Бойштян Р. А.
suslikruslik123@gmail.com

Влияние социальных медиа на политическую активность молодёжи в России

Актуальность темы исследования. Социальные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни современной молодежи, играя ключевую роль не только в межличностной коммуникации, но и в формировании общественных взглядов [6, с. 1]. В условиях растущей цифровизации информационного пространства именно социальные платформы, такие как ВКонтакте, Instagram*, TikTok и Telegram, превращаются в мощные инструменты для распространения политических идей и мобилизации граждан [7, с. 3]. Однако, несмотря на высокий уровень вовлеченности молодых россиян в онлайн-активность, их реальное участие в политической жизни остаётся низким, что вызывает вопрос о том, насколько эффективно социальные медиа стимулируют политическую активность в офлайн-среде.

Основной проблемой, которую стоит изучить, является противоречие между потенциальными возможностями социальных медиа как платформ для выражения гражданской позиции и пассивностью молодежи в реальных политических процессах. Насколько социальные медиа способны формировать устойчивую политическую активность? Как именно они влияют на восприятие политических событий среди молодежи? Эти вопросы приобретают особую значимость в российском контексте, где политическая культура молодого поколения только начинает формироваться в условиях глобальных вызовов и локальных особенностей [8, с. 2].

Цель исследования – исследовать влияние социальных медиа на политическую активность молодежи в России, выявить ключевые факторы, способствующие или препятствующие участию молодых людей в политической жизни, а также предложить возможные способы повышения их политической вовлеченности.

Объект исследования – социальные медиа как инструмент политической активности.

Предмет исследования – влияние социальных медиа на вовлечение молодёжи в политические процессы в России, их роль в формировании гражданской позиции и распространении информации.

Исследуемая **проблема** – реальное противоречие между возможностью социальных медиа стать эффективным инструментом политической активности молодёжи за счёт открытого доступа к информации, быстрого обмена мнениями и координации действий, и их фактической уязвимостью к манипуляциям, формированию «информационных пузырей» и контролю со стороны государства.

Методы исследования – анализ статистических данных, сравнительный анализ влияния различных платформ, ретроспективный подход к изучению ключевых событий.

Рост популярности социальных медиа как инструмента политической социализации. Одной из важнейших функций социальных медиа является информирование. Молодежь всё чаще предпочитает узнавать новости через платформы, такие как «ВКонтакте», Telegram и YouTube, что объясняется удобством и скоростью их использования. По данным Левада-центра (он признан Министерством юстиции РФ иностранным агентом), около 72 % молодых россиян активно следят за политическими событиями именно через социальные сети [9].

Развитие коммуникаций в корне изменило социальные пространство: отдельные группы и индивиды стали полноправными субъектами информационных потоков. Развитие различного рода процессов в среде социальных медиа продемонстрировало, что политическая коммуникация может иметь не только стихийный, но и субъектный, т.е. целенаправленный характер. В результате подвергаются трансформации как создатели, так и потреби- телеинформации [1, с. 5].

Социальные медиа и организация протестов. Еще одной важной функцией социальных медиа стала координация коллективных действий. Например, в 2011–2012 годах массовые протесты в России, вызванные недовольством результатами выборов, были организованы через платформы «ВКонтакте» и Facebook. Эти платформы позволяли распространять информацию о месте и времени встреч, обсуждать стратегию действий и привлекать новых участников.

Увеличение количества пользователей ВКонтакте на 10 % приводило к увеличению количества протестующих примерно на 24-26 %. Размер этого эффекта кажется очень большим, но при его интерпретации необходимо иметь в виду, что пользователи ВКонтакте составляли достаточно значимую часть населения городов (средний уровень проникновения ВКонтакте в 2011 г. составлял 15 %), в то время как количество протестующих было ничтожным и составляло в среднем 0,4 % населения в под выборке городов, в которых произошли протесты. Например, грубо применяя наши результаты, дополнительное увеличение числа пользователей ВКонтакте в Челябинске на 47000 человек привело бы к росту числа протестующих в декабре 2011 г. на 300 человек (при базе в 2000) [2, с. 4].

Роль мемов и визуального контента в политической активности. Участники политических кампаний используют мемы в качестве средства общения с пользователями сети. Для создания контента нанимаются платные блогеры, микроблогеры и комментаторы. Таким образом, они создают образы и мнения в сознании людей. Так, в Азербайджане производство и распространение интернет-мемов были включены в стратегию предвыборной кампании кандидатов в социальных сетях. Мемы также широко используются оппозиционными партиями для комментариев по решениям правительства. Мемы используются в пропагандистских целях для укрепления идеологий, идентичностей и стереотипов. Даже во время Первой мировой войны эти мемы использовались в виде сатирических текстов, образов и художественных выражений. Поэтов и художников нанимали даже в те дни для создания карикатур и посланий, которые можно было публиковать с помощью плакатов и газет. Мемы обладают потенциалом быть мощными в эпоху, когда развлечение и привлекательность может стать решающим фактором на выборах. Хотя на мемы обычно обществом воспринимаются как на глупый и тривиальный продукт любителей Интернета, возможно, пришло время переосмыслить их как мощный инструмент коммуникации, которым они стали. Юмор всегда был средством вовлечения масс в области, которые в противном случае могли бы представлять небольшой общественный интерес, и мемы не являются исключением. Вместо этого быстрая и вирусная природа мемов делает их мощным инструментом для быстрого формирования общественного мнения о различных кандидатах [3, с. 7].

Таким образом, интернет-мемы в процессе предвыборной кампании выполняют следующие функции: пропагандистская, имиджевая, рейтинговая, дискредитирующая, информационная привлечения внимания [3, с. 8].

Введение в таблицу ретроспективного анализа. Ретроспективный анализ роли социальных медиа в политической активности молодежи позволяет выявить ключевые этапы

и изменения в использовании цифровых платформ для формирования гражданской позиции. С развитием технологий и увеличением доступа к интернету социальные сети постепенно превратились из источника развлечений в мощный инструмент политической мобилизации. Данный анализ охватывает ключевые события и периоды, начиная с зарождения активного использования социальных сетей в политическом контексте и заканчивая современными тенденциями цифровизации общественной жизни. Это позволяет проследить, как изменялась динамика вовлеченности молодежи, какие платформы играли ключевую роль, и каковы основные факторы, повлиявшие на эти изменения (см. таблицу 1).

Таблица 1

Таблица ретроспективного анализа [1; 3; 6; 10]

Период	Ключевые События	Роль социальных медиа	Влияние на политическую активность молодёжи	Особенности использования социальных медиа	Примерные данные
2000-е годы	Активное развитие интернета, появление первых социальных сетей (например, ВКонтакте).	Социальные сети использовались преимущественно для общения и развлечения.	Политическая активность молодёжи практически отсутствовала. Соцсети не воспринимались как инструмент влияния.	Ограниченный доступ к интернету, низкая политическая вовлечённость.	Интернет-пользователи: 12 % населения РФ; молодёжь: 3%.
2010–2015 гг.	Рост протестных движений, активизация гражданской активности в России.	Социальные медиа начали использоваться для мобилизации (например, координация митингов через ВКонтакте).	Молодёжь стала проявлять интерес к политике, началось вовлечение в онлайн-активизм.	Рост популярности платформ ВКонтакте, LiveJournal; появление Telegram.	Охват молодёжи соцсетями: ~60 %; протестная активность: до 10%.
2016–2020 гг.	Массовые протесты, изменения в законодательстве РФ (например, законы о митингах).	Telegram и YouTube стали платформами для распространения альтернативной информации.	Молодёжь активнее участвовала в обсуждении политических тем, но реальная вовлечённость в акции осталась ограниченной.	Алгоритмы соцсетей способствовали поляризации мнений; популярность политических блогеров.	Молодёжь в соцсетях: ~80 %; участие в митингах: 3–5 %.
2021–2023 гг.	Санкции, политические кризисы, рост цензуры в интернете.	Усиление контроля над социальными сетями; ограничение доступа к иностранным платформам (например, Instagram*, Facebook*).	Молодёжь переходит на анонимные платформы (Telegram), но активность снижается из-за роста давления со стороны государства.	Использование VPN, миграция пользователей в локальные сети (ВКонтакте, Яндекс Дзен).	Молодёжь в соцсетях: ~90 %; активный онлайн-активизм: 10–15 %.
Текущий период (2024)	Дальнейшее развитие цифровых технологий и локальных платформ.	Социальные медиа становятся более закрытыми, что ограничивает их потенциал как инструментов для массовой мобилизации.	Снижение открытой политической активности среди молодёжи, усиление самовыражения через культурные и творческие форматы.	Основной акцент на Telegram и TikTok; рост популярности закрытых чатов и сообществ.	Молодёжь в соцсетях: ~95 %; реальная активность: <3 %.

Выводы по ретроспективному анализу. С 2000-х годов роль социальных медиа в политической активности молодежи значительно возросла. Если в 2000 году только 3 % молодежи использовали их для политических обсуждений, то к 2020 году эта доля увеличилась до 80 %. Платформы, такие как «ВКонтакте» и Telegram, стали ключевыми для координации протестов, например, в 2011–2012 годах и 2019 году, с охватом до миллионов

участников [10, с. 5]. Однако ограничения доступа к Facebook и Instagram* с 2022 года усложнили доступ к альтернативной информации, усиливая зависимость от местных платформ, таких как Telegram. Эти данные подчеркивают важность социальных медиа как инструмента политического участия, но также обращают внимание на риски цензуры и контроля.

Введение в таблицу сравнительного анализа. Сравнительный анализ позволяет выявить особенности и различия влияния различных социальных медиа на политическую активность молодежи в России. Каждая платформа выполняет свою уникальную функцию: от распространения информации и мемов до организации протестных акций и продвижения гражданских инициатив. В условиях изменяющегося информационного ландшафта и усиливающегося контроля над цифровой средой данный подход помогает оценить, какие социальные сети сохраняют лидерство, а какие утратили своё влияние. Анализ охватывает ключевые показатели, такие как уровень вовлеченности, аудитория, охваты и частота использования для политических целей (см. таблицу 2).

Критерии для сравнительного анализа: популярность соцсетей среди молодёжи; основные платформы; тип активности; влияние на политическую осведомлённость; реальная политическая активность; основные барьеры; координация протестов и акций; политическая культура.

Таблица 2

Таблица сравнительного анализа [11]

Критерий	**2000-е годы**	**2010–2015 гг.**	**2016–2020 гг.**	**2021–2023 гг.**	**2024 (текущий период)**
Популярность соцсетей среди молодёжи	Низкая (~3 % молодёжи активно использует соцсети).	Умеренная (~60 % молодёжи вовлечены в соцсети).	Высокая (~80 % вовлечённости).	Очень высокая (~90 % вовлечённости).	Максимальная (~95 %).
Основные платформы	ВКонтакте, Одноклассники.	ВКонтакте, LiveJournal, первые шаги Telegram.	Telegram, YouTube, Instagram*.	Telegram, ВКонтакте, ограниченный доступ к западным соцсетям.	Telegram, TikTok, ВКонтакте.
Тип активности	Общение, развлечение.	Первые признаки политического активизма (петиции, митинги).	Участие в дискуссиях, подписка на политические каналы.	Анонимное обсуждение, минимальная реальная активность.	Упор на культурное самовыражение, закрытые сообщества.
Влияние на политическую осведомлённость	Минимальное.	Умеренное: растёт интерес к политике.	Высокое: соцсети — основной источник информации.	Высокое, но с цензурой.	Высокое среди активных пользователей, цензура сохраняется.
Реальная политическая активность	Практически отсутствует.	Слабая (до 10 % участвуют в офлайн-акциях).	Ограниченная (3–5 % молодёжи участвуют в акциях).	Ещё более ограниченная (1–3 % участвуют).	Единичные случаи (менее 3 %).
Основные барьеры	Ограниченный доступ к интернету, низкая вовлечённость.	Недостаток доверия к политике, поверхностная активность.	Эффект «информационных пузырей», давление государства.	Цензура, страх последствий, ограничение платформ.	Усиление государственного контроля, самоцензура.

Координация протестов и акций	Неактуальна.	Первые примеры (митинги через ВКонтакте).	Значительная роль Telegram, YouTube.	Снижение из-за запрета многих платформ.	Координация через Telegram и закрытые чаты.
Политическая культура	Формируется.	Начало роста политического интереса.	Значительное развитие интереса к политическим темам.	Снижение открытой вовлечённости.	Политический интерес сохраняется, но менее активен.

Заключение по сравнительному анализу. Сравнительный анализ показывает, что различные платформы социальных медиа оказывают неодинаковое влияние на политическую активность молодежи в России. Например, «ВКонтакте» с охватом около 70 % молодежной аудитории остается основной платформой для получения информации и обсуждений, тогда как Telegram, используемый 80 % молодых людей, стал ключевым инструментом для анонимной координации и организации протестов.

С другой стороны, ограничения на доступ к международным платформам, таким как Facebook и Instagram*, привели к значительному снижению их влияния – с 20 % активной аудитории в 2018 году до менее 5 % к 2023 году [11]. Это усилило концентрацию молодежной активности на российских и анонимных платформах.

Анализ также подчеркивает, что каждая платформа играет свою уникальную роль: YouTube – для образовательного контента, «ВКонтакте» – для массового вовлечения, а Telegram – для активистской деятельности [11]. Эти данные демонстрируют важность диверсифицированного подхода к использованию социальных сетей в политической активности молодежи.

Позитивные и негативные аспекты. Социальные медиа открывают перед молодежью новые возможности: участие в онлайн-дискуссиях, создание и подписание петиций, участие в общественных флэш-мобах. Однако они несут и определенные риски. Например, платформы могут использоваться для манипуляции общественным мнением или распространения дезинформации. Кроме того, усиливающийся государственный контроль над социальными сетями, включая блокировку иностранных платформ, таких как Instagram* и Facebook*, ограничивает доступ молодежи к определенным источникам информации [4, с. 8].

Гражданско-политическая активность молодежи одна из актуальных исследовательских проблем, которая напрямую связана с развитием негативных (деструктивных) ориентаций молодежи в результате социально-экономических перемен и обострения общественных противоречий как следствие нестабильности смыслообразующих идеалов, потери идентичности (в том числе и гражданской), изменение ценностей в общественном и индивидуальном сознании. Особенно данная проблема актуализовалась в свете последних событий в российской (и мировой) действительности (несанкционированные митинги, использование детей и молодежи в политических играх, повышенный интерес к протестным акциям) [4, с. 8].

Будущее цифровой политической активности. На фоне растущего государственного контроля и цензуры молодежь всё чаще обращается к анонимным или локальным платформам, таким как Telegram или «ВКонтакте». Согласно последним исследованиям, доля молодых россиян, предпочитающих выражать свои взгляды через закрытые чаты и группы, выросла на ~15 % за последние два года. Кроме того, наблюдается рост интереса к использованию социальных медиа для долгосрочных гражданских инициатив. Молодежь начинает организовывать экологические проекты, благотворительные

акции и кампании за улучшение городской инфраструктуры [12], что показывает развитие их политической культуры в более широком смысле.

Резюмируя вышеизложенное, необходимо отметить, что основным направлением воздействия интернет-технологий на развитие государства как основного политического института становится процесс создания электронного правительства. В развитии электронного правительства выделяются несколько стадий: информационное, интерактивное и трансакционное веб-присутствие. Каждая из этих стадий характеризует качественно новый этап модернизации политического управления, связанный с увеличением диалоговых форм коммуникации между управляющими и управляемыми.

Другой важный аспект процесса технологизации политического пространства связан с реализацией элементов концепции электронного правительства в регионе, что в целом призвано способствовать повышению эффективности политической коммуникации между региональной властью и населением того или иного региона.

Использование интернет-технологий в региональном политическом управлении обусловливает тенденцию к увеличению диалоговых моделей коммуникации во взаимодействии государства, гражданского общества и отдельных граждан на региональном уровне.

В то же время в связи с увеличением численности жителей региона, имеющих доступ к Сети, интернет-технологии можно рассматривать как значимый фактор регионального политического развития. Как уже было упомянуто выше, возникновение нового канала политической коммуникации может способствовать активизации участия граждан в обсуждении политических решений, усилению их влияния на региональную власть и увеличению возможностей политических партий и структур гражданского общества воздействовать на региональную интернет- аудиторию [5, с. 5].

Выводы по исследованию. Социальные медиа играют важную роль в формировании политической активности молодежи в России. Ретроспективный анализ показывает, как изменялась вовлеченность пользователей с развитием платформ, от первых протестов, координируемых через «ВКонтакте», до массового использования Telegram. Сравнительный анализ выделяет уникальные функции каждой платформы: «ВКонтакте» – для массового информирования, Telegram – для анонимной координации, YouTube – для образовательного контента.

Тем не менее, ограничения доступа к международным платформам, таким как Instagram и Facebook*, и рост государственного контроля подчеркивают риски цифровой среды. Для молодежи важно развивать цифровую грамотность, чтобы использовать социальные медиа как инструмент гражданской активности, сохраняя доступ к разным точкам зрения.

Статья может быть полезна при изучении таких дисциплин как:

1. «Политология», «Политические институты, процессы, технологии». Для изучения новых форм политической мобилизации, цифровой политики и влияния социальных медиа на общественные процессы.

2. «Социология управления», «Социология власти и управления». Для анализа социальных изменений, цифровой социализации молодёжи и формирования новых форм общественной активности.

3. «Психология управления», «Психология власти и управления». Для изучения мотивации молодёжи к участию в политических процессах через социальные медиа.

Литература

1. Прокопенко Т. В. Роль социальных медиа в политической коммуникации [Электр. ресурс] // Коммуникология. – 2020. – Т. 8. – №. 4. – С. 22-36. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-media-v-politicheskoy-kommunikatsii/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

2. Ениколопов Р. С., Макарьин А. А., Петрова М. А. Социальные медиа и политические протесты [Электр. ресурс] // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2015. – №. 3-4 (121). – С. 149-159. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-media-i-politicheskie-protesty/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

3. Решетникова А. С. Мемы как важный инструмент политических связей с общественностью, формирующий имидж политика [Электр. ресурс] // Инновационные аспекты развития науки и техники. – 2021. – №. 10. – С. 206-216. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/memy-kak-vazhnyy-instrument-politicheskih-svyazey-s-obschestvennostyu-formiruyuschiy-imidzh-politika/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

4. Фахретдинова, А. П. Гражданско-политическая активность молодежи: общая характеристика и особенности проявления в Интернет среде [Электр. ресурс] / А. П. Фахретдинова, А. В. Ларионова, О. Ю. Горчакова // Социодинамика. – 2022. – № 2. – С. 1-12. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdansko-politicheskaya-aktivnost-molodezhi-obschaya-harakteristika-i-osobennosti-proyavleniya-v-internet-srede/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

5. Маковейчук, А. В. Перспективы цифровизации политической сферы на региональном уровне в современной России [Электр. ресурс] // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2018. – Т. 8. № 4 (34). – С. 10-15. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-tsifrovizatsii-politicheskoy-sfery-na-regionalnom-urovne-v-sovremennoy-rossii/viewer (дата обращения: 17.12.2024).

6. Цуканова М. В. Роль социальных медиа в социализации молодёжи [Электр. ресурс] // СМИ Московского государственного университета / Социология – 2022 – № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-media-v-sotsializatsii-molodezhi/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

7. Баранов Н. А. Цифровое политическое участие как форма политической мобилизации [Электр. ресурс] // Севера западный институт управления РАНХиГС / Политика, экономика, культура – 2020 – № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-politicheskoe-uchastie-kak-forma-politicheskoy-mobilizatsii/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

8. Ярославна С. А. Технологии социальных медиа в политической социализации студенческой молодёжи [Электр. ресурс] // Московский технический университет связи и информатики. – 2023. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-sotsialnyh-media-v-politicheskoy-sotsializatsii-studencheskoy-molodezhi/viewer (дата обращения: 18.12.2024).

9. Каналы получения информации, социальные сети и мессенджеры: последствия блокировок. [Электр. ресурс]. URL: https://www.levada.ru/2024/10/11/kanaly-polucheniya-informatsii-sotsialnye-seti-i-messendzhery-posledstviya-blokirovok/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 18.12.2024).

10. Деревянченк А. А. Политическая активность молодёжи в цифровом обществе [Электр. ресурс] // Институт инновационных технологий и государственного управления МИРЭА. – 2020 – № 2. URL:

https://www.rcoit.ru/upload/iblock/32b/Политическая%20активность%20молодежи%20в%20цифровом%20обществе.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 18.12.2024).

11. Аудитория пользователей интернета, социальных сетей, мессенджерова и VPN-сервисов. [Электр. ресурс]. URL: https://www.levada.ru/2024/04/23/auditoriya-polzovatelej-interneta-sotsialnyh-setej-messendzherov-i-vpn-servisov/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 18.12.2024).

12. Эксперты зафиксировали рост использования Telegram после блокировки. Новость [Электр. ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/19/04/2018/5ad73de09a7947ef845fa03d?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 18.12.2024).