

## **Информационное пространство влияющее на политические установки студенческой молодежи в социальных сетях**

**Антипова Арина Юрьевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет международной журналистики, Москва, Россия

*E-mail: antipova.a.u@inbox.ru*

В эпоху современного мира, когда современная молодежь проводит значительную часть своего времени в интернет пространстве их основные позиции, взгляды и ценности теперь зависят не только от внешней среды, а от онлайн-среды, которую они сами для себя формируют. В возрасте от 15 до 25 лет происходит первое примирение на практике полученных политических знаний, их углубление и расширение. Освоение общественно-политической роли и социальная адаптация, а также выработка индивидуальных политических взглядов, позиций, установок и ценностей в рамках экономической и социально-политической среды развиваются быстрыми темпами в данном возрасте. Процесс интериоризации политических знаний происходит в молодых людях и постепенно формируются система политических ценностей, предпочтений и приверженность к определенным политическим течениям и взглядам. Особое значение в этом процессе играет интернет и социальные сети.

На данный момент, общество, а молодое поколение в частности, проводит значительную часть времени в онлайн-пространстве, а особую популярность набирают социальные сети. Согласно статистике, молодежь проводит более 3 часов в соц сетях, по этой причине процесс социализации происходит не только в реальном пространстве, но и в интернет пространстве. Мнения молодых людей теперь зависят не только от их образования, воспитания и окружения, но и от социальных сетей, которыми они пользуются.

Но само потребление определенного контента в социальных сетях и использование самих социальных сетей зависит от окружения в реальной среде. Самыми популярными социальными сетями среди российской молодежи являются : YouTube (83%), ВКонтакте (86%), Instagram (77%), Telegram (72%) и TikTok (54%).

Потребляемый контент влияет на формирование взглядов на определенные темы, поэтому позиции по определенным экономическим, политическим, социальным и культурным вопросам зависят от информационных источников в социальных сетях и от самой социальной сети, которой пользуется молодежь.

Кроме того, подача информации в интернет-среде влияет на мнение молодежи, поэтому для привлечения молодых людей новости носят развлекательный характер, но лидерами мнения для молодежи становятся в большей степени молодежные медийные люди, а не средства массовой информации. Так около 40% молодежи используют социальные сети и блоги в качестве источников новостей, происходящих в стране, 28% читают интернет новости и аналитические сайты и только 11% смотрят телевизор для получения информации в области политики и экономики.

### **Источники и литература**

- 1) Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пырма Р.В., Азаров А.А. Гражданские и политические онлайн-практики в оценках российской молодежи (2018) // Политическая наука, 2019, № 2 2

- 2) Деревянченко А.А., Калинин Д.В Политическая активность молодежи в цифровом обществе// Гражданин. Выборы. Власть. № 2(16)/2020
- 3) Шалимов А. Б. Социализация личности в социальных сетях // Дискуссия. 2012. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-lichnosti-v-sotsialnyh-setyah>
- 4) Всероссийский центр изучения общественного мнения <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete>