



DOI: 10.22363/2313-1438-2026-28-2-295-309

EDN: VDAGIE

Научная статья / Research article

Возможности использования новых медиа в реализации политики памяти в молодежной среде

Я.Ю. Шашкова , А.В. Бутина 

Алтайский государственный университет, Барнаул, Российская Федерация

 yashashkova@mail.ru

Аннотация. Цель исследования заключается в выявлении изменений механизмов формирования образов исторического прошлого и политической социализации молодежи под влиянием новых медиа и цифрового досугового контента. Особое внимание уделено изучению эффектов нерелексивного потребления развлекательного контента на процессы усвоения политической культуры. Теоретической основой исследования выступил комплекс подходов медиацентричной парадигмы: акторно-сетевая теория, концепция геймификации медиапространства и социально-когнитивная концепция цифровой социализации. Эмпирическую базу составили данные массового опроса 1257 представителей молодежи СФО и экспертного опроса 40 специалистов в области медиа, образования и молодежной политики. Выводы исследования демонстрируют, что медиатизация исторической памяти и цифровая социализация являются объективными и необратимыми процессами. При этом новые медиа выступают не столько агентами социализации, сколько информационной средой взаимодействия публичных институтов и молодежи. Процесс политической социализации становится диверсифицированным, концентрируясь в узких сообществах. Контент новых медиа характеризуется возрастающей алгоритмизацией и адаптивностью к запросам молодежной аудитории. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости переосмысления традиционных подходов к политической социализации молодежи в условиях цифровизации общества, разработки новых технологий реализации политики памяти через современные медиаплатформы.

Ключевые слова: молодежь, политика памяти, политическая социализация, новые медиа, развлекательный контент

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 24-28-01584 «Политическая социализация российской молодежи в контексте трансформации ее коммуникативных стратегий».

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

© Шашкова Я.Ю., Бутина А.В., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Шашкова Я.Ю., Бутина А.В. Возможности использования новых медиа в реализации политики памяти в молодежной среде // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2026. Т. 28. № 2. С. 295–309. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2026-28-2-295-309> EDN: VDAGIE

The Potential of Using New Media in Implementing Memory Policy Among Youth

Yaroslava Yu. Shashkova  , Anastasiya V. Butina 

Altai State University, Barnaul, Russian Federation

 yashashkova@mail.ru

Abstract. The aim of the research is to identify changes in the mechanisms of forming images of historical past and the political socialization of youth under the influence of new media and digital leisure content. Special attention is given to studying the effects of unreflective consumption of entertainment content on the processes of assimilating political culture. The theoretical foundation of the research is based on a set of approaches from the media-centric paradigm: actor-network theory, concepts of gamification in media spaces, and the social-cognitive concept of digital socialization. The empirical basis consists of data from a mass survey of 1,257 representatives of youth in the Siberian Federal District and an expert survey of 40 specialists in media, education, and youth policy. The study's findings demonstrate that the medialization of historical memory and digital socialization are objective and irreversible processes. In this context, new media serve not just as agents of socialization but as an informational environment for interaction between public institutions and youth. The process of political socialization becomes diversified, concentrating within narrow communities. The content of new media is characterized by increasing algorithmization and adaptability to the demands of the youth audience. The results obtained indicate the need to rethink traditional approaches to the political socialization of youth in the context of societal digitalization and to develop new technologies for implementing memory policies through modern media platforms.

Keywords: youth, memory politics, political socialization, new media, entertainment content

Acknowledgements. The research was conducted with financial support from the Russian Science Foundation as part of scientific project No. 24-28-01584 “Political Socialization of Russian Youth in the Context of the Transformation of Their Communication Strategies.”

Conflicts of interest. The authors declare no conflicts of interest.

For citation: Shashkova, Ya.Yu., & Butina, A.V. (2026). The potential of using new media in implementing memory policy among youth. *RUDN Journal of Political Science*, 28(2), 295–309. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2026-28-2-295-309> EDN: VDAGIE

Введение

Процессы усвоения личностью норм, ценностей, установок и поведенческих моделей протекают сегодня не только в социальной реальности, но и интенсивно разворачиваются в виртуальной среде. Это создает ситуацию, при

которой новые медиа становятся серьезными конкурентами семьи, школы и ближайшего окружения за право считаться агентами социализации. В этой связи внимание ученых сосредоточено на анализе эффектов, возникающих в результате деятельности современных цифровых медиа, к числу которых относятся социальные сети, чаты и мессенджеры, а также развлекательные и игровые онлайн-платформы, способствующие формированию мнений, эмоциональных реакций, когнитивных и поведенческих установок их пользователей [Асеева, Киреева 2022; Свистунов 2025].

Формирование исторического сознания также является важным элементом процесса социализации. Посредством политики памяти как инструмента передачи молодым поколениям определенных взглядов на историю своей страны складываются общая система ценностей и идентичностей, представления о правах и обязанностях гражданина.

Ускорение процессов восприятия времени в современном цифровом медиапространстве актуализирует темы, связанные с развитием мемориальной культуры. Откликаясь на растущую виртуализацию социокультурной среды, исследователи проявляют все больший интерес к изучению форматов фиксации памяти не только на специализированных цифровых мемориальных ресурсах, но и в социальных сетях [Зубанова, Зыховская, Шуб 2021: 143]. Историк культуры Г.И. Зверева отмечает, что широкое распространение в России получила практика создания «народных» историй о прошлом рядовыми пользователями YouTube [Зверева 2019: 333]. Подобный контент отличается тем, что память рассказчика, фиксирующая события недавнего прошлого, переплетается в видеосюжете с семантической памятью, хранящей исторические смыслы и значения. В свою очередь, в комментариях к сюжетам коммуникативная память, отражающая опыт разных поколений, преобразуется в историческую память, мифологизированную и наполненную множеством символических образов.

Политические исследования также отличаются устойчивым вниманием к проблемам трансформации компонентов и механизмов политической культуры под воздействием цифровизации [Vissers, Stolle 2013; Беляева 2020]. Ученые стремятся выяснить, как принадлежность к виртуальным сообществам и досуговая активность молодежи, в том числе нерефлексивное потребление развлекательного контента, влияют на уровень политической осведомленности, степень политического участия и отношение к прошлым и актуальным политическим событиям [Попова 2019; Малькевич 2019; Анищенко 2024].

Тем самым в цифровом обществе новые медиа выступают не столько агентами, сколько полисубъектной средой, обеспечивающей сетевые взаимодействия. В современной исследовательской парадигме данную ситуацию объясняют синтетические модели, одной из которых является концепция гибридной медиасистемы, предложенная Э. Чедвиком [Chadwick 2013].

Неоднородность цифровой среды высвечивает и существующий конфликт между «аналоговым» и «цифровым» медиапоколениями, которые, как отмечает А.С. Сумская, отличаются друг от друга практиками потребления информации, а также горизонтами культурной памяти [Сумская 2025]. И если традиционные

агенты политической социализации (семья, школа, государственные институты) используют стратегию коммуникации «сверху вниз», часто превращая нарративы прошлого в идеологические конструкции, то характерной чертой онлайн-диалога выступает его неиерархичность и ориентация на интуитивное восприятие запросов аудитории.

Современный медиаландшафт давно вышел за пределы простых текстов, формирующих мнения, убеждения и поведение людей. Его ключевые особенности — сетевое устройство и развитая коммуникационная инфраструктура, позволяющая пользователям свободно обмениваться информацией, вступать в диалоги, создавать сообщества и даже выстраивать реальные взаимоотношения через виртуальные каналы, чаты, комментарии и прочие инструменты межличностного взаимодействия [Вартанова, 2019]. В ситуации ослабления эксклюзивного права государства на формирование исторической повестки сетевые сообщества приобретают такую же значимость и признание, как и традиционные источники коллективной памяти, служат площадкой ее передачи для различных социальных групп. Таким образом, новые медиа выступают мощным инструментом не только трансляции информации, но и организации активности индивидов, влияющей на общество в целом.

Цель исследования — выявление изменений в механизмах формирования образов исторического прошлого, а также политической социализации, происходящих под влиянием новых медиа и широкого распространения цифрового досугового контента. Изучение эффектов нерелексивного потребления различных видов развлекательного контента позволит предложить новые подходы к анализу процессов усвоения молодежью ключевых компонентов политической культуры, формирования исторического сознания, мировоззрения и гражданской идентичности.

Теоретическая основа и методы

Ввиду сложности и многомерности поставленной проблемы теоретической базой исследования выступил комплекс подходов, разрабатываемых в рамках медиацентричной парадигмы социальных исследований: акторно-сетевая теория (Б. Латур), которая осуществляет концептуализацию агентности материального объекта; концепции геймификации медиапространства (Д. Макгонигал, А. Маржевский, Ю-Кай Чоу); социально-когнитивная концепция цифровой социализации (Г.У. Солдатова, А.Е. Войскунский), определяющая цифровое расширение (достройку) индивида и пересборку общества.

Эмпирическую базу статьи составили, во-первых, данные проведенного авторами в 2024 г. массового опроса учащихся старших классов, студентов ссузов и вузов регионов СФО ($n = 1257$ чел., выборка — квотная, гнездовая, с контролем параметров пола, уровня образования, региона проживания респондента). Во-вторых, собранные в период май–июль 2025 г. материалы экспертного опроса ($n = 40$ чел.), целью которого стало выявление государственных и общественных практик, направленных на формирование коллективной исторической памяти,

а также специфики механизмов трансляции политических идей и ценностей через потребление молодежью игрового и иного развлекательного контента. Квалифицированная группа экспертов состояла из ученых, журналистов специализированных изданий, владельцев центров киберспорта, популярных инфлюенсеров, психологов, руководителей молодежных общественно-политических организаций, сотрудников государственных органов, отвечающих за реализацию молодежной политики и развитие институтов гражданского общества. Обращение к экспертному мнению обусловлено сложностью и спецификой постановки ключевой исследовательской задачи — выявления латентных механизмов формирования образов исторического прошлого, а также усвоения молодежью элементов политической культуры в процессе потребления развлекательного контента.

Результаты

Проведенный массовый опрос подтвердил преобладание развлекательного контента в структуре медиапотребления молодежной аудитории. Досуговое времяпрепровождение является ведущим мотивом выбора респондентами как видеоконтента на YouTube (75,6 %), так и посещения игровых онлайн-платформ (72,6 %).

Однако, несмотря на то, что для большинства опрошенных новые медиа являются способом времяпрепровождения, средством отдыха и снятия стресса, четверть из них (25,9 %) также считает, что блоги и каналы на YouTube повышают информированность пользователей о политике, а 22,9 % отмечают, что контент этой популярной платформы напрямую стимулирует интерес к прошлому и историческим событиям.

Молодежь проявляет лояльное отношение к присутствию на YouTube политического контента: более половины опрошенных (63,2 %) относятся к нему нейтрально, почти четверть (23,6 %) оценивает положительно или скорее положительно, хотя регулярно просматривают подобные материалы лишь единичные группы пользователей (16,9 % делают это еженедельно, 11,6 % — ежемесячно).

Значительная часть респондентов (31,8 %) уверена, что фильмы и сериалы обязаны отражать политическую действительность, еще 30,5 % считают невозможным полное исключение политических сюжетов из развлекательных форматов. Однако 30 % молодежной аудитории не будут смотреть видеоконтент на YouTube, заранее зная, что в нем присутствуют политические оценки.

Как показало проведенное исследование, важнейшим инструментом социализации и формирования исторического сознания молодежи выступают видеоигры. Уровни их восприятия (визуальный, акустический, нарративный, контекстуальный, идеологический и опытно-игровой) способны прямо или косвенно передавать политические идеи, формировать мировоззренческие установки и закреплять образцы поведения. С точки зрения реализации политики памяти особенно показательны военные симуляторы и стратегические игры, посвященные крупным историческим конфликтам, таким

как Вторая мировая война. Подобные сюжеты часто используются для интерпретации прошлого и влияния на коллективную память через активное взаимодействие с искусственно смоделированной средой (геймплей), включающее прохождение испытаний, разрешение конфликтов интересов, совершение нравственного выбора [Белов, Кретьова 2020: 59]. При этом усвоение ценностей происходит не только в момент потребления контента, но и в рамках его последующего обсуждения. Реакция на увиденное или услышанное порождает вторичные смыслы и передает политические коннотации внутри игрового сообщества.

Опрос показал, что большая часть молодых людей осознает социальную значимость онлайн-игр: около двух третей опрошенных считают, что игры развивают способность принимать взвешенные решения (61,3 %) и критического мышления (60,4 %), почти половина видит их пользу в формировании навыков кооперации (45,1 %), каждый четвертый указывает на положительное влияние игр на развитие управленческого потенциала и лидерских качеств (24,7 %), а 20,8 % отмечают, что игры учат толерантности. Кроме того, респонденты убеждены, что полученный игровой опыт оказывает влияние на решение реальных социально значимых проблем (31,9 %), повышает интерес к политическим событиям и историческим фактам (11,5 %), обогащает знания о современной политике (8,5 %), меняет взгляды на определенные вопросы (5,4 %) либо укрепляет ранее сформированную позицию (5,6 %).

Политические предпочтения играют второстепенную роль при выборе молодежи игрового контента: лишь небольшая доля респондентов (5,8 %) отказалась от игры из-за ее политизированности или расхождения с собственными взглядами, еще четверть опрошенных отметила отсутствие интереса к играм с очевидной политической направленностью.

Специфика новых медиа и медиапотребления современной молодежи

Важной особенностью виртуальной публичной сферы, производимой новыми медиа, является ее коммодификация, а растущая потребность в коммерциализации цифровых продуктов обуславливает подачу любого контента в облегченном, часто шоуизированном формате [Белоусова 2020]. Все это приводит к использованию развлекательных приемов не только в медиабизнесе, но и для распространения социально значимой информации в виртуальной среде [Грушевская 2022], активному проникновению инфотейнмента в политический сегмент медиасферы, а также к применению традиционными агентами политической социализации развлекательных и игровых форматов для привлечения внимания аудитории. В исследовательской литературе отмечается, что в результате интенсивного внедрения цифровых технологий грань между сферой развлечения и пространством политического просвещения становится менее отчетливой [Schneider, Knop-Huelss, Kim, Buhin, Gröning 2023].

Анализ результатов экспертного опроса подтвердил, что за последние 5 лет существенно изменились форма развлекательного контента, а также способ его

потребления в молодежной среде, что обусловлено как развитием цифровых технологий, так и динамикой предпочтений аудитории новых медиа.

Ключевым трендом последних лет стал стремительный рост популярности коротких вертикальных видео на платформах TikTok, VK Клипы, Reels в Instagram¹, Shorts на YouTube и др. Эксперты подчеркивают, что *«такой контент не требует полного погружения и особого внимания, и они (молодые люди) переключаются с одного видео на другое буквально за секунды. То есть мне кажется, что молодежь стала меньше думать, их внимание рассеяно, а привлечь и удержать его все сложнее»* (жен., фаундер, блогер).

Однако, несмотря на уменьшение средней продолжительности фрагментов развлекательного контента и его переход к клиповому формату, заметно возросли интенсивность и плотность потребляемого информационного потока. При этом, создавая иллюзию разнообразия и новизны, быстрая смена коротких развлекательных блоков поддерживает повышенную активность пользователя в цифровом пространстве (так называемая гиперподключенность), что способствует возникновению психологической привязанности и даже зависимости от цифровых устройств и сетевых сервисов.

Рост потребления развлекательного контента неразрывно связан с укорачиванием когнитивных циклов восприятия, повышением требований к эмоциональной отдаче контента: *«Рост короткого формата и фрагментированного восприятия — форматы тина short video (Reels, Shorts, TikTok) стали доминирующими. Они отвечают потребностям поколения с ограниченным вниманием, стремлением к быстрому потреблению, эмоциональной реактивности и многозадачности [...] Контент стал алгоритмизированным, адаптивным и эмоционально рассчитанным, что усиливает эффект „цифровой зависимости“. Суть в том, что внимание короткое, а реакции нужны быстрые. Сам контент перестал быть пассивным. Развлекательное потребление все чаще приобретает черты со-участия. Стриминг (Twitch, YouTube, Discord) становится пространством не только для наблюдения, но и для коллективного присутствия и влияния»* (муж., кинопродюсер).

Современный развлекательный контент становится частью цифровой идентичности молодежи: *«Ты не просто смотришь мем, ты себя в нем узнаешь. Или от него отстраняешься. Контент формирует круг „своих“, собственный язык, референсы и ролевые модели. Знать правильные шутки, звуки, форматы — это как носить свой стиль одежды. Важно не только быть в курсе, но и правильно интерпретировать»* (жен., политолог).

В отличие от респондентов массового опроса эксперты выражают согласованное мнение в представлении о том, что политически и ценностно окрашенный контент активно проникает в развлекательную сферу, оказывая влияние на формирование политических убеждений молодежи. Однако вопрос

¹ Instagram — продукт компании Meta, компания является экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.

о трансформации агентов политической социализации вызвал значительную дискуссию.

С одной стороны, эксперты отметили, что агентами политической социализации все реже выступают профессионалы. Так, подростки предпочитают следить за популярными инфлюенсерами типа тиктокеров и стримеров, чьи познания в политике крайне ограничены. Эти лидеры мнений часто становятся первыми ориентирами в восприятии подростками политической реальности, хотя их компетенция в соответствующей области оставляет желать лучшего: *«блогеры становятся точкой входа в мир политики, хотя сами далеко не всегда компетентны в этой области»* (жен., журналист).

Но с другой стороны, алгоритмизация развлекательного контента обуславливает адаптацию рекомендаций под предпочтения потребителя. Если пользователь не проявляет активный интерес к историческим и политическим темам и не ищет соответствующие ролики самостоятельно, то рекомендованные видео и не будут содержать политическую информацию. Важно, что авторы контента чаще всего сознательно выбирают формат нейтрального освещения событий: *«... Поэтому ты не встретишь там людей, которые явно выражают какую-то свою позицию. Они могут обозревать просто, что происходит в принципе, но свою точку зрения, исходя из безопасности, они говорить не будут»* (муж., геймер).

По вопросу о трансформации роли традиционных агентов политической социализации мнения экспертов сходятся в следующем: для младшей молодежной группы (до 16 лет) семья и школа сохраняют позиции значимых Других. И если семья подростка становится все более лояльной к потреблению развлекательного контента или видеоигр, то школа сохраняет консервативные позиции, несмотря на внедрение в образовательный процесс приемов геймификации и онлайн-обучения: *«Школа как формальный институт социализации использует развлекательный медиа-контент прежде всего для реализации воспитательной функции, но чаще в логике служения государственным или административным интересам. Контент здесь — средство передачи идеологически безопасных и нормативно одобренных моделей поведения»* (муж., журналист).

Для старших подростков и совершеннолетних молодых людей родственники и государственные учреждения перестают быть референтной группой, они постепенно уступают свои позиции другим агентам, в первую очередь, друзьям и близкому окружению. Горизонтальная коммуникация в среде сверстников и закрытых неофициальных каналах усиливает чувство групповой принадлежности, дает ощущение поддержки, которого часто недостает традиционным институтам социализации — школе и семье.

Новые агенты социализации, сетевые сообщества и популярные блогеры, безусловно, способны оказывать влияние на политические взгляды и образ прошлого, но лишь в границах собственной целевой аудитории, состоящей главным образом из единомышленников и сторонников. Тем самым традиционный процесс политической социализации и исторического воспитания, ранее осуществлявшийся в формате больших аудиторий (СМИ, образовательные учреждения

и т.п.), утрачивает свою универсальность. Теперь он приобретает фрагментированный характер, распадаясь на многочисленные локальные сценарии, замыкающиеся в пределах узких сообществ — так называемых «эхо-камер».

Новые медиа как инструмент политики памяти

Для выявления содержательных параметров развлекательного контента, востребованного в качестве действенного механизма реализации политики памяти в молодежной среде, инструментарий экспертного интервью включал блок вопросов, уточняющих оценку критериев и характеристик, определяющих медиаэффективность такого рода информации.

Политика памяти тесно связана с деятельностью государства, групп, институтов, которые ориентированы на формирование образов коллективного прошлого. Важную роль играют инфраструктура памяти (архивы, памятники), коммеморативные практики (памятные даты, церемонии), а также отсутствие противоречий в исторических интерпретациях. В этих условиях новые медиа становятся не просто каналом трансляции, а средой конкуренции нарративов: через соцсети, блоги, стримы и видеоигры, наряду с официальными версиями истории, активно распространяются альтернативные позиции.

В то же время следует согласиться с позицией экспертов, подчеркивающих заметное увеличение активности российского государства в реализации мер по формированию исторических образов, представлений о национальном наследии и значимости традиционных ценностей, а также активный поиск публичными институтами инновационных форматов взаимодействия с молодежной аудиторией. Специалисты из кино- и видеоиндустрии отмечают, что государство, как в России, так и за рубежом, сохраняет позиции крупнейшего игрока в сфере управления медиапространством. Для него развлекательный контент выступает инструментом «мягкой силы», каналом влияния на общественное мнение и формирования патриотизма, позволяющим транслировать желательные нарративы, не прибегая к открытому идеологическому нажиму: *«...шоу Соловьева не хотят смотреть, потому что это политическое шоу: „Я не люблю политику“. А вот обзор на какой-нибудь „Союз спасения“ — совершенно другое. То, как будет рассматриваться политика царской власти, не так важно — ну это же фильм, художественный образ. Напротив, позиция блогера и обзорщика и будет транслироваться»* (муж., контент-мейкер). В качестве другого примера эксперты приводили «волну сказочных комедий» для семейного просмотра, созданную при поддержке государства.

В цифровую эпоху политика памяти выходит за рамки традиционных институтов (музеев, памятников, учебников), формируются новые коммуникационные площадки для дискуссий о прошлом. Такие форматы досугового контента, как сторителлинг и онлайн-стриминг, успешно комбинируют коммеморативные практики с интерпретацией исторических фактов, делая их доступными для широкой аудитории. Приоритетное значение

приобретают игровые онлайн-платформы, обеспечивающие высокую вовлеченность пользователей-игроков.

Экспертные интервью подтверждают, что видеоигры активно формируют представления о прошлом и настоящем: *«Проводили исследования по игре Atomic Heart. Там у геймеров сформировалось положительное отношение к Советскому Союзу на основе игры, и многие геймеры сообщали о том, что они хотели бы жить в Советском Союзе, как в игровом, так и в настоящем»* (муж., исследователь).

Эксперты указывают на то, что *«изначально российская игровая индустрия строилась на культурно близких россиянам образах и исторических сюжетах (сказки, народный фольклор, народные герои, вроде Чапаева)»* (жен., исследователь). И этот подход до сих остается востребованным, поскольку современная молодежь ищет опору в знакомом культурном коде. При этом наблюдается отказ от ироничного отношения в пользу мотива поддержки отечественного игрового продукта.

Также видеоигры, особенно их стратегические и цивилизационные жанры, оказывают сильное влияние на установки игроков относительно исторических ролей отдельных стран и народов: *«Если все время нам про историю, если все время человек смотрит, что, условно говоря, самый большой вклад в годы Второй мировой войны внесли американцы, — люди начинают именно так думать. Собственно говоря, это давно используется Соединенными Штатами, это не скрывается, это четкая технология. Уже необходимо заниматься просвещением, объясняя роль Советской армии»* (жен., политолог).

Через техники коммеморации компьютерные игры формируют единую историческую интерпретацию и способствуют консолидации разных поколений вокруг общей макрополитической идентичности. Игры как бы создают упрощенный образ конфликтов, заранее определяя участников противостояния и присваивая каждой стороне определенный статус (хороший / плохой): *«Достаточно сложная политическая история в видеоиграх усваивается легко, ты для этого в принципе особо ничего не делаешь. Ты смотришь и сам обрабатываешь. Механизм такой, я бы сказал, скорее психофизиологический. Просто включается фантазия»* (муж., геймер).

Кроме того, при использовании развлекательного контента в реализации политики памяти необходимо учитывать алгоритмы работы самих развлекательных платформ по принципу «рекомендаций» и «умной ленты», которая подстраивает весь остальной контент под конкретный интерес пользователя: *«Как ни странно „случайный“ выбор контента зачастую уже является результатом работы алгоритмов персонализированной рекомендации. Это означает, что платформа „угадывает“ интерес или создает возможность встречи с тем, что может вызвать когнитивный отклик. Молодой человек может не искать сознательно политический смысл, но сталкивается с ним в форме, соответствующей его текущим интересам, языку, визуальному стилю или игровым предпочтениям. Это повышает шанс принятия и усвоения»*

содержания» (муж., кинопродюсер). Тем самым грань между стихийной и целенаправленной социализацией оказывается весьма условной.

На этом фоне эффективность действий государственных агентов в сфере формирования образов коллективного прошлого нельзя признать в полной мере удовлетворительной: *«То, что выпускается общественными организациями, государственными институтами, не очень интересно молодёжи. Потому что они, эти агенты, выпускают материалы не о том, что интересно молодежи, а то, что интересно самим этим агентам»* (муж., журналист).

Передача информации через государственные каналы зачастую наталкивается на неприятие со стороны молодежи. Многие эксперты обращают внимание на тот факт, что государственный контент чаще всего подается в рамках обязательного образовательного или воспитательного процесса, нацеленного скорее на получение заданной реакции, нежели на стимуляцию самостоятельного размышления. Подобный подход провоцирует отторжение и снижает эффективность пропаганды. Гораздо большую популярность и положительный отклик получает контент, базирующийся на принципах эмпатии и направленный на вовлечение аудитории в активную рефлексию и взаимодействие.

Выводы

Анализ механизмов политической социализации и формирования исторического сознания молодежи в условиях распространения новых медиа позволяет отметить значимые тенденции их трансформации.

Во-первых, цифровая социализация, в том числе в ее политическом измерении, представляет собой объективный и необратимый процесс, развивающийся параллельно с эволюцией информационных технологий. Цифровое общество усиливает спонтанность и непредсказуемость процессов социализации, однако это не отменяет активного участия традиционных агентов. В настоящее время политический аспект социализации проявляет себя в гибридном режиме, сочетающем элементы стихийности и осознанного вмешательства традиционных институциональных акторов.

Во-вторых, результаты эмпирических исследований демонстрируют, что объем исторического и политически окрашенного контента в общей массе развлекательных материалов весьма ограничен. Цифровой контент активно подвергается коммодификации и стремится соответствовать гедонистическим потребительским запросам. Принимая во внимание колоссальные масштабы и высокую динамику производства развлекательного контента, а также его фрагментированность и разнородность, период эффективного воздействия отдельных единиц информации на формирование политических ценностей и мобилизационных настроений чрезвычайно короток. Кроме того, целевая аудитория, представленная молодежью, использует развлекательный контент преимущественно для отдыха и отвлечения внимания, что зачастую приводит к игнорированию закладываемых в него смысловых компонентов и символов. Следует отметить, что полученные нами эмпирические данные коррелируют

с результатами исследования ВЦИОМ, согласно которым молодые россияне заинтересованы в информации о значимых общественных событиях, но предпочитают получать ее через развлекательные форматы².

В-третьих, процесс восприятия развлекательного контента носит нерелексивный и опосредованный характер. Для молодой аудитории этот опыт воспринимается не как целенаправленная политическая социализация, а как естественный компонент повседневной жизни. Развлекательный медиапродукт (видео, игры, стримы, сериалы, подкасты и др.) действует сразу на нескольких уровнях: визуальном (образ, символ, цветовая гамма, композиция кадра), акустическом (интонации голоса, звуковое сопровождение), нарративном (сюжет, структура повествования, герои и антагонисты), контекстуальном (событие-повод, маркетинговая стратегия), идеологическом (система ценностей, моральный выбор), опытно-игровом (интерактивность, участие).

В-четвертых, процесс политической социализации и формирования исторического сознания, ранее осуществлявший в масштабах больших аудиторий, универсальных нарративов и фреймов, становится диверсифицированным, сосредоточивается в так называемых «эхо-камерах», что особенно характерно для потребителей игрового контента.

В-пятых, серия проведенных эмпирических исследований ставит под сомнение «стихийность» процессов социализации в цифровой среде. Контент новых медиа характеризуется возрастающей алгоритмизацией, адаптивностью не только к запросам молодежной аудитории потребителей, но и задачам традиционных агентов политической социализации. Это означает, что основания выбора того или иного типа информации более не определяются внешними факторами, а формируются непосредственно внутри цифровой медиасреды.

Таким образом, цифровые медиа не только расширяют доступ к информации, но и меняют форматы и саму логику взаимодействия с прошлым: от пассивного восприятия — к активному участию, от монологического нарратива — к диалогу и соавторству. Выступая средой социализации, игровые онлайн-платформы и алгоритмизированные развлекательные сервисы могут стать эффективным механизмом реализации политики памяти, посредником между традиционными публичными институтами и молодежью в этом процессе.

Поступила в редакцию / Received: 27.10.2025

Доработана после рецензирования / Revised: 20.12.2025

Принята к публикации / Accepted: 15.02.2026

² Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи // ВЦИОМ. 2025. 24 июня. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediaipotrebienie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 25.09.2025).

Библиографический список

- Анищенко А.В. Особенности политического участия российской молодежи в условиях цифровизации // Наука. Культура. Общество. 2024. Т. 30. № 3. С. 130–141. <http://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.8>. EDN: NIXMKV.
- Артамонова Я.С. Технологии социальных медиа в политической социализации студенческой молодежи // Logos et Praxis. 2023. Т. 22. № 2. С. 81–93. <http://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.2.9>. EDN: GABVHG.
- Асеева Т.А., Киреева О.С. Новые vs традиционные агенты политической социализации в условиях digital-коммуникации молодежи регионов РФ // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 57–64. http://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_57. EDN: GVAELM.
- Белов С.И., Кретьева А.А. Компьютерные игры как ресурс реализации политики памяти: практический опыт и скрытые возможности (на материалах позиционирования событий Великой Отечественной войны) // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 54–63. <http://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-54-63>. EDN: TZYAGE.
- Белоусова В.В. Политический инфотейммент: взаимодействие массмедиа и политического дискурсов // Политика и культура: пространство игры : сб. науч. статей. Будапешт-Киров : Общество с ограниченной ответственностью «Радуга-ПРЕСС», 2020. С. 156–162. EDN: YEJMAA.
- Беляева Л.А. Поколение Y в России: социальная стратификация, положение на рынке труда и проблемы политической социализации // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020. Т. 13. № 4. С. 220–237. <http://doi.org/10.15838/esc.2020.4.70.13>. EDN: FPBVAO.
- Вартанова Е.Л. Теория медиа : отечественный дискурс. Москва, 2019. 224 с. EDN: KLSJOD.
- Грушевская В.Ю. Основные направления критического анализа коммодификации цифровых медиа // Гуманитарное знание и духовная безопасность : сб. материалов IX Международной научно-практической конференции, Грозный, 09–10 декабря 2022 г. Махачкала : Изд-во АЛЕФ, 2022. С. 120–128. EDN: XILWVE.
- Зверева Г.И. Рядовой пользователь социальных медиа как историк: способы создания исторического нарратива на YouTube // Преподаватель XXI век. 2019. № 4. С. 323–337. <http://doi.org/10.31862/2073-9613-2019-4-323-337>. EDN: NWTAGR.
- Зубанова Л.Б., Зыховская Н.Л., Шуб М.Л. Актуальные тренды памяти: проблемное поле журнала Memory Studies // Социологические исследования. 2021. № 2. С. 140–145. <http://doi.org/10.31857/S013216250010091-3>. EDN: QKSSMI.
- Малькевич А.А. Социальные сети как фактор политической социализации молодежи: от иерархии к сетевой модели // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2019. № 6. С. 88–97. EDN: BXWCDD.
- Малькевич А.А. Новые медиа в политическом процессе России. Пятигорск, 2023. 368 с. EDN: RRPSXS.
- Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / С.А. Вартанов, Д.М. Вьюгина, А.Н. Гуреева [и др.]. Москва, 2021. 406 с. EDN: NVSIMM.
- Попова О.В. Приоритетные источники политической информации и политические практики российской молодежи // Политическое пространство и социальное время: Правда и ложь в политике и искусстве : сб. науч. трудов XXXVI Международного Харакского форума, Ялта, 15–17 мая 2019 г. Ялта, 2019. С. 191–200. EDN: IJNNC.
- Свистунов А.А. Политическая социализация молодежи в условиях цифровизации: к постановке исследовательской задачи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2025. Т. 25. № 2. С. 496–511. <http://doi.org/10.22363/2313-2272-2025-25-2-496-511>. EDN: XVWZOZ.

- Солдатова Г.У., Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 18. № 3. С. 431–450. <http://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-3-431-450>. EDN: RSSHPN.
- Сумская А.С. Любительская журналистика в провинциальной России: потенциал межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2025. № 24 (6). С. 142–152. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2025-24-6-142-152>
- Bartoletti R. Memory and Social Media: New Forms of Remembering and Forgetting // *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle UK, 2011. P. 82–111.
- Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press, 2013. <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>.
- Schneider F., Knop-Huelss K., Kim J., Buhin L., Gröning M. Media Use and Political Engagement: Cross-Cultural Approaches. What Role Does Media Entertainment Play in Emerging Adults' Political Identity and Engagement Across Cultures? // *International Journal of Communication*. 2023. No. 17. P. 1445–1465.
- Vissers S., Stolle D. The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation // *Information, Communication & Society*. 2013. Vol. 17. No. 8. P. 937–955.

References

- Anishchenko, A.V. (2024). Features of political participation of Russian youth in the context of digitalization. *Science. Culture. Society*, 30(3), 130–141. (In Russian). <https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.8>
- Artamonova, Ya.S. (2023). Social Media Technologies in the Political Socialization of Students. *Logos et Praxis*, 22(2), 81–93. (In Russian). <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.2.9>
- Aseeva, T.A., & Kireeva, O.S. (2022). New vs traditional agents of political socialization in the context of digital communication of youth in Russian regions. *The Caspian Region: Politics, Economics, Culture*, (2), 57–64. (In Russian). https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_57
- Bartoletti, R. (2011). Memory and social media: New forms of remembering and forgetting. In *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World* (pp. 82–111). Cambridge Scholars Publishing, Newcastle UK.
- Belousova, V.V. (2020). Political infotainment: Interaction of mass media and political discourses. In *Politics and culture: The space of the game: Collection of scientific articles* (pp. 156–162). Raduga-PRESS. (In Russian).
- Belov, S., & Kretova, A. (2020). Computer games as a resource of the politics of memory: Practical experience and hidden opportunities (based on games representing World War II events). *Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences*, (1), 54–63. (In Russian). <https://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-54-63>
- Belyaeva, L.A. (2020). Generation Y in Russia: social stratification, position in the labor market and problems of political socialization. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 13(4), 220–237. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/esc.2020.4.70.13>.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>
- Grushevskaya, V.Yu. (2022). Main directions of critical analysis of commodification of digital media. In *Humanitarian knowledge and spiritual security: Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference, Grozny, December 9–10, 2022*, (pp. 120–128). Alef Publishing. (In Russian).

- Malkevich, A.A. (2019). Social networks as a factor of political socialization of youth: From hierarchy to network model. *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Sciences*, (6), 88–97. (In Russian).
- Malkevich, A.A. (2023). *New media in the political process of Russia*. Pyatigorsk (In Russian).
- Popova, O.V. (2019). Priority sources of political information and political practices of Russian youth. In *Political space and social time: Truth and falsehood in politics and art: Proceedings of the XXVI International Kharak Forum, Yalta, May 15–17, 2019* (pp. 191–200). Yalta. (In Russian).
- Schneider, F., Knop-Huels, K., Kim, J., Buhin, L., & Gröning, M. (2023). Media use and political engagement: Cross-cultural approaches. What role does media entertainment play in emerging adults' political identity and engagement across cultures? *International Journal of Communication*, 17, 1445–1465.
- Soldatova, G., & Voiskounsky, A. (2021). Socio-cognitive concept of digital socialization: A new ecosystem and social evolution of the mind. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 18(3), 431–450. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-3-431-450>
- Sumskaya, A.S. (2025). Amateur journalism in provincial Russia: The potential of intergenerational transfer of communicative-cultural memory. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 24(6), 142–152. (In Russian). <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2025-24-6-142-152>
- Svistunov, A.A. (2025). Political socialization of the youth under digitalization: A research question. *RUDN Journal of Sociology*, 25(2), 496–511. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2025-25-2-496-511>
- Vartanova, E.L. (2019). *Media theory: Domestic discourse*. Moscow. (In Russian).
- Vartanov, S.A., Vyugina, D.M., Gureeva, A.N. et al. (2021). *Media consumption of “digital youth” in Russia*. Moscow (In Russian).
- Vissers, S., & Stolle, D. (2013). The Internet and new modes of political participation: Online versus offline participation. *Information, Communication & Society*, 17(8), 937–955.
- Zvereva, G.I. (2019). An ordinary social media user as a historian: Methods of creating a historical narrative on YouTube. *Prepodavatel XXI vek*, 4, 323–337. (In Russian). <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2019-4-323-337>
- Zubanova, L., Zyhovskaya, N., & Shub, M. (2021). Actual trends of memory: The problem field of «Memory Studies». *Sotsiologicheskie issledovaniya*, (2), 140–145. (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S013216250010091-3>

Сведения об авторах:

Шапкина Ярослава Юрьевна — доктор политических наук, профессор кафедры философии и политологии, Алтайский государственный университет (e-mail: yashashkova@mail.ru) (ORCID: 0000-0002-6126-7097)

Бутина Анастасия Васильевна — кандидат философских наук, доцент кафедры регионоведения России, национальных и государственно-конфессиональных отношений, Алтайский государственный университет (e-mail: anabutina@yandex.ru) (ORCID: 0000-0002-8471-7353)

About the authors:

Yaroslava Yu. Shashkova -Dr. Sci. (Polit.) — Full Professor, Department of Philosophy and Political Science, Altai State University (e-mail: yashashkova@mail.ru) (ORCID: 0000-0002-6126-7097)

Anastasiya V. Butina — PhD in Philosophy, Associate Professor, Department of Russian Regional Studies, National and State-Confessional Relations, Altai State University (e-mail: anabutina@yandex.ru) (ORCID: 0000-0002-8471-7353)