

Интернет как пространство политической социализации и идентификации современной российской молодежи

Научный руководитель – Самсонова Татьяна Николаевна

Леонов Евгений Константинович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра политологии и социологии политических процессов, Москва, Россия

E-mail: Leonov241@gmail.com

В изучении политических процессов важное место занимают исследования политической социализации и идентификации. Классическая теория политической социализации была сформулирована в XX веке и концептуализирована в трудах Г. Хаймана, Ф. Гиддинга, Д. Истона, Дж. Денниса, Г. Алмонда, С. Верба, Г. Лассуэлла, Р. Инглхарта и многих других. Несмотря на обширную теоретическую разработанность, в связи с изменениями в мировой политической системе, связанными с глобализацией, цифровизацией и стремительным распространением ИКТ, перед обществом возникают новые вызовы, которые, так или иначе, оказывают влияние, как на индивидуальные политические воззрения граждан, так и на политическую культуру в целом. В результате развития интернета, потрясений конца XX века, распространения средств массовой информации нового типа[4] (в частности, анонимных Telegram-каналов и новостных агрегаторов политической направленности, которые зачастую в значительной степени ангажированы и лишены стремления к объективности[3]), увеличения влияния личных профилей политиков в социальных сетях, изменения внутренней политики крупнейших социальных сетей в отношении пользователей (например, блокировка аккаунта Дональда Трампа в Twitter), а также возникновения новых форм политического участия в сети Интернет (от электронных петиций до онлайн-протестов) и их влияния на ценностные установки и паттерны политического поведения граждан, изменяются основные структурные элементы политической социализации, ее традиционные институты, агенты и механизмы.

Интернет как коммуникативное пространство постепенно становится наиболее актуальным объектом для междисциплинарных исследований[6]. Без его анализа исследование политической социализации молодежи уже не представляется возможным. Его влияние на интериоризацию политических ценностей и паттернов политического поведения подтверждаются многими отечественными и зарубежными исследователями. Несмотря на былой скепсис в отношении влияния виртуальной коммуникации на социализанта, психологические исследования импрессинга показывают, что переживания, полученные в виртуальном пространстве, равнозначны реальным переживаниям для формирования ценностных установок индивида[2]. Это становится особенно очевидно в контексте изоляционных мер по предотвращению распространения COVID-19. При этом исследователи особенно подчеркивают, что в Интернете негативные импрессинги преобладают над позитивными, что может вызвать принципиально новые коммуникативные риски и последствия, выражаемые в реальном социальном взаимодействии. Фрагментация политической культуры ввиду большей дифференциации общества, поляризация общества, подмена традиционных институтов и агентов новыми медиа, маргинализация активной гражданской позиции, распространение индивидуалистских настроений - это лишь часть опасений, которые выражают исследователи[1]. В то же время политические события в России, с которых начался 2021 год демонстрируют, что для личности по-прежнему остается важным воспроизводство собственной политической идентичности в качестве отождествления (или, напротив,

противопоставления) с доминирующей политической культурой, а также включенность и участие в общественно-политической жизни страны[5].

В проведенном исследовании проанализировано состояние традиционных институтов политической социализации в контексте цифровизации, рассмотрены основные методологические и концептуальные подходы к изучению Интернета как пространства политической социализации и идентификации, проведена попытка обобщить уже существующие исследования политической социализации в Интернете и его характеристик как коммуникативного пространства, приведены актуальные эмпирические данные, затронуты новые формы политического участия и перечислены основные перспективы и тенденции изменений механизмов политической социализации в условиях информационного общества.

Источники и литература

- 1) Васецкий А.А., Малькевич А.А. «Новые СМИ» в процессе политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. 2011. №3.
- 2) Викторова Е.В., Баткаева Е.Р. Впечатление как компонент и фактор социализации в коммуникативном пространстве интернета // Коммуникология. 2017. №1.
- 3) Денисова И.В. Трансформация СМИ как института политической социализации в современном российском обществе // Альманах современной науки и образования. 2008. №4
- 4) Ильин А.Н. Интернет как альтернатива политически ангажированным СМИ // Полис. Политические исследования. 2012. №4.
- 5) Самсонова Т.Н. Когда же взойдет «заря гражданственности новой» над Россией? (О формировании гражданской политической культуры в современной России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2020. №3.
- 6) Шарков Ф.И., Силкин В.В. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии. М., 2018.