако в реальности остаются пассивными.

2.2. Воздействие на сознание молодёжи посредством формирования социально-политических ценностей

Политические представления, установочные комплексы и ценностные ориентации не относятся к числу врождённых психологических структур – индивид не обладает ими с момента появления на свет. Данные элементы политического сознания формируются постепенно, по мере взросления человека, в ходе его социализации и общего социального становления. Иными словами, политическое сознание не дано изначально, а складывается в процессе включения личности в систему общественных отношений, усвоения политических норм, образцов поведения и интерпретационных схем, транслируемых агентами социализации – семьёй, образовательными учреждениями, референтными группами и средствами массовой коммуникации.

В современной научной литературе под политическими ценностями принято понимать устойчивые, относительно стабильные взгляды отдельного человека или целой группы относительно целей политической деятельности, принципов, на которых она должна строиться, а также допустимых (одобряемых) методов и средств их достижения. Иными словами, именно ценности во многом определяют то, каким образом люди включаются в общественную и политическую жизнь – насколько активно, в каких формах и с какими ожиданиями.

Ценности тесно связаны с политическими убеждениями: убеждения выступают как бы мостиком между абстрактным ценностным идеалом и конкретным действием. Вместе они формируют политическое сознание личности и мотивируют её к тем или иным поступкам (от участия в выборах до протестной активности или, напротив, сознательного неучастия).

Если обратиться к системному подходу, то политические ценности выполняют роль своего рода ориентиров или границ: они задают рамки того, что в политике считается допустимым, а что – недопустимым, приемлемым или неприемлемым с точки зрения морали, традиции или общественного договора. Кроме того, ценности регулируют характер взаимодействия между государством (как институциональным оформлением власти) и обществом (как совокупностью граждан с их интересами и запросами). Без такого ценностного каркаса любая политическая система рискует потерять как легитимность, так и внутреннюю стабильность. Классическая теория политической социализации исходит из того, что ценности формируются в результате взаимодействия с ключевыми институтами – семьёй, образовательной системой, средствами массовой информации⁹⁶. При этом особое значение имеет то, каким образом данные ценности передаются: через нормативное обучение, личный пример или медийные нарративы. Кроме того, важным агентом политической социализации является группа сверстников (*peer group*), которая выступает в качественно иной форме влияния, дополняющей первичные институты (семья и школа). Группа сверстников

⁹⁶ Сулейманова Ш. С. Роль социальной сети в формировании политического сознания современного общества // Вопросы политологии. – 2020. – Т. 10, № 12 (64). – С. 3418-3424.

создаёт горизонтальную социальную структуру, где происходит активный обмен политическими представлениями, нормами и моделями поведения.

Согласно данным исследовательских работ, подростки и молодёжь, как мы видим, обнаруживают повышенную восприимчивость к воздействию окружения сверстников. Это, на наш взгляд, обусловлено стремлением к групповой принадлежности, причём подражательные механизмы выступают в качестве одного из ключевых каналов формирования политических установок – через наблюдение за референтными фигурами в среде ровесников и последующее воспроизведение их поведенческих моделей. Групповая интеракция, как показывает практика, способствует как позитивным эффектам – развитию гражданской активности и критического мышления, так и деструктивным последствиям. Что, отметим, создаёт определённую двойственность.

В университетских коллективах феномен «peer socialization» (социализация в среде сверстников) модифицирует политические установки посредством формирования конформных и устойчивых нормативных паттернов внутри студенческих групп. Следовательно, сверстническое окружение, на наш взгляд, конституирует среду, в которой разворачивается неформальное политическое научение, причём индивидуальные политические ориентации обретают каллиграфическую отточенность именно благодаря групповому взаимодействию. И здесь, заметим, кроется как потенциал, так и определённый риск.

Политическая социализация, как известно, представляет собой процесс, характеризующийся двумя взаимодополняющими сторонами. Первая из них заключается в усвоении индивидом политических норм и ценностей, свойственных тому обществу, в котором он осуществляет свою жизнедеятельность. Вторая сторона связана с аккумуляцией политического опыта и становлением ориентационных структур, обеспечивающих последующее включение человека в политические процессы. Данный процесс, на наш взгляд, лишён «конечной точки», поскольку взаимодействие личности с политической реальностью, её адаптация к трансформирующимся условиям, освоение новых поведенческих паттернов и усложнение уже сложившихся продолжают на протяжении всего жизненного

пути человека. И это, пожалуй, один из самых важных выводов, который следует учитывать при анализе любых социально-политических процессов. П. Бергер и Т. Лукман предложили различать две основные формы политической социализации. Первичная форма представляет собой процесс воспитания и развития ребёнка в кругу семьи и ближайших родственников, которые выступают в роли главных агентов социализации. При вторичной форме ключевым институтом становится школа, а её основными агентами – учителя и преподаватели⁹⁷.

В исследовательской литературе убедительно доказано, что политическая социализация, осуществляемая в семье, является решающей для усвоения политических представлений и ценностей. Последующая за семьёй социализация в школе лишь усиливает полученные знания, уточняет и структурирует концептуальные схемы, расставляет смысловые акценты, а также формирует устойчивые установки и ориентации. Таким образом, формирование системы политических представлений и ценностей происходит в периоды первичной и вторичной политической социализации. В силу этого, условно, к 18–20 годам можно говорить не только о сложившейся системе ценностей конкретной личности, но и о наличии у неё психологических образований – Я-концепции, мировоззрения, самосознания, – позволяющих осознавать собственные ценностные приоритеты и облекать их в вербальную форму.

На последующих этапах жизненного пути система политических ценностей остаётся в целом стабильной. Возможны лишь частичные изменения в иерархии ценностей, связанные с удовлетворением тех или иных потребностей человека и последующей актуализацией других потребностей и ценностных ориентиров. При этом формирование политических представлений у молодёжи не представляет собой универсального, единообразного процесса, поскольку оно модифицируется под влиянием гендерных и этнокультурных факторов. Этнокультурная специфика

⁹⁷ Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман; пер. с англ. Е. Д. Руткевич. – Москва: Медиум, 1995. – 323 с. – С.210-215.

регионов Российской Федерации оказывает существенное воздействие на ход и результаты политической социализации подрастающих поколений⁹⁸.

В качестве иллюстративного примера целесообразно обратиться к республикам, входящим в состав Северо-Кавказского региона, – в частности, к Дагестану, Ингушетии и к Чеченской Республике. Специфика политической социализации подрастающих поколений в указанных субъектах определяется тем обстоятельством, что ведущая роль в этом процессе по-прежнему принадлежит двум институтам: патриархальному семейному устройству, предполагающему жёсткую вертикаль внутрисемейных отношений и передачу ценностей от старших к младшим, а также структурам религиозного толка, прежде всего исламским общинам и духовным управлениям.

Именно кумулятивное воздействие двух означенных факторов – традиционного семейного уклада и религиозной составляющей – обуславливает, на наш взгляд, формирование той специфической среды, в которой осуществляется усвоение молодым человеком политических норм, поведенческих образцов и моделей властных отношений. И это, согласитесь, принципиально важный момент.

В отличие от большинства регионов Российской Федерации, где социализирующие агенты представлены более дисперсно и институционально гетерогенно – школой, медийными структурами, цифровыми платформами, органами местного самоуправления, – на Северном Кавказе семейно-родственные связи и религиозные авторитеты, как правило, выступают в качестве первичных и наиболее значимых трансляторов политических установок. Они выполняют, можно сказать, своего рода смягчающую, буферизующую функцию по отношению к медийной динамике. Информационные потоки, исходящие из федеральных либо глобальных источников, фильтруются через локальные культурные коды, которые в значительной степени продолжают определять политические установки

⁹⁸ Зубок, Ю. А. Молодёжь в политической жизни современной России / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров. – Текст: непосредственный // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 4. – С. 45-62.

Гришина, Е. А. Этнокультурные факторы политической социализации молодёжи в регионах Северного Кавказа / Е. А. Гришина. – Текст: непосредственный // Вестник Института социологии. – 2019. – Т. 10, № 2. – С. 112-130.

молодёжи. Иными словами, цифровая среда, как мы видим, не упраздняет и не замещает полностью традицию, но вступает с ней в сложные, многомерные отношения. Это, заметим, порождает весьма своеобразную конфигурацию.

Данное обстоятельство, на наш взгляд, накладывает ощутимый отпечаток как на формы политического участия молодёжи, так и на характер её взаимодействия с официальными государственными институтами. И здесь, пожалуй, кроется один из ключевых вызовов для региональной политики.

В более секулярных регионах, к числу которых относятся прежде всего крупные города Центральной России (Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Казань и др.), картина выглядит иначе. Местная молодёжь демонстрирует значительно большую открытость к глобальным политическим трендам и активнее ориентируется на информацию, получаемую через интернет. В результате здесь формируется иной баланс между традицией и современностью – с постепенным сдвигом в сторону последней.

Однако не только культурно-религиозные особенности создают различия. Доступ к ресурсам – материальным, образовательным, информационным тоже влияют на политическую социализацию. Молодые люди, проживающие в сельской местности или в удалённых, труднодоступных регионах, зачастую сталкиваются с ограниченными возможностями получения качественного образования и пользования культурной инфраструктурой (библиотеки, досуговые центры, кружки). Это, в свою очередь, заметно сказывается на том, насколько они вовлечены в гражданскую активность, и на их ценностных приоритетах, какие цели они перед собой ставят и что считают важным в общественно-политической жизни.

Подводя итог изложенному, можно, на наш взгляд, констатировать, что политическая идентичность современной молодёжи не детерминируется каким-либо единственным фактором. Она конструируется, как мы видим, на пересечении как минимум трёх измерений – этнокультурных традиций (включая религиозные нормативные системы), состояния социальной инфраструктуры (доступность образования, коммуникационных ресурсов, культурных благ) и степени секуляризации регионального контекста. В зависимости от того, каким образом

складывается соотношение трёх означенных компонентов, фиксируются различные типы политического сознания и несовпадающие поведенческие стратегии молодёжных групп. И это, создаёт весьма пёструю картину.

Наряду с территориальными, этнокультурными и конфессиональными градиентами, существенным модифицирующим воздействием на траектории политической социализации, как показывают исследования, обладает гендерный фактор. Данный параметр функционирует в качестве своего рода модулятора: при тождественных внешних условиях (типологическая принадлежность региона, уровень цифровой доступности, доминирующий медийный ландшафт) юноши и девушки, как выясняется, могут воспроизводить различные политические установки, несовпадающие формы участия и неодинаковую меру институционального доверия. Это, отметим, важно учитывать при анализе любых эмпирических данных.

Согласно данным ряда исследовательских работ, фиксируются устойчивые расхождения в политической активности и ценностных иерархиях между молодыми мужчинами и женщинами. Представительницы женской части молодёжи, как правило, чаще ориентированы на социально-гуманистические ценностные приоритеты, тогда как представители мужской части демонстрируют большую предрасположенность к статусно-властным установкам. Авторы связывают эту дифференциацию, на наш взгляд, вполне обоснованно, с интериоризацией традиционных гендерных ролевых моделей, которые задают различное восприятие политической сферы: у женщин – как области социальной заботы и справедливости, у мужчин – как арены влияния и конкурентных отношений.

Ф.И. Храмцова в своей работе акцентирует, что гендер, выступая в качестве категориальной схемы, воздействует на мотивационные основания и формы политического участия, а также на механизмы включения молодёжи в политическую сферу. Исследовательница отмечает, что социальный конструкт гендера предопределяет различия уже на этапе вторичной социализации (в школе, в образовательной среде), задавая, как мы видим, несовпадающие траектории

политического самоопределения. И это, пожалуй, один из наиболее важных выводов, который следует учитывать при разработке образовательных и воспитательных программ⁹⁹.

Следует также принимать во внимание различия в онлайн-активности. Женщины проявляют более активное участие в антирежимных онлайн-дискуссиях, выступая в роли ключевых цифровых коммуникаторов в периоды кризисов и протестов. Это свидетельствует о том, что цифровая среда может трансформировать традиционные гендерные паттерны социализации, предоставляя женщинам новые каналы политического выражения. Восприятие иерархии ценностей, уровень вовлечённости в политику и формы гражданской активности могут различаться в зависимости от культурных норм и традиций, а также гендерных ролей в конкретном регионе.

В многонациональных субъектах Российской Федерации эта специфика особенно важна. Политическая идентичность здесь формируется на пересечении общероссийского информационного пространства и локальных культурных кодов, где значительную роль играют общинные и семейные структуры. Этнокультурный фактор особенно значим в полиэтнических регионах, таких как Республика Дагестан, где политическая социализация молодёжи обусловлена влиянием традиционных норм, религиозных ценностей и культурных кодов, способных как усиливать, так и смягчать воздействие глобальной медиасреды. В условиях многонационального общества формирование политических ценностей часто представляет собой поиск баланса между локальной идентичностью и интеграцией в общегражданскую культуру.

Современная социализация происходит, очевидно, в совершенно других условиях, нежели в предыдущее десятилетие. Происходит смещение центра социализации из институционально организованных структур – таких как семья, школа, государственные организации – в медиасреду, обладающую иной логикой

⁹⁹ Там же.

воздействия и горизонтальной структурой¹⁰⁰. Всё более возрастающую роль в политической социализации разных поколений выполняют средства массовой коммуникации, преимущественно Интернет. Еще в 2015 году согласно данным Международного союза электросвязи (ITU) с 2000 по 2015 год популяризация Интернета увеличилась почти в 7 раз (с 6,5 до 43% пользователей от населения всего мира)¹⁰¹. К концу 2023 года этот показатель вырос до 67%, что эквивалентно 5,4 миллиардам человек. Во всех регионах растёт использование Интернета среди молодёжи. Молодые люди подключены к Интернету лучше, чем остальная часть населения. В 2023 году во всем мире Интернетом пользовались 79% населения в возрасте от 15 до 24 лет, что на 14 % больше, чем остальная часть населения¹⁰².

В условиях нарастающего информационного давления, где медиа становятся основным источником информации, значение традиционных агентов социализации приобретает особый характер. Несмотря на снижение влияния в цифровую эпоху, семья и образовательные учреждения остаются центрами формирования гражданской идентичности. Их эффективность определяется тем, насколько они способны адаптироваться к новой медиареальности, в которой политическое содержание не преподносится в классической форме, а встраивается в повседневные цифровые практики молодёжи.

Современная школа, функционирующая в режиме передачи нормативных знаний, столкнулась с вызовом цифровой конкуренции, где за внимание молодого человека борются альтернативные формы авторитетов. Трансляция информации, лишённая элементов критического анализа и медиакомпетентностного компонента, как мы видим, оказывается недостаточно эффективной для формирования у молодёжи устойчивых политических ценностных ориентаций. В итоге актуальные ценностные ориентиры складываются, как правило, за пределами образовательного учреждения – в неструктурированных цифровых потоках, где

¹⁰⁰ Малик Е. Н. Специфика комплексного характера СМИ в процессе политической социализации российской молодёжи // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2. – С. 26-37.

¹⁰¹ МСЭ данные по ИКТ за 2015 год. URL: https://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/pdf/17-ru.pdf (дата обращения: 15.05.2025).

¹⁰² Дадаев З. А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2024. – Т. 9, № 2 – С. 2132.

гегемонию удерживают аффективные, а не дискурсивно-понятийные категории¹⁰³. Семейный институт, в свою очередь, либо оказывается элиминированным из процессов политической социализации, либо сводится к репродукции архаизированных ролевых стереотипов. В ситуации, когда сами родители зачастую не обладают медийной грамотностью, критической рефлексией и политической аналитикой, коммуникация с подрастающим поколением, как показывает практика, приобретает формальный либо конфликтогенный характер. Это, в свою очередь, генерирует недоверие к родительским ценностным системам и побуждает молодых людей искать мировоззренческие опоры вне семейного круга – прежде всего в сетевых средах, предлагающих, на их взгляд, более интуитивно доступный и адаптированный язык интерпретации действительности. Когда семья не выполняет функцию аналитической рефлексии и обсуждения политической повестки, она, как мы видим, утрачивает влияние на формирование мировоззренческих оснований молодёжи. Особенно это заметно в тех случаях, когда в сетевом пространстве доминируют радикализирующие либо редуцированные трактовки происходящего¹⁰⁴.

В обозначенных обстоятельствах особую актуальность, на наш взгляд, обретает имплементация медийной грамотности в систему школьного образования – данный шаг, как нам представляется, может быть квалифицирован как инструмент целенаправленного формирования у подрастающего поколения устойчивых политических ориентаций. Традиционная школа, фундированная на монологической трансляции готового знания, на современном этапе, согласитесь, уже не отвечает вызовам цифровой среды. Однако образовательное учреждение, отказывающееся от подобной односторонней модели и переходящее к диалоговому формату, предполагающему разбор и анализ конкретных медийных кейсов (новостных репортажей, постов в социальных сетях, рекламно-пропагандистских материалов), способно, на наш взгляд, выполнять функцию

¹⁰³ Миронова М. Н. Наши дети и деструктивные интернет-сообщества. – М.: АПРИАЛ, 2021. – 165 с

¹⁰⁴ Килби Э. Гаджетомания: как не потерять ребенка в виртуальном мире / Элизабет Килби; [перевод с английского Д. Седовой]. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 252 с

институционального барьера против хаотического и в значительной степени манипулятивного воздействия цифровых медиа. В такой школе обучаемому прививается не совокупность готовых, прескриптивно заданных ответов, а способность к самостоятельному суждению – дифференциации факта и мнения, распознаванию манипулятивных техник и прогнозированию их эффектов. Подобная трансформация образовательной среды при условии её последовательной реализации, как мы полагаем, способна существенно повысить резистентность молодёжи к псевдоценностным конструктам и цифровым «соблазнам» (клиповому мышлению, эскапистским стратегиям, замещению реальной активности её симулятивными суррогатами), одновременно сохраняя приверженность демократическим и гуманистическим основаниям политической культуры.

Семейный институт, в свою очередь, призван, на наш взгляд, стать пространством доверительных отношений и своего рода морально-ориентационной навигации в той сложной, противоречивой медиареальности, в которую оказывается погружён молодой человек. Если внутри семьи сложилась диалогическая коммуникация на основе взаимного уважения, если родители и дети включены в совместное обсуждение актуальных общественно-политических сюжетов и коллективное осмысление происходящих процессов, то родители получают возможность не только превентивно реагировать на медийные риски (дезинформацию, вовлечение в деструктивные сообщества), но и направлять формирование зрелой, ответственной политической идентичности.

Вместе с тем реализация данной воспитательной функции требует от взрослых постоянного самообновления: они должны сохранять способность вести диалог с молодёжью на её языке (понимать используемые платформы, меметический контент, жаргонные обороты), но при этом не допускать редукции содержательного уровня беседы до примитивных лозунгов либо назидательных интонаций. Именно в сопряжении двух обозначенных подходов – школьного аналитического обучения и семейной поддерживающей коммуникации – может быть выработан, как нам представляется, достаточно надёжный механизм

противодействия формированию у молодых людей нерелексивных, поверхностных и сугубо реактивных политических установок.

Изложенное выше, однако, не означает, что роль традиционных институтов социализации утрачена окончательно. Напротив, несмотря на очевидное доминирование цифровой среды в процессе формирования ценностных ориентаций молодёжи, семья и школа как институты осознанной, релексивной социализации сохраняют свою значимость. При этом необходимо подчеркнуть, что это справедливо, на наш взгляд, лишь при условии их способности к модернизации собственных подходов и методического инструментария. В таком случае они оказываются в состоянии не только противостоять деструктивным тенденциям, порождаемым медиасредой (атомизация, цинизм, эрозия доверия), но и предложить молодому поколению альтернативные, конструктивные основания для политического взросления.

Однако не следует забывать и о том, что сами коммуникационные платформы, как мы видим, создают условия для формирования политических установок через прямое вовлечение в медийную активность. В цифровой среде освоение политических моделей поведения происходит не столько через прямое информирование (лозунги, программы, декларации), сколько через участие в динамике медийного взаимодействия – лайки, репосты, комментарии, создание собственного контента. Такое взаимодействие, заметим, имитирует реальное политическое присутствие, создавая у молодого человека иллюзию вовлечённости даже тогда, когда фактического влияния на политический процесс у него нет.

К этому добавляется ещё один важный процесс. Медиатизация современного политического пространства, как показывают наблюдения, привела к значительной модификации публичных акций (митингов, шествий, пикетов). Сегодня они всё чаще проводятся с явной или неявной ориентацией на привлечение внимания журналистов и блогеров, то есть на последующее воспроизведение в медиа. Сама логика публичного действия, как мы видим, подстраивается под законы цифрового распространения: краткость, визуальная эффектность, провокативность, запоминающийся хэштег. В результате традиционная политическая активность

постепенно, шаг за шагом, приобрела черты медийного перформанса. И это, уже совсем иная реальность, чем та, с которой мы имели дело всего десятилетие назад¹⁰⁵.

Особую роль в этом играют сетевые алгоритмы. Зачастую именно они определяют характер получаемого контента и степень вовлечённости пользователя в конкретную тематику. Алгоритмическая селекция на основе поведенческого анализа, способствует тому, что молодые люди попадают в так называемые «информационные коконы», где происходит постоянное воспроизводство одних и тех же смыслов, закрепляющих конкретную интерпретацию политической реальности¹⁰⁶. Они не вызывают критического отклика, поскольку представляют собой часть привычного визуального и речевого фона, воспринимаемого как само собой разумеющееся. Таким образом, процесс усвоения политических позиций осуществляется не через логический анализ, а через психологическую адаптацию, в которой доминируют эмоции и структурированная идеологическая подача.

Один из ключевых инструментов, воздействующих на восприятие политики молодёжью, – это новые формы повествования или цифровой сторителлинг (от англ. storytelling). В таком способе коммуникации политические смыслы интегрированы в развлекательный или разговорный формат. При этом тип подачи информации значительно эффективнее с точки зрения воздействия на ценностные установки, чем при традиционных формах политической агитации. Пользователь не осознаёт момент, в который политическая идея становится для него значимой¹⁰⁷. Поскольку она встраивается в общий контекст социальной жизни, эстетики и цифрового самовыражения. Усвоение политических кодов происходит на уровне культурной повседневности, а не в сфере сознательной гражданской позиции.

Механизмы визуального и смыслового воздействия через новые медиа дополняются практиками социального подражания. Молодёжные инфлюенсеры

¹⁰⁵ Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2023. – 225 с.

¹⁰⁶ Афанасьев А. А. Дети интернета. Что они смотрят и кто ими управляет. – М.: Изд-во «Наше Завтра», 2023. – 432 с.

¹⁰⁷ Сулейманова Ш. С. Роль социальной сети в формировании политического сознания современного общества // Вопросы политологии. – 2020. – Т. 10, № 12 (64). – С. 3418-3424.

(от англ. «influence» - «влияние»), пользующиеся доверием своих аудиторий, нередко выступают носителями определённых политических взглядов, не формулируя их в явной форме. Политическое подаётся как часть личной идентичности: стиля жизни, реакции на события, выбор тем и образов для обсуждения способствуют формированию у подписчиков определённого ценностного горизонта. При этом идея встраивается в повседневную норму, делая усвоение политических установок естественным и ненавязчивым.

Происходит смещение акцента с институциональных форм политической социализации на медийно-опосредованные практики. У молодого человека внутри постепенно вырабатывается система ориентиров, в которой важными становятся не аргументы, а визуальные сигналы, не осознанные идеологии, а эстетические коды, не политическая программа, а эффект сопричастности и эмоционального совпадения. Эта структура восприятия формирует устойчивые, хотя и не всегда осмысленные политические предпочтения, которые трудно скорректировать через рациональное убеждение или образовательные программы.

В ходе исследования мы приходим к выводу, что новые медиа не только изменили саму форму передачи политических смыслов, но и радикально трансформировали структуру ценностного усвоения.

Результаты социологического исследования Малика И.Н. подтверждают, что происходит смещение центра социализации из институционально организованных структур – таких как семья, школа, государственные организации – в медиасреду¹⁰⁸.

Авторское исследование подтверждает, что во всех регионах растёт использование интернета среди молодежи. Молодые люди подключены к интернету лучше, чем остальная часть населения. В 2023 году во всем мире

¹⁰⁸ Малик Е.Н. Формирование социально-политического потенциала молодёжи в условиях интернет-социализации / Е.Н. Малик // Управленческое консультирование. – 2022. – № 8. – С. 94-107.

интернетом пользовались 79% населения в возрасте от 15 до 24 лет, что на 14 процентных пунктов больше, чем остальная часть населения¹⁰⁹.

В этих условиях формирование политических ценностей у молодёжи приобретает характер скрытого программирования, в котором выбор осуществляется не субъектом, а структурой медиасреды.

Политическое формирование личности в цифровую эпоху всё чаще осуществляется в рамках онлайн-сообществ, которые, несмотря на внешнюю спонтанность и кажущуюся децентрализованность, демонстрируют устойчивую идеологическую направленность и структурную замкнутость. Цифровые объединения, возникшие на основе общих интересов, быстро перерастают в среды идеологического воздействия, в которых формируются и закрепляются определённые ценности, способы мышления и модели политического поведения.

Пребывая в подобных коммуникативных средах, молодёжь усваивает не просто факты, а уже готовые их трактовки. Информация поступает в «упакованном» виде с встроенными оценками и причинно-следственными связями. Это напрямую формирует политическое сознание: у молодых людей вырабатываются устойчивые интерпретационные фильтры, через которые в дальнейшем воспринимается любое событие. В итоге сознание становится не столько плодом самостоятельного анализа, сколько производным от навязанных смысловых матриц.

Сулейманова Ш.С. на основе исследования роли социальной сети в формировании политического сознания современного общества делает выводы: «В таком способе коммуникации политические смыслы интегрированы в развлекательный или разговорный формат. При этом пользователь не осознаёт момент, в который политическая идея становится для него значимой¹¹⁰.

¹⁰⁹ Дадаев З. А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи // Коммуникология: электронный научный журнал. 2024. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-mass-media-kak-faktor-formirovaniya-politicheskikh-vzglyadov-rossiyskoy-molodyozi> (дата обращения: 03.04.2026).

¹¹⁰ Сулейманова Ш.С. Роль социальной сети в формировании политического сознания современного общества. // Вопросы политологии. 2020. Том 10. №12(64). С. 3418-3424. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44472014&ysclid=mnkjrpy86501827176> (дата обращения: 03.04.2026).

Одним из ключевых факторов влияния таких сообществ является эффект информационной изоляции, проявляющийся в ограниченном спектре источников, совпадающих по смысловому и ценностному содержанию. Сетевые алгоритмы, подстраиваясь под интересы пользователя, способствуют тому, что индивид оказывается в замкнутом информационном контуре, где происходит постоянное повторение и усиление доминирующих установок. При этом любые альтернативные точки зрения либо искажаются, либо блокируются, что ведёт к когнитивной фиксации и невозможности выхода за пределы идеологически окрашенной интерпретации действительности ¹¹¹. Описанная конфигурация восприятия, на наш взгляд, создаёт благоприятную почву для формирования дискурсивных ловушек, в рамках которых подлинное политическое знание замещается его знаково-символическим суррогатом, фундированным эмоциональными реакциями и внутригрупповой солидарностью. В данном случае, как мы полагаем, фиксируются специфические коммуникативные форматы, в которых обсуждение социально-значимых сюжетов локализуется в замкнутом пространстве символов, риторических паттернов и предписанных ролевых экспектаций. Молодой человек, интегрируясь в подобное сетевое образование, оказывается, на наш взгляд, не перед ситуацией выбора между альтернативными способами интерпретации политической действительности, а в положении адаптации к уже существующей координатной сетке, в рамках которой любое отступление от магистрального нарратива маркируется как угроза групповой гомогенности. Итогом, как мы видим, становится конструирование политической идентичности не по механизму рефлексивного самоопределения или рационального анализа, а в логике конформного поведения, предполагающего безусловное признание единственно легитимной картины мира. И это, объективно, создаёт серьёзные риски для формирования полноценной гражданской субъектности.

¹¹¹ Дадаев З.А. Специфика воздействия масс-медиа на формирование политического сознания молодёжи // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2024. – № 4 (109). – Т. 14. – С.1195-1202.

Выводы по второй главе.

Подводя итог, можно, на наш взгляд, констатировать, что цифровые сообщества обнаруживают устойчивую склонность к символической замкнутости, выражающейся в самовоспроизводстве внутренних кодов, знаковых систем и ритуальных практик. Это, заметим, имеет далеко идущие последствия, которые необходимо учитывать при анализе любых процессов политической социализации в современном цифровом пространстве.

Такая герметизация ведёт к тому, что сама возможность обсуждения политических вопросов вне заданного круга рамок становится невозможной. Любая альтернатива воспринимается как деструктивная или враждебная, а механизмы внутреннего контроля воспроизводят структуру одобрения и санкционирования, аналогичную институциональным формам идеологической цензуры. Однако в отличие от классических политических институтов эти сообщества действуют скрытно и непринуждённо, эксплуатируя чувство принадлежности и эмоциональной вовлечённости.

В такой структуре формирование политических ценностей приобретает характер симулятивной социализации, при которой субъект получает не полноценную политическую картину, а её редуцированную версию, основанную на сетевых клише, фрагментированной информации и эмоционально заряженных образах. Особенно уязвимыми в этой ситуации становятся молодые пользователи, для которых участие в сообществе является способом самоидентификации, а усвоенные установки – частью личной и социальной идентичности. Политическое в таком контексте утрачивает связь с рациональностью и рефлексией, превращаясь в символическую принадлежность, выраженную в цифровом поведении, реакциях и визуальных репрезентациях.

Глава 3. ДИАЛОГОВАЯ ПРИРОДА НОВЫХ МАСС-МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЁЖИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН)

3.1. Новые вызовы в превенции негативного влияния на молодёжь

Республики Дагестан через новые масс-медиа

Диалоговая форма новых масс-медиа проявляет себя как устойчивый механизм формирования заданного политического сознания. В его основе лежат не только технологические аспекты алгоритмического управления, но и психологические механизмы групповой идентичности, символической лояльности и когнитивного комфорта. Преодоление подобных ловушек возможно только при наличии развитых критических навыков, медиаграмотности и институциональной поддержки молодёжи, что на данный момент остаётся проблемной зоной в большинстве социальных систем.

Современная медиасреда ставит перед обществом новые вызовы. К ним прежде всего необходимо отнести:

1) активизация стихийного и неосознанного развития политической активности молодого поколения под воздействием агрессивной агитации и пропаганды, осуществляемой лидерами отечественных и зарубежных экстремистских религиозных течений в новых медиа, что чревато перерастанием в протестные формы;

2) беспрецедентная активность недружественных стран в российском медиапространстве, усиливающаяся в условиях обострения международных отношений. Такая ситуация затрудняет формирование у молодёжи автономных и независимых политических суждений, делает её более подверженной воздействиям со стороны лидеров популистского типа, организаторов радикальных движений, связывающих проблемы, трудности с неработоспособностью и «разложением» органов власти и управления;

3) стихийное, зачастую неосознанное развитие политической активности у подрастающего поколения в многонациональных регионах под воздействием агрессивной агитации и пропаганды, которые ведут в новых медиа различные

деструктивные силы. Такое развитие событий чревато тем, что стихийная активность может перерасти в открытые протестные формы.

Активное использование пропагандистских техник в среде новых масс-медиа создаёт серьёзные риски, связанные с манипулированием общественным мнением и целенаправленным искажением того, как люди воспринимают политическую реальность. Особую остроту эта проблема приобретает, когда речь заходит о молодёжи и особенно в условиях нарастающего информационно-психологического давления, которое в последние годы оказывается на Россию со стороны внешних акторов.

Зарубежные деструктивные силы не оставляют попыток дестабилизировать внутривнутриполитическую ситуацию. При этом их особый интерес вызывают регионы с высоким удельным весом молодёжи в структуре населения. К числу таких регионов относится, в частности, Дагестан.

Эмпирические данные, аккумулированные в ходе наблюдений и опросных процедур, как нам представляется, фиксируют устойчивую конфигурацию медиапредпочтений дагестанской молодёжи. Доминирующими источниками политически релевантной информации здесь выступают, что показательно, социальные сети, мессенджеры и видеохостинговые платформы. Указанные каналы, по нашим наблюдениям, демонстрируют существенное превосходство как по охватным характеристикам, так и по уровню доверия в сравнении с традиционными медиа – телевизионным вещанием, печатными изданиями, а также с классическими институтами социализации (семьёй, референтной группой сверстников, школьным педагогическим корпусом).

Характер усваиваемых молодым человеком ценностно-нормативных установок и закрепляющихся в его сознании поведенческих паттернов, на наш взгляд, в значительной мере детерминирует его резистентность к деструктивным идеологическим конструктам и внешним манипулятивным тактикам. Следовательно, рассматриваемая проблематика, как мы полагаем, приобретает измерение, непосредственно сопряжённое с параметрами национальной безопасности, и требует системного исследовательского и практико-

ориентированного внимания со стороны субъектов молодёжной и информационной политики. Что представляется не просто теоретическим интересом.

Результаты предпринятого исследования, на наш взгляд, свидетельствуют о том, что существующий инструментарий противодействия негативному медиавоздействию на молодёжное сознание характеризуется недостаточной разработанностью и нуждается в содержательной модернизации. В сложившихся обстоятельствах, как представляется, актуализируется потребность в формировании и поэтапной имплементации комплекса прикладных мероприятий, ориентированных не только на нейтрализацию деструктивных эффектов информационной среды, но и на конструктивное задействование ресурсного потенциала новых масс-медиа в целях позитивной трансформации политического сознания подрастающих поколений. Указанный комплекс, на наш взгляд, должен базироваться на учёте эмпирически верифицированных моделей медиапотребления, выявленных в рамках настоящего исследования, и быть органично интегрирован в действующую систему взаимодействия государственных структур, институтов гражданского общества и молодёжной аудитории.

В качестве исходного шага в означенном направлении, как нам представляется, целесообразным является выстраивание диалоговых коммуникационных форматов на основе синтеза традиционных и цифровых каналов. Проведённый анализ, по нашим данным, зафиксировал устойчивый вектор смещения медиапредпочтений дагестанской молодёжи от устоявшихся институциональных форм социализации – семьи, образования, печатной прессы – в сторону цифровых платформ и социальных сетей. Таким образом обуславливает необходимость пересмотра сложившихся стратегий трансляции ценностных ориентиров и актуального информационного наполнения. И здесь, признаем, кроется один из главных вызовов для современной образовательной и воспитательной политики в регионе.

Это приводит к фрагментации информационного пространства: молодые люди всё чаще черпают знания о политике из интернет-источников, зачастую находясь в рамках узкого круга интересов. В таких условиях возрастает риск закрепления «информационных пузырей», ведущих к поляризации установок. Для того чтобы минимизировать перечисленные риски, требуется наладить эффективное взаимодействие между традиционными институтами воспитания (семья, школа, религиозные и общественные организации) и современными медийными площадками, на которых молодёжь проводит значительную часть своего времени. Суть здесь не в том, чтобы противопоставлять одно другому, а в том, чтобы признанные в обществе авторитеты – родители, педагоги, религиозные и общественные лидеры стали активнее присутствовать в цифровом пространстве. При этом они должны транслировать позитивные ценностные ориентиры и проверенную, достоверную информацию, но делать это на языке, который понятен и близок молодой аудитории (без излишнего морализаторства, с учётом особенностей цифровой коммуникации).

Одновременно с этим, как нам представляется, необходимо адаптировать подачу официальных сообщений (от государственных органов, учебных заведений, традиционных СМИ) и образовательного контента под те форматы, которые популярны среди молодых пользователей: короткие видео, инфографика, мемы, подкасты, посты в социальных сетях, сторис. Подобная адаптация содержательных форматов, на наш взгляд, позволяет нивелировать сохранявшийся на протяжении длительного времени межпоколенческий диссонанс в оценке источников информации – относительно того, каким из них следует доверять, а каким нет. Сверх того, она создаёт условия для ценностно-смысловой конвергенции: традиционные нормативные установки и накопленное знание транслируются молодёжной аудитории через релевантные для неё коммуникационные каналы, что, как мы полагаем, существенно усиливает результативность воспитательно-просветительской деятельности. Что, подчеркнем, подтверждается практикой.

Государственные институциональные структуры, со своей стороны, занимают, на наш взгляд, значимое – а в ряде аспектов и определяющее –

положение в процессах политической социализации молодого поколения. Именно они, как мы видим, формируют институционализированные каналы трансляции ценностных ориентаций, политико-правовых норм и социально одобряемых поведенческих моделей. К числу ключевых инструментальных механизмов в данном контексте, на наш взгляд, относится молодёжная политика, реализуемая через Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь). Указанное ведомство, как известно, выступает организатором широкого спектра историко-патриотических проектов (в числе которых – «Дневник Истории России») и масштабных конкурсных инициатив (таких, как «Большая перемена»), ориентированных на патриотическое и нравственное воспитание подрастающих поколений. И здесь, согласитесь, накоплен немалый опыт.

Специфическую функцию в трансляции государственных политических ценностей, на наш взгляд, выполняют общественно-государственные объединения – в частности, Всероссийское детско-юношеское военно-патриотическое общественное движение «Юнармия» и Общероссийское общественно-государственное движение детей и молодёжи «Движение первых». Эти структуры, как показывают наблюдения, играют всё более заметную роль в формировании гражданской идентичности подрастающего поколения, хотя их эффективность, справедливости ради, требует отдельного анализа. «Юнармия» функционирует как военно-патриотическая структура, созданная по инициативе Министерства обороны и при поддержке президента, с участием как общественных, так и государственных организаций. Основные цели этого движения – развитие гражданско-социальной активности среди молодёжи, формирование патриотических чувств и готовности к службе в вооружённых силах.

«Движение первых» воспитывает молодёжь в духе традиционных нравственных ценностей, поддерживая государственные инициативы в сфере досуга, образования и профессиональной ориентации.

Исследование показало, что для дагестанской молодёжи наибольший авторитет имеют религиозные лидеры (81,2% опрошенных указали их значимость) и учителя, тогда как влияние интернет-блогеров они сами оценивают невысоко.

Однако эксперты (педагоги и специалисты) склонны переоценивать роль блогеров и сетевых «лидеров мнений» для молодёжи. Эта разница в восприятии подчёркивает важность согласования усилий: с одной стороны, необходимо задействовать традиционных лидеров общественного мнения в новых медиа, с другой – направить популярный потенциал самих цифровых инфлюенсеров в конструктивное русло. Например, на антитеррористическом форуме 2024 года одним из ключевых направлений было названо противодействие идеологии терроризма посредством привлечения духовенства что подчёркивает значимость опоры на моральный авторитет религиозных институтов.

В рамках предлагаемой интеграции целесообразно создавать диалоговые проекты с участием представителей духовенства, авторитетных педагогов и местных интернет-деятелей (блогеров, журналистов) для обсуждения актуальных проблем молодёжи на онлайн-площадках. Кроме того, государственным учреждениям и СМИ следует поддерживать и продвигать позитивный контент от местных лидеров мнений, заслуживающих доверие у молодёжи. Уже сейчас в республике значимую роль в идеологической борьбе с разрушительными идеями играют Координационный центр Дагестанского государственного университета (занимающийся формированием гражданской позиции молодёжи), Муфтият Дагестана и их опыт необходимо объединить с возможностями новых масс-медиа.

Реализация обозначенных мер поможет вытеснить деструктивные повестки из информационного поля и повысить общий уровень доверия к транслируемым через медиа ценностям. При этом коммуникационные стратегии должны учитывать полиэтнический состав аудитории: важно адаптировать язык и формат сообщений под культурные особенности разных общин республики, чтобы позитивные смыслы были восприняты всеми группами молодёжи.

Вместе с тем следует подчеркнуть, и это, на наш взгляд, крайне важно, что даже при наличии содержательно выверенного и культурно релевантного контента его воздействие в значительной степени опосредовано готовностью самой аудитории к критической рецепции поступающих сведений. В этой связи следующей приоритетной задачей, как мы полагаем, выступает наращивание

уровня медийной грамотности и культивирование критического мышления в молодёжной среде. Что реализуется через системную работу органов управления.

Фундаментальным компонентом системы защиты от деструктивных информационных воздействий, на наш взгляд, является формирование у подрастающего поколения навыков критического анализа медиаконтента. Опросные данные, как мы видим, свидетельствуют о следующем: хотя более половины дагестанских юношей и девушек декларируют регулярную практику верификации интернет-сведений (57,4% респондентов осуществляют это систематически), тем не менее 26,7% прибегают к проверке лишь эпизодически, а около 16% либо не владеют соответствующими умениями, либо вовсе никогда не обращаются к процедурам фактологической проверки. Более того, подавляющий объём опрошенных (свыше 90%) констатирует, что в социальных сетях и на видеохостинговых платформах им преимущественно предлагается контент, релевантный их предшествующим предпочтениям, – тем самым, как нам представляется, эмпирически фиксируется действие алгоритмов персонализированной фильтрации. Таким образом, формируется манипулятивная среда, что для системы управления представляет серьёзный повод для беспокойства.

Дефицит сформированных критических компетенций, на наш взгляд, создаёт повышенную уязвимость молодёжной аудитории по отношению к дезинформационным потокам, экстремистской агитации и манипулятивным тактикам. Нивелирование данной уязвимости, как представляется, требует инкорпорирования в образовательную практику комплексных программ медиаграмотности. Предлагается интеграция специализированных учебных модулей в школьные и вузовские образовательные траектории – с акцентом на анализ природы функционирования медиа, распознавание недостоверных сообщений, технологии фактчекинга и базовые принципы кибергигиены. Критически значимым, на наш взгляд, представляется не только сообщение молодым людям теоретического знания, но и отработка практических алгоритмов анализа медийных материалов с точки зрения их достоверности и имплицитных

смысловых слоёв. В качестве действенного инструмента, как нам представляется, могут рассматриваться тренинговые форматы и интерактивные семинары, организуемые с участием практикующих журналистов, психологов и экспертов в области информационной безопасности.

В Республике Дагестан, как мы видим, уже реализуются отдельные инициативы в означенном направлении. В 2023 году Министерством образования и науки региона был проведён семинар диалогового формата для педагогического корпуса, посвящённый методике организации профилактической работы с молодёжью, ориентированной на предупреждение вовлечения в деструктивные субкультурные образования. По итогам данного мероприятия, на наш взгляд, разработаны методические рекомендации, направленные на повышение продуктивности воспитательной деятельности в цифровой коммуникационной среде. Хотя, справедливости ради, этого пока недостаточно.

На перспективу, как нам представляется, целесообразным является расширение подобных практик при одновременном обеспечении планомерного повышения квалификации учителей и преподавателей по проблематике медийной грамотности. Параллельно, на наш взгляд, актуальным видится привлечение молодёжных общественных организаций и студенческих ассоциаций – посредством волонтёрских просветительских проектов они способны транслировать в сверстническую среду культуру ответственного медиапотребления. Дополнительным ресурсом, как мы полагаем, может стать развёртывание масштабных информационно-просветительских кампаний, популяризирующих принципы медиаграмотности в широких общественных слоях.

Социальная реклама, акцентирующая необходимость проверки информации до её распространения, тематические челленджи и флешмоб-активности в социальных сетях, подключение популярных блогеров к пропаганде критического мышления – совокупность этих мер, на наш взгляд, способна существенно повысить уровень осведомлённости молодёжи о природе манипулятивных стратегий и инструментарии защиты от них. Что приобретает в современных условиях особую значимость. Повышение медиаграмотности, таким образом,

напрямую усиливает своеобразный «иммунитет» молодого поколения к внешнему негативному воздействию (дезинформации, провокационному контенту, скрытой пропаганде) и снижает вероятность того, что молодой человек попадёт под влияние радикальных идеологий или станет жертвой недостоверной информации.

Однако одних усилий, направленных непосредственно на молодёжь, недостаточно. Столь же важно вести системную разъяснительную работу и с родителями. Если родители будут лучше осведомлены о медиарисках, с которыми сталкиваются их дети, а также о доступных способах защиты в цифровой среде (родительский контроль, безопасные настройки аккаунтов, отслеживание подозрительной активности), то появляется возможность выстроить непрерывный воспитательный контур – от семьи до школы. Практика организации для родителей специальных лекций, семинаров и индивидуальных консультаций по вопросам медиабезопасности детей уже доказала свою эффективность в ряде регионов и образовательных учреждений.

Вместе с тем следует признать: даже при достаточно развитых навыках медиаграмотности у самого молодого человека и при высокой вовлечённости родителей в процесс воспитания, информационная среда как таковая продолжает оказывать мощное, зачастую трудно контролируемое влияние на ценностные установки молодёжи. Иными словами, медиаграмотность снижает риски, но не отменяет их полностью – цифровое пространство остаётся полем конкурентной борьбы различных идеологий, смыслов и нарративов, и полностью изолировать молодого человека от этого влияния невозможно, да и не всегда желательно. Задача скорее в том, чтобы научить его ориентироваться в этом потоке осознанно и критически. Поэтому следующим направлением работы должно быть активное наполнение медиапространства близкими по форме и содержанию молодому поколению позитивными материалами.

Создание и распространение позитивного контента. Молодые пользователи склонны реагировать на яркий и эмоционально насыщенный контент, что нередко используют экстремистские группировки и другие акторы, продвигающие антиобщественные идеи. Противостоять этому можно, предложив альтернативный

контент, одинаково динамичный и интересный, но несущий созидательные ценности. В частности, следует развивать медиапроекты, популяризирующие гражданскую активность, волонтерство, успехи молодых дагестанцев в образовании, науке, спорте и предпринимательстве. Акцент на позитивных примерах и ролевых моделях поможет отвлечь внимание от деструктивных призывов и продемонстрировать привлекательность конструктивных жизненных сценариев.

Региональные органы государственной власти, как нам представляется, во взаимодействии с профессиональным журналистским сообществом и специалистами в сфере информационных технологий способны выступить инициаторами создания тематических интернет-площадок либо специализированных сегментов в социальных сетях. Контент этих ресурсов, на наш взгляд, должен быть посвящён презентации достижений Республики Дагестан, этнокультурному многообразию населяющих её народов, историко-мемориальной проблематике и патриотическим ценностным ориентирам. И здесь, согласитесь, важно не просто разместить информацию, а сделать её действительно интересной и доступной для молодой аудитории.

Самостоятельным вектором деятельности, как мы полагаем, может стать производство коротких видеоформатов и визуализированных аналитических материалов (инфографики), которые в доступной форме раскрывали бы сущностные риски экстремистских идеологий и презентовали бы алгоритмы противодействия им. Это, заметим, особенно актуально в условиях, когда деструктивные силы активно используют те же самые цифровые инструменты.

Средства массовой информации и верифицированные аккаунты государственных структур, на наш взгляд, призваны принимать деятельное участие в дистрибуции подобного контента, задействуя алгоритмические механизмы таргетированного распространения для максимизации охвата целевой аудитории. Без этого, как показывает практика, даже самый качественный контент рискует остаться незамеченным.

В условиях информационного противодействия внешним деструктивным факторам, как мы видим, повышенную актуальность обретают задачи консолидации патриотических установок и последовательного поддержания диалога молодёжной аудитории с национально-культурными традициями и исторической памятью народов региона. И это, пожалуй, один из наиболее важных аспектов всей работы, поскольку речь идёт не просто о текущих мероприятиях, а о формировании долгосрочных ценностных ориентиров. Необходимость активизации просветительской работы по формированию у подрастающего поколения устойчивых нравственных и политических ориентиров подчёркивается в научных исследованиях и стратегических документах. Более того, обучению молодёжи навыкам создания позитивного контента сейчас уделяется повышенное внимание: на упомянутом антитеррористическом форуме одной из ключевых задач было именно освоение технологий производства медиапродуктов профилактической направленности¹¹².

Развитию позитивной повестки должно способствовать усиление обратной связи в уже существующих молодёжных медиа: например, газета «Молодёжь Дагестана» и молодёжные программы республиканских телеканалов могут стать площадкой для подобных историй, предоставляя слово самим юным героям – активистам, предпринимателям, волонтёрам. Позитивный контент патриотической и просветительской направленности – от исторических проектов до современных историй успеха земляков – формирует у молодёжи гордость за свою республику и страну, нейтрализуя воздействия пропаганды, стремящейся внушить чувство неполноценности или безнадёжности.

Таким образом, инвестирование ресурсов в создание качественного, содержательного и нравственно ориентированного медиadiaлога является необходимым условием снижения привлекательности радикальных и деструктивных идей. Однако даже самый продуманный и востребованный позитивный контент не сможет в полной мере выполнить свою профилактическую

¹¹² Антитеррористический форум: уберечь молодёжь от радикализма. // Молодёжь Дагестана. – 2024 – URL: <https://md-gazeta.ru/antiterror/151189> (дата обращения: 20.05.2025).

функцию, если параллельно не будет вестись системная работа по ограничению распространения противоправной и вредоносной информации. В этой связи следующим приоритетным направлением становится *мониторинг и оперативное пресечение деструктивного контента*.

Речь идёт о скоординированной деятельности профильных структур (в сферах молодёжной политики, коммуникаций, образования, национальных отношений, правоохранительных органов) по выявлению в медиапространстве ресурсов, транслирующих экстремистскую идеологию, пропаганду насилия, межэтническую рознь или иные формы негативного воздействия на молодых граждан. В Республике Дагестан действует целый ряд нормативных актов и программ, нацеленных на противодействие терроризму и экстремизму; соответствующие меры закреплены в Стратегии противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 года и региональных программах профилактики радикализма¹¹³. Эти документы предусматривают в том числе мониторинг интернет-пространства и социальных сетей с целью обнаружения противоправного контента.

В рамках реализуемой политики в республике создана Антитеррористическая комиссия (АТК) с экспертным советом, на площадке которой взаимодействуют профильные министерства – по делам национальностей, по образованию, по делам молодёжи, а также представители науки и духовенства. Потенциал этой структуры следует и дальше использовать для координации усилий по обеспечению информационной безопасности и обмену лучшими практиками. Современные технологии могут быть применены для раннего выявления опасных тенденций. В эту работу должны включаться и сами молодые люди: создание волонтёрских «кибердружин» из числа студентов и активистов повысит активность мониторинга.

Важным шагом является налаживание взаимодействия с администраторами социальных платформ и мессенджеров для оперативного удаления

¹¹³ Единым фронтом – против экстремизма. // Молодежь Дагестана. – 2024 – URL: <https://md-gazeta.ru/antiterror/166246> (дата обращения: 20.05.2025).

противоправного контента и блокировки сообществ, замеченных в систематическом негативном влиянии. При реализации мер необходим баланс между обеспечением информационной безопасности и защитой свободы слова. Дабы не допустить неоправданной цензуры легитимных мнений молодёжи.

Важно также предоставлять молодым людям альтернативные площадки для выражения собственных инициатив и для обсуждения острых социальных вопросов – но в цивилизованном, конструктивном формате, без перехода к агрессии или деструктиву. Из отмеченного следует, что система мониторинга и блокировки деструктивного медиавоздействия, на наш взгляд, должна выстраиваться на комплексной основе. Предоставление каналов для публичной артикуляции позиций – форумов, чатов, интерактивных страниц – само по себе, как показывает практика, не обеспечивает желаемого эффекта, если в молодёжной среде отсутствуют внутренние побудительные мотивы и сформированные компетенции для осмысленного, субъектного участия в общественной жизни. В этой связи приоритетным направлением, как нам представляется, становится культивирование не имитационной, а подлинной включённости подрастающих поколений в общественно-политическую повестку. Что создает новую сложную ситуацию для управленческой деятельности.

Эмпирические данные, полученные в ходе исследования, как мы видим, свидетельствуют о том, что политическая активность молодёжи в цифровом пространстве приобретает сегодня преимущественно ритуально-поверхностный и фрагментарный характер. Преобладающая часть молодых респондентов, по нашим наблюдениям, ограничивается пассивным ознакомлением с политическими материалами либо выражением одобрения через цифровые маркеры («лайки»). Напротив, прямой формат участия – включённость в дискуссионные практики, формулирование собственной аргументированной позиции, инициация тематических обсуждений или продуцирование оригинального политического контента – свойственен, как выясняется, лишь ограниченному сегменту. Подобная конфигурация активности, на наш взгляд, фиксирует наличие определённой дистанции между значительной частью молодёжи и формальными институтами

политической системы, а также традиционными механизмами влияния на процесс принятия решений. И это, заметим, тревожный сигнал, который нельзя игнорировать. В подобной ситуации юноши и девушки становятся более восприимчивыми к тем внешним влияниям, которые предлагают им взамен дефицита реальной включённости хотя бы чувство причастности – ощущение, что они часть чего-то значимого, что их голос что-то значит. Этим активно пользуются радикальные движения и протестные субкультуры, предлагая простые и эмоционально заряженные ответы на сложные вопросы. Чтобы изменить эту негативную тенденцию, необходимо целенаправленно создавать условия для сознательного, ответственного и позитивного участия молодёжи в жизни общества такого участия, которое даёт реальный, а не иллюзорный опыт влияния на окружающую социальную и политическую реальность. Практически это выражается в поддержке молодёжных инициатив на местном уровне. Развитие волонтёрских движений, молодёжных парламентов, студенческих научных обществ и других площадок самореализации. На сегодняшний день действует Молодёжный парламент при Народном собрании Республики Дагестан – консультативный орган, вовлекающий представителей новой генерации в обсуждение и выработку решений по значимым вопросам.

Органы власти могут активнее привлекать талантливых и неравнодушных молодых людей к обсуждению и принятию решений по вопросам, касающимся непосредственно молодёжной политики. Вовлечение через цифровые инструменты также эффективно.

Проведение онлайн-консультаций, конкурсов идей с использованием социальных сетей и платформ обратной связи показало положительную тенденцию. Также полезно активное участие дагестанской молодёжи во всероссийских молодёжных форумах и проектах (например, на форуме «Машук»), где они обмениваются позитивным опытом с ровесниками из других регионов, перенимают лучшие практики.

Молодёжь должна участвовать не только в диалогах о политике, но и в созидательных проектах в сфере культуры, спорта, благотворительности. Участие

в них прививает чувство вклада в общее дело и формирует приверженность социальным нормам. Приобретённый личный опыт конструктивного участия в общественно-политической жизни повышает у нового поколения доверие к институтам и критичность восприятия радикальных призывов.

Стимулирование политической и гражданской активности молодёжи через поддержку их проектов и инициатив является долговременной инвестицией в устойчивость общества перед лицом информационных угроз. Реализация этого и других направлений работы возможна лишь при условии скоординированных действий всех участников процесса.

Комплексный подход требует неразрывной связи между государственными структурами, образовательными учреждениями, семьёй, религиозными организациями и институтами гражданского общества. Такой подход позволит перейти от отдельных разрозненных инициатив к системной и устойчивой стратегии противодействия негативным информационным воздействиям.

Воплощение перечисленных мер требует тесного взаимодействия всех задействованных сторон. Государственные органы, институты образования, семья, религиозные организации и гражданское общество должны действовать сообща, образуя единый фронт против негативных информационных воздействий. Важную роль в этом играет последовательное развитие межкультурного и межрелигиозного диалога, позволяющего консолидировать многонациональную дагестанскую молодёжь перед лицом общих информационных угроз. Только на основе такого партнёрства можно надёжно оградить подрастающее поколение от манипулятивного влияния и экстремистской идеологии.

Подводя итог, отметим, что противодействие новым вызовам негативного влияния новых масс-медиа на молодёжь Дагестана должно носить комплексный, многоплановый характер. Необходимо одновременно действовать на нескольких ранее перечисленных уровнях. Реализация диалоговой модели новых масс-медиа позволит значительно снизить уязвимость молодого поколения к манипуляциям и идеологическому экстремизму. В итоге новые масс-медиа из источника рисков превратятся в ресурс развития – эффективный инструмент консолидации общества

и воспитания политически грамотной, социально ответственной молодёжи. При этом необходимо постоянно вести мониторинг медийного пространства, формирования мнения молодёжи и корректировать стратегии противодействия по мере появления новых информационных угроз, обеспечивая опору на научный анализ и лучший отечественный и зарубежный опыт.

3.2. Диалоговая основа политической дифференциации молодёжи Республики Дагестан посредством медийных средств

В современном обществе политическая дифференциация выполняет важную функцию: она во многом определяет саму структуру политической жизни. Суть этого явления заключается в разделении общества на группы, которые обладают неодинаковым уровнем политического влияния, разной степенью авторитета и не равным друг другу политическим престижем. Данный процесс, разумеется, тесно связан с социальной стратификацией (расслоением по доходам, образованию, профессии) и с экономическим неравенством, однако его ключевым, специфическим аспектом выступает распределение именно политической власти, то есть способности влиять на принятие решений, имеющих обязательную силу для всего общества. В означенном контексте междисциплинарная оптика, на наш взгляд, обретает особую эвристическую ценность. Она позволяет трактовать политическую дифференциацию не как статичный структурный срез (некую иерархическую таксономию), а как подвижный, процессуальный феномен, в орбиту которого вовлечены социально-экономические, институциональные и культурные детерминанты, находящиеся в состоянии постоянного взаимовлияния. Таким образом представляется принципиально иной угол зрения.

Социологическая традиция, как известно, предлагает воспринимать политическую дифференциацию в качестве системы иерархически соподчинённых позиций. К числу базовых критериев, задающих различия между социальными группами, относятся: авторитет – признанная мера влияния того или иного мнения либо статуса, объём властных прерогатив, социальный престиж и

институционализированные статусные позиции. Совокупность означенных элементов, на наш взгляд, формирует сложноорганизованную вертикаль, в рамках которой различные общественные страты располагаются на неодинаковом удалении от центра принятия политических решений – одни тяготеют к «вершинным» позициям, другие, напротив, оказываются на периферийных рубежах. Что формирует определённую напряжённость.

Политологический ракурс, напротив, акцентирует институциональные основания политической дифференциации. В данной перспективе она предстаёт, как мы видим, как процесс функционально-организационной сегментации политической системы на специализированные институты – в первую очередь законодательную, исполнительную и судебную ветви власти. Подобное функциональное распределение призвано, на наш взгляд, обеспечить сбалансированность полномочий, систему сдержек и противовесов, а также предотвратить гиперконцентрацию властного ресурса. Помимо этого, политическая дифференциация, как показывает анализ, оказывается неразрывно связанной с политическим плюрализмом – принципом, предполагающим участие в политическом процессе множества независимых акторов: политических партий, групп давления (лоббистских структур), независимых медиа. Плюралистическая организация, с одной стороны, расширяет репертуар представленных позиций и стимулирует конкуренцию политических проектов, что, безусловно, представляет ценность для демократических процедур. С другой стороны, она, как мы видим, способна углублять социальные фиссуры и осложнять достижение общезначимого консенсуса. И здесь, очевидно, возникает определённое противоречие.

Культурологическая оптика, в свою очередь, смещает аналитический фокус в сторону ценностно-нормативных оснований политической дифференциации. Многообразие культурных норм, исторически укоренённых традиций и фундаментальных мировоззренческих установок, как нам представляется, продуцирует спектр различных моделей политического поведения. Показательной иллюстрацией, на наш взгляд, служит западноевропейский контекст: здесь политическая сфера воспринимается преимущественно как рационально

организованное пространство публичной конкуренции, в котором лидеры наделяются властью на ограниченный временной горизонт и выполняют функцию временного представительства интересов различных социальных групп. Однако, справедливости ради, стоит отметить, что эта модель далеко не универсальна.

В иных культурных контекстах (традиционных, патриархальных, религиозно ориентированных) логика политической дифференциации может строиться на совершенно иных принципах – например, на возрасте, родственных связях или принадлежности к определённой конфессии. В восточных культурах политика может рассматриваться как сакральная область. Внутри одного общества могут сосуществовать различные политические субкультуры, такие как молодёжная, которая отличается от политической культуры старших поколений. Истоки подобного многообразия уходят в историческую эволюцию общества, поскольку развитие идеи политической дифференциации тесно связано с изменениями в социальной структуре.

В ранних обществах власть концентрировалась в руках знати практически без внутренней дифференциации. По мере роста и усложнения общества появились новые социальные роли, что привело к формированию различных классов и групп с разным доступом к власти. Демократизация в XX веке способствовала идеологическому разнообразию и появлению идеологий и политических партий. В современной эпохе поколенческая поляризация стала новым фактором, влияющим на политическую дифференциацию.

В современной науке политическая дифференциация рассматривается как многоаспектный процесс, проявляющийся в различных формах. Каждая из форм отражает определённые основания разделения общества по какому-либо признаку: доступа к политической власти, влияния, участия в принятии решений.

Политическая дифференциация связана с медиатизацией политической коммуникации, в которой медиа выступают в качестве площадки для реализации политической коммуникации между различными акторами политического процесса: гражданами, социальными, этническими, конфессиональными группами, государственными и муниципальными органами.

Автор предлагает следующую политическую дифференциацию медиа-системы:

1) *медиаполитическая система*, что подразумевает совокупность взаимосвязанных элементов, включающую в себя информационные ресурсы, средства массовой коммуникации, а также каналы передачи данных, которые задействуются политическими субъектами в процессе осуществления властных полномочий, принятия и реализации управленческих решений, а также для упорядочивания и координации политического процесса в целом. Иными словами, это институциональная и технологическая инфраструктура, опосредующая связь между властью, обществом и отдельными политическими акторами;

2) *политическое медиапространство*, которое трактуется как виртуальная среда, в рамках которой разворачиваются и циркулируют политические дискурсы, причём сами эти дискурсы не существуют в «чистом» виде, а целенаправленно конструируются и тиражируются посредством применения специализированных медийных технологий. Политическое медиапространство не является нейтральным проводником информации – оно активно участвует в производстве смыслов, формировании повестки дня и навязывании интерпретационных рамок, задавая тем самым параметры восприятия политической реальности массовой аудиторией медиакратия как власть, осуществляемая посредством институтов масс-медиа;

3) *политический медиадискурс* представляющий собой властный ресурс, функционирующий в медийной политической среде и формирующий виртуальный политический контент;

4) *медиацентрированная демократия*, реализуемая в политической системе, в которой основная политическая деятельность осуществляется посредством масс-медиа.

Среди наиболее значимых форм, выделяемых в научной литературе, можно назвать *территориальную, социально-экономическую, этнокультурную, идеологическую, институциональную и информационную*. Формы политической дифференциации редко существуют изолированно друг от друга.

Территориальные градиенты политической дифференциации, как правило, коррелируют с социально-экономическим неравенством. Периферийные локации, характеризующиеся ограниченным доступом к экономическим ресурсам, как мы видим, оказываются одновременно и в положении суженных политических возможностей. Этнокультурный срез политической стратификации, в свою очередь, обнаруживает тесную сопряжённость с идеологическими размежеваниями – культурная идентичность, по нашим наблюдениям, нередко выступает предиктором выбора политической платформы. И это, объективно, создаёт сложную, многомерную картину.

Информационная стратификация, как нам представляется, выполняет двойственную функцию. С одной стороны, она поддерживает и усиливает диалоговые форматы политического участия. С другой – дифференциация доступа к определённым источникам информации способна модифицировать параметры экономической активности, политических предпочтений и культурной самоидентификации. В условиях цифровой трансформации информационный модус политической дифференциации, на наш взгляд, приобретает особую динамику и повышенную значимость. Его содержание раскрывается через совокупность различий – в степени доступности информации, её содержательном качестве, каналах поступления и когнитивных стратегиях интерпретации. Совокупное действие всех перечисленных факторов и процессов, как мы полагаем, задаёт контуры политического мировоззрения молодёжной когорты. Что, подчеркнем, происходит зачастую незаметно для самого молодого человека.

Молодёжь как особая социально-возрастная группа имеет свой комплекс ценностей и установок, во многом определяемый ее положением в структуре общества и уникальным опытом социализации.

Диалоговая основа политической дифференциации представляется как принцип взаимодействия власти и общества. Коммуникативная концепция диалога предполагает, что она обосновывает способы преодолению противоречий, формированию социальных запросов и актуального проблемного поля, на основе которых органы власти и управления принимают политико-управленческие

решения. Кроме аспекта коммуницирования, диалоговая основа политического дифференцирования рассматривается и на более высоком уровне – в плоскости интеракций между властью и обществом.

Диалоговая основа политической дифференциации молодёжи в регионах Северного Кавказа, и особенно в Республике Дагестан, представляет собой явление, имеющее высокую актуальность как для государства в целом, так и для регионального уровня управления¹¹⁴. Для федерального центра она служит индикатором политической стабильности, межэтнического согласия и эффективности интеграционной политики, отражая способность молодого поколения адаптироваться к общероссийским политическим нормам и ценностям. В условиях усиления информационного влияния и конкуренции нарративов в медиaprостранстве политическая дифференциация молодёжи становится фактором, напрямую влияющим на национальную безопасность. От характера её установок и поведения зависит устойчивость к деструктивным идеям и внешним манипуляциям.

На региональном уровне для властных структур Дагестана понимание процессов политической дифференциации молодёжи необходимо с целью разработки адресных мер по её вовлечению в конструктивные формы политического участия, предотвращению маргинализации отдельных групп и формированию позитивных каналов коммуникации с государственными институтами¹¹⁵. Учитывая сложную структуру дагестанского общества, где более 30 этнических групп имеют собственные исторические традиции, ценностные ориентиры и религиозную принадлежность, политическая дифференциация тесно переплетается с этнокультурными и конфессиональными факторами, что требует от региональных политиков высокой чувствительности и способности к межкультурному диалогу.

¹¹⁴ Мамараев Р. М., Лысенко Ю. М., Гарунова Н. Н. Политическая культура дагестанской молодёжи и её электоральные установки на современном этапе развития // Социология. – 2021. – № 2. – С. 180-188.

¹¹⁵ Шарков Ф. И., Дадаев, З. А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической антропологии) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. – № 11(2). – С.79-87.

Теоретический анализ влияния новых медиа на политическое сознание молодёжи показал, что для проверки гипотез необходимы эмпирические данные. Был разработан социологический проект, направленный на изучение особенностей медиапотребления, восприятия политической информации и уровня политической активности молодёжи. Исследование проводилось с мая по июнь 2025 года и включало несколько этапов. На первом этапе были опрошены молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет.

Проведённое исследование позволила выявить актуальные установки, которых придерживается молодёжь в Республике Дагестан, а также сложившиеся у неё практики потребления медиа именно в политическом контексте – в связи с восприятием политической информации и формированием собственных политических взглядов. Однако здесь необходимо сделать важную оговорку, связанную с ограничениями, налагаемыми российским законодательством.

В соответствии с действующими нормами, анкетирование лиц, не достигших 18 лет, не проводилось. Чтобы компенсировать это ограничение и всё же получить представление о младшей возрастной когорте (подростках), были организованы дополнительные этапы сбора данных. В частности, проведены онлайн-опросы педагогов (школьных учителей, преподавателей колледжей) и специалистов, профессионально работающих с молодёжью (сотрудников молодёжных центров, кураторов волонтёрских программ, организаторов внеучебной деятельности). Эти дополнительные этапы позволили включить в исследование, во-первых, данные о восприятии и реальном поведении подростков – правда, опосредованные мнением тех, кто с ними постоянно взаимодействует; во-вторых, экспертные оценки институциональных факторов, то есть того, как школы, молодёжные организации, государственные структуры влияют на формирование политических установок у молодых людей.

Для более углублённого, качественного анализа были также проведены полуструктурированные интервью с экспертами, чья профессиональная деятельность так или иначе связана с работой с молодёжью. Такая форма интервью (полуструктурированная) предполагает наличие заранее подготовленного списка

вопросов, но при этом допускает свободные отклонения от него, что позволяет интервьюируемому высказывать неожиданные соображения и детализировать свои ответы. Наблюдения этих экспертов и их интерпретации происходящих процессов помогли выявить скрытые, не всегда очевидные при массовых опросах факторы влияния новых медиа на политическое сознание – например, неформальные механизмы распространения информации, роль лидеров мнений в замкнутых сообществах, особенности реагирования на кризисные новости.

Ниже формулируются основные параметры проведённого социологического исследования.

Объект исследования – молодёжь Республики Дагестан (как социально-демографическая группа).

Предмет исследования – особенности того, как новые масс-медиа (социальные сети, мессенджеры, видеоплатформы, блоги) влияют на формирование политического сознания у молодёжи, проживающей в Республике Дагестан.

Цель исследования – выявить и проанализировать указанные особенности, то есть не просто констатировать наличие или отсутствие влияния, но и понять, в каких формах оно происходит, какие механизмы задействованы и к каким последствиям (позитивным или негативным) это ведёт.

Задачи социологического исследования:

1. Определить основные каналы и формы медиапотребления среди молодёжи.
2. Оценить уровень критического восприятия политической информации, получаемой через новые медиа.
3. Изучить степень политической вовлечённости молодёжи в цифровую среду и их реакцию на онлайн-призывы к общественно-политической активности.
4. Сравнить данные о медиапрактиках молодёжи с оценками преподавателей и специалистов по работе с молодёжью.
5. Выявить факторы, влияющие на формирование устойчивого политического сознания под влиянием новых медиа.

Генеральная совокупность и выборка. Эмпирическая база исследования составила 300 респондентов, разделённых на три целевые группы: молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет ($n = 100$). Преподаватели школ и учреждений ($n = 100$). Специалисты по работе с молодёжью различных ведомств, управлений и общественных организаций ($n = 100$).

Формирование выборки осуществлялось целевым методом, что позволило включить в исследование представителей именно тех категорий, которые имеют непосредственное отношение к медиапотреблению и политической социализации молодёжи¹¹⁶.

В рамках проекта были охвачены все ключевые регионы Республики Дагестан: северные (Кизляр, Кизлярский район), южные (Дербент, Дербентский район), центральные (Махачкала, Избербаш) и горные (Унцукульский, Кулинский и другие) районы. Такой подход позволил учесть особенности медиапотребления в разных частях республики, различия в доступности цифровых технологий и специфику информационной среды в каждом конкретном регионе. Распределение респондентов по республике представлено на рис. 3.1.

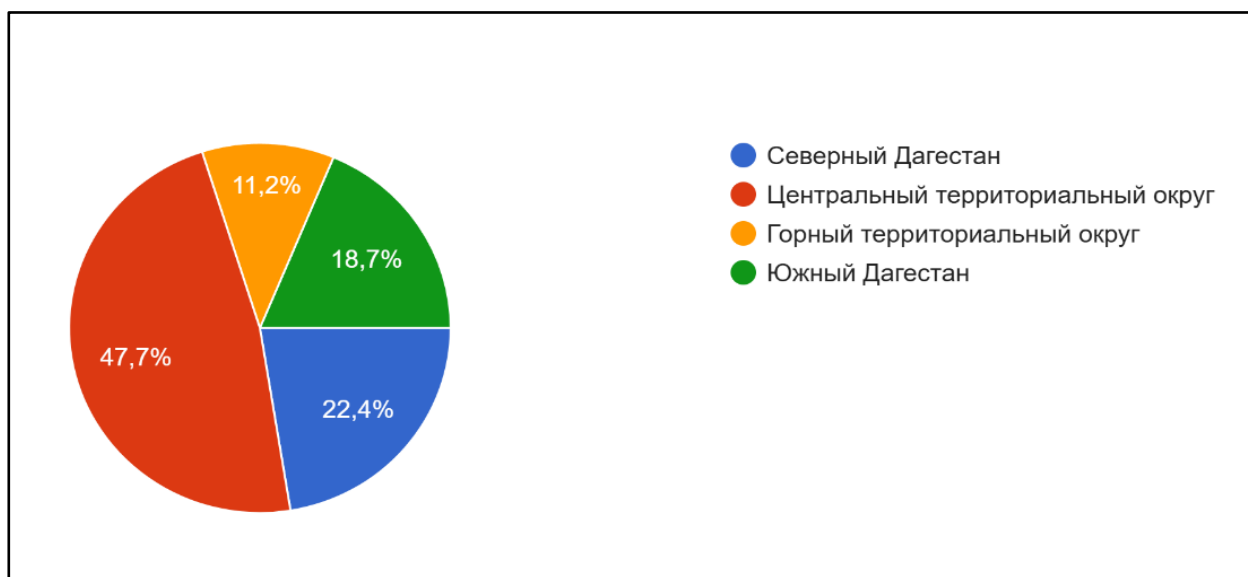


Рис. 3.1. Распределение респондентов по районам Республики Дагестан, %

Обоснование выбора методов. Для исследования была выбрана комбинация количественных и качественных методов, обусловленная комплексностью

¹¹⁶ См. Приложение Б.

поставленных задач. Такой подход позволил объединить статистическую репрезентативность количественных данных и аналитический потенциал качественных исследований. В качестве основного метода сбора количественных данных среди молодёжи использовалось *анкетирование*. Этот метод позволил стандартизировать ответы большого числа респондентов в ограниченные сроки. Письменный формат минимизировал влияние фактора социальной желательности и способствовал более обдуманному ответам.

Для сбора информации среди преподавателей и специалистов по работе с молодёжью применялся *метод онлайн-опроса*. Выбор данного метода был обусловлен территориальной протяжённостью региона и необходимостью охвата респондентов из различных муниципалитетов. Данный формат обеспечил удобство участия, сократил временные затраты и позволил включить в исследование экспертов, чьи наблюдения дополняли данные, полученные от молодёжи.

Полуструктурированное интервью применялось для получения качественной информации, необходимой для интерпретации количественных данных. Интервью проводились со специалистами по работе с молодёжью, чьи оценки помогли выявить скрытые механизмы влияния новых масс-медиа. Комплексное использование трёх методов обеспечило многоаспектность и полноту эмпирической базы, позволяя сопоставить данные от непосредственных участников медиапотребления и экспертов.

Инструментарий исследования. Письменная анкета включала два блока. Содержательный блок состоял из одиннадцати вопросов, сгруппированных по трём направлениям. Социально-демографический блок фиксировал пол, возраст, образование, социальный статус и место проживания. Такая структура позволила комплексно рассмотреть исследуемое явление и соотнести медиаповеденческие установки с социально-демографическими характеристиками респондентов¹¹⁷.

Онлайн-анкеты имели схожую структуру, адаптированную под профессиональный опыт респондентов. В социально-профессиональном блоке

¹¹⁷ См. приложение А. 1. Анкета для молодёжи

фиксируются пол, стаж работы, тип образовательного учреждения, район Дагестана¹¹⁸.

Процедура проведения исследования. Полевой этап письменного анкетирования проходил на различных площадках – в вузах, колледжах, административных учреждениях, спортивных школах, а также на уличных точках в городах, районах, сёлах и посёлках. Приглашение к участию осуществлялось через преподавателей, кураторов, личные контакты и молодёжные организации. Предварительные списки респондентов не составлялись; возраст определялся визуально и по самоотчёту. Перед началом заполнения анкеты участникам сообщались цель исследования, условия анонимности и добровольности. Заполнение происходило индивидуально, в условиях приватности, без нумерации анкет и проверочных вопросов. Всего было роздано около 150 бланков, возвращено 130, из которых 107 признаны пригодными для анализа. Ввод данных в электронный формат выполнялся автором исследования самостоятельно. Полевой этап в горных районах сопровождался определёнными логистическими трудностями, однако они были минимизированы благодаря заблаговременному планированию маршрутов и привлечению местных волонтёров.

Анкетирование в онлайн-формате, как мы видим, осуществлялось путём рассылки электронных опросных форм через институциональные каналы – образовательные организации, учреждения социальной сферы и молодёжные общественные объединения. Подобная стратегия распространения, на наш взгляд, обеспечила репрезентативный охват респондентов, представляющих различные муниципальные образования республики. И это, заметим, позволило получить достаточно разнородную картину.

Полуструктурированные интервью, в свою очередь, реализовывались в двух модальностях – дистанционной и очной (при личных встречах). Выбор конкретной модальности, как мы полагаем, определялся двумя прагматическими критериями: территориальной удалённостью потенциальных собеседников и их служебной занятостью. Содержательный фокус интервью был ориентирован на решение двух

¹¹⁸ См. приложение А. 2. Анкета для преподавателей

задач: во-первых, фиксацию экспертных суждений относительно роли новых медиа в процессах политической социализации молодёжи; во-вторых, верификацию и смысловое уточнение количественных данных, полученных в ходе предшествующего анкетирования. В данном исследовании важно было не просто собрать информацию, а понять её глубинные смыслы.

Этические принципы и процедурные ограничения

Дизайн исследования, на наш взгляд, выстраивался с неукоснительным соблюдением норм научной этики и действующих правовых требований к работе с информантами. Участие во всех процедурных этапах – заполнении анкет, онлайн-опросе и интервьюировании – носило, как мы подчёркиваем, исключительно добровольный характер. Респонденты на каждой стадии информировались о целях предпринимаемого исследования, содержательной направленности задаваемых вопросов, гарантиях полной анонимности, а также о праве на отказ от участия без необходимости какого-либо объяснения причин.

Опросные листы, что важно, не предполагали фиксации персонально идентифицирующих сведений; процедура заполнения исключала возможность внешнего наблюдения либо контроля со стороны третьих лиц. В исследовании, как известно, не принимали участия несовершеннолетние – для получения сведений о медиапрактиках подростковой группы (14–17 лет) использовались экспертные оценки педагогов и профильных специалистов. Обработка как анкетных данных, так и транскриптов интервью осуществлялась в агрегированном виде, без индивидуализации ответов. Электронные носители информации, на наш взгляд, хранились в зашифрованном формате с ограничением доступа исключительно для автора исследования. И это, отметим, соответствует современным требованиям к работе с данными.

Ключевые результаты эмпирического этапа

Анализ медиапотребительских стратегий молодёжи Республики Дагестан, проведённый в рамках настоящего исследования, позволил, на наш взгляд, зафиксировать следующие устойчивые паттерны. Основной массив информации респонденты, как мы видим, получают посредством цифровых каналов (см. рис.

3.2). И это, заметим, вполне закономерный результат, учитывая современные тенденции, однако степень доминирования цифровых платформ, на наш взгляд, заслуживает отдельного внимания)¹¹⁹.



Рис. 3.2. Доли источников информации в структуре медиапотребления (по результатам опроса, %).

По частоте упоминаний в качестве источников информации традиционные медиа, как показывают данные, уступают цифровым каналам с кратностью, превышающей пяти-семикратный порог. Наиболее редуцированными, на наш взгляд, оказываются позиции межличностной коммуникации и институциональных образовательных площадок. Согласно массиву молодёжных ответов, такие агенты первичной социализации, как родители, семейное окружение и дружеские сети, фигурируют в анкетах реже, чем видеохостинговые платформы и даже отдельные интернет-издания. И это, согласитесь, весьма показательный сдвиг. В оценках преподавательского корпуса и профильных специалистов, как мы видим, прослеживается аналогичный вектор: образовательные учреждения и институт семьи занимают в их иерархии доверия и востребованности нижние

¹¹⁹ Instagram запрещен в России с 21 марта 2022 г. YouTube: в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года. Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года

позиции (см. рис. 3.3, 3.4). Что, подчеркнем, лишь подтверждает общую тенденцию)¹²⁰.



Рис. 3.3. Источники получения новостей молодёжью. Опрос специалистов

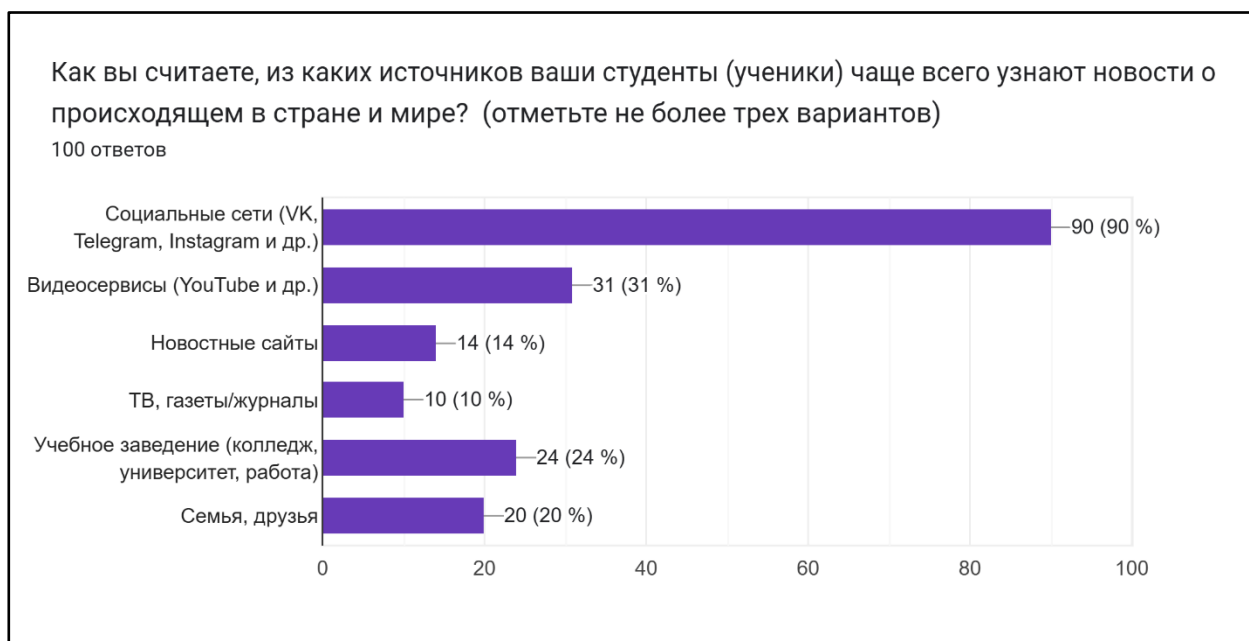


Рис. 3.4. Источники получения новостей молодёжью. Опрос преподавателей.

¹²⁰ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г. YouTube: в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года. Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года

Данные указывают на структурный сдвиг в медиапотреблении. Традиционные каналы социализации (семья, образовательные учреждения) теряют позиции в пользу глобальных и региональных цифровых платформ. Для Республики Дагестан, где значимость семейных и общинных связей традиционно высока, этот тренд может привести к ослаблению институциональных основ политической социализации и усилению влияния внешних, не всегда локально релевантных информационных потоков.

Установив доминирующую роль цифровых каналов в получении политической информации, целесообразно проанализировать, насколько осознанно молодёжь относится к этим источникам и каковы механизмы критического восприятия. Анализ данных опроса показал, что среди молодёжи преобладает установка на проверку получаемой информации (см. рис. 3.5).



Рис. 3.5. Критическое восприятие информации и персонализация контента среди молодёжи Республики Дагестан, %

57% респондентов заявили, что всегда проверяют сведения из социальных сетей и видеоплатформ, ещё 27% делают это редко, а 11% задумывались о необходимости проверки, но не знают, как её провести. Лишь 5% участников никогда не занимаются верификацией источников.

При этом 54% опрошенных отмечают, что часто замечают в Интернете подбор тем, соответствующих их интересам, 38% сталкиваются с этим периодически, а 8% заявили, что получают разнородный контент (см. рис. 3.6).



Рис. 3.6. Восприятие молодёжью персонализации контента в Интернете

По свидетельству преподавателей и специалистов большинство студентов воспринимают интернет-контент выборочно, в зависимости от собственных интересов. При этом значительная часть доверяет большей части информации без дополнительной проверки (см. рис. 3.7).



Рис. 3.7. Восприятие молодёжью персонализации контента в Интернете. Опрос преподавателей

Позиция специалистов, работающих с молодёжью, близка к этой: они указывают, что подростки, как правило, либо выборочно подходят к восприятию интернет-материалов, либо склонны доверять источникам без глубокой критической оценки.

Таким образом, при формально высоком уровне осведомлённости о необходимости проверки информации в реальных медиапрактиках молодёжи сохраняются уязвимости к алгоритмическим фильтрам. Это подтверждает следующий факт: около 60% опрошенных молодых людей признают, что часто или периодически видят в сети преимущественно те темы, которые им интересны, что указывает на влияние «информационных пузырей».

Оценки педагогов и специалистов подтверждают, что навыки критического анализа информации развиты не у всех.

Выявленные особенности медиапотребления и критического восприятия информации позволяют перейти к анализу следующего аспекта исследования – *политической вовлечённости молодёжи*. Результаты полученных данных демонстрируют, что политическая активность в цифровой среде носит избирательный и ситуативный характер. Большинство респондентов отметили, что сталкиваются с политической тематикой в социальных сетях и на видеоплатформах (см. рис. 3.8)¹²¹.



Рис. 3.8. Политическая вовлечённости молодёжи

¹²¹ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

YouTube: в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года. Введены ограничения в отношении мессенджера WhatsApp (принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной в России) на территории России с декабря 2025 г. Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года

Участие в политически ориентированных онлайн-дискуссиях и акциях принимает меньшая часть опрошенных. Наиболее распространённой реакцией на политические посты является просмотр или постанровка одобрительных отметок. Репосты и комментарии встречаются реже (см. рис. 3.9).



Рис. 3.9. Политическая активность молодёжи

Каждый четвёртый участник опроса признаёт, что сталкивался с онлайн-призывами к участию в общественно-политических мероприятиях. Но только небольшая доля респондентов откликнулась на них (см. рис. 3.10, 3.11)¹²².



¹²² YouTube: в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года. Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года

Рис. 3.10. Опыт взаимодействия с онлайн-призывами

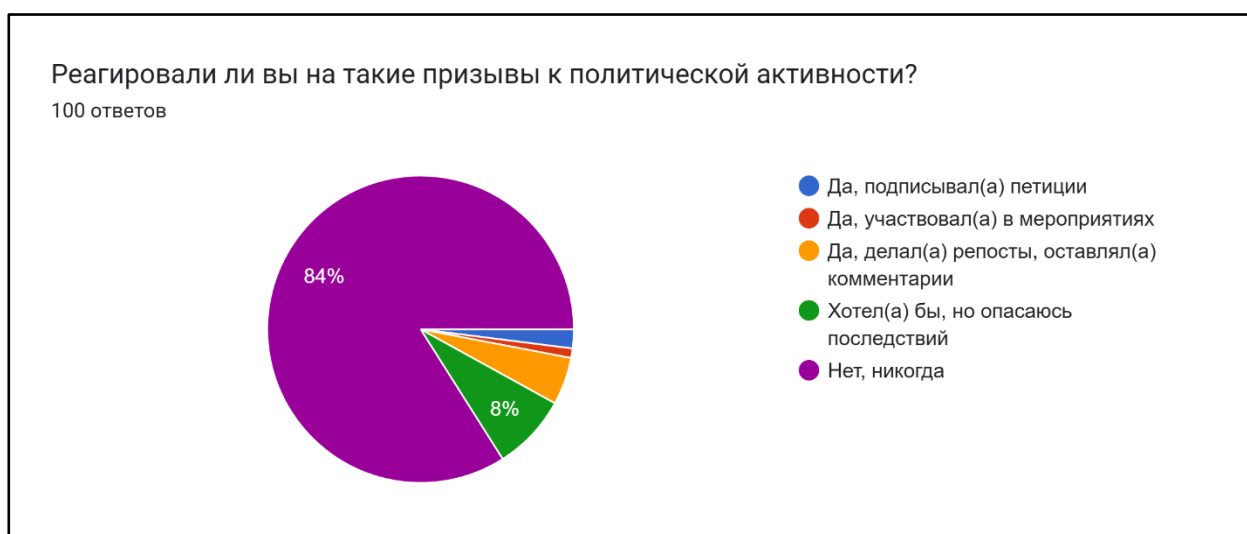


Рис. 3.11. Реакция молодёжи на онлайн-призывы

Факторами, побуждающими молодёжь к политическому участию, чаще всего называют личную заинтересованность в теме, поддержку со стороны окружения и авторитет источника информации (см. рис. 3.12).



Рис. 3.12. Интерес молодёжи к актуальным политическим темам. Опрос специалистов

Дополнительные данные, полученные в ходе опроса преподавателей и экспертов, показывают, что молодёжь проявляет готовность участвовать в обсуждениях и акциях только при совпадении темы с личными интересами и наличии доверия к инициатору.

Выявленные особенности политической вовлечённости молодёжи, требуют перехода к рассмотрению вопроса об источниках, через которые происходит их контакт с политической информацией. Без такого анализа невозможно выявить, какие именно каналы оказываются ключевыми, а также установить степень совпадения оценок различных категорий опрошенных (см. рис. 3.13)¹²³.

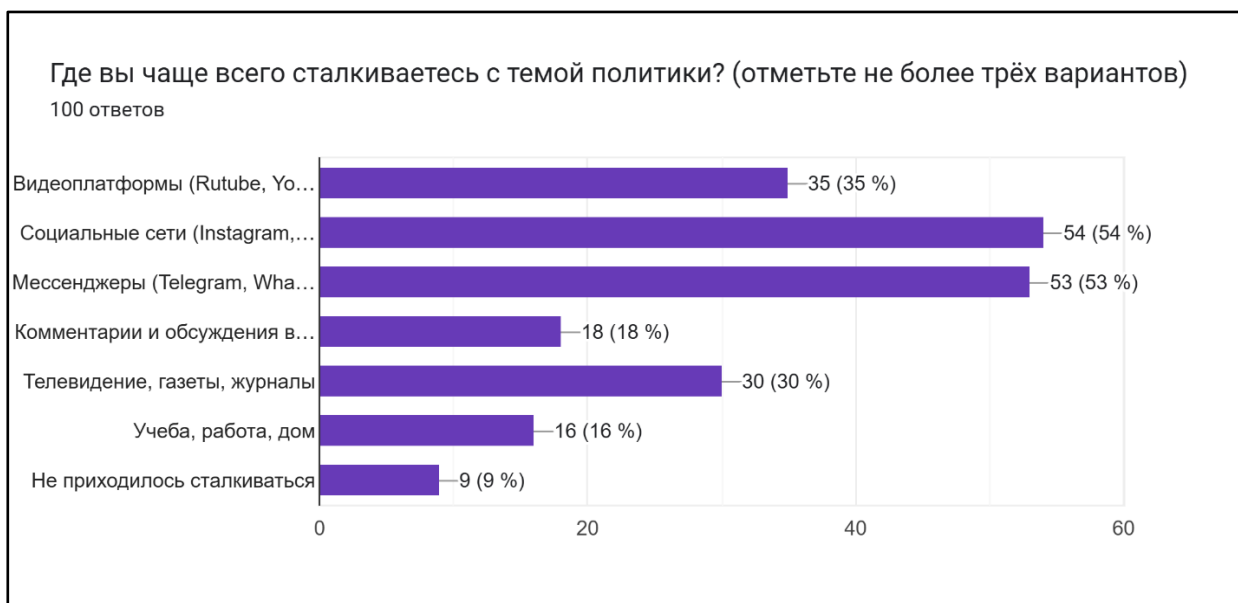


Рис. 3.13. Источники политической информации

По результатам опроса наибольшая доля упоминаний связана с цифровыми площадками: социальные сети — 53,5%, мессенджеры — 52,5%, далее видеоплатформы — 35,6% и телевидение, газеты, журналы — 30,7%. «Комментарии и обсуждения в социальных сетях» — 17,8%, «Учёба, работа, дом» — 15,8%; «Не приходилось сталкиваться» указали 8,9% респондентов.

Сопоставление данных по трём репрезентативным группам, как мы видим, фиксирует консистентную картину в отношении доминирования цифровых каналов: социальные сети уверенно занимают первую позицию во всех массивах. При этом межгрупповые различия, на наш взгляд, проявляются в распределении

¹²³ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г. YouTube: в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года. Введены ограничения в отношении мессенджера WhatsApp (принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной в России) на территории России с декабря 2025 г. Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года

второстепенных платформ – у молодёжной когорты значительную долю составляют мессенджеры, тогда как в ответах педагогов и профильных специалистов заметно выше удельный вес видеохостингов. Лидерство цифровых сред, как нам представляется, оказывает двойной эффект: оно не только детерминирует тематический репертуар поступающей информации, но и конструирует иерархию доверия к различным источникам высказываний. Что представляется, на наш взгляд, принципиально важным моментом.

Обобщение эмпирических результатов, полученных в ходе анализа медиапотребительских практик, уровня критической рефлексии и параметров политической включённости дагестанской молодёжи, приводит нас к заключению, что конфигурация политического сознания складывается под совокупным действием двух групп факторов – объективных свойств информационной среды и субъективных характеристик референтных фигур, наделённых в глазах респондентов авторитетным статусом. Для углублённой реконструкции механизмов данного воздействия, на наш взгляд, целесообразно обратиться к финальному блоку эмпирического анализа, предметом которого выступают идентификация и компаративная оценка значимых акторов личностного влияния, способных оказывать как непосредственное, так и опосредованное воздействие на политическое мировоззрение подрастающего поколения. И здесь, отметим, кроется ключ к пониманию многих процессов.

В связи с изложенным представленный ниже табличный материал, как нам представляется, даёт возможность осуществить наглядное сопоставление суждений трёх категорий респондентов и зафиксировать расхождения в восприятии авторитетных фигур, что составляет содержательную основу завершающей стадии анализа (см. табл. 3.1).

Авторитет / Группа респондентов	Молодёжь	Препода-тели	Специ-сты
Религиозные лидеры и богословы	81,2	42,0	47,0
Учителя, преподаватели, личные тренеры	44,6	29,0	11,0
Эксперты (учёные, журналисты, врачи)	36,6	9,0	3,0
Политики, депутаты, члены правительства	18,8	4,0	2,0
Общественные деятели	18,8	48,0	74,0
Блогеры	7,9	48,0	74,0
Известные спортсмены	5,9	28,0	41,0
Личные авторитеты (старшие товарищи и т.п.)	—	32,0	29,0
Родители	—	29,0	20,0
«Не ориентируется на чьё-либо мнение»	—	—	10,0

Табл. 3.1. Различия в восприятии авторитетов

Среди молодых респондентов бесспорным лидером признания выступают религиозные лидеры – их указывают 81,2% опрошенных. В экспертной и педагогической группах данный сегмент также получает высокие оценки (42–47%), однако первенство здесь смещается в сторону блогеров и публичных фигур: у педагогов этот показатель составляет 48%, у специалистов достигает 74%. Учителя и преподаватели сохраняют определённую значимость для молодёжной аудитории (44,6%), но их влияние оценивается ниже, чем у представителей цифровой публичной сферы. Эксперты занимают в молодёжной иерархии промежуточную позицию (36,6%), тогда как в восприятии педагогов и специалистов их статус оказывается существенно ниже (3–9%).

Политики и журналисты демонстрируют минимальный уровень авторитета во всех трёх группах. У молодёжи политики набирают 18,8%, у преподавателей – 4%, у специалистов – 2%. Журналистский корпус, как и экспертные фигуры, характеризуется крайне низкими значениями в оценках педагогов и специалистов (9 и 3% соответственно).

По мнению молодёжи, блогеры и общественные деятели не играют значительной роли (7,9% и 18,8% соответственно), но преподаватели и специалисты переоценивают их влияние (48–74%). Это расхождение важно

учитывать, так как оно показывает разницу между самооценкой и внешней оценкой.

Выводы по третьей главе

Исследование показало, что для молодёжи Республики Дагестан основным источником информации, включая политический контент, стал Интернет: социальные сети, мессенджеры и видеоплатформы. Это подтверждают общероссийские и региональные тенденции, но в республике доля цифровых каналов в структуре медиапотребления молодёжи выше средних показателей по стране.

Результаты исследований 2017–2019 годов фиксировали примерно равное распределение между традиционными и цифровыми источниками. Данные опроса 2024 года показали смещение в сторону онлайн-платформ и снижение роли телевидения, печатной прессы и межличностных каналов (родители, друзья). При этом религиозные лидеры и учителя по-прежнему важны для молодёжи, но на первый план выходят блогеры и общественные деятели.

В Республике Дагестан цифровые коммуникационные каналы не просто вышли на лидирующие позиции в процессах политической социализации молодого поколения. Они трансформировались в основную среду, где формируются и функционируют диалоговые площадки для обсуждения общественно-политической повестки.

Вместе с тем традиционные ценностные системы не утрачивают своего регулятивного потенциала. Перманентное функционирование обозначенных институциональных и сетевых агентов, как нам представляется, продуцирует особую – гибридную по своей природе – модель политической социализации. В этой модели архаические и современные способы передачи политических установок, по нашим наблюдениям, образуют сложное переплетение, а не просто сосуществуют параллельно. И это, объективно, создаёт весьма специфическую конфигурацию.

Процесс оформления политического мировоззрения у дагестанской молодёжи, как мы видим, разворачивается в поле пересечения двух разнонаправленных, однако взаимно не исключających друг друга систем влияния. Первая из них опирается, на наш взгляд, на институционализированные источники авторитета, продолжающие сохранять регулятивный потенциал: духовенство и религиозных наставников, учительский корпус, а также референтную группу, образуемую родственниками и близким социальным окружением.

Вторая система, в свою очередь, связана с феноменом цифровых лидеров мнения, чья активность сконцентрирована в пространстве социальных сетей, мессенджеров и тематических интернет-площадок, причём влияние данной группы, как показывают данные, демонстрирует устойчивую динамику нарастания. Именно характер соотношения – взаимодействие и конкурентное напряжение – между двумя означенными каналами трансляции политических смыслов, на наш взгляд, и выступает в качестве ключевого фактора, обуславливающего конфигурацию политического сознания дагестанской молодёжи на современном этапе. И здесь, заметим, кроется главный вызов для региональной политики.

Существенное расхождение между самооценкой молодёжи и представлениями взрослых респондентов о её авторитетах указывает на межпоколенческий разрыв в понимании источников влияния.

В условиях информационной фрагментации возрастает риск закрепления «информационных пузырей», что может способствовать поляризации политических установок. Для минимизации рисков и повышения уровня участия молодёжи в политической жизни необходима интеграция традиционных и диалоговых цифровых каналов коммуникации, а также развитие медиаграмотности. Выявленные особенности медиапотребления и структуры авторитетов молодёжи демонстрируют особую модель политической социализации, в которой локальные ценностные ориентиры переплетаются с глобальным цифровым влиянием

Учитывая смещение медиаприоритетов и межпоколенческого различия необходима разработка целенаправленных мер, снижение рисков информационной изоляции и вовлечения молодёжи в общественно-политическую жизнь. Именно эти задачи лежат в основе третьей главы исследования, в которой предложены практические рекомендации по противодействию новым вызовам, влияющим на молодёжь Республики Дагестан через новые масс-медиа.

Заключение

Эволюция новых масс-медиа неразрывно связана с переходом от традиционных форм массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение с их линейным вещанием и односторонней передачей информации) к среде цифровой. Этот переход коренным образом изменил характер взаимодействия между источником сообщения и аудиторией. Новые медиа перестали быть исключительно ретрансляторами готовых сообщений – они превратились в площадки, где формируются и воспроизводятся дискурсивные практики, то есть устойчивые способы говорить, аргументировать и создавать смыслы. Пользователи сегодня выступают не только в роли потребителей, но и в качестве соавторов контента: они активно включаются в дискуссии, комментируют, спорят, выдвигают собственные версии событий и тем самым участвуют в формировании общественного мнения. Виртуальное общение стало для многих неотъемлемой частью повседневной жизни. В итоге новые масс-медиа приобрели черты полноценного социального института, обладающего способностью реально влиять на политические процессы – от локальных до общенациональных.

Здесь также следует отметить и новые возможности использования искусственного интеллекта и его влияние на трансформацию системы массовых коммуникаций. Нейросети активно становятся самостоятельным звеном, смещая фокус с обычного поиска информации на доверие искусственным-обобщенным ответам. Что безусловно требует отдельного исследования.

В информационном пространстве многократно возросла роль эмоциональной составляющей и визуальных символов. Политические ориентации сегодня формируются через гибридные форматы, где границы между информацией (фактами, аналитикой) и развлечением (шоу, юмором, эпатажем) оказываются размытыми или вовсе исчезают. Исследовать эти особенности было важно для того, чтобы правильно понимать: как именно молодые люди воспринимают поступающую к ним политическую информацию, каким образом на этой основе

складываются их собственные взгляды и как они затем участвуют (или не участвуют) в политической жизни общества.

Анализ теоретико-методологических основ, задающих рамки для исследования процессов становления сознания в молодёжной среде, позволяет сделать вывод, что изучаемый феномен не может быть редуцирован к простой совокупности индивидуальных суждений, ценностных предпочтений или оценочных позиций. Политическое сознание, свойственное молодому поколению, представляет собой многомерное и внутренне структурированное образование, включающее в себя разнородные компоненты, находящиеся в динамической взаимосвязи. Речь идёт не о статичном наборе элементов, а о процессуальном, постоянно развивающемся явлении, в котором переплетаются когнитивные, аффективные и поведенческие составляющие: оно формируется в ходе социализации (в семье, школе, под влиянием друзей и медиа) и постоянно воспроизводится, обновляется в системе общественных отношений в реальных взаимодействиях, обсуждениях, коллективных действиях. Что, очевидно, представляется принципиально важным для управленческой деятельности в политическом, медийном и социальных аспектах.

Интеграция дисциплинарных оптик – социологической, политологической, психологической и культурологической – как нам представляется, задала исследовательскую рамку, позволившую эксплицировать многослойную структуру политического сознания. Методологический каркас работы, по нашему замыслу, выстраивается вокруг исходной посылки: молодёжь представляет собой социальный страт, характеризующийся повышенной восприимчивостью к медийным воздействиям, причём этот период онтогенеза совпадает с фазой интенсивного личностного самоопределения – обретения идентичности, ценностной системы, экзистенциальных ориентиров. Данная возрастная особенность, на наш взгляд, придаёт медиафакторам статус доминантных детерминант политической социализации нового поколения.

В ряду концептуальных результатов исследования особого упоминания, как мы полагаем, заслуживает констатация постепенной эрозии монопольной позиции

традиционных социализирующих инстанций – института семьи, школьного образования, профессионально-трудовых коллективов. Из этого следует, на наш взгляд, необходимость аналитического фокуса не только на инерционных, воспроизводимых моделях политического восприятия, но и на процессуальных аспектах – динамике и направленности сдвигов в политических ориентациях, обусловленных воздействием обновляющихся информационных потоков. Сформулированные теоретико-методологические основания, как мы видим, легли в фундамент эмпирического этапа, посвящённого изучению трансформационных процессов в политическом сознании молодёжного сегмента.

Проведённый анализ, предметом которого выступила модификация политического сознания молодёжи под воздействием новых медийных сред, зафиксировал, по нашим данным, качественные сдвиги в конфигурации механизмов политической социализации. Что безусловно требует самого пристального внимания как со стороны исследователей, так и со стороны практиков, работающих с молодёжью.

Цифровые платформы качественно преобразуют логику усвоения политических норм, формируя децентрализованную сетевую модель, где ключевыми агентами выступают лидеры мнений и виртуальные сообщества. В результате политическое сознание молодёжи становится фрагментарным, ситуативным и подверженным эмоционально окрашенным нарративам. Для молодого поколения цифровая среда стала доминирующим фактором, который формирует само восприятие политики – что считается важным, кто заслуживает доверия, какие проблемы требуют первоочередного решения. Новые платформы создают децентрализованные пространства для выражения мнений: здесь нет единого центра вещания, и различные голоса могут звучать одновременно, нередко конкурируя друг с другом. Это способствует формированию альтернативных повесток – таких тем и проблем, которые могут игнорироваться или искажаться традиционными СМИ.

Получила развитие новая модель восприятия политики, в которой заметно возрастает роль эмоциональных факторов и визуальных образов. Визуальные

элементы (фотографии, инфографика, видеоролики, мемы) упрощают сложные политические концепции, делают их более доступными для широкой, в том числе неподготовленной, аудитории. Однако у этой медали есть и обратная сторона: множественность источников информации, отсутствие единого фильтра достоверности приводит к фрагментации сознания. У различных групп молодёжи (по возрасту, образованию, месту проживания, доступу к ресурсам) формируются разнородные, зачастую противоречащие друг другу политические установки – что создаёт дополнительные сложности как для исследователей, так и для практиков, работающих с молодёжью.

Новые масс-медиа, как показывает проведённый анализ, выполняют не только информационную функцию – они не просто передают сообщения от источника к получателю. Одновременно с этим они стимулируют активное участие самой аудитории. Комментарии к публикациям, участие в сетевых акциях (флешмобах, челленджах, массовых репостах), создание собственных материалов (постов, видео, мемов, подкастов) – всё это способы вовлечения молодёжи в политический процесс. Постепенно, шаг за шагом, традиционные институты политической социализации (школа, семья, вуз, молодёжные организации старого типа) вытесняются или, точнее, замещаются гибридными формами. Под гибридными формами здесь понимаются такие площадки и практики, которые одновременно содержат в себе элементы развлечения (геймификация, юмор, эстетика), повседневной коммуникации (общение, обмен мнениями) и гражданской активности (подписание петиций, участие в обсуждении законов, мониторинг выборов).

Проведённое исследование показало, что трансформация политического сознания молодёжи под воздействием новых масс-медиа носит двойственный, противоречивый характер. С одной стороны, открылись беспрецедентные возможности для горизонтальной коммуникации – то есть прямого общения между равными участниками, без посредничества официальных институтов. Молодой человек получил возможность самостоятельно выбирать политические ценности, сравнивать разные точки зрения, формировать собственное мнение вне

навязывания со стороны семьи или государства. С другой стороны, многократно возрос риск манипуляции сознанием (использование «фейков», ботов, таргетированной рекламы, эмоционально заряженных вирусных сообщений), а также риск утраты целостного, непротиворечивого мировоззрения. Фрагментарное потребление информации приводит к тому, что у человека может не сложиться связной картины мира – вместо неё возникает калейдоскоп разрозненных впечатлений и суждений.

Безусловно, новые масс-медиа играют первостепенную роль в трансформации политического сознания молодёжи. Они создают одновременно и новые возможности для развития гражданской активности, и серьёзные вызовы, на которые обществу и государству предстоит найти ответы. Понимание этих разнонаправленных тенденций является ключом к тому, чтобы корректно оценить степень и характер воздействия новых масс-медиа на формирование политических ценностей у подрастающего поколения.

Стоит ещё раз подчеркнуть: политические ценности не передаются по наследству и не даются человеку от рождения. На протяжении веков их формирование происходило преимущественно под влиянием семьи и образовательных учреждений – школа, вуз, а также различные кружки и клубы служили главными трансляторами ценностных ориентиров. Однако в условиях глобализации и тотальной цифровизации роль этих традиционных институтов социализации заметно снизилась. На их место постепенно приходят новые формы коммуникации, более гибкие, быстрые и адаптивные к запросам молодого поколения. Интернет-платформы и социальные сети позволяют молодым людям одновременно участвовать в дискурсах разного уровня – как глобальных (обсуждение климатических изменений, прав человека, международных конфликтов), так и локальных (проблемы конкретного двора, школы, города). Это, с одной стороны, способствовало развитию глобального мышления и заметному расширению кругозора. С другой – породило новые уязвимости, о которых говорилось выше.

Но цифровая среда оказывает и отрицательное воздействие, демонстрируя символическую герметичность. Обсуждение политических вопросов вне заданных рамок становится невозможным. Любая альтернатива воспринимается как деструктивная или враждебная. По своему функциональному назначению механизмы внутрисистемного контроля, как нам представляется, сопоставимы с институционализированными цензурными практиками. Однако их реализация, что важно, происходит в имплицитном режиме и лишена внешнего принуждения. Существенную роль в данном контексте, на наш взгляд, играет феномен информационной герметичности.

Совокупность источников, к которым получает доступ пользователь в рамках цифровых сообществ, оказывается ограниченной как по количеству, так и по содержательному наполнению. Алгоритмические системы социальных платформ, адаптируясь к поведенческим паттернам субъекта, как мы видим, конструируют замкнутую медиасреду, в которой транслируемые установки воспроизводятся с нарастающей интенсивностью. Альтернативные интерпретации при этом либо подвергаются смысловой редукции, либо, что ещё более показательно, элиминируются из ленты. Итогом, по нашим наблюдениям, становится не репрезентативная картина политической реальности, а её схематизированный суррогат. Подобная конфигурация восприятия, на наш взгляд, порождает дискурсивные ловушки, где подлинное политическое знание вытесняется его знаково-символической имитацией. Молодые люди, интегрируясь в подобные сетевые пространства, оказываются, как мы видим, не в ситуации выбора между альтернативными моделями осмысления политики, а в положении встраивания в уже заданную координатную сетку. Как следствие, процесс ценностного самоопределения трансформируется, на наш взгляд, в симулятивную форму социализации. Что является, по нашему мнению, серьёзным вызовом.

Купирование обозначенных рисков, как нам представляется, становится возможным исключительно при условии системной работы по возвращению критических компетенций и медийной грамотности в молодёжной среде. Два тесно сопряжённых вектора, на наш взгляд, задают контуры более сбалансированной

конфигурации политической социализации подрастающих поколений. Первый ориентирован на реактуализацию и институциональное укрепление классических трансляторов социально-политического опыта – прежде всего семьи, образовательных учреждений, религиозных общин и добровольческих объединений. Второй, в свою очередь, предполагает выстраивание конвергентных связей между традиционными (непосредственными, межличностными) и цифровыми (опосредованными, сетевыми) формами воспитательного воздействия, причём не по принципу конкуренции, а в логике функционального дополнения. И здесь, заметим, важно найти правильный баланс.

Именно эти две стратегические линии, как мы полагаем, обретают статус системообразующих координат, позволяющих нивелировать либо существенно редуцировать те негативные последствия тотальной цифровизации, которые были обстоятельно эксплицированы выше. В числе таковых – дезинтеграция и фрагментарность политического сознания, повышенная суггестивность молодёжной аудитории по отношению к манипулятивным техникам, а также прогрессирующее ослабление прямых межличностных коммуникаций при одновременной гипертрофии виртуальных форм интеракции. Реализация предложенных направлений, на наш взгляд, призвана компенсировать перечисленные уязвимости и сообщить процессу политической социализации молодёжи недостающую меру гомеостатичности и институциональной устойчивости. Однако, справедливости ради, стоит признать, что путь этот неблизкий и потребует значительных усилий.

Однако, при выработке конкретных рекомендаций необходимо учитывать региональную специфику. Дагестанское общество отличается сложной этнической и религиозной структурой: здесь проживают представители многих народов (аварцы, даргинцы, кумыки, лезгины, лакцы и др.), сосуществуют разные течения ислама, сохраняются традиционные клановые и родовые связи. Политическая дифференциация в таком контексте тесно связана с этнокультурными и конфессиональными особенностями – принадлежность к той или иной этнической группе или религиозному кругу может влиять на доступ к ресурсам, на

авторитетность тех или иных лидеров, на политические предпочтения. Понимание этих процессов критически важно для местных властей и для всех, кто занимается молодёжной политикой в регионе. Без такого понимания невозможно эффективно интегрировать молодёжь в политическую жизнь, поскольку любые универсальные, «обезличенные» программы рискуют не найти отклика у местной аудитории.

Отметим, что семейный институт, в свою очередь, либо оказывается элиминированным из процессов политической социализации, либо, что не менее показательно, сводится к репродукции архаизированных ролевых стереотипов. В ситуации, когда сами родители зачастую не обладают медийной грамотностью, критической рефлексией и политической аналитикой, коммуникация с подрастающим поколением, как мы видим, приобретает формальный либо конфликтогенный характер. Это, в свою очередь, генерирует недоверие к родительским ценностным системам и побуждает молодых людей искать мировоззренческие опоры вне семейного круга – прежде всего в сетевых средах, предлагающих, на их взгляд, более интуитивно доступный и адаптированный язык интерпретации действительности.

В обозначенных обстоятельствах особую актуальность, на наш взгляд, обретает имплементация медийной грамотности в систему школьного образования – данный шаг, как нам представляется, может быть квалифицирован как инструмент целенаправленного формирования у подрастающего поколения устойчивых политических ориентаций. Традиционная школа, фундированная на монологической трансляции готового знания, на современном этапе, согласитесь, уже не отвечает вызовам цифровой среды. Однако образовательное учреждение, отказывающееся от подобной односторонней модели и переходящее к диалоговому формату, предполагающему разбор и анализ конкретных медийных кейсов (новостных репортажей, постов в социальных сетях, рекламно-пропагандистских материалов), способно, на наш взгляд, выполнять функцию институционального барьера против хаотического и в значительной степени манипулятивного воздействия цифровых медиа. В такой школе обучаемому прививается не совокупность готовых, прескриптивно заданных ответов, а

способность к самостоятельному суждению – дифференциации факта и мнения, распознаванию манипулятивных техник и прогнозированию их эффектов. Подобная трансформация образовательной среды при условии её последовательной реализации, как мы полагаем, способна существенно повысить резистентность молодёжи к псевдоценностным конструктам и цифровым «соблазнам» (клиповому мышлению, эскапистским стратегиям, замещению реальной активности её симулятивными суррогатами), одновременно сохраняя приверженность демократическим и гуманистическим основаниям политической культуры.

Семейный институт, в свою очередь, призван, на наш взгляд, стать пространством доверительных отношений и своего рода морально-ориентационной навигации в той сложной, противоречивой медиареальности, в которую оказывается погружён молодой человек. Если внутри семьи сложилась диалогическая коммуникация на основе взаимного уважения, если родители и дети включены в совместное обсуждение актуальных общественно-политических сюжетов и коллективное осмысление происходящих процессов, то родители получают возможность не только превентивно реагировать на медийные риски (дезинформацию, вовлечение в деструктивные сообщества), но и направлять формирование зрелой, ответственной политической идентичности.

Вместе с тем реализация данной воспитательной функции требует от взрослых постоянного самообновления: они должны сохранять способность вести диалог с молодёжью на её языке (понимать используемые платформы, меметический контент, жаргонные обороты), но при этом не допускать редукции содержательного уровня беседы до примитивных лозунгов либо назидательных интонаций. Именно в сопряжении двух обозначенных подходов – школьного аналитического обучения и семейной поддерживающей коммуникации – может быть выработан, как нам представляется, достаточно надёжный механизм противодействия формированию у молодых людей нерелексивных, поверхностных и сугубо реактивных политических установок.

Изложенное выше, однако, не означает, что роль традиционных институтов социализации утрачена окончательно. Напротив, несмотря на очевидное доминирование цифровой среды, они сохраняют свою значимость – при условии модернизации собственных подходов.

Эмпирические данные, аккумулированные в ходе исследования, фиксируют, на наш взгляд, устойчивый вектор трансформации информационных предпочтений в молодёжной среде. Отмечается последовательное замещение классических каналов коммуникации – телевизионного вещания, печатной прессы, межпоколенческой устной трансляции – цифровыми экосистемами: социальными сетями, мессенджерами и видеохостинговыми платформами. Параллельно, как показывают данные, регистрируется редукция значимости непосредственного межличностного общения (включая семейные обсуждения и неформальные беседы со сверстниками) как фактора, влияющего на структуру политических ориентаций. Вместе с тем сохраняется, хотя и в суженном диапазоне, влияние институциональных акторов – педагогов и религиозных авторитетов, – причём эта тенденция выражена отчётливее в семьях с консервативными ценностными установками и в сельских поселениях. Однако их воздействие, как мы видим, уступает по интенсивности влиянию цифровых инфлюенсеров и публичных фигур, систематически ведущих собственные каналы и использующих дискурсивные стратегии, релевантные молодёжной аудитории.

Выявленное расхождение между референтными группами, декларируемыми самой молодёжью, и теми агентами социализации, которых взрослые (родители и педагоги) полагают нормативно предпочтительными, свидетельствует о межпоколенческом разрыве в трактовке источников легитимного влияния. Если старшее поколение атрибутирует молодёжи ориентацию на традиционные фигуры – учителей, родителей, духовных наставников, – то респонденты молодого возраста идентифицируют в качестве значимых других блогеров, ютуб-создателей и лидеров общественного мнения, функционирующих в цифровом пространстве. Что представляется принципиальным различием.

Помимо этого, эмпирический материал обнаруживает, на наш взгляд, выраженную стратификацию молодёжного сегмента по двум взаимосвязанным параметрам: доступности информационных ресурсов и когнитивной готовности к их критической оценке. Одна часть респондентов демонстрирует сформированные компетенции медиаграмотности – верификацию фактических данных, дифференциацию надёжных и сомнительных нарративов, распознавание манипулятивных техник. Другая, напротив, обнаруживает предрасположенность к некритическому усвоению семантически упрощённых и аффективно насыщенных интерпретаций, особенно если последние представлены в клиповых, эстетически аттрактивных форматах – шорт-видео, сенсационалистских хедлайнах, провокационных мемах.

Асимметрия культурного и образовательного капитала (вариативность качества школьной подготовки, доступа к печатным и сетевым ресурсам, культурного уровня семьи), а также территориальные различия (тип поселения, степень близости к региональным центрам) воспроизводят и углубляют дифференциацию внутри молодёжной когорты. Для одних эта дифференциация оборачивается стимулом к гражданской самоорганизации: цифровые инструменты осваиваются ими как средства самообразования, сетевой мобилизации и волонтёрской деятельности. Для других она приводит к эскалации генерализованного недоверия ко всем источникам информации, сопровождающегося социальной апатией, гедонистическим ретритизмом либо погружением в эзотерические субкультурные ниши. Тем самым новые медиа выполняют не только информационно-трансляционную функцию, но и функцию социального структурирования: они маркируют и закрепляют границы между группами, модулируя траектории политической социализации и либо усиливая, либо амортизируя имеющиеся структурные неравенства.

Разработанная на основе полученных результатов модель нейтрализации деструктивного влияния новых медиа на дагестанскую молодёжь предполагает, на наш взгляд, поликомпонентную стратегию. Её ядром выступает синтез традиционных институтов социализации и цифровых коммуникативных форматов.

Данный подход, как мы полагаем, исключает дихотомическое противопоставление «старого» и «нового»; напротив, он предполагает перевод верифицированных социокультурных ценностей – межэтнической толерантности, уважения к старшим поколениям, правовой лояльности, патриотизма – в жанры, органичные для молодёжной аудитории: короткие ролики, подкастовые серии, интерактивные квизы, меметические конструкции и тематические челленджи.

Вторым системообразующим компонентом, на наш взгляд, выступает формирование когнитивного «иммунитета» к деструктивным нарративам через институционализированное развитие медиаграмотности и критического мышления. Внедрение в образовательный процесс (школьный и вузовский уровни) специализированных тренингов, проектных семинаров и симуляционных игр позволяет аккумулировать у обучающихся инструментарий деконструкции медийных сообщений, идентификации скрытых убеждающих тактик и противодействия суггестивным приёмам. Параллельно, как нам представляется, требуется наращивание объёма позитивного, культурно релевантного контента, популяризирующего гражданскую активность и патриотическую идентичность, но избегающего дидактического пафоса – предпочтительными форматами здесь выступают короткометражное документальное кино, веб-сериалы и коллаборации с лидерами мнений.

Дополнительным ресурсом, по нашему мнению, видится создание альтернативных дискуссионных площадок, аккумулирующих молодёжные инициативы, – пространств, где молодые люди могут артикулировать свои позиции, презентовать проекты и вести полемику, оставаясь в границах конструктивного дискурса. Это позволяет вовлечь молодёжь в социально-политическую повестку, не провоцируя радикализацию или деструктивные формы самореализации. Особое внимание, как нам представляется, целесообразно уделить механизмам включения молодёжи в конкретные виды просоциальной деятельности: волонтерство (шефство над пожилыми, экологические акции, благоустройство), работу в молодёжных парламентских и совещательных структурах, а также культурно-образовательные программы – фестивальные,

конференциальные и мастер-классовые форматы. Совокупность этих мер, на наш взгляд, ориентирована на возвращение социальной ответственности и устойчивой гражданской субъектности.

Последовательная реализация предложенных мер способна превратить медиасреду из инструмента манипуляции и дезинформации в канал консолидации и политического воспитания молодёжи. Выявленные в исследовании закономерности и сформулированные рекомендации создают основу для дальнейших научных и практических шагов в области регулирования и использования медиапространства – как в Республике Дагестан, так и в других регионах со сходными социокультурными характеристиками.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации. – М.: Проспект, 2016. – 48 с.
2. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (в ред. от 01.01.2018) // Российская газета. URL: <https://rg.ru/1991/12/27/smi-zakon.html> (дата обращения: 26.04.2025).
3. Указ Президента РФ «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации» от 09.12.2013 № 894. // Справочная система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения: 20.04.2025).
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» от 29 ноября 2014 г. № 2403-р. // Справочная система «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.04.2025).
5. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». // Информационно-правовой портал «ГАРАНТ». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>
6. Закон Республики Дагестан от 30 апреля 2021 г. № 30 «О молодежной политике в республике Дагестан» (с изм. на 9 октября 2024 г.). URL: <https://docs.cntd.ru/document/57>

Монографии и публикации

7. Алаудинов, А. А. Когнитивная и ментальная составляющие современной гибридной войны / А. А. Алаудинов, А. В. Манойло // Вопросы политологии. – 2024. – Т. 14, № 2 (102). – С. 583-591.
8. Аликберова, А. А., Делов, Н. С., Григорян, Д.К. Молодёжь и патриотизм: влияние в период проведения Специальной военной операции / А.А. Аликберова, Н.С. Делов, Д.К. Григорян // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2025. – № 1. (118) – С. 84-92.

9. Анищенко, А. В. Особенности политического участия российской молодёжи в условиях цифровизации / А. В. Анищенко // Наука. Культура. Общество. – 2024. – Т. 30, № 3. – С. 130-141.
10. Афанасьев, А. А. Дети интернета. Что они смотрят и кто ими управляет / А. А. Афанасьев – Москва: Изд-во «Наше Завтра», 2023. – 432 с.
11. Балынская, Н. Р. Культурные ценности современной российской молодёжи / Н. Р. Балынская, Н. С. Шкурко, И. В. Кашуба // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2025. – № 2. – С. 267-273.
12. Барг, М. А. Эпохи и идеи: становление историзма / М. А. Барг. – Москва: Наука, 1987. – 348 с.
13. Белогорская, Л. В. Педагогический аспект проблемы развития политического сознания молодёжи / Л. В. Белогорская // Современные наукоемкие технологии. – 2020. – № 3. – С. 129-132.
14. Бодрунова, С. С. Кумулятивная делиберация: новая нормативность в изучении публичных сфер онлайн / С. С. Бодрунова // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2023. – С. 87-122.
15. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ / пер. с англ. / Д. Брайант, С. Томпсон. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
16. Бронников, И. А. Современные особенности российской интернет-аудитории как участника политической коммуникации / И. А. Бронников // PolitBook. – 2013. – № 2. – С. 44-59.
17. Бурашникова, А. А. Формирование коммуникативных навыков студенческой молодёжи в цифровом пространстве / А. А. Бурашникова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2024. – № 4. – С. 245–260
18. Бурда, М. А. Государственная информационная политика: некоторые модели и их реализация в рамках современных интернет-технологий / М.А. Бурда, С. А. Степанов, Т. А. Гусарская // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 11-1 (99). – С. 5674-5681.

19. Быстрицкий, С. С. Социальные сети как новые СМИ / С. С. Быстрицкий // Молодой ученый. – 2023. – № 18(465). – С. 271-273.
20. Валеева, Д. М. Проблемы формирования и укрепления политического доверия молодежи к институтам государственной власти в современной России / Д. М. Валеева // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 4(92). – С. 1583-1589.
21. Вараксина, А. В. Влияние социальных сетей на формирование ценностных ориентиров современной молодёжи / А. В. Вараксина // Преподаватель XXI век. – 2016. – № 2 – С. 205-212.
22. Варуха, И. В. Новые интернет-медиа как уникальное явление современной коммуникации / И. В. Варуха, А. Ф. Давлетбаева // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 96-3 – С. 39-41.
23. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
24. Возможности и угрозы цифрового общества: материалы конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. – Ярославль: ЯрГУ, 2024. – 485 с.
25. Володенков С.В. Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии / С. В. Володенков // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13. № 2. – С. 6-24.
26. Гаврилов, А.Р. Роль медийной среды в формировании политических интересов студенческой молодёжи (региональный аспект) / А.Р. Гаврилов, С.Н. Гусев, Г.В. Морозова // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2022. – № 6 (57) – С. 28-33.
27. Галас, М. Л. Особенности политического сознания и поведения российской молодёжи в условиях турбулентности миропорядка / М.Л. Галас // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2023. – Т. 13, № 1 – С.111-121.
28. Галас, М. Л. Политическая активность и риски протестных настроений российской молодёжи в условиях социально-политической

турбулентности 2017–2022 гг. / М. Л. Галас, Л. А. Брушкова // Наука. Общество. Оборона. – 2024. – Т.12, № 2(39). – С. 12-12.

29. Гапич, А.Э., Шаповалов, А.В. Классификация политических ориентиров молодежи Северного Кавказа / А.Э. Гапич, А.В. Шаповалов // Теория и практика общественного развития. – 2025. – № 12. – С. 38-48.

30. Головин, Д. А. К вопросу об изучении факторов, влияющих на политическое сознание современной российской молодёжи / Д.А. Головин // Социально-политические науки. – 2020. – Т. 10, № 6. – С. 80-90.

31. Головин, Ю. А. Современные тенденции в сфере медиа / Ю.А. Головин // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2022. – № 1. – С. 20-25.

32. Горбунов, Н. С. Проблема определения стратегической коммуникации в политической сфере / Н. С. Горбунов // Вопросы политологии. – 2024. – Т. 14, № 2 (102). – С. 502-511

33. Горчакова, А. Р. Интернет как основной ресурс современных каналов политической коммуникации молодёжи (на примере Telegram) / А. Р. Горчакова, М. В. Афонин, А. Л. Кривова // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 5 (93). – С. 2050-2057.

34. Гурьянчик, В. Н. Коммуникативное пространство современной молодежи: вызовы и угрозы (на примере пользователей YouTube) // Социально-политические исследования. – 2022. – № 3 (16). – С. 122-139. <http://dx.doi.org/10.20323/2658-428X-2022-3-16-122-139>.<https://elibrary.ru/mtteaw> (дата обращения: 03.04.2026).

35. Дадаев, З. А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи /З. А. Дадаев // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2024. – №2. – С. 21-32.

36. Дадаев, З. А. Влияние новых масс-медиа на политический дискурс / З.А. Дадаев // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2025. – № 4. – С. 53-57.

37. Дадаев, З. А. Влияние новых масс-медиа на формирование мировоззрения молодёжи: вопросы теории и эпистемологических изменений в Дагестане / З.А. Дадаев // «Коммуникология». – 2025. – Т. 13, № 1. – С.145-153.
38. Дадаев, З. А. К вопросу о влиянии новых масс-медиа на политическое сознание современной молодёжи Дагестана / З.А. Дадаев // АСТА HISTORICA: Труды по историческим и обществоведческим наукам. – 2023. – № 5. – С. 30- 44.
39. Дадаев, З. А. Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи / З. А. Дадаев // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2024. – Т. 9. № 2 – С. 21-32.
40. Дадаев, З. А. Роль новых медиа в формировании общественно-политических ценностей российской молодёжи / З. А. Дадаев // Вопросы политологии. – 2025. – Т. 15, № 4 (120). – С. 1254-1261.
41. Дадаев, З. А. Специфика воздействия масс-медиа на формирование политического сознания молодёжи / З.А. Дадаев // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2024. – Т. 14, № 4 (109). – С.1195-1202.
42. Деннис, Э. Беседы о масс-медиа / Э.Деннис, Д. Меррил. – М.: Вагриус, 1997. – 139 с.
43. Елистратова, С. С. Роль общественного мнения в избирательной кампании. Информационно-манипулятивные методы СМИ по воздействию на общественное мнение / С. С. Елистратова, М.Е. Родионова // Евразийский союз: вопросы международных отношений. – 2024. – Т. 13, № 2(55). – С. 276-283.
44. Журналистика в контексте времени: монография / под ред. Т.Н. Владимировой, В. А. Славиной, Н. В. Кодола. – М.: МПГУ, 2020. – 294 с.
45. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – 200 с.
46. Задорожнюк, Э. Г. [Рец.] Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований. М.: ФНИСЦ РАН, 2020 / Э. Г. Задорожнюк // Социологический журнал. – 2020. – Т. 26, № 4. – С. 188-196.

47. Идеология терроризма и меры противодействия ее распространению: Первые ежегодные Воронцовские чтения. Материалы опубликованы по итогам Научно-практической конференции с международным участием, Ростов-на-Дону - Таганрог, 17–20 июня 2022 года. – Ростов-на-Дону: Южно-Российский институт управления - филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ЮРИУФ РАНХиГС), 2022. – 272 с.

48. Иовва, Н. И. Новые медиа: понятие и особенности / Н. И. Иовва // Вестник ПГУ им. Т.Г. Шевченко. – 2020. – № 18. – С. 66-68.

49. Киреева, О. Ф. Молодежное лидерство: проблемы участия молодёжи в политической коммуникации / О. Ф. Киреева, И. М. Филиппов // Коммуникология. – 2022. – Т. 10. № 1. – С. 98-106.

50. Кириллина, Н. В. Источники неопределенности и применение императивного подхода в управлении интерактивной коммуникацией в сети / Н.В. Кириллина // Коммуникология. – 2020. – Т. 8, № 4. – С. 172-179.

51. Кириллина, Н.В. Характеристики медиапространства: влияние на поляризацию мнений аудитории / Н.В. Кириллина, М.А. Фабричных // Коммуникология. – 2023. – Т. 11, № 4. – С. 51-59.

52. Колосова, А. А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества / А. А. Колосова, А. А. Шнайдер // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 4(58). – Ч. 1. – С. 20-23.

53. Кондратенко, Е. Н. Агенты и механизмы политической социализации молодежи в современной России / Е. Н. Кондратенко, А. Г. Сантросян // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 3(91). – С. 951-958.

54. Крючкова, Д. А. Социальные сети: источник информации нового поколения / Д. А. Крючкова, Ш. С. Сулейманова // Новые тренды журналистики и медиакоммуникаций: сб. научн. статей XX Междунар. научно-практич. конф. Москва, 14 апреля 2023 г. / отв. ред. Д.В. Нерез. – М.: РГГУ, 2023. – С. 19-26

55. Кулакова, Т. А. Современные технологии управления массовым сознанием / Т. А. Кулакова, А. В. Волкова, Г. В. Лукьянова // Материалы конференции / под ред. А.В. Соколова, А.А. Фролова. – Ярославль: ЯрГУ, 2024. – 485 с.
56. Кули, Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок Ч. Х. Кули. – М.: Идея Пресс, 2000. – С. 123.
57. Лапин, Ф. А. Современные СМИ как глобальный политический актор / Ф. А. Лапин // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 5. – С. 186-190.
58. Лебедева, М. М. Цифровые технологии как фактор трансформации политической организации мира / М. М. Лебедева // Материалы конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. – Ярославль: ЯрГУ, 2024. – 485 с.
59. Луман, Н. Реальность масс-медиа / Н. Луман; пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
60. Магадиев, М. Ф. Перспективные направления развития государственного управления в сфере информационной политики Российской Федерации на современном этапе / М. Ф. Магадиев // Евразийский союз: вопросы международных отношений. – 2024. – Т. 13, № 1 (54). – С. 22-31.
61. Магомедова, М. А. Влияние интернет-пространства на общественно-политическую и религиозную ситуацию в республике Дагестан / М. А. Магомедова // Власть. – 2025. – Т. 33. № 4. – С. 263-269.
62. Малик, Е. Н. Специфика комплексного характера СМИ в процессе политической социализации российской молодёжи / Е. Н. Малик // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2. – С. 26-37.
63. Малик, Е. Н. Формирование социально-политического потенциала молодёжи в условиях интернет-социализации / Е. Н. Малик // Управленческое консультирование. – 2022. – № 8. – С. 94-107.
64. Мамараев, Р. М. Политическая культура дагестанской молодёжи и её электоральные установки на современном этапе развития / Р.М. Мамараев, Ю.М. Лысенко, Н.Н. Гарунова // Социология. – 2021. – № 2. – С. 180-188.

65. Молодежная политика в современной России: учебн. пособие для вузов / Т.К. Ростовская, Е.А. Князькова. – М.: Юрайт, 2020. – 155 с.
66. Нагиева, М. К., Салихова Л. Б., Басирова К. К. Исследование электоральных предпочтений дагестанской молодёжи с учётом её материального и социального положения в обществе / М.К. Нагиева, Л.Б. Салихова, К.К. Басирова // Социология. – 2021. – № 2. – С.112-120.
67. Назметдинова, И. С. «Новые СМИ» в современном медиадискурсе / И. С. Назметдинова, С. Э. Лебедева // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. – 2018. – № 4. – С. 77-85.
68. Нигматзянова, А. А. Понятие политического сознания в современном обществе / А. А. Нигматзянова // Исторические, философские, политические и юридические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 1 (63). – С. 115-118.
69. Никонова Э. И., Абдрахманова Л. В. Факторы формирования гражданского самосознания российской молодежи в современных условиях // ВЭПС. – 2020. – №1. – С. 138-141. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-formirovaniya-grazhdanskogo-samosoznaniya-rossiyskoy-molodezhi-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 03.04.2026).
70. Носовец, С.Г. Новые медиа: к определению понятия / С.Г. Носовец // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 4 (10). – С. 39-47.
71. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман; пер. с нем. Н.С. Мансурова. – М.: «Прогресс-Академия», 1996. – 352 с.
72. Осипов, В. Е. Историческое сознание, его роль и место в структуре общественного сознания / В. Е. Осипов, Е. И. Банкерова // Культура. Наука. Образование. – 2010. – № 1 (14). – С. 5-32.
73. Основы теории коммуникации»: учебник / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов и др.; под ред. проф. М. А. Василика. – Москва: Гардарики, 2003. – 615 с.
74. Основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: Издательский дом «Социальные отношения»: изд-во «Перспектива», 2002. – 246 с.

75. Отечественная теория медиа: основные понятия: словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Фак-т журн. МГУ: Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 246 с.
76. Расторгуев, С. В. / Политическая идентичность и политическая культура современной российской молодёжи // Власть. – 2023. – Т. 31, № 4. – С. 126-131.
77. Прокопов, В. А. Медиаинструменты формирования общественного выбора в политических коммуникациях / В.А. Прокопов // Вопросы политологии. – 2024. – Т. 14, № 3 (103). – С. 933-942.
78. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2023. – 424 с.
79. Ракитянский, Н.М. Понятия сознания и менталитета в контексте политической психологии / Н. М. Ракитянский // Вестник Московского университета. Серия 12, Политические науки. – 2011. – № 6. – С. 89-103.
80. Ромашкина, А. Б. Особенности цифровых СМИ в современной политической жизни / А. Б. Ромашкина, Д.А. Киричук // Материалы конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. – Ярославль: ЯрГУ, 2024. – 485 с.
81. Самсонова Т. Н., Наумова Е. С. Роль СМИ в политической социализации современной российской молодёжи / Т. Н. Самсонова, Е. С. Наумова // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. – 2020. – Т. 26, №1. – С. 166 -187.
82. Селезнева, А.В. Российская молодёжь: политико-психологический портрет на фоне эпохи / А.В. Селезнева. – М.: Аквилон, 2022. – 288 с.
83. Сиберт, Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т., Четыре теории прессы / Ф.С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон; пер. с англ. В.П. Териной. – М.: Нац. ин-т прессы «Вагриус», 1998. – 223 с.
84. Щипков, В. А. Смех, табу и другие гуманитарные технологии / В. А. Щипков. – Москва: Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2017. – 240 с.

85. Соболева, Е. О. Деструктивные технологии воздействия на политическое сознание российской студенческой молодёжи в сети Интернет (2014–2023 гг.) / Е.О. Соболева // Власть. – 2023. – Т. 31, № 6. – С. 70-75.

86. Современное медиапространство России: учебн. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский. – М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2015. – 312 с.

87. Сморгунов Л. В. Цифровизация и сетевая эффективность государственной управляемости // Политическая наука. – 2021. – № 3. – С. 13-36.

88. Стеблецов, В. Ю. Особенности политической культуры молодёжи: методологический аспект / В. Ю. Стеблецов // Научное обозрение. Серия 2, Гуманитарные науки. – 2014. – № 6. – С. 28-32.

89. Сулейманов, Э. А. Реализация информационной политики государства в современных условиях / Э. А. Сулейманов // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. – 2024. – Т. 13, № 2(55). – С. 284-295.

90. Сулейманова, Ш. С. Информационное противоборство и безопасность в современном мире / Ш. С. Сулейманова // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2020. – Т. 10, № 4 (61). – С. 186-195.

91. Сулейманова, Ш. С. Роль интернет-технологий в формировании политической среды / Ш. С. Сулейманова // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2020. – Т. 10, № 4(61). – С. 785-795.

92. Сулейманова, Ш. С. Роль новых медиа в современном обществе / Ш.С. Сулейманова // Евразийский союз: вопросы международных отношений. – 2017. – № 2 (20). – С. 67-75.

93. Сулейманова, Ш. С. Роль социальной сети в формировании политического сознания современного общества / Ш. С. Сулейманова // Вопросы политологии. – 2020. – Т. 10. – № 12 (64). – С. 3418-3424.

94. Сулейманова, Ш. С. Технологии политических манипуляций в медиапространстве / Ш.С. Сулейманова // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – Т. 6, № 1. – С. 62-71.

95. Сулейманова, Ш. С. Влияние массовых коммуникаций на гражданское общество / Ш.С. Сулейманова, Т.М. Мурзабеков. – Коммуникология. – 2015. – Т. 3, № 2. – С. 39-57.
96. Сулейманова, Ш. С. Информационное противоборство и безопасность в современном мире / Ш. С. Сулейманова // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2023. – Т. 13, № 1 (94).
97. Сулейманова, Ш. С., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность: учебн. пособие / Ш. С. Сулейманова, Е. А. Назарова. – М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2017. – 126 с.
98. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2023. – 302 с.
99. Вартанова, Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. – Москва: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, Издательство Московского университета, 2019. – 224 с.
100. Теория политики: учебн. пособие / под ред. Б.А. Исаева. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
101. Тесленко, А. Н. Молодёжь в фокусе информационно-психологической войны / А. Н. Тесленко, А. Л. Колыванова, Е. В. Дудина, М. Н. Глубокова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2023. – Т. 25, № 4 (91). – С. 121-129.
102. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер; [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]; науч. ред., предисл. П. С. Гуревич; серийное оформление А. А. Кудрявцева. – Москва: АСТ, 2010. – 795 с.
103. Фадеева, Е. А. Политическая активность молодежи в современной России с использованием цифровых технологий и ее регулирование / Е. А. Фадеева // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 11-2(99-2). – С. 6114-6124.
104. Федорченко, С. Н. Политические идеологии в условиях цифровых технологических трансформаций // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2024. – № 2. – С. 7-26.

105. Филиппов, А. Р., Зубов В. В. Медиа в эпоху постиндустриализма: политологический аспект / А.Р. Филиппов // Материалы конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. – Ярославль: ЯрГУ, 2024. – 485 с.
106. Хабермас, Ю. Теория коммуникативной деятельности / Юрген Хаберман; перевод с немецкого А. К. Судакова. – Москва: Весь мир, 2022. – 878 с.
107. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие Ю. Хабермас; пер. с нем.; под ред. Д.В. Складнева. – СПб., 2000. – 380 с.
108. Хомутова, А. Е. Политическое сознание молодёжи: коммуникативные механизмы влияния / А. Е. Хомутова // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2008. – №4 (17). – С. 90-95.
109. Храмцова Ф. И. Влияние гендера на политическую социализацию молодёжи // Власть. – 2009. – № 5. URL <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-gendera-na-politicheskuyu-sotsializatsiyu-molodyozhi> (дата обращения: 02.04.2026).
110. Чернавский, А. С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры / А.С. Чернавский // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2015. – Т. 8, №5. – С. 18-24.
111. Шарков, Ф. И. Генезис зарубежной и отечественной коммуникологии: темы и парадигмы / Ф. И. Шарков // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2017. – Т. 2, № 2. – С. 7-26
112. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации. Возникновение Четвертой волны. Учебное пособие. – Москва. Издательство: «Дашков и Ко», 2012. – 260 с.
113. Шарков, Ф. И., Подгорная Л.Д. Генезис теорий массовой информации и коммуникации / Ф. И. Шарков, Л. Д. Подгорная // Коммуникология. – 2013. – Т. 2. – №2. – С. 24–39.
114. Шарков, Ф. И. Политический дискурс в сетевом пространстве / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин, О.Ф. Киреева // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2023. Т. 8, № 3. – С. 8-17.
115. Шарков, Ф. И., Дадаев, З. А. Ценности, социальные ожидания и магистральные коммуникации молодёжи Дагестана (опыт политической

антропологии) / Ф.И. Шарков, З.А.Дадаев // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2025. – №11 (2). – С. 79-87.

116. Шарков, Ф. И., Силкин В. В. Межкультурные и этноконфессиональные медиакommunikации: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин. – Москва: Дашков и К, 2025. – 278 с.

117. Шахбанова, М. М. Социальные ожидания и ценностные ориентации дагестанской молодёжи / М. М. Шахбанова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2025. – №1 – С. 253-262.

118. Шахбанова, М. М. Этническая идентичность дагестанской молодёжи: динамика и содержание М. М. Шахбанова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2023. – № 2. – С. 282-287.

119. Шестерина, А. М. К вопросу о типологизации новых медиа / А.М. Шестерина // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 931-934.

120. Шестопал, Е. Б. Политическая психология Е. Б. Шестопал. – М.: Инфра-М, 2002. – 448 с.

121. Юрьев, А. И. Введение в политическую психологию / А. И. Юрьев. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1992. – 232 с.

Диссертации и авторефераты диссертаций

122. Давыдова-Мартынова, Е. И. Проблемы влияния ресурсов сети Интернет на политическую активность молодёжи в современной России: автореф. дис. ... канд. полит. наук. 23.00.02 / Е. И. Давыдова-Мартынова. – М, 2011. – 24 с.

123. Камалов, А. А. Национальная пресса Дагестана как важный фактор сохранения и развития культур и языков народов республики: монография / А. А. Камалов. – Москва: Academia, 2008. – 136 с.

124. Каминченко, Д. И. «Новые» средства массовой информации и социальные медиа как субъект политического процесса: дис. ... канд. полит. наук / Д. И. Каминченко. – Н. Новгород, 2015. – 245 с.

125. Карпов, П. Н. Интернет как средство политической коммуникации в России: автореф. дис. ... канд. полит. наук/ П. Н. Карпов. – М., 2013 – 27 с.

126. Леонов, К. А. Роль СМИ в процессе политической социализации: автореф. ... канд. полит. наук / К. А. Леонов. – М., 2008. – 22 с.

127. Мастерова, Ю. И. Политическая активность российской молодёжи в условиях распространения информационных технологий: дис. ... канд. полит. наук. 23.00.02/ Ю. И. Мастерова. – М., 2009. – 187 с

128. Моисеев, А. Н. Средства массовой информации как фактор формирования политического сознания в регионе: автореф. дис. ... канд. полит. наук. 23.00.02 / А. Н. Моисеев. – Чебоксары, 2008. – 24 с.

129. Обухова, А. А. Трансформация политических ценностей современной российской молодёжи под влиянием СМИ: автореф. дис. ... канд. полит. наук. 23.00.02 / А. А. Обухва. – Владивосток, 2004. – 25 с.

130. Ставецкая, И. В. Влияние телевидения на формирование политической культуры студенческой молодёжи: автореф. дис. ... канд. соц. наук. 22.00.06/ И. В. Ставецкая. – Тюмень, 2005. – 25 с.

Словари, справочники, доклады

131. Погорелый, Д. Е., Фесенко В. Ю., Филиппов К. Ф. Новейший политологический словарь / Д. Е. Погорелый, В. Ю. Фесенко, К. Ф. Филиппов. – Ростов-на –Дону: Феникс, 2010. – 318 с.

132. Политическая энциклопедия: в 2 т. / Национальный общественно-научный фонд; научно-редакционный совет: Г. Ю. Семигин, Л. А. Алисова, Г. А. Белов [и др.]; руководитель научного проекта Г. Ю. Семигин. – М.: Мысль, 1999. Т. 1. – 752 с.

Литература на иностранных языках

133. Bengtsson, S. (2023). «The Relevance of Digital News: Themes, Scales and Temporalities», Digital Journalism, 13(2), 309-327.

134. Bode L., Vraga E.K., Borah P., Shah D.V. A new space for political behaviour: Political social networking and its democratic consequences // Journal of Computer Mediated Communication. 2014. Vol. 19. Issue 3.

135. Computer Mediated Communication. 2014. Vol. 19. Issue 3. Pp. 414-429.

136. Crosbie V. (2018). The Rise of Individuated Media. In: The Rethinking Theories and Concepts of Mediated Communications Conference. Barcelona.
137. Golbeck J. The Twitter mute button: A Web filtering challenge// Proceedings of the 30th International conference on human factors in computing systems. May 5-10. (Austin, Texas, USA). 2012. Pp. 2755-2758.
138. Hofer K., & Pintrich, P. R. (1997). The development of epistemological theories: Beliefs about knowledge and knowing and their relation to learning. Review of Educational Research, 67(1), 88-140.
139. Kiltz L. Flash Mobs: The Newest Threat to Local Government // Public. Management. 2011, vol. 93, n. 11, p. 6.
140. Kitchener, K., & King, P. Reflective judgment: Concepts of justification and their relationship to age and education // Journal of Applied Developmental Psychology, 1981, 2, 89-116.
141. Lasswell H.D. (1946). Describing the effects of communications. In: Propaganda, communication, and public opinion: A comprehensive reference guide. Princeton: Princeton University Press.
142. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983. P. 170.
143. Perry, W. Forms of intellectual and ethical development in the college years. New York: Holt, Rinehart, & Winston, 1970.
144. Scherr S., Reinemann C., Jandura O. Dynamic success on YouTube: A longitudinal analysis of click counts and contents of political candidate clips during the 2009 German national election // German Politics. 24(4). 2015. P. 494.
145. Steinfield C., Ellison N., Lampe C., Vitak J. Online social network sites and the concept of social capital. In Lee F.L., Leung L., Qiu J.S., and Chu D. (eds.) Frontiers in new media research. New York: Routledge, 2013. Pp. 115-131.
146. Tajfal H., Turner J.C. (2024). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In: Jost J.T., Sidanius J. (eds.). Political Psychology. Key readings. P. 276-293.
147. Weiss J., MacMullin J., Waechter R. et al. Child Maltreatment, Adolescent Attachment Style, and Dating Violence: Considerations in Youths with Borderline-to-

Mild Intellectual Disability // International Journal of Mental Health and Addiction. 2011. № 9. Pp. 555-576.

148. Wilson R.E., Gosling S.D., Graham L.T. A review of Facebook research in social sciences. Perspectives on Psychological Science. May 2012. 7. Pp. 203-220.

149. Zimbardo, P.G. (2007) The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil, New York: Random House

Электронные ресурсы

150. Антитеррористический форум: уберечь молодёжь от радикализма. // Молодежь Дагестана. – 2024 – URL: <https://md-gazeta.ru/antiterror/151189> (дата обращения: 20.05.2025).

151. Библиотека студфайл. URL: <https://studfile.net/preview/7476612/page:2/> (дата обращения: 12.04.2023).

152. Гончаров, С. Интернет меняет не только форму, но и содержание политической агитации / С. Гончаров // Левада. URL: <https://www.levada.ru/2017/07/17/televizor-budushhego-kakvideoblogery-menyayut-medialandshaft/> (дата обращения: 16.08.2022).

153. Всероссийский центр изучения общественного мнения // Наша цифровая повседневность. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nasha-cifrovaja-povsednevnost> (дата обращения: 24.05.2025).

154. Карпова, М. К. Роль СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодёжи / М.К. Карпова, В.И. Евдокимова // Наука. Общество. Государство. – 2019. – Т. 7. – № 2. URL: <http://esj.pnzgu.ru> (дата обращения: 22.06.2023).

155. Корнев, М. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий / М. Корнев // Новые медиа в гуманитарном образовании: электронный сборник статей к научно-практической конференции. – М., 2013. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/0vajv3skvw/118076276.pdf> (дата обращения: 11.01.2023).

156. Республиканские СМИ // Сайт Правительства РД. URL: <http://www.e-dag.ru/2013-05-27-06-53-44/2013-05-27-06-54-15/respublikanskije-smi.html> (дата обращения: 15.04.2023).

157. Роскомнадзор. (2022). О мерах по ограничению доступа к YouTube. URL: <https://rkn.gov.ru/> (дата обращения: 31.05.2025).

158. Тверской районный суд г. Москвы. Решение от 21 марта 2022 г. по делу № 3а-5273/2022 // О признании деятельности компании Meta Platforms Inc. экстремистской и запрете её на территории РФ. URL: <https://mos-gorsud.ru/rs/tverskoj/services/cases/civil/details/4e1b3c75-f7b0-4eb7-80d1-eca4aa66f154> (дата обращения: 31.07.2025).

159. Шопенгауэр, А. Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр // Электронная библиотека RoyalLib.Com, 2010-2025. URL: http://az.lib.ru/s/shopengauer_a/text_0040.shtml (дата обращения: 29.04.2025)

160. Юнг, К. Г. Психологические типы / К.Г. Юнг. URL: <https://lib.ru/PSIHO/JUNG/psytypes.txt> (дата обращения: 29.04.2025)

Приложения

Приложение А.1

Социологический опрос молодёжи

Вы приглашены пройти социологический опрос, посвящённый влиянию современных медиа на формирование политических взглядов молодёжи.

Опрос анонимный. Проводит аспирант кафедры медиакоммуникаций и журналистики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Полученные данные будут использоваться только в обобщённом виде для научного анализа.

Вопрос 1. Откуда вы обычно получаете информацию?

(отметьте не более трёх вариантов)

- ☐ YouTube¹²⁴, Rutube и другие видеоплатформы.
- ☐ Социальные сети (VK, Telegram¹²⁵, Instagram¹²⁶ и др.).
- ☐ Онлайн-СМИ («РИА Дагестан», «Молодёжь Дагестана», и др.).
- ☐ ТВ, газеты/журналы.
- ☐ Колледж/университет/работа.
- ☐ Родные /друзья.

Вопрос 2. Проверяете ли вы информацию, полученную из социальных сетей и видеоплатформ?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, всегда.
- ☐ Нет, никогда.
- ☐ Редко.

¹²⁴ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

¹²⁵ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

¹²⁶ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

- ☐ Задумывался(ась) об этом, но не знаю, как проверить.

Вопрос 3. Замечали ли вы, что в Интернете вам чаще попадаются темы, которые вам интересны?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, часто замечаю это.
- ☐ Иногда.
- ☐ Нет, вижу разное.

Вопрос 4. Знаете ли вы, что социальные сети и видеосервисы могут использоваться как инструмент для влияния на ваше сознание?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, знаю об этом.
- ☐ Нет, не знал(а).
- ☐ Слышал(а), но не вдавался(ась) в подробности.
- ☐ Считаю, что это преувеличено.

Вопрос 5. Слышали ли вы такие выражения, как «умная лента» или «информационный пузырь» в соцсетях?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Хорошо знаю оба понятия.
- ☐ Знаком(а) с одним.
- ☐ Слышал(а), но не знаю, что значит.
- ☐ Нет, не слышал(а).

Вопрос 6. Где вы чаще всего сталкиваетесь с темой политики?

(отметьте не более трёх вариантов)

- ☐ Видеоплатформы (Rutube, YouTube¹²⁷: видеоролики, блоги, стримы).
- ☐ Социальные сети (Instagram¹²⁸, TikTok¹²⁹, Facebook¹³⁰, VKontakte).

¹²⁷ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

¹²⁸ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹²⁹ TikTok «законсервировал» сам себя для пользователей из России еще в 2022 году.

¹³⁰ Facebook. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

- ☐ Мессенджеры (Telegram¹³¹, WhatsApp¹³²).
- ☐ Комментарии и обсуждения в социальных сетях.
- ☐ Телевидение, газеты, журналы.
- ☐ Учеба, работа, дом.
- ☐ Не приходилось сталкиваться.

Вопрос 7. Как вы обычно реагируете на политические посты или видео в Интернете?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Смотрю, если тема интересная.
- ☐ Смотрю, если совпадает с моими взглядами.
- ☐ Смотрю, чтобы услышать другое мнение.
- ☐ Пролистываю, не интересуюсь политикой.

Вопрос 8. Встречали ли вы в Telegram¹³³, YouTube¹³⁴, социальных сетях или мессенджерах призывы пойти на митинг, подписать петицию, поставить хэштег, распространить информацию.

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, часто.
- ☐ Да, иногда.
- ☐ Возможно, но не обращал(а) внимания.
- ☐ Нет, не встречал(а).

Вопрос 9. Реагировали ли вы на такие призывы к политической активности?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, подписывал(а) петиции.
- ☐ Да, участвовал(а) в мероприятиях.
- ☐ Да, делал(а) репосты, оставлял(а) комментарии.

¹³¹ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

¹³² Введены ограничения в отношении мессенджера WhatsApp (принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной в России) на территории России с декабря 2025 г.

¹³³ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

¹³⁴ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

- ☐ Хотел(а) бы, но опасаясь последствий.
- ☐ Нет, никогда.

Вопрос 10. Что влияет на ваше решение участвовать или не участвовать в действиях, к которым призывают в Интернете?

(отметьте один вариант ответа)

- ☐ Содержание призыва – если это важно для меня.
- ☐ Доверие к источнику (канал, автор, организация).
- ☐ Понимание ответственности и возможных последствий.
- ☐ Затрудняюсь ответить.

Вопрос 11. Чьё мнение или призыв помимо родителей является для вас наиболее важным?

(отметьте не более трёх вариантов)

- ☐ Политиков, депутатов, членов правительства.
- ☐ Известных спортсменов.
- ☐ Учителей, преподавателей, личных тренеров.
- ☐ Богословов, религиозных лидеров.
- ☐ Блогеров.
- ☐ Общественных деятелей.
- ☐ Экспертов (ученых, журналистов, бизнесменов, врачей).

Информация о респонденте

Ваш пол:

- ☐ Мужской.
- ☐ Женский.

Ваш возраст:

- ☐ 18–21 ☐ 22–25 ☐ 26–30 ☐ 31–35

Ваше образование (на данный момент):

- ☐ Среднее общее (школа).
- ☐ Среднее профессиональное (колледж, техникум).
- ☐ Высшее.

Ваш статус:

- ☐ Студент.
- ☐ Работаю.
- ☐ Комбинирую учебу и работу.
- ☐ Профессиональный спортсмен / тренер.
- ☐ Временно не работаю / не учусь.

Где вы проживаете?

- ☐ Город.
- ☐ Село.
- ☐ Посёлок.

Спасибо за ваше участие!

Ваши ответы помогут лучше понять, как формируются взгляды и ценности нового поколения.

Примечание. Некоторые платформы (Instagram, Facebook) признаны экстремистскими организациями и запрещены на территории РФ. Участие в опросе является анонимным, и полученные данные используются только для научного анализа.

Приложение А.2

Социологический опрос преподавателей

Тема: Влияние новых масс-медиа на формирование общественно-политических взглядов студентов (учащихся).

Уважаемые коллеги!

Просим вас принять участие в исследовании, посвящённом изучению влияния современных масс-медиа, социальных сетей и цифровых платформ на формирование политических взглядов молодёжи. Полученные данные будут использоваться только в обобщённом виде для научного анализа.

Опрос анонимный. Проводит аспирант кафедры медиакоммуникаций и журналистики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.

Примечание. Некоторые платформы (Instagram, Facebook) признаны экстремистскими организациями и запрещены на территории РФ.

1. Как вы считаете, из каких источников ваши студенты (ученики) чаще всего узнают новости о происходящем в стране и мире? (отметьте не более трех вариантов)

- ☐ Социальные сети (VK, Telegram¹³⁵, Instagram¹³⁶ и др.).
- ☐ Видеосервисы (YouTube¹³⁷ и др.).
- ☐ Новостные сайты.
- ☐ ТВ, газеты/журналы.
- ☐ Учебное заведение (колледж, университет, работа).
- ☐ Семья, друзья.

¹³⁵ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

¹³⁶ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹³⁷ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

2. Как, по вашему мнению, большинство студентов (учеников) воспринимает информацию, полученную из Интернета? (отметьте один вариант ответа)

- ☐ Критически оценивают и проверяют источники.
- ☐ Доверяют большей части информации без дополнительной проверки.
- ☐ Принимают информацию выборочно, в зависимости от собственных взглядов.

3. Замечаете ли вы у студентов (учеников) интерес к актуальным политическим темам, обсуждаемым в цифровом пространстве (социальные сети, блоги и т.д.)? (Отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, активно проявляют интерес.
- ☐ Иногда проявляют интерес, в зависимости от темы.
- ☐ Нет, интерес к политике минимален.

4. На чьё мнение студенты (ученики) чаще всего ссылаются при обсуждении общественно значимых тем? (отметьте не более трех вариантов)

- ☐ Преподавателей.
- ☐ Блогеров и общественных деятелей.
- ☐ Журналистов и экспертов.
- ☐ Политиков, депутатов, членов правительства.
- ☐ Религиозных лидеров и богословов.
- ☐ Родителей.
- ☐ Известных спортсменов.
- ☐ Личных авторитетов (старших товарищей и т.д.).

5. Как вы считаете, что чаще всего влияет на решение студентов (учеников) участвовать или не участвовать в действиях, к которым их призывают в интернете? (Отметьте один вариант ответа)

- ☐ Содержание и значимость призыва.
- ☐ Доверие к источнику информации (канал, автор, организация).
- ☐ Страх ответственности или возможных последствий.
- ☐ Давление или поддержка со стороны сверстников.
- ☐ Влияние семьи / родителей.
- ☐ Затрудняюсь ответить.

6. Какие методы, на ваш взгляд, наиболее эффективны для повышения медиаграмотности студентов (учеников)? (Можно выбрать несколько вариантов)

- ☐ Проведение тренингов и мастер-классов по медиаграмотности.
- ☐ Введение учебных модулей или дисциплин по критическому мышлению.
- ☐ Регулярное обсуждение новостей и примеров манипуляций на занятиях.
- ☐ Приглашение специалистов и анализ реальных кейсов.

7. Пол ☐ Мужской ☐ Женский

8. Стаж преподавательской деятельности

- ☐ До 5 лет.
- ☐ 5–10 лет.
- ☐ 11–20 лет.
- ☐ Более 20 лет.

9. В каком учебном заведении вы преподаёте?

- ☐ Школа.
- ☐ Среднее профессиональное учебное заведение (колледж, техникум, СУЗ).
- ☐ Вуз (высшее учебное заведение).

10. В каком регионе Дагестана вы преподаёте?

- ☐ Северный Дагестан ☐ Центральный Дагестан ☐ Южный Дагестан
- ☐ Горный Дагестан.

11. Ваш населённый пункт

- ☐ Город ☐ Посёлок ☐ Село

Приложение А.3

Социологический опрос специалистов, взаимодействующих с молодёжью

Тема: Влияние новых масс-медиа на формирование общественно-политических взглядов молодого поколения.

Уважаемые коллеги! Просим вас принять участие в исследовании, посвящённом изучению влияния современных масс-медиа, социальных сетей и цифровых платформ на формирование политических взглядов молодёжи. Полученные данные будут использоваться только в обобщённом виде для научного анализа.

Опрос анонимный. Проводит аспирант кафедры медиакommunikаций и журналистики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.

***Примечание.** Некоторые платформы (Instagram, Facebook) признаны экстремистскими организациями и запрещены на территории РФ.*

1. Как вы считаете, из каких источников молодёжь, с которой вы работаете, чаще всего узнаёт новости о происходящем в стране и мире? (отметьте не более трех вариантов)

- ☐ Социальные сети (VK, Telegram¹³⁸, Instagram¹³⁹ и др.).
- ☐ Видеосервисы (YouTube¹⁴⁰ и др.).
- ☐ Новостные сайты.
- ☐ ТВ, газеты/журналы.
- ☐ Учебное заведение (школа, техникум, колледж).
- ☐ Семья, друзья.

2. Как, по вашему мнению, подростки воспринимают информацию, полученную из Интернета? (отметьте один вариант ответа)

¹³⁸ Деятельность мессенджера Telegram в России ограничивается Роскомнадзором с февраля 2026 года.

¹³⁹ Instagram. Запрещен в России с 21 марта 2022 г.

¹⁴⁰ YouTube в отношении деятельности платформы в России введены ограничения Роскомнадзором с июля 2024 года.

- ☐ Критически оценивают и проверяют источники.
- ☐ Доверяют большей части информации без проверки.
- ☐ Принимают информацию выборочно, в зависимости от собственных взглядов.

3. Замечали ли вы у ваших подопечных интерес к актуальным политическим темам, освещавшимся в цифровом пространстве (социальные сети, блоги и т.д.)? (отметьте один вариант ответа)

- ☐ Да, активно проявляют интерес.
- ☐ Иногда проявляют интерес, в зависимости от темы.
- ☐ Нет, интерес к политике минимален.

4. На чьё мнение молодые люди чаще всего ссылаются при обсуждении общественно значимых и политических тем? (отметьте не более трех вариантов)

- ☐ Преподавателей.
- ☐ Блогеров и общественных деятелей.
- ☐ Журналистов и экспертов.
- ☐ Политиков, депутатов, членов правительства.
- ☐ Религиозных лидеров и богословов.
- ☐ Родителей.
- ☐ Известных спортсменов.
- ☐ Личных авторитетов (старших товарищей и т.д.).
- ☐ Молодёжь не ориентируется на чьё-либо мнение.

5. Как вы считаете, что чаще всего влияет на решение молодёжи участвовать в действиях, к которым их призывают в Интернете? (Отметьте один вариант ответа)

- ☐ Содержание и значимость призыва.
- ☐ Доверие к источнику информации (канал, автор, организация).
- ☐ Принимают участие под влиянием манипуляций.
- ☐ Давление или поддержка со стороны сверстников.

- ☐ Поддаются внушению – решения не всегда осознанны.
- ☐ Любопытство.

6. Какие методы, на ваш взгляд, являются наиболее эффективными на сегодняшний день для повышения медиаграмотности подрастающего поколения?

Отметьте все подходящие варианты:

- ☐ Проведение тренингов и мастер-классов по медиаграмотности.
- ☐ Введение учебных модулей или дисциплин по критическому мышлению.
- ☐ Регулярное обсуждение новостей и примеров манипуляций на занятиях.
- ☐ Приглашение специалистов и анализ реальных кейсов.
- ☐ Вовлечение родителей в обучение медиаграмотности.
- ☐ Совместные просветительские мероприятия для молодёжи и их родителей.
- ☐ Информирование родителей о рисках цифровой среды и способах защиты.
- ☐ Ограничение времени в соцсетях и усиление родительского контроля.

7. Пол

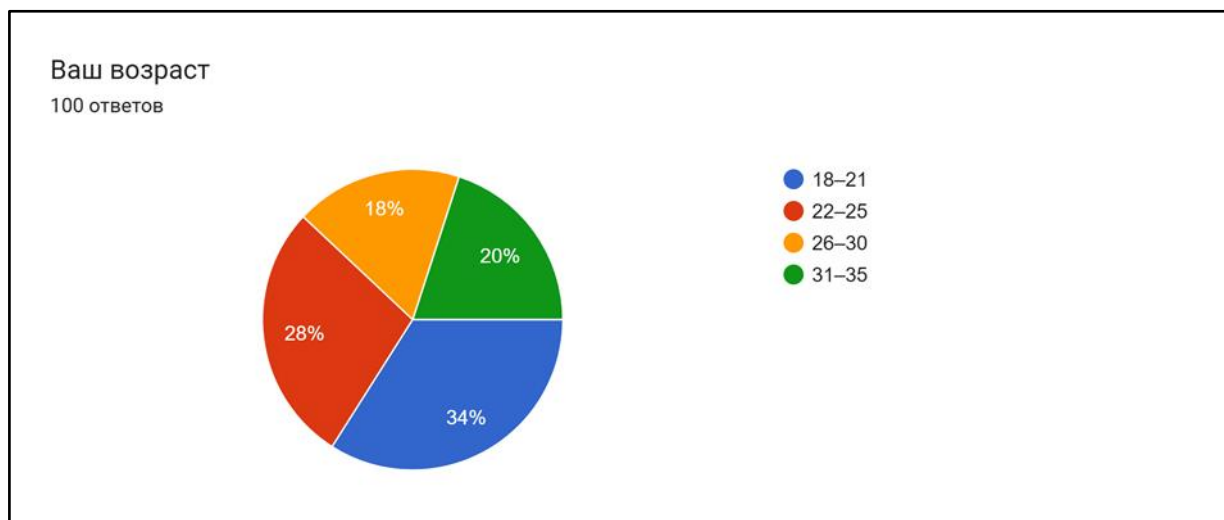
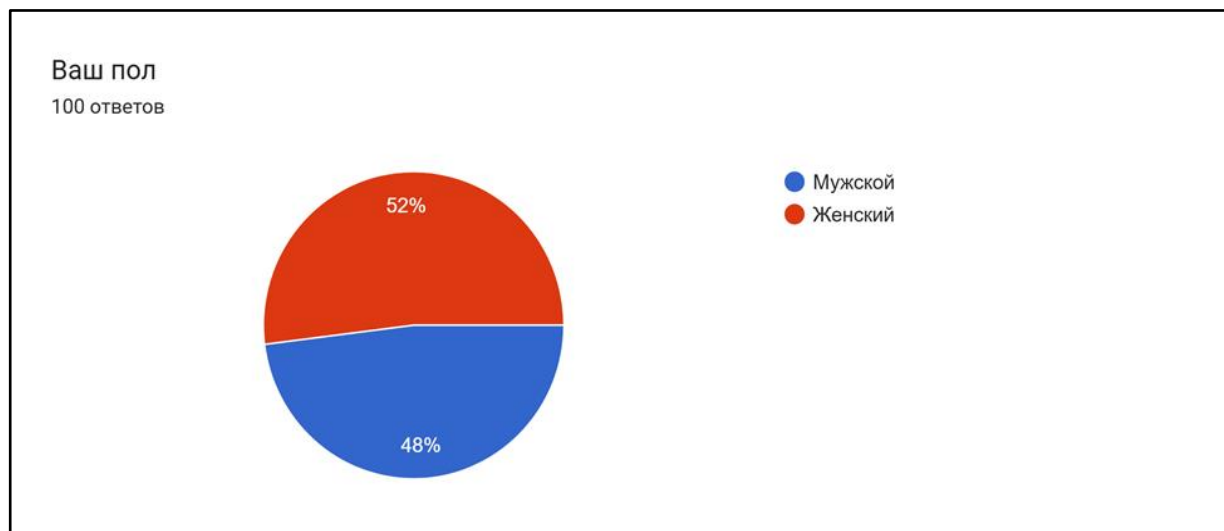
- ☐ Мужской.
- ☐ Женский.

8. В каком регионе Дагестана вы работаете?

- ☐ Северный Дагестан ☐ Центральный Дагестан ☐ Южный Дагестан
- ☐ Горный Дагестан

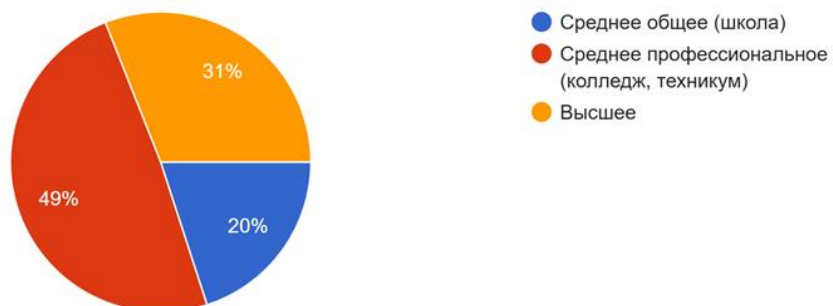
Приложение Б.1

Диаграммы социально-демографических характеристик респондентов (молодёжь)

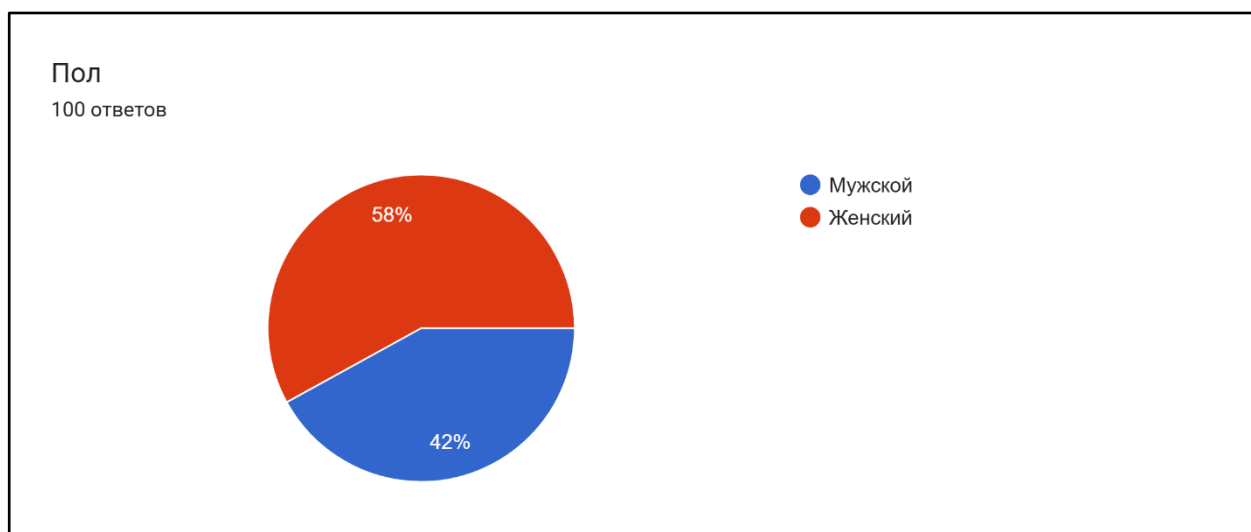


Ваше образование (на данный момент)

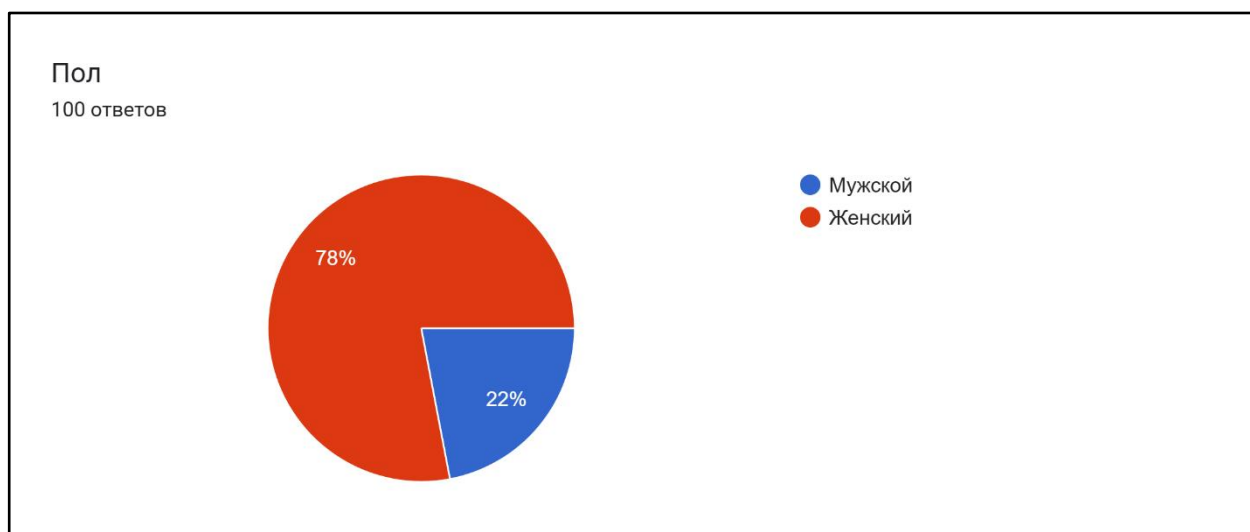
100 ответов



Приложение Б.2
Диаграммы социально-демографических характеристик респондентов
(специалисты)

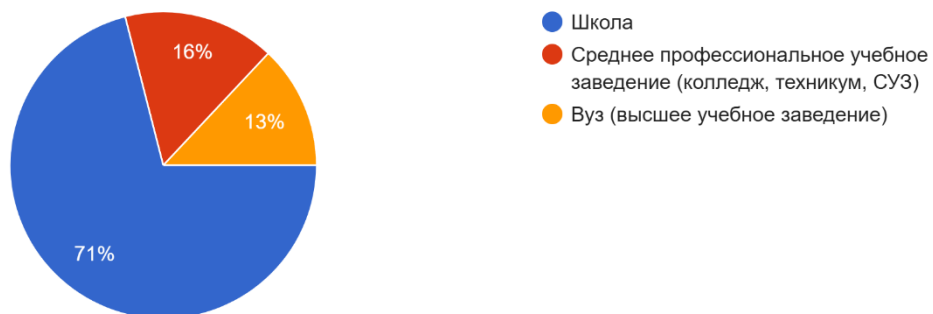


Приложение Б.3
Диаграммы социально-демографических характеристик респондентов
(преподаватели)



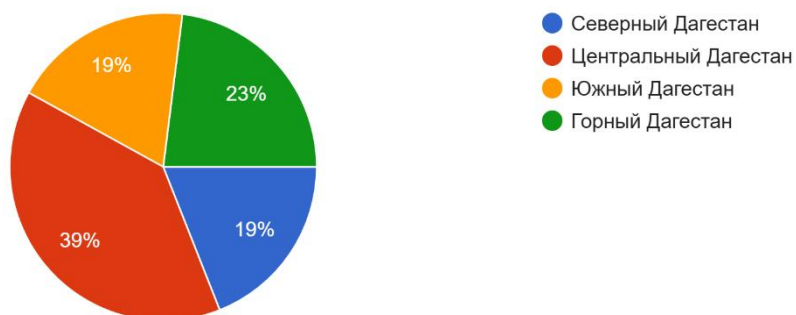
В каком учебном заведении вы преподаёте?

100 ответов



В каком регионе Дагестана вы преподаёте?

100 ответов



Ваш населённый пункт

100 ответов

