

**М.В. Медведева**

Санкт-Петербургский государственный университет,  
Санкт-Петербург, Россия  
(E-mail: [tagma.air@yandex.ru](mailto:tagma.air@yandex.ru))

## Массовые коммуникации в формировании современной политической культуры молодёжи

**Аннотация.** В статье представлен анализ роли массовых коммуникаций в формировании современной политической культуры молодежи. Особенно актуальной тема представляется в свете событий на мировой политической арене: передела сфер влияния и смены баланса сил. Также большое значение играет развитие информационных технологий и появление всё больших вариантов и форм массовой коммуникации, увеличения числа информационных потоков. В этой связи довольно рациональным становится вопрос, как современному человеку в них ориентироваться и как не попасть под негативное влияние?

Исследование носит теоретический характер. Целью статьи является рассмотрение роли современных массовых коммуникаций в политической культуре молодежи. Автором проанализирован значительный объем научной литературы. Материалами для написания статьи послужили ведущие мировые и российские исследования по политической культуре и медиакомпетентности. В результате проделанной работы получено довольно подробное описание современной молодежной политической культуры, а также определено место в ней медиакомпетентности. Кроме того, автором предложена концепция взаимосвязи уровней политической активности молодежи и медиакомпетентности, представленная в форме модели.

**Ключевые слова:** массовые коммуникации, медиаграмотность, политическая культура, медиакомпетентность, молодёжь, политический маркетинг, политический пиар, политическая коммуникация, медиа.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6887/2023-143-2-45-58>

Поступила: 11.11. 2022 / Одобрена к опубликованию: 10.02.2023

### Введение

Политическая культура молодежи – один из важнейших аспектов развития любого государства. И именно от неё во многом зависит вектор развития общества.

Особенно большое значение политическая культура, в целом, приобретает в кризисные для государства периоды, независимо от того, какого свойства этот кризис, политического или экономического, социального или идеологического. Именно политическая

культура граждан государства является одной из основных скреп, составляющих основу нации.

Применительно к Российской Федерации вопрос политической культуры граждан всегда стоял особенно остро. В разные периоды истории она приобретала различные формы, зависела от многих факторов, как внутренних, так и внешних.

Целью данной статьи является рассмотрение роли современных массовых коммуникаций в политической культуре

молодежи. И, в частности, отдельно нами отмечается понятие медиакомпетентность, которое в последние несколько лет в связи с интенсификацией информационных потоков, активным ведением информационных войн и развитием новых технологий приобретает всё большую практическую и научную значимость. Ввиду прямого и значительного влияния научно-технического прогресса в целом на жизнь индивида и на него самого и его политическую культуру. Особенно велико значение медиакомпетентности для современной молодежи в виду её фактической зависимости от различных гаджетов, социальных сетей и мессенджеров. Действительность современного молодого человека такова, что количество информационных потоков, в которых он пребывает каждодневно, только продолжает увеличиваться, в то время как его внимательность, вдумчивость, аналитические способности и т.д. не безграничны, что, в свою очередь, лишь увеличивает риски значительных нежелательных воздействий извне на формирование политической культуры.

Работа по сбору теоретической базы для исследования была начата ещё в 2019 году, а разработка представленной ниже теоретической модели взаимосвязи уровней медиакомпетентности от уровня политической активности и политической культуры (См. Рис.1) завершена в 2022.

В рамках исследования нами была проведена операционализация понятия политической культуры, а также определена роль массовых коммуникаций в ней. Кроме того, нами отдельно был исследован вопрос о соотношении политической культуры и медиаграмотности.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-311-90033.

### **Определение политической культуры**

На сегодняшний день в политической науке принято выделять несколько групп определений термина «политическая культура». Первая группа определений связана с политической культурой в целом как феноменом, здесь начать стоит с того, что первое систематическое исследование в этой области принадлежит Г. Алмонду и С. Вербе.

В труде «Гражданская культура» даётся первое развёрнутое определение тому, что является политической культурой. «Когда мы говорим о политической культуре общества, то подразумеваем политическую систему, которая интегрируется в когнитивных способностях, познаниях, ощущениях и оценках тех, кто его составляет. Люди включаются в политическую культуру точно так же, как они социализируются в неполитических ролях и социальных системах»<sup>1</sup>. В целом в своей работе они рассматривают политическую культуру через призму национального признака. В частности, выделяют различия в зависимости от страны, в которой рассматривается политическая культура. Также стоит отметить, что предметом их научных изысканий была политическая культура именно в демократических странах.

Исходя из их концепции в дальнейшем конструируются и многие другие. Например, уже изучением элементов политической культуры занимался М. Вебер. Он, в частности, более концентрируется на изучении политической этики и мотивов, которые людей заставляют поступать так или иначе<sup>2</sup>.

В России исследования политической культуры представлены большим количеством разнообразных работ, они также о феномене политической культуры. Так, А. А. Борисенков отмечает: «Политическая культура – одно из политических явлений, которое существует неотъемлемо от самой политики и в то же время образует в составе политического бытия относительно самостоятельный компонент»<sup>3</sup>.

В отдельную группу определений стоит выделить исследования, изучающие политическую культуру личности. Здесь уже акцент делается на таких понятиях, как опыт личности, как установки поведения личности и так далее. Л. Ф. Усикова отличает политическую культуру как «исторический и социальный опыт национальной или наднациональной общности, которая

<sup>1</sup>Алмонд Г.А., Верба С. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах. М.: Мысль, 2014. С. 29.

<sup>2</sup>Вебер М. О буржуазной демократии в России // Научно-образовательный портал IQ НИУ «Высшая школа экономики» URL: <https://ecsocman.hse.ru/data/398/909/1216/014.WEBER.pdf?ysclid=l1z3skau4n> (дата обращения: 14.04.2022)

<sup>3</sup>Борисенков А. А. О понятии политической культуры // Социум и власть. 2012. № 5(37). С. 35.

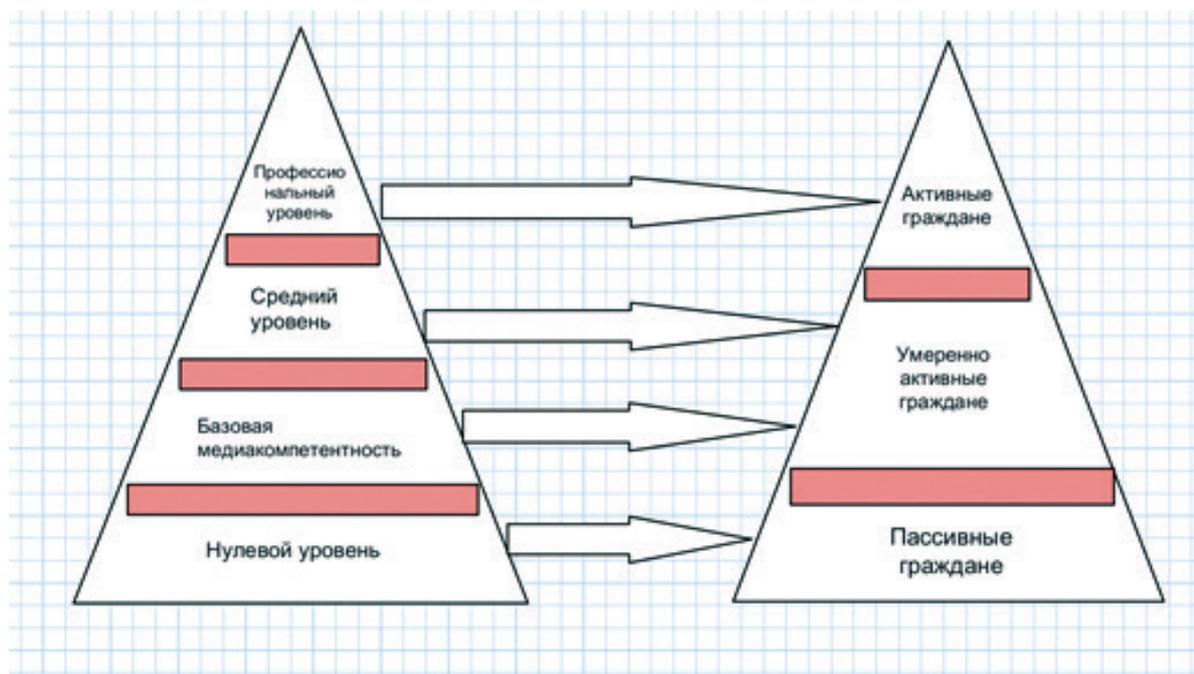


Рисунок 1. Взаимосвязь уровней медиакомпетентности и политической активности

воздействует на формирование политических ориентаций, политического поведения индивидов, малых и больших групп»<sup>4</sup>.

М. А. Портнягина указывает, что политическая культура – это «система исторически сложившихся, относительно устойчивых репрезентативных убеждений, установок сознания и моделей поведения индивидов и групп, проявляющихся в их деятельности в сфере политики»<sup>5</sup>.

Авторы сходятся во мнении, что в современных условиях политическая культура – это неотъемлемый компонент социальной действительности. Для того, чтобы понять, какую роль медиакомпетентность играет в политической культуре, рассмотрим для начала место массовых коммуникаций, свободы слова и СМИ в концепциях политической культуры.

Г. Алмонд и С. Верба в работе «Гражданская культура и стабильность демократии» рассуждают о трёх типах политической культуры: приходская, подданическая и культура участия. Каждый тип политической культуры предполагает определённый тип поведения, в рамках

<sup>4</sup>Усикова Л. Ф. Политическая культура // Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. 2010. №1. С. 90.

<sup>5</sup>Портнягина М. А. СМИ России в контексте конфликтной политической культуры // Медиаскоп. 2011. №2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/825> (дата обращения 15.04.2022).

которого косвенно определено обращение с информацией. Отчасти они могут быть обусловлены политическими установками личности. Характеризуя при этом гражданина, исследователи отмечают, что он должен быть одновременно пассивным и активным, включенным в процесс управления, однако не слишком сильно, должен быть лоялен действующей власти<sup>6</sup>. Продолжая эту логику, можно отметить, что гражданин должен быть информационно осведомлен, но не должен открыто и постоянно критиковать решения действующей власти, то есть как бы существует определенный уровень медиакомпетентности, который необходим для жизнедеятельности гражданина и государства. Излишняя же осведомленность может затруднить процесс управления.

Интересна точка зрения голландских учёных Ф. Хьюкса и Ф. Хиспурса, которые уже значительно после Г. Алмонда и С. Вербы занялись усовершенствованием их типологии. В частности, они предложили дополнить типологию политических культур новыми и более современными типами, среди которых: гражданская партисипаторная культура, клиентская культура, протестантская культура, автономная культура и культура наблюдателей. Плюс они сохранили

<sup>6</sup>Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах. М.: Мысль, 2014. 500 с.

культуры, которые выделили Г. Алмонд и С. Верба. Всё это многообразие культур они делят на пассивные и активные в зависимости от степени активности политического участия<sup>7</sup>.

Интересно также более современное определение политической культуры, которое в 2017 году сформулировали Л. Морлино, Д. Берг-Шлоссер и Б. Бади: «Политическая культура описывает, как культура влияет на политику. Каждая политическая система встроена в определенную политическую культуру»<sup>8</sup>.

Но откуда берётся политическая культура в принципе? Р. Инглхард и К. Вельцель в своих исследованиях отмечают, что «основы культуры передаются из поколения в поколение. Однако основополагающие ценности отражают не только то, что людям внушили старшие, но и их собственный опыт. Благодаря социально-экономическому развитию последние полвека условия жизни людей, определяющие формирование личности, менялись глубочайшим образом и с беспрецедентной скоростью»<sup>9</sup>.

### Роль СМИ в политической культуре

А. Лейпхарт в рамках рассуждений о демократии в многосоставных обществах полагал, что многосоставность не является уникальной чертой государства, чтобы считаться исключением из правил. Приоритет в пользу единства государства связан с идеологическим мышлением. Интересна сама концепция идеологического мышления по Лейпхарту. Демократия, хоть и является достаточно свободной, по Лейпхарту, однако она фактически готова на всё во имя своего единства и продолжения существования. Такой подход несомненно обуславливает определенный характер создаваемого государственным СМИ контента. Как он пишет, если бы в третьих странах не превалировало мнение о том, что демократия - это наилучший политический режим, они бы попросту не стремились

к её установлению<sup>10</sup>. Следовательно, демократии – это фактически структуры, которые озабочены отчасти техническим формированием своего позитивного имиджа даже при явных негативных чертах, что в целом нормально.

Л. Даймонд в своей работе «Размышления о гибридных режимах» концентрирует внимание на изначальных ценностях демократии, в частности, на свободе слова. По его мнению, в значительной степени демократический политический режим должен быть основан на плюрализме мнений, в противном случае можно говорить о том, что мы имеем дело с гибридным режимом<sup>11</sup>. Таким образом, можно говорить о том, что свобода слова провоцирует в целом формирование личности, которая без особых проблем ориентируется в медиапотоках и поэтому может смело высказывать своё сформированное мнение, отличное от мнения государства или СМИ.

Широко поднимается эта проблематика и в российских исследованиях. По мнению В.А. Зимина, СМИ сегодня – это очень важный инструмент формирования политической культуры и в целом гражданского общества. «Телевидение, пресса и радио формируют представления граждан о стране, в которой они живут. Объективность такой картины зависит, в первую очередь, от разнообразия СМИ, наличия в информационном поле различных точек зрения»<sup>12</sup>.

А. Л. Кочурова является представителем концепции, что СМИ сегодня – это отдельный институт политической культуры. «Среди отличительных особенностей СМИ как института политической культуры можно перечислить следующие: однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены ролей; публичность, то есть неограниченный и надперсональный круг потребителей; непостоянный характер аудитории, которая образуется от случая

<sup>7</sup>Heunks F., Hiksloops F. Political culture 1960- 1990 // Moor I. Values in Western societies. Tilburg: Tilburg University Press, 1995. P. 51–82.

<sup>8</sup> Morlino L. A., Berg-Schlösser D., Badie B Political Science: A Global Perspective First Edition // SAGE Publications Ltd. 2017. 312p.

<sup>9</sup>Инглхард Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. С. 12.

<sup>10</sup>Лейпхарт А. Многосоставные общества и демократические режимы // Научная электронная библиотека «Гражданское общество в России». URL: [https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart\\_1992-\\_1.pdf](https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart_1992-_1.pdf) (дата обращения: 17.04.2022).

<sup>11</sup>Diamond L. J. Thinking About Hybrid Regimes // Journal of Democracy. 2002. Vol 13(2) p. 21-35

<sup>12</sup>Зимин В.А. Роль СМИ в формировании политической культуры и развитии институтов гражданского общества в России // Известия Саратовского университета. 2012. Серия Социология. Политология. № 12(1). С. 91.

к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче, статье, электронному информационному ресурсу; наличие специальных технических приборов, аппаратуры для передачи информации; не прямое, разделенное в пространстве и времени взаимодействие коммуникационных партнеров»<sup>13</sup>. Также она отмечает значительное влияние СМИ сегодня на современную политическую ситуацию и на управление государством в целом.

М. А. Портнягина также отмечает важность СМИ в политической культуре и указывает, что СМИ сегодня широко задействованы в регулировании конфликтных ситуаций в России и задействованы в воспроизводстве консенсусной политической культуры<sup>14</sup>.

Если рассматривать СМИ как важный институт в России сегодня, то никак нельзя отрицать его роль в этапах формирования политической культуры. При этом сам этот процесс формирования проходит скорее перманентно, чем только на одном каком-то жизненном этапе.

В. А. Зимин отмечает, что формирование политической культуры происходит «через усвоение и сохранение людьми норм, традиций и стандартов»<sup>15</sup>. А непосредственное участие в этом процессе в современном мире играют именно СМИ. Сегодня они транслируют информацию на широкую аудиторию, участвуют в процессе создания определённых политических установок. Во многом именно они занимаются социализацией молодежи.

Кроме того, Н. Д. Козлов пишет: «Особенности региональных политических культур связаны не только с положением регионов на шкале модернизации или с их этнокультурными характеристиками, но и со всем совокупным историческим опытом людей, проживающих на этих территориях. Глубинные пласты общественного сознания, как показывает факторный анализ, оказываются не менее существенными,

чем современные сдвиги»<sup>16</sup>. То есть между политическими культурами России существуют различия по географическому признаку.

Достаточно интересным представляется рассмотрение политической культуры современной молодёжи. Многие, в том числе российские исследователи, отмечают, что, скажем, деление Г. А. Алмонда и С. Вербы уже недостаточно. Например, О. В. Халлисте уже говорит о существовании сегодня модели, включающей как минимум 6 видов политических субкультур в разряде культуры участия и ещё семь пассивных политических субкультур на основе сознательного или неосознанного отказа людей от участия в политике<sup>17</sup>. Рассматривая политическую субкультуру российского общества, автор отмечает её чрезвычайную фрагментарность и неоднородность. Отчасти, возможно, в этой фрагментарности сегодня коренится проблема.

О политической культуре России в целом А. А. Никлаус пишет: «Политическая культура в России крайне неоднородна, в ней сосуществуют политические субкультуры с совершенно различными, если не диаметрально противоположными ценностными ориентациями, отношения которых складываются конфронтационно, а подчас и антагонистично, что является характерной особенностью российской политики»<sup>18</sup>.

### **Политическая культура и медиаграмотность российской молодёжи**

Однако что же применительно к молодежи? Исследователи отдельно поднимают проблему термина «молодёжная политическая культура». А. В. Богданов предлагает следующее понимание термина: «зафиксированный в традициях и нормах политический опыт молодежи; уровень её морально-нравственных, ценностных представлений о политической власти и взаимоотношениях государства и общества,

<sup>13</sup>Кочурова А. Л. Роль СМИ в политической культуре России: современная ситуация // Вестник РУДН. Серия политология. 2014. № 3. С. 61.

<sup>14</sup>Портнягина М. А. СМИ России в контексте конфликтной политической культуры // Медиакоп. 2011. №2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/825> (дата обращения 15.04.2022).

<sup>15</sup>Зимин В. А. Политическая культура как объект философского анализа // Философские науки. 2013. №1. С. 11.

<sup>16</sup>Козлов Н. Д. Политические культуры регионов России: уравнение со многими неизвестными // Полис. Политические исследования. 2008. №4. С. 24.

<sup>17</sup>Халлисте О. В. Социологический анализ политической культуры современного общества: методологические аспекты // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2012. №12(3). С. 236-243.

<sup>18</sup>Никлаус А. А. Особенности современной политической культуры России. // Власть. 2010. №11. С. 21.

которые выражаются в соответствующей деятельности институтов власти; совокупность типичных форм мышления и поведения молодежи в публичной сфере, создающих преемственность политического развития социума, а также способность оценивать явления общественной жизни и занимать определенную политическую позицию, которая выражается в конкретном социально-политическом функционировании (реальные политические действия)<sup>19</sup>. Кроме того, он довольно подробно описывает сегодня технологии формирования молодежной политической культуры, среди которых отдельно отмечает роль игровых технологий, как имеющих большой потенциал<sup>20</sup>.

Ещё надо отметить, что сегодняшняя молодежная политическая культура значительно ценностно отличается от культуры старших поколений. Так, например, О. Б. Шульчева, занимаясь изучением проблем молодежной политической культуры и субкультур, отмечает: «Поведение молодежи в определенной мере является распрямленным слепком с конкретного общества, и в тоже время существенно отличается от поведения, например, ветеранов. Установлено, что ведущую роль в определении характера политической культуры, господствующей в обществе, играют две пары ценностей: во-первых, «порядка и развития», и, во-вторых, «равенства и свободы». По данным ВЦИОМ около 74% представителей старшего поколения в России считают себя приверженцами равенства, порядка, но более 80% молодого поколения – свободы и развития. Такое соотношение объясняется долгие годы господствующей в нашем обществе особенностью политической культуры, опирающейся на гипертрофированные ценности порядка и равенства»<sup>21</sup>. Кроме того, описывая современную политическую культуру молодежи, она отмечает, что новое поколение более оптимистично настроено по отношению к разного рода реформам. Но

<sup>19</sup>Богданов А. В. Социально-политический анализ концепта молодежная политическая культура // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. 2011. №3. С.88.

<sup>20</sup>Богданов А.В. Технологии формирования политической культуры молодежи в России // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. 2021. №21 (1). С.86-90.

<sup>21</sup>Шульчева О. Б. О проблемах формирования ценностных основ политической молодежной субкультуры // Вестник ОГУ. 2011. №2(121). С. 66.

есть и те, кто демонстрируют политическую апатию и нигилизм.

То есть фрагментарность и неоднородность политической культуры молодежи затрудняет в целом какую бы то ни было работу с этой категорией населения. Трудно выработать какие бы то ни было универсальные подходы. Во многом на уровне государства сегодня универсальным инструментом работы с населением являются СМИ. Они транслируют официальную политику широкой аудитории. Но применительно к молодежи, как правило, не находят откликов.

Как отмечает социолог Е. А. Данилова, СМИ должны транслировать аудитории некую информацию, которая бы служила примером для подражания. Но реально ситуация такова, что СМИ сегодня чрезвычайно коммерциализированы, а их воспитательная и образовательная функции вторичны к функции развлекательной<sup>22</sup>. И действительно, сегодня СМИ во многом ориентированы именно на представление развлекательного контента, что подтверждают данные о его рейтинговости. Молодёжь также с удовольствием потребляет из СМИ именно его. Здесь надо сказать, что молодёжь ввиду различных причин сегодня максимально привержена именно онлайн-СМИ. Многие исследователи даже отмечают, что наибольшим успехом у неё пользуются сегодня только социальные сети и разного рода видеохостинги. «Молодёжь российских мегаполисов проводит в интернет-пространстве значительное количество времени: от 4-х до 8 часов — 42,7%, более 8 часов — 25,7%, от 2-х до 4-х часов — 24,5%. Только 5,0% молодых жителей российских мегаполисов тратят на пребывание в онлайн-пространстве менее 2-х часов ежедневно. Безусловными лидерами с точки зрения широты охвата молодой аудитории и регулярности использования молодежью российских мегаполисов различных онлайн-площадок выступают ВКонтакте (91,4%), YouTube (74,9%), Instagram (принадлежит компании Meta, чья деятельность запрещена в России) (70,6%), WhatsApp (66,4%) и Telegram (59,2%). Постепенно набирает популярность Tik Tok (38,8%) и Яндекс-Дзен (14,0%), но

<sup>22</sup>Данилова Е. А. Влияние СМИ на социализацию молодежи // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. №2(18) URL: [https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova\\_ea\\_17\\_2\\_17.pdf](https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova_ea_17_2_17.pdf) (дата обращения: 15.04.2022).

теряет ее у молодежи Viber (25,0%). Уровень интереса молодежи российских городов-миллионников к мессенджерам и сетям Twitter (11,7%), Facebook (принадлежит компании Meta, чья деятельность запрещена в России) (10,8%), «Одноклассники» (10,1%) и Skype (8,5%) остается традиционно невысоким: только каждый девятый молодой житель российских мегаполисов использует их»<sup>23</sup>.

Е.Ю. Колобова в исследовании 2019 года отмечает, что информационно-технический прогресс привёл к тому, что в медиасфере в целом появилась огромная конкуренция, а у аудитории СМИ стало всё меньше и меньше свободного времени для потребления контента. Из всего многообразия контента аудитория начала отдавать предпочтение так называемым «активным способам потребления»<sup>24</sup>, то есть для неё стало важно не просто просматривать контент, а по возможности участвовать в создании нового, быть сопричастным и рассчитывать на соавторство.

Однако сегодня исследователями отмечается и другая тенденция. Интернет-активность в социальных сетях усиливает наше стремление к индивидуализации и ослабляет наши социальные связи<sup>25</sup>. Соответственно, чем больше времени мы уделяем онлайн, тем меньше остаётся на оффлайн.

Самапосебеполитическая коммуникация сегодня, благодаря социальным сетям, мессенджерам, видеохостингам и развитию Интернет-пространства, в целом стремительно меняется<sup>26</sup>. Это происходит по объективным причинам. На развитие политической коммуникации в России в последнее время влияют два соответствующих процесса: трансформации СМИ с акцентом на цифровые носители и достижения в области связей с общественностью и рекламы как инструмента политического

управления<sup>27</sup>. Кроме того, современную «Коммуникацию в сети характеризует гипертекстовая организация информации — ее нелинейность, ассоциативность, наличие большого количества тегов и гиперссылок. Это означает, что ориентация в потоках политической информации и успешная политическая коммуникация в сети требуют определенных навыков. Поскольку в Интернете индивиду доступен избыточный объем информации, возникает эффект энтропии. Переизбыток информации может негативно влиять на аналитические способности индивида, способность мыслить критически и осуществлять самостоятельный выбор политической позиции. Виртуализация политических процессов имеет эффект дополненной реальности — к объективным фактам политической жизни присоединяются множественные интерпретации пользователей сети, которые, в свою очередь, являются отражением потенциальной реакции граждан в реальной жизни. Кроме того, снижается бдительность пользователей в вопросах информационной безопасности»<sup>28</sup>.

Кроме того, исследователь Р. И. Зинурова о специфике политической коммуникации молодежи пишет: «Процессы, протекающие в социальных сетях, структурируются коммуникационными процессами. Именно в социальных сетях организуется пространство, в котором новое поколения ищет и находит свою идентификацию. Социальные сети стали элементами медиакультуры, характеризующиеся доступностью информации. Все это требует выстраивания коммуникаций с новыми представителями молодого поколения с учетом их специфики»<sup>29</sup>. В той же работе она предлагает широкий комплекс мер по реформированию всей политической коммуникации, что в конечном счёте может каким бы то ни было образом активизировать население.

Согласно исследованиям А. В. Щепёткина, в целом политика в сознании молодежи

<sup>23</sup>Попова О. В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2021. №2. С. 35.

<sup>24</sup>Колобова Е. Ю. Развитие российского медиарынка и цифровой разрыв // *Управленческое консультирование. Власть и экономика*. 2019. №6. С. 70.

<sup>25</sup>Scheerder A.J., Van Deursen A., Van Dijk J. Negative outcomes of Internet use: A qualitative analysis in the homes of families with different educational backgrounds, *The information society*, 2019, V. 35, I. 5, pp. 286-299.

<sup>26</sup>Быков И. А., Медведева М. В. К вопросу о роли медиаграмотности в политической коммуникации // *Журналистика-2021: стан, проблемы і перспективы*. Мінск: БДУ, 2021. С. 514-517.

<sup>27</sup>Erzikova E. Shaken, not stirred: Western public relations practices in Russia, *Russian Journal of Communication*, 2013, V. 5, I. 3, pp. 252-263.

<sup>28</sup>Самсонова Т. Н., Наумова Е. С. Роль СМИ в политической социализации современной молодежи // *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*. 2020. №26(1). С.168.

<sup>29</sup>Зинурова Р. И. Формирование «сетевое сознания» поколения Z в виртуальном пространстве // *Управление устойчивым развитием*. 2021. №4(35). С. 49.

играет важную роль, просто для большего привлечения именно этого пласта нужно сформировать в головах молодёжи некий позитивный образ политики, а для этого можно привлечь такое понятие, как мода. А также при работе с молодёжью использование прямых призывов к участию в политике, как правило, приводит к противоположным результатам<sup>30</sup>.

Кроме того, исследователи В.А. Колобродов и Т.С. Мельникова отмечают, что однозначную оценку политической культуре в целом современного поколения на данном этапе дать затруднительно. «Молодёжь проявляет интерес к политической сфере, интересуется актуальными событиями, но на весьма неглубоком уровне. Наиболее четких точек зрения молодёжь придерживается только в вопросах, связанных непосредственно с их жизнью и актуальными для них вопросами политической сферы. Следовательно, поверхностный уровень изучения политической сферы может быть следствием недостатка жизненного опыта и доступной качественной информации по данной сфере»<sup>31</sup>.

Более подробное исследование политической культуры современной молодёжи и, в частности, протестного потенциала есть у Е. В. Бродовской и Т. Хуанга. Проведя социологический опрос, они разделили всю молодёжь на лидеров, активистов, вовлечённых и зрителей. Указанные категории были выбраны, исходя из анализа ценностных предпочтений респондентов. Соотнеся данные по ценностям и протестным настроениям, а также возрасту и другим параметрам, исследователи пришли к выводу: «наибольший потенциал протестной активности сегодня проявляют вовсе не типичные представители цифрового поколения, а те, чьи ценностный выбор и стратегии цифрового гражданства скорее отклоняются от общераспространённых»<sup>32</sup>.

<sup>30</sup>Щепёткин А. В. Политическая активность молодёжи: особенности и способы повышения // Омский научный вестник. 2011. №2(96). С.69.

<sup>31</sup>Колобродов В. А., Мельникова Т. С. Политическая культура молодёжи в современной России: состояние и перспективы. // Учёные записки Тамбовского отделения РОСМУ. 2018. №10. С. 180.

<sup>32</sup>Бродовская Е. В., Хуанг Т. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодёжи // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5. С. 17.

## Заключение

Таким образом, в рамках данной работы под непосредственно политической культурой мы понимаем некий сложный конструкт политических установок, поведения, ценностей и традиций. Для современного поколения политическая культура формируется исключительно в онлайн среде, в отличие от предыдущих поколений, за счёт высокого проникновения и влияния Интернета. В процессе взросления и социализации молодой человек сегодня развивает свою политическую культуру и переносит в офлайн-плоскость.

Глобально на формирование политической культуры, помимо Интернета как среды, также влияет государство, непосредственно через различные компании, в том числе избирательные и также негосударственные акторы, в том числе политические партии и иные коммерческие структуры. Здесь надо также отметить, что часто формирование политической культуры может проходить в том числе и в неблагоприятных условиях под влиянием маргинальных, оппозиционных и экстремистских группировок. Кроме того, новый феномен для современного общества – фейкньюз (ложные новости, дезинформация) несут дополнительную угрозу для формирования политической культуры. Скорость их распространения благодаря массовым коммуникациям довольно пугающая, а возможность проверки практически нулевая.

Важно отметить, что вопрос о соотношении онлайн и офлайн-факторов в формировании политической культуры можно отнести к числу дискуссионных и довольно затруднительно давать однозначные оценки. Также на сегодняшний день трудно говорить о конкретных типах политических культур, особенно в молодёжной среде, в связи с тем, что глобализация и Интернет перманентно вносят свою лепту в формирование политической культуры, в целом. Она действительно уже не может быть описана только моделями Г. Алмонда и С. Вербы, особенно в России, т.к. изначально знаменитая методология разрабатывалась именно для демократических политических режимов. Зарубежные и российские исследователи предлагают множество различных типологий, исходя из разных

позиций, наиболее примечательные мы рассмотрели в этом параграфе. Но выбрать какую-то одну типологию, которая бы описывала текущую политическую культуру нам кажется затруднительным, поэтому для данной работы мы предприняли попытку хотя бы в целом описать какие-либо важные черты современной политической культуры. Нам кажется важным отметить, что современная политическая культура во многом индивидуализирована. Мы также можем видеть, что влияние социальных сетей, мессенджеров и видеохостингов в целом на жизнь человека и на его политическую культуру значительно. Сыграла свою роль в формировании современной политической культуры и скорость коммуникаций в целом. Надо сказать, что сравнительно с XX веком и предыдущими столетиями она значительно увеличилась, а это повлекло за собой и перемены в скорости реагирования на информацию. Также важно отметить и перемены в количестве информации: если молодежь XX века черпала все данные исключительно из бумажных и аудиовизуальных источников (телевидение и радио), то у нового поколения XXI века главный источник информации - это Интернет с его безграничным количеством данных, что привело к тому, что у современной молодежи нет ценности информации, которая была у прежних поколений. Она очень быстро реагирует на входящие данные и «требует» новых.

Отдельно можно отметить довольно невысокую степень участия на выборах как среди граждан в целом, так и среди

молодых россиян, в частности. Многие скорее предпочитают их проигнорировать, чем принять участие. Можно предположить, что отчасти причина как раз коренится в слабой взаимосвязи онлайн и оффлайн политической культуры и коммуникаций в избирательном процессе в понимании массового сознания. Часть современных исследований отмечают причину аполитичности в специфике именно поколения Z. Молодежь этого поколения как в России, так и за рубежом считает политику и политиков чрезвычайно коррумпированными и, как следствие, не видит смысла в этом участвовать<sup>33</sup>.

Также можно предположить, что причина может быть связана и с уровнем медиакомпетентности. В теории чем выше уровень медиакомпетентности, тем активнее в политике должны быть граждане. Но на практике это не всегда так.

Можно ли давать прогноз о том, что политическая культура и политическая коммуникация в конечном счёте полностью перейдёт в онлайн? Трудно сказать, только если вся жизнь человечества перейдёт в полностью в плоскость онлайн-коммуникаций, но пока говорить о подобном довольно рано. Тем более, что значительную часть политически активных граждан сегодня представляет отнюдь не молодое поколение. Совершенно точно можно сказать, что роль массовых коммуникаций в процессе формирования политической культуры с каждым годом также продолжит возрастать, а значит продолжит возрастать и запрос на получение молодежью знания о медиаграмотности и приобретения медиакомпетенций.

<sup>33</sup>Балаян А. А., Волкова А. В., Игнатъева О. А., Каплуненко А. М., Кондратенко К. С., Кулакова Т. А., Неверов К. А., Рассказов С. В., Сморгунув Л. В., Томин Л. В., Тропинова Е. А., Шиповалова Л.В. Политическая онтология цифровизации и государственная управляемость. Монография. // Под ред. Л. В.Сморгунова. М.: Издательство «Аспект-пресс». 2022. 351 с.

### Список литературы

1. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах. – Москва: Мысль, 2014. – 500 с.
2. Балаян А.А., Волкова А.В., Игнатъева О.А., Каплуненко А. М., Кондратенко К. С., Кулакова Т. А., Неверов К. А., Рассказов С. В., Сморгунув Л. В., Томин Л. В., Тропинова Е. А., Шиповалова Л.В. Политическая онтология цифровизации и государственная управляемость. Монография. // Под ред. Л. В.Сморгунува. – Москва: Издательство «Аспект-пресс». – 2022. – 351 с.
3. Богданов А. В. Социально-политический анализ концепта молодежная политическая культура // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. – 2011. – № 3. – С. 86-88.
4. Богданов А. В. Технологии формирования политической культуры молодежи в России // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. – 2021. – Т.21 – № 1. – С. 86-90.
5. Борисенков А. А. О понятии политической культуры // Социум и власть. –2012. – Т. 5. – № 37. – С. 35-42.
6. Бродовская Е. В., Хуанг Т. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 3-18.
7. Быков И. А., Медведева М. В. К вопросу о роли медиаграмотности в политической коммуникации // Журналістыка–2021: стан, праблемы і перспектывы. – Мінск: БДУ. – 2021. – С. 514-517.
8. Вебер М. О буржуазной демократии в России // Научно-образовательный портал ИО НИУ «Высшая школа экономики». [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <https://ecsocman.hse.ru/data/398/909/1216/014.WEBER.pdf?ysclid=11z3skau4n> (дата обращения:14.04.2022).
9. Данилова Е. А. Влияние СМИ на социализацию молодежи // Наука. Общество. Государство. – 2017. – Т. 5. – № 2(18). [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: [https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova\\_ea\\_17\\_2\\_17.pdf](https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova_ea_17_2_17.pdf) (дата обращения: 15.04.2022) - электронный журнал
10. Зимин В.А. Роль СМИ в формировании политической культуры и развитии институтов гражданского общества в России // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. – 2012. – Т 12. – №1. – С. 91-94.
11. Зимин В. А. Политическая культура как объект философского анализа // Философские науки. – 2013. – №1. – С. 8-15.
12. Зинурова Р. И. Формирование «сетевое сознания» поколения Z в виртуальном пространстве // Управление устойчивым развитием. – 2021. –Т.4. – № 35. – С. 48-53.
13. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. – Москва: Новое издательство. – 2011. – 464 с.
14. Козлов Н. Д. Политические культуры регионов России: уравнение со многими неизвестными // Полис. Политические исследования. – 2008. – № 4. – С. 8-26.
15. Колобова Е. Ю. Развитие российского медиарынка и цифровой разрыв // Управленческое консультирование. Власть и экономика. – 2019. – № 6. – С. 67-78.
16. Колобродов В. А., Мельникова Т. С. Политическая культура молодежи в современной России: состояние и перспективы. // Учёные записки Тамбовского отделения РОСМУ. – 2018. – № 10. – С. 174-180.
17. Кочурова А. Л. Роль СМИ в политической культуре России: современная ситуация // Вестник РУДН. Серия политология. – 2014. – № 3. – С. 60-64.
18. Лейпхарт А. Многосоставные общества и демократические режимы // Научная электронная библиотека «Гражданское общество в России». [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: [https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart\\_1992-\\_1.pdf](https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart_1992-_1.pdf) (дата обращения:17.04.2022).
19. Никлаус А. А. Особенности современной политической культуры России // Власть. – 2010. – № 11. – С. 19-21.
20. Попова О. В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2021. – № 2. – С. 28-54.
21. Портнягина М. А. СМИ России в контексте конфликтной политической культуры // Медиаскоп. – 2011. – № 2. [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/825> (дата обращения: 15.04.2022).

22. Самсонова Т. Н., Наумова Е.С. Роль СМИ в политической социализации современной молодежи // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – Т.26. – №1. – С.166-187.
23. Усикова Л. Ф. Политическая культура // Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. – 2010. – №1. – С. 90-101.
24. Халлисте О. В. Социологический анализ политической культуры современного общества: методологические аспекты // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2012. –Т. 12. – № 3. – С. 236-243.
25. Шульчева О. Б. О проблемах формирования ценностных основ политической молодежной субкультуры // Вестник ОГУ. – 2011. –Т.2 – № 121. – С. 66-68.
26. Щепёткин А. В. Политическая активность молодежи: особенности и способы повышения // Омский научный вестник. – 2011. –Т.2 – № 96. – С.66-69.
27. Diamond L. J. Thinking About Hybrid Regimes // Journal of Democracy. – 2002. – Vol. 13(2). – P. 21-35.
28. Erzikova E. Shaken, not stirred: Western public relations practices in Russia, Russian Journal of Communication. – 2013. – Vol. 5. – I. 3. – P. 252-263.
29. Heunks F., Hiksloops F. Political culture 1960- 1990 // Moor I. Values in Western societies. – Tilburg: Tilburg University Press, 1995. – P. 51–82.
30. Morlino L. A., Berg-Schlosser D., Badie B Political Science: A Global Perspective First Edition // SAGE Publications Ltd, 2017. – 312 p.
31. Scheerder A.J., Van Deursen A., Van Dijk J. Negative outcomes of Internet use: A qualitative analysis in the homes of families with different educational backgrounds, The information society. – 2019. – Vol. 35. – I. 5. – P. 286-299.

**М.В. Медведева**

*Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей*

### **Жастардың қазіргі саяси мәдениетін қалыптастырудағы бұқаралық коммуникациялардың рөлі**

**Аңдапқа.** Мақалада жастардың қазіргі саяси мәдениетін қалыптастырудағы бұқаралық коммуникацияның рөлін талдау ұсынылған. Тақырып әсіресе әлемдік саяси аренадағы оқиғалар аясында өзекті болып көрінеді: ықпал ету салаларын қайта бөлу және күштер тепе-теңдігін өзгерту. Ақпараттық технологиялардың дамуы және бұқаралық коммуникацияның үлкен нұсқалары мен формаларының пайда болуы, ақпарат ағындарының көбеюі де үлкен маңызға ие. Осыған байланысты қазіргі заманғы адам оларды қалай шарлау керек деген сұрақ өте ұтымды болады. Ал теріс әсерге қалай түспеуге болады?

Зерттеу теориялық болып табылады. Мақаланың мақсаты-жастардың саяси мәдениетіндегі заманауи бұқаралық коммуникациялардың рөлін қарастыру. Автор ғылыми әдебиеттердің едәуір көлемін талдады. Мақаланы жазуға арналған материалдар саяси мәдениет пен медиа құзыреттілік бойынша жетекші әлемдік және ресейлік зерттеулер болды.

Атқарылған жұмыстың нәтижесінде қазіргі жастардың саяси мәдениетінің егжей-тегжейлі сипаттамасы алынды, сонымен қатар ондағы медиа құзыреттіліктің орны анықталды. Сонымен қатар, автор модель түрінде ұсынылған жастардың саяси белсенділігі мен медиа құзыреттілік деңгейлерінің өзара байланысы тұжырымдамасын ұсынды.

**Түйін сөздер:** бұқаралық коммуникация, медиа сауаттылық, саяси мәдениет, медиа құзыреттілік, жастар, саяси маркетинг, саяси пиар, саяси коммуникация, медиа.

**M.V. Medvedeva**

*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia*

### **Mass communications in the formation of modern political culture of youth**

**Abstract.** The article presents an analysis of the role of mass communications in the formation of modern political culture of youth. The topic is particularly relevant in the light of events on the world political arena: redistribution of spheres of influence and change of the balance of power. Also of great

importance is the development of information technologies and emergence of more and more options and forms of mass communication, as well as increase in the number of information flows. In this regard, the question of how a modern person can navigate them becomes quite rational. And how not to get under negative influence?

The study is theoretical in nature. The purpose of the article is to consider the role of modern mass communications in the political culture of young people. The author has analyzed a significant amount of scientific literature. The materials for writing the article were the world's leading and Russian studies on political culture and media competence.

As a result of the work done, a fairly detailed description of modern youth political culture was obtained, and the place of media competence in it was determined. In addition, the author proposes a concept of the relationship between the levels of political activity of young people and media competence, presented in the form of a model.

**Keywords:** mass communications, media literacy, political culture, media competence, youth, political marketing, political PR, political communication, media.

## References

1. Almond G., Verba S. *Grazhdanskaya kul'tura: politicheskie ustanovki i demokratiya v pyati stranah* [Civic culture: political attitudes and democracy in five countries]. (Moscow, Mysl', 2014, 500 p.), [in Russian].
2. Balayan A. A., Volkova A. V., Ignat'eva O. A., Kaplunenkov A. M., Kondratenko K. S., Kulakova T. A., Neverov K. A., Rasskazov S. V., Smorgunov L. V., Tomin L. V., Tropinova E. A., Shipovalova L.V. *Politicheskaya ontologiya cifrovizatsii i gosudarstvennaya upravlyaemost'. - Monografiya* [Political ontology of digitalization and state controllability. - Monograph]. (Moscow, Izdatel'stvo «Aspekt-press», 2022, 351 p.), [in Russian].
3. Bogdanov A. V. *Social'no-politicheskij analiz koncepta molodezhnaya politicheskaya kul'tura. Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Sociologiya. Politologiya* [Socio-political analysis of the concept of youth political culture // *Izvestiya Saratov University. Sociology series. Political science*]. 2011. No.3 P. 86-88, [in Russian].
4. Bogdanov A. V. *Tekhnologii formirovaniya politicheskoy kul'tury molodezhi v Rossii. Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Sociologiya. Politologiya* [Technologies of formation of political culture of youth in Russia. *Izvestiya of Saratov University. Sociology Series. Political Science*]. 2021. Vol.21. No.1 P. 86-90, [in Russian].
5. Borisenkov A. A. *O ponyatii politicheskoy kul'tury. Socium i vlast'* [On the concept of political culture. *Society and Power*]. 2012. Vol. 5 No.37. P. 35-42, [in Russian].
6. Brodovskaya E. V., Huang T. *Cifrovoe pokolenie: grazhdanskaya mobilizatsiya i politicheskij protest rossijskoj molodezhi. Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Digital generation: civil mobilization and political protest of Russian youth. *Monitoring of public opinion: Economic and social changes*]. 2019. No. 5. P. 3-18, [in Russian].
7. Bykov I.A., Medvedeva M.V. *K voprosu o roli mediagramotnosti v politicheskoy kommunikatsii. ZHurnalistyka– 2021: stan, prablemy i perspektivy* [On the role of media literacy in political communication. *Journalism – 2021, Problems and Perspectives*]. Minsk: BDU. 2021. P. 514-517, [in Russian].
8. Veber M. *O burzhuznoj demokratii v Rossii* // *Nauchno-obrazovatel'nyj portal IQ NIU «Vysshaya shkola ekonomiki»* [About bourgeois democracy in Russia. *Scientific and educational portal IQ of the Higher School of Economics*]. Available at: <https://ecsocman.hse.ru/data/398/909/1216/014.WEBER.pdf?ysclid=l1z3skau4n> (accessed 14.04.2022).
9. Danilova E. A. *Vliyanie SMI na socializatsiyu molodezhi. Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo* [The influence of mass media on the socialization of youth. *Nauka. Society. State*]. 2017. Vol. 5. No.2(18). Available at: [https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova\\_ea\\_17\\_2\\_17.pdf](https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/danilova_ea_17_2_17.pdf) (accessed 15.04.2022).
10. Zimin V.A. *Rol' SMI v formirovanii politicheskoy kul'tury i razvitiia institutov grazhdanskogo obshchestva v Rossii. Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Sociologiya. Politologiya* [The role of mass media in the formation of political culture and the development of civil society institutions in Russia. *Izvestiya Saratov University. Sociology series. Political science*]. 2012. Vol.12. No. 1. P. 91-94, [in Russian].
11. Zimin V. A. *Politicheskaya kul'tura, kak ob'ekt filosofskogo analiza. Filosofskie nauki* [Political culture as an object of philosophical analysis. *Philosophical Sciences*]. 2013. No.1. P. 8-15, [in Russian].

12. Zinurova R. I. Formirovanie «setevogo soznaniya» pokoleniya Z v virtual'nom prostranstve. Upravlenie ustojchivym razvitiem [Rationing of the “network community” in the virtual space. Management of sustainable development]. 2021. Vol.4. No.35. P. 48-53, [in Russian].
13. Ingelhard R., Vel'cel' K. Modernizaciya, kul'turnye izmeneniya i demokratiya: posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya [Modernization, cultural changes and democracy: the sequence of human development]. (Moscow, Novoe izdatel'stvo, 2011, 464 p.), [in Russian].
14. Kozlov N.D. Politicheskie kul'tury regionov Rossii: uravnenie so mnogimi neizvestnymi. Polis. Politicheskie issledovaniya [Political cultures of Russia regions: an equation with many unknown ones. Policy. Political Studies]. 2008. No.4. P. 8-26, [in Russian].
15. Kolobova Ye.Yu. Razvitie rossijskogo mediarynka i cifrovoj razryv. Upravlencheskoe konsul'tirovanie. Vlast' i ekonomika [Development of the Russian media market and the digital divide. Managerial consulting. Power and economy]. 2019. No.6. P. 67-78, [in Russian].
16. Kolobrodov V.A., Mel'nikova T. S. Politicheskaya kul'tura molodezhi v sovremennoj Rossii: sostoyanie i perspektivy. Uchyonye zapiski Tambovskogo otdeleniya ROSMU [Melnikova T. S. Political culture of youth in modern Russia: status and prospects. Scientific notes of the Tambov branch of ROSMU]. 2018. No.10. P. 174-180, [in Russian].
17. Kochurova A.L. Rol' SMI v politicheskoy kul'ture Rossii: sovremennaya situaciya. Vestnik RUDN. Seriya politologiya [The role of mass media in the political culture of Russia: the current situation. Bulletin of the RUDN. Political Science series]. 2014. No. 3. P. 60-64, [in Russian].
18. Leiphart A. Mnogosostavnye obshchestva i demokraticheskie rezhimy. Nauchnaya elektronnyaya biblioteka «Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii» [Multi-component societies and democratic regimes. Scientific electronic Library “Civil society in Russia”]. Available at: [https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart\\_1992-\\_1.pdf](https://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart_1992-_1.pdf) (accessed 17.04.2022).
19. Niklaus A.A. Osobennosti sovremennoj politicheskoy kul'tury Rossii [Features of the modern political culture of Russia] Vlast'. 2010.No.11. P. 19-21, [in Russian].
20. Popova O. V. Politicheskaya onlajn-kommunikaciya molodezhi rossijskih megapolisov. Galactica Media: Journal of Media Studies [Political online communication of the youth of Russian megacities // Galaxy Media: Journal of Media Studies]. 2021. No.2. P. 28-54, [in Russian].
21. Portnyagina M. A. SMI Rossii v kontekste konfliktnoj politicheskoy kul'tury. Mediascope [Mass media of Russia in the context of conflict political culture. Mediascope]. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/825> (accessed 15.04.2022).
22. Samsonova T.N., Naumova E.S. Rol' SMI v politicheskoy socializacii sovremennoj molodezhi. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya [The role of mass media in the political socialization of modern youth. Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science]. 2020. Vol.26. No.1. P.166-187, [in Russian].
23. Ussikova L.F. Politicheskaya kul'tura. Vestnik MGGU im. M.A. Sholohova [Politicheskaya kultura. Bulletin of the Moscow State University named after M.A. Sholokhov]. 2010. No.1 P. 90-101, [in Russian].
24. Khalliste O.V. Sociologicheskij analiz politicheskoy kul'tury sovremennogo obshchestva: metodologicheskie aspekty. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta [Sociological analysis of the political culture of modern society: methodological aspects. Bulletin of St. Petersburg University]. 2012. Vol. 12. No.3. P. 236-243, [in Russian].
25. Shul'cheva O. B. O problemah formirovaniya cennostnyh osnov politicheskoy molodezhnoj subkul'tury. Vestnik OGU [On the problems of the formation of the value foundations of the political youth subculture. Bulletin of OSU]. 2011. Vol.2. No.121. P. 66-68, [in Russian].
26. Shchepoyotkin A.V. Politicheskaya aktivnost' molodezhi: osobennosti i sposoby povysheniya. Omskij nauchnyj vestnik [Political activity of youth: features and ways to improve. Omsk Scientific Bulletin]. 2011. Vol.2. No.96. P.66-69, [in Russian].
27. Diamond L.J. Thinking About Hybrid Regimes. Journal of Democracy. 2002. Vol 13(2). P. 21-35, [in Russian].
28. Yerzikova Ye. Shaken, not stirred: Western public relations practices in Russia, Russian Journal of Communication. 2013. Vol. 5. I. 3. P. 252-263.
29. Heunks F., Hikspoors F. Political culture 1960- 1990. Moor I. Values in Western societies. Tilburg: Tilburg University Press, 1995. P. 51–82.
30. Morlino L.A., Berg-Schlosser D., Badie B Political Science: A Global Perspective First Edition. SAGE Publications Ltd. 2017. 312 p.
31. Scheerder A.J., Van Deursen A., Van Dijk J. Negative outcomes of Internet use: A qualitative analysis in the homes of families with different educational backgrounds, The information society. 2019. Vol. 35. I. 5. P. 286-299.

**Сведения об авторе:**

*Медведева Мария Владимировна* – соискатель степени кандидата политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.

*Медведева Мария Владимировна* – саяси ғылымдар кандидаты дәрежесіне ізденушы, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті, Санкт-Петербург, Ресей.

*Medvedeva Maria Vladimirovna* – Candidate for the degree in Political Sciences, Saint Petersburg State University. Saint Petersburg, Russia.