Модель формирования гражданской идентичности в условиях цифровой медиасреды: разработка, операционализация и эмпирическая апробация

Кветной Владимир Владимирович
кафедра политического анализа и социально-психологических процессов, РЭУ им. Г. В. Плеханова

Актуальность исследования обусловлена трансформацией механизмов гражданской социализации личности под воздействием цифровых медиа, которые за последнее десятилетие превратились из вспомогательного канала коммуникации в системообразующий фактор формирования политических установок, ценностных ориентаций и гражданского самосознания молодежи. Традиционные институты гражданской социализации - семья, школа, общественные организации - уступают часть своих функций цифровым платформам, социальным сетям и мессенджерам, что порождает необходимость переосмысления теоретических моделей гражданской идентичности с учетом специфики новой информационной среды. Существующие подходы к изучению гражданской идентичности недостаточно учитывают многоуровневый характер влияния цифровой медиасреды, включающий когнитивный, эмоциональный, поведенческий и ценностный компоненты идентификации личности с гражданской общностью. Цель работы - разработать, операционализировать и эмпирически апробировать модель формирования гражданской идентичности личности в условиях цифровой медиасреды, отражающую взаимосвязь медиапрактик, каналов информационного воздействия и структурных компонентов гражданской идентичности молодежи. В результате исследования предложена четырехкомпонентная структурная модель, включающая когнитивный, эмоционально-ценностный, поведенческий и коммуникативно-сетевой компоненты гражданской идентичности; разработан инструментарий операционализации переменных модели, апробированный на выборке молодежи в возрасте 18–35 лет; выявлены статистически значимые связи между интенсивностью и характером использования цифровых медиа и уровнем сформированности гражданской идентичности; установлены дифференцирующие факторы, определяющие типологию медиапотребления и соответствующие траектории гражданской идентификации. Результаты эмпирической апробации подтвердили объяснительную и прогностическую валидность предложенной модели и позволили сформулировать практические рекомендации для субъектов государственной молодежной политики, образовательных организаций и медиаинституций по совершенствованию механизмов формирования гражданской идентичности в цифровой среде.

Ключевые слова: гражданская идентичность, цифровая медиасреда, молодежь, гражданская социализация, медиапотребление, ценностные ориентации, политическая социализация, социальные сети, эмпирическая модель, цифровизация.

Введение

Проблема формирования гражданской идентичности личности приобретает особую остроту на рубеже XX–XXI веков в связи с глубокими трансформациями информационного пространства, обусловленными развитием цифровых технологий и медиаконвергенцией. Гражданская идентичность как форма социальной идентичности, отражающая осознание индивидом своей принадлежности к государственно-политическому сообществу, традиционно формировалась под воздействием институтов семьи, образования, армии и традиционных средств массовой информации. Однако смещение информационного потребления в цифровую среду - социальные сети, мессенджеры, видеохостинги и агрегаторы новостей - существенно изменило характер, интенсивность и содержание воздействий, формирующих гражданское самосознание молодого поколения.

Актуальность настоящего исследования определяется несколькими взаимосвязанными обстоятельствами. Во-первых, статистические данные фиксируют устойчивый рост доли молодежи, получающей политическую и гражданскую информацию преимущественно через цифровые каналы, при одновременном снижении доверия к традиционным медиа. Во-вторых, цифровая медиасреда характеризуется алгоритмической персонализацией контента, фрагментацией информационных потоков и распространением непроверенной информации, что создает риски искажения гражданской идентичности и усиления социально-политической поляризации. В-третьих, существующие теоретические модели гражданской идентичности, разработанные преимущественно в доцифровую эпоху, не позволяют адекватно описать и объяснить механизмы влияния новых медиа на структуру и динамику гражданского самосознания [3, 4].

Объектом исследования выступает гражданская идентичность личности как социально-психологический феномен. Предметом исследования являются механизмы и факторы формирования гражданской идентичности в условиях цифровой медиасреды. Цель исследования - разработка, операционализация и эмпирическая апробация модели формирования гражданской идентичности личности с учетом специфики цифровой медиасреды.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: осуществить теоретический анализ существующих подходов к пониманию гражданской идентичности и механизмов ее формирования; выявить специфику воздействия цифровой медиасреды на структурные компоненты гражданской идентичности; разработать структурную модель формирования гражданской идентичности, учитывающую медиафакторы; операционализировать переменные модели в виде эмпирически измеримых показателей; провести эмпирическое исследование на выборке молодежи; проверить статистическую значимость связей между медиапрактиками и компонентами гражданской идентичности; сформулировать теоретические и практические выводы.

Научная новизна работы заключается в интеграции классических социально-психологических концепций гражданской идентичности с современными медиакоммуникационными подходами и создании операционализированной модели, пригодной для эмпирической верификации и практического применения в сфере молодежной политики.

Обзор литературы

Теоретико-методологическую основу изучения гражданской идентичности составляют работы отечественных и зарубежных исследователей, рассматривающих данный феномен в рамках различных научных традиций - социально-психологической, социологической, политологической и коммуникативистской.

В рамках социально-психологической традиции гражданская идентичность рассматривается как разновидность социальной идентичности, формирующаяся в процессе категоризации личностью себя как члена гражданского сообщества [7]. Данный подход опирается на теорию социальной идентичности, разработанную в западной социальной психологии, и ее последующую адаптацию

отечественными исследователями применительно к специфике российского общества. В рамках этого направления гражданская идентичность трактуется как многокомпонентное образование, включающее когнитивный компонент (знания о государстве, правах и обязанностях гражданина), эмоционально-ценностный компонент (отношение к гражданской принадлежности, патриотические чувства) и поведенческий компонент (гражданская активность, участие в общественно-политической жизни).

Существенный вклад в разработку проблематики гражданской идентичности внесли исследования, посвященные возрастной динамике ее формирования, показавшие, что наиболее интенсивным периодом гражданской социализации является подростковый и молодой возраст, когда происходит активное освоение социальных ролей и ценностных ориентаций [1].

Социологическая традиция изучения гражданской идентичности акцентирует внимание на институциональных механизмах ее формирования и трансформации в условиях социальных изменений [2, 3]. Ряд авторов подчеркивает, что в условиях трансформации российского общества происходит переструктурирование системы гражданской идентичности, сопровождающееся ослаблением одних оснований идентификации и усилением других [4].

Проведенный обзор литературы позволяет выделить несколько ограничений существующих исследований: недостаточная операционализация понятия «цифровая медиасреда» как фактора гражданской идентичности; фрагментарность эмпирических данных, не позволяющая построить целостную структурную модель; преимущественная ориентация на констатацию рисков цифровизации без предложения конструктивных моделей формирования гражданской идентичности [12]. Указанные пробелы определяют необходимость разработки авторской модели, интегрирующей теоретические положения социальной психологии, социологии и медиакоммуникативистики.

Методы исследования

Методологическую основу исследования составил комплексный подход, объединяющий теоретический анализ, моделирование и эмпирическое исследование с применением количественных методов статистической обработки данных.

Разработанная модель формирования гражданской идентичности в условиях цифровой медиасреды включает четыре взаимосвязанных компонента: когнитивный (уровень осведомленности о политическом и гражданском устройстве общества, получаемой из цифровых источников), эмоционально-ценностный (эмоциональное отношение к гражданской принадлежности, доверие к институтам, патриотические установки), поведенческий (формы гражданской активности, включая онлайн- и офлайн-практики) и коммуникативно-сетевой (характеристики медиапотребления, включая интенсивность, разнообразие источников и характер сетевого взаимодействия). Модель предполагает опосредующую роль коммуникативно-сетевого компонента в формировании остальных трех компонентов гражданской идентичности [5].

Логика построения модели основана на процессуальной последовательности, артикулированной в несколько взаимозависимых шагов. Первый шаг, социальная классификация**,** состоит в выявлении и дифференциации социальных групп, что позволяет молодым людям определить свое место в социальной структуре. Вторая стадия, социальная идентификация**,** отражает признание и интеграцию групповых норм, ценностей и кодексов поведения, обеспечивая согласованность между индивидом и сообществом. Третий этап, социальное сравнение, вовлекает молодых людей в оценку характеристик своей группы по отношению к другим группам, усиливая чувство принадлежности и оценку коллективных ценностей. Четвертый этап включает межгрупповое различение**.**

Таблица 1

Концепция построения авторской модели формирования гражданской идентичности российской молодежи [составлено автором исследования]

Компонент модели	Описание / Суть	Функция в формировании идентичности	Примеры инструментов / механизмов
Институциональная база	Государственные и образовательные структуры, культурные организации, молодежные движения	Обеспечение нормативных рамок, трансляция ценностей, организация социальных практик	Школьные программы, молодежные форумы, культурные проекты, государственные инициативы
Социальная среда	Взаимодействие с группой сверстников, медиа, онлайн-сообщества	Формирование социальных норм, идентификационных ориентиров, сравнение групп	Социальные сети, молодежные клубы, групповые проекты, интерактивные платформы
Индивидуальная динамика	Автономная активность, самоопределение, личный опыт	Личностная адаптация и интеграция, развитие саморегуляции и критического мышления	Личностные проекты, волонтерство, участие в социальных инициативах
Этап 1: Социальная классификация	Определение принадлежности к социальным и культурным группам	Создание осознания позиции в обществе, ранжирование значимости групп	Социальные тесты, образовательные упражнения, дебаты
Этап 2: Социальная идентификация	Усвоение норм и ценностей группы	Консолидация базовой идентичности, укрепление чувства принадлежности	Менторство, коллективные задания, культурные мероприятия
Этап 3: Социальное сравнение	Сравнение своей группы с другими	Повышение самооценки группы, закрепление ценностей	Обсуждения, конкурсы, исследовательские проекты
Этап 4: Межгрупповая дифференциация	Выделение своей группы среди других	Укрепление идентичности и гражданской солидарности	Групповые инициативы, фестивали, проекты с символической значимостью
Национальная идентичность	Совокупность ценностей, установок и культурных ориентиров	Формирование гражданской принадлежности и патриотических установок	Образовательные программы по истории, национальные праздники, культурные проекты
Глобальная идентичность	Влияние международных и глобальных культурных ориентиров	Развитие открытости, критического мышления и адаптивности	Международные обмены, онлайн-курсы, участие в глобальных проектах
Интегративная логика	Согласование институциональной, социальной и индивидуальной динамики	Обеспечение устойчивой, но гибкой идентичности	Системные программы, мониторинг и корректировка практик, междисциплинарный подход

Модель включает в себя когнитивные, оценочные и аффективные ценности, воплощенные в социальных и гражданских практиках. Глобальная идентичность, с другой стороны, отражает открытость международным референтам, культурам и внешним социальным моделям, способствуя формированию рефлексивной и адаптируемой гражданственности. Сочетание этих измерений позволяет выстраивать одновременно укоренившуюся и открытую гражданскую идентичность, способную отвечать на современные вызовы глобализации и культурной мобильности.

Предложенная модель также учитывает роль цифровых технологий и интерактивных медиа в формировании идентичности. Современная молодежь работает в гибридной среде, где онлайн- и офлайн-взаимодействие влияют на гражданское восприятие, отношения и поведение. Интеграция этих практик в модель гарантирует, что формирование гражданской идентичности не ограничивается институциональными пространствами, а разворачивается в повседневных и медиатизированных практиках молодых людей, тем самым усиливая актуальность и эффективность модели.

Для эмпирической проверки модели переменные были операционализированы в виде измеримых индикаторов. Когнитивный компонент операционализирован через показатели информированности о государственной политике и текущих событиях. Эмоционально-ценностный компонент - через шкалы отношения к гражданской принадлежности и доверия к государственным и общественным институтам. Поведенческий компонент - через частоту и формы гражданского участия (участие в выборах, волонтерская деятельность, онлайн-петиции, комментарии в социальных сетях на общественно-политические темы). Коммуникативно-сетевой компонент - через показатели интенсивности использования цифровых медиа, разнообразия используемых платформ и типологии медиапотребления (новостные агрегаторы, социальные сети, мессенджеры, видеоплатформы).

Эмпирическая апробация модели проведена на выборке молодежи в возрасте 18–35 лет численностью около 100 респондентов, сформированной методом целевого отбора с учетом требований репрезентативности по возрастным подгруппам и уровню медиаактивности. Сбор данных осуществлялся посредством стандартизированного анкетирования, включавшего блоки вопросов, соответствующих операционализированным компонентам модели. Дополни-

тельно применялись методы включенного наблюдения за медиапрактиками и вторичный анализ статистических данных о медиапотреблении молодежи.

Для проверки статистических гипотез применялись методы описательной статистики, корреляционный анализ (коэффициент корреляции Пирсона для непрерывных переменных), регрессионный анализ для оценки прогностической силы медиафакторов в отношении компонентов гражданской идентичности, а также элементы факторного анализа для проверки структурной валидности предложенной четырехкомпонентной модели. Обработка данных производилась с использованием стандартных статистических пакетов, обеспечивающих корректность применяемых процедур при заданном объеме выборки.

Результаты исследования

Эмпирическая апробация модели позволила получить ряд статистически значимых результатов, подтверждающих ее объяснительный потенциал.

Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) составила 0,79, что превышает рекомендуемый порог 0,60 и свидетельствует о пригодности данных для факторного анализа. Критерий сферичности Бартлетта оказался статистически значимым (χ^2=1042,6; df=351; p<0,001), что подтверждает наличие достаточных взаимосвязей между переменными для проведения факторизации.

Таблица 2
Результаты апробации модели [составлено автором исследования]

Фактор	Собственное значение	Доля объясненной дисперсии (%)	Накопленная дисперсия (%)
Фактор 1 (эмоционально-ценностный)	6,84	25,3	25,3
Фактор 2 (поведенческий)	4,12	15,3	40,6
Фактор 3 (когнитивный)	3,47	12,9	53,5
Фактор 4 (коммуникативно-сетевой)	2,91	10,8	64,3

Выделенные четыре фактора совокупно объясняют 64,3% общей дисперсии переменных, что является приемлемым результатом для социально-психологических исследований. Факторные нагрузки индикаторов на соответствующие компоненты варьировались в диапазоне 0,52–0,81, при этом кросс-нагрузки на другие факторы не превышали 0,30, что подтверждает дискриминантную валидность выделенных структурных компонентов и обоснованность четырехкомпонентной архитектуры модели.

Таблица 3
Компоненты модели [составлено автором исследования]

Компонент	M	SD	Min	Max	Асимметрия
Когнитивный компонент	3,42	0,68	1,50	5,00	-0,21
Эмоционально-ценностный компонент	3,71	0,74	1,20	5,00	-0,38
Поведенческий компонент	2,89	0,81	1,00	4,80	0,15
Коммуникативно-сетевой компонент	3,95	0,69	2,00	5,00	-0,42

Наиболее высокие средние значения зафиксированы по коммуникативно-сетевому компоненту (M=3,95), что отражает высокую степень интеграции цифровых медиа в повседневные практики респондентов. Наименьшие средние значения характерны для поведенческого компонента (M=2,89), что свидетельствует об относительно умеренном уровне реальной гражданской активности молодежи по сравнению с уровнем декларируемых установок и знаний.

Для проверки гипотез о взаимосвязях между переменными модели рассчитаны коэффициенты корреляции Пирсона между показателями интенсивности медиапотребления и структурными компонентами гражданской идентичности.

Полученные коэффициенты корреляции подтверждают ключевые теоретические гипотезы модели. Статистически значимая положительная связь между разнообразием источников информации и когнитивным компонентом (r=0,53; p<0,001) свидетельствует о том, что мультиканальное медиапотребление способствует формированию более полной и структурированной гражданской осведомленности. Одновременно значимая отрицательная связь между интенсивностью потребления контента социальных сетей и эмоционально-ценностным компонентом (r=-0,31; p=0,002) подтверждает гипотезу о риске эрозии ценностных оснований гражданской идентичности при доминировании фрагментированного, алгоритмически персонализированного контента [12].

Таблица 4
Корреляционный анализ связи медиафакторов и компонентов гражданской идентичности [составлено автором исследования]

Пары переменных	r	p	Интерпретация
Интенсивность медиапотребления - когнитивный компонент	0,47	<0,001	Умеренная положительная связь
Интенсивность потребления соцсетей - эмоционально-ценностный компонент	-0,31	0,002	Слабая отрицательная связь
Разнообразие источников информации - когнитивный компонент	0,53	<0,001	Умеренная положительная связь
Коммуникативно-сетевой компонент - поведенческий компонент	0,58	<0,001	Умеренная положительная связь
Коммуникативно-сетевой компонент - эмоционально-ценностный компонент	0,19	0,061	Незначимая связь
Когнитивный компонент - поведенческий компонент	0,44	<0,001	Умеренная положительная связь
Эмоционально-ценностный компонент - поведенческий компонент	0,39	<0,001	Умеренная положительная связь

Для оценки прогностической силы медиафакторов относительно компонентов гражданской идентичности построены множественные линейные регрессионные модели, где зависимыми переменными выступили когнитивный, эмоционально-ценностный и поведенческий компоненты, а предикторами - показатели коммуникативно-сетевого компонента (интенсивность использования медиа, разнообразие источников, тип платформ).

Таблица 5
Регрессионная модель 1: предикторы когнитивного компонента[составлено автором исследования]

Предиктор	B	SE	β	t	p
Константа	1,84	0,29	-	6,34	<0,001
Интенсивность медиапотребления	0,21	0,06	0,29	3,50	<0,001
Разнообразие источников	0,34	0,08	0,38	4,25	<0,001
Использование новостных агрегаторов	0,15	0,07	0,18	2,14	0,035

Модель 1: R^2=0,36; скорректированный R^2=0,34; F(3,96)=17,92; p<0,001.

Таблица 6
Регрессионная модель 2: предикторы эмоционально-ценностного компонента [составлено автором исследования]

Предиктор	B	SE	β	t	p
Константа	4,02	0,27	-	14,89	<0,001
Интенсивность использования соцсетей	-0,27	0,08	-0,32	-3,38	0,001
Доверие к источникам информации	0,29	0,09	0,31	3,22	0,002
Разнообразие источников	0,11	0,07	0,14	1,57	0,120

Модель 2: R^2=0,24; скорректированный R^2=0,22; F(3,96)=10,11; p<0,001.

Таблица 7
Регрессионная модель 3: предикторы поведенческого компонента [составлено автором исследования]

Предиктор	B	SE	β	t	p
Константа	0,72	0,31	-	2,32	0,023
Коммуникативно-сетевой компонент	0,41	0,07	0,45	5,86	<0,001
Когнитивный компонент	0,23	0,08	0,24	2,88	0,005
Эмоционально-ценностный компонент	0,19	0,07	0,21	2,71	0,008

Модель 3: R^2=0,47; скорректированный R^2=0,45; F(3,96)=28,44; p<0,001.

Результаты регрессионного анализа демонстрируют, что коммуникативно-сетевой компонент является наиболее сильным предиктором поведенческого компонента гражданской идентичности (β=0,45; p<0,001), объясняя вместе с когнитивным и эмоционально-ценностным компонентами 47% дисперсии показателей гражданской активности молодежи. Данный результат эмпирически подтверждает медиаторную роль медиафакторов, заложенную в теоретической архитектуре модели: цифровая медиасреда воздействует на гражданскую активность не напрямую, а опосредованно, через формирование когнитивных и ценностных предпосылок.

Для выявления типологических групп молодежи по характеру медиапотребления применен иерархический кластерный анализ методом Уорда с последующей проверкой методом k-средних (k=3).

Таблица 9
Кластерный анализ типологии медиапотребления [составлено автором исследования]

Кластер	Название группы	n	Доля (%)	Ключевые характеристики
Кластер 1	Традиционно-агрегаторный тип	28	28,0	Ориентация на новостные агрегаторы и онлайн-СМИ
Кластер 2	Сетевой (соцмедийный) тип	39	39,0	Доминирование соцсетей и мессенджеров
Кластер 3	Смешанный (гибридный) тип	33	33,0	Комбинированное использование разных источников

Таблица 10
Сравнение компонентов гражданской идентичности между кластерами (однофакторный дисперсионный анализ ANOVA) [составлено автором исследования]

Компонент	Кластер 1 (M)	Кластер 2 (M)	Кластер 3 (M)	F	p
Когнитивный компонент	3,68	3,12	3,51	8,74	<0,001
Эмоционально-ценностный компонент	3,79	3,44	3,88	4,21	0,018
Поведенческий компонент	2,71	2,64	3,29	6,93	0,002
Коммуникативно-сетевой компонент	3,58	4,21	3,99	9,05	<0,001

Проведенный дисперсионный анализ выявил статистически значимые различия между кластерами по всем четырем компонентам гражданской идентичности (p<0,05 во всех случаях). Пост-хок тест Тьюки показал, что группа "Сетевой тип" (Кластер 2) демонстрирует статистически значимо более низкие показатели когнитивного компонента (M=3,12) по сравнению с "Традиционно-агрегаторным типом" (M=3,68; p=0,001) и "Смешанным типом" (M=3,51; p=0,014), при этом характеризуется наиболее высокими показателями интенсивности медиапотребления. Напротив, группа "Смешанный тип" продемонстрировала наиболее высокие показатели поведенческого компонента (M=3,29), что подтверждает преимущество мультиканальных стратегий медиапотребления для формирования устойчивой гражданской идентичности.

Для проверки гипотезы о возрастных различиях в структуре гражданской идентичности проведено сравнение подгрупп 18–24 года и 30–35 лет с использованием t-критерия Стьюдента для независимых выборок.

Таблица 11
Возрастная дифференциация структуры гражданской идентичности [составлено автором исследования]

Компонент	18–24 года (M, SD)	30–35 лет (M, SD)	t	p
Когнитивный компонент	3,21 (0,71)	3,68 (0,58)	-3,42	0,001
Эмоционально-ценностный компонент	3,49 (0,79)	3,97 (0,63)	-3,15	0,002
Поведенческий компонент	2,68 (0,84)	3,15 (0,72)	-2,79	0,006
Интенсивность использования соцсетей	4,32 (0,54)	3,41 (0,68)	6,88	<0,001

Полученные данные подтверждают гипотезу о возрастной динамике гражданской идентичности: младшая подгруппа (18–24 года) статистически значимо превосходит старшую подгруппу (30–35 лет) по интенсивности использования социальных сетей (t=6,88; p<0,001), при этом демонстрирует значимо более низкие показатели по всем трем содержательным компонентам гражданской идентичности - когнитивному, эмоционально-ценностному и поведенческому. Данная закономерность согласуется с положениями теоретического обзора о постепенном становлении устойчивой гражданской идентичности в процессе возрастного развития и накопления социального опыта.

Для дополнительной проверки медиаторной роли коммуникативно-сетевого компонента применен метод анализа опосредования (mediation analysis) по схеме Барона-Кенни с оценкой значимости индиректного эффекта посредством бутстрэп-процедуры (5000 итераций, 95% доверительный интервал).

Таблица 12
Проверка медиаторного эффекта коммуникативно-сетевого компонента [составлено автором исследования]

Путь	Коэффициент	SE	95% ДИ (нижняя–верхняя граница)	p
Прямой эффект: интенсивность медиапотребления → поведенческий компонент	0,18	0,08	0,03–0,34	0,021
Индиректный эффект через коммуникативно-сетевой компонент	0,26	0,06	0,15–0,39	<0,001
Общий эффект	0,44	0,09	0,27–0,61	<0,001

Результаты анализа опосредования подтверждают наличие частичной медиации: индиректный эффект интенсивности медиапотребления на поведенческий компонент через коммуникативно-сетевой компонент оказался статистически значимым (95% ДИ не включает ноль), а его величина (0,26) превышает величину прямого эффекта (0,18). Это подтверждает центральный теоретический тезис модели о том, что цифровая медиасреда воздействует на гражданскую активность преимущественно опосредованно - через формирование определенного паттерна сетевого взаимодействия, а не напрямую.

Обобщенные показатели соответствия модели эмпирическим данным, рассчитанные методом моделирования структурными уравнениями (SEM), представлены в сводной таблице.

Таблица 13
Итоговая оценка соответствия модели данным [составлено автором исследования]

Индекс соответствия	Значение	Пороговый критерий	Заключение
χ^2/df	1,84	<3,0	Соответствует
CFI (Comparative Fit Index)	0,94	>0,90	Соответствует
TLI (Tucker-Lewis Index)	0,92	>0,90	Соответствует
RMSEA	0,061	<0,08	Соответствует
SRMR	0,058	<0,08	Соответствует

Все рассчитанные индексы соответствия находятся в пределах рекомендуемых пороговых значений, что позволяет заключить о хорошем эмпирическом соответствии разработанной четырехкомпонентной модели формирования гражданской идентичности собранным данным [16, 17]. Таким образом, проведенное статистическое тестирование подтверждает как структурную валидность, так и прогностическую состоятельность предложенной модели, обосновывая ее пригодность для дальнейшего использования в исследовательских и практических целях в сфере диагностики и развития гражданской идентичности молодежи в условиях цифровой медиасреды.

Обсуждение результатов

Полученные эмпирические данные в целом подтверждают исходную теоретическую модель и позволяют содержательно интерпретировать выявленные закономерности в контексте современных представлений о гражданской социализации личности.

Установленная роль коммуникативно-сетевого компонента как медиатора между медиапрактиками и остальными составляющими гражданской идентичности согласуется с положениями медиакоммуникативных теорий о трансформирующем воздействии цифровой

среды на процессы социализации. Вместе с тем выявленная неоднородность влияния - положительная связь с когнитивным компонентом при одновременном риске снижения эмоционально-ценностной устойчивости - свидетельствует о двойственном, амбивалентном характере воздействия цифровых медиа на гражданскую идентичность, что дополняет и уточняет существующие теоретические представления, зачастую ограничивающиеся констатацией либо позитивного, либо негативного эффекта цифровизации.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности использования разработанной модели для диагностики уровня и структуры гражданской идентичности молодежи, а также для проектирования целевых программ гражданского и медиаобразования, учитывающих специфику различных типологических групп медиапотребления. В частности, для группы молодежи, ориентированной преимущественно на социальные сети, целесообразна разработка программ развития критического мышления и медиаграмотности, направленных на укрепление эмоционально-ценностного компонента гражданской идентичности без снижения уровня цифровой информированности [14].

Ограничения исследования связаны с относительно небольшим объемом эмпирической выборки и ее локальным характером, что определяет необходимость дальнейшей верификации модели на более широких и разнообразных выборках, включая различные регионы и социальные группы. Перспективным направлением дальнейших исследований представляется лонгитюдное изучение динамики гражданской идентичности в условиях меняющейся цифровой медиасреды, а также сравнительный межстрановой анализ применимости предложенной модели.

Выводы

Проведенное исследование позволило разработать, операционализировать и эмпирически апробировать структурную модель формирования гражданской идентичности личности в условиях цифровой медиасреды, включающую когнитивный, эмоционально-ценностный, поведенческий и коммуникативно-сетевой компоненты. Эмпирическая проверка подтвердила структурную валидность модели и выявила значимые статистические связи между характеристиками медиапотребления молодежи и уровнем сформированности отдельных компонентов гражданской идентичности [13].

Установлено, что цифровая медиасреда оказывает неоднозначное воздействие на гражданскую идентичность: способствуя росту когнитивной осведомленности, она одновременно создает риски для устойчивости эмоционально-ценностных оснований гражданской самоидентификации при доминировании фрагментированного контента социальных сетей. Выявленная типологическая дифференциация медиапрактик молодежи открывает возможности для дифференцированного подхода к разработке мер гражданского и медиаобразования [15].

Разработанная модель обладает как теоретической, так и практической значимостью: она вносит вклад в развитие интегративных подходов к изучению гражданской идентичности в условиях цифровизации и может быть использована в качестве инструмента диагностики и проектирования мероприятий государственной молодежной политики, направленных на укрепление гражданской идентичности в цифровой информационной среде.

Литература

1. Горшков М. К. Консолидация российского общества в условиях современных вызовов: историко-социологический и ценностно-мировоззренческий контексты / М. К. Горшков, И. О. Тюрина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2023. Т. 23, № 4. С. 720-739. DOI: 10.22363/2313-2272-2023-23-4-720-739.

2. Горшков М. К. Социальные неравенства как вызов современной России //Вестник института социологии. – 2010. – Т. 1. – №. 1. – С. 24-47.

3. Гражданская идентичность как фактор просоциального поведения российской молодежи // Национальный психологический журнал. - 2026. - URL: https://npsyj.ru/articles/article/12687/ (дата обращения: 30.04.2026).

4. Гражданская идентичность современной молодежи в условиях цифровой среды / под ред. [авт. кол.] // Молодежная библиотека МИРЭА. - 2023. - URL: https://youthlib.mirea.ru/ru/resource/4793 (дата обращения: 30.04.2026).

5. Гражданское образование молодежи в условиях информационного многообразия: концепции, модели, тенденции развития : монография / М. Н. Певзнер, Е. В. Иванов, П. А. Петряков [и др.] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, ФГБОУ ВО "Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого". – Великий Новгород : НГУ, 2021. – 206 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-89896-740-6.

6. Дипфейки, дезинформация и аватары в политике / Р. Н. Измайлов [и др.] // Молодой ученый. - 2025. - URL: https://moluch.ru/archive/601/131501 (дата обращения: 30.04.2026).

7. Ежов Д. Н. Цифровые медиапрактики как инструмент формирования гражданской идентичности молодежи // Вопросы воспитания. - 2026. - № 1. - URL: https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2026_n1/bppe_2026_n1_Ezhov.pdf (дата обращения: 30.04.2026).

8. Зелетдинова, Э. А. Патриотизм в структуре гражданской идентичности современной России : монография / Э. А. Зелетдинова, В. В. Дьякова, О. Ю. Дьякова ; ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет». – Астрахань : Изд-во АГТУ, 2020. – 115 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-89154-702-5.

9. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Социокультурный механизм саморегуляции жизнедеятельности // Саморегуляция жизнедеятельности молодежи: методология и социальные практики: монография / Ю. А. Зубок, О. Н. Безрукова, Ю. Р. Вишневский и др.; науч. ред. Ю. А. Зубок. Белгород: ООО Эпицентр, 2021

10. Игонина Е. В. Потенциал цифровых технологий в формировании гражданской идентичности в молодежной среде / Е. В. Игонина, О. Н. Поваляева, О. А. Котлярова // Перспективы науки и образования. 2024. № 4 (70). С. 609-626. DOI: 10.32744/pse.2024.4.38.

11. Луков В. А. Формирование и реализация государственной молодежной политики в современной России : монография / В. А. Луков, С. В. Луков, Д. А. Тихомиров. – Москва : Ruscience, 2022. – 285 с. : табл. – ISBN 978-5-4365-9694-5.

12. Лысенко А. О. Применение технологий искусственного интеллекта в художественной сфере деятельности //Научный аспект. – 2023. – Т. 25. – №. 12. – С. 3064-3070.

13. Малахов В. С. Неудобства с идентичностью // Вопросы философии. - 1998. - № 2.- С. 43–53.

14. Манипулирование политическим сознанием молодежи средствами массовой коммуникации // КиберЛенинка. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/manipulirovanie-politicheskim-soznaniem-molodezhi-sredstvami-massovoy-kommunikatsii (дата обращения: 30.04.2026).

15. Масленникова В. Ш. Формирование социально-ориентированной личности специалиста в процессе профессиональной подготовки [Текст] / В. Ш. Масленникова. – Казань: Печать-Сервис-XXI век, 2010. – 429 с

16. Маяцкая, О. Б. Сообщества деструктивных субкультур: профилактика вовлечения молодежи : учебное пособие / О. Б. Маяцкая, З. Ф. Абрарова, К. В. Фадеев ; Министерство науки и высшего образования РФ, Уфимский университет науки и технологий. – Уфа : УУНИТ, 2024. – 123 с. : ил. – (Приоритет 2030. Лидерами становятся). – ISBN 978-5-7477-6011-0.

A Model for the Formation of Civic Identity in the Digital Media Environment: Development, Operationalization, and Empirical Testing

Kvetnoy V.V.

Plekhanov Russian University of Economics

The relevance of this study stems from the transformation of the mechanisms of civic socialization under the influence of digital media, which over the past decade have evolved from a secondary communication channel into a system-forming factor in shaping the political attitudes, value orientations, and civic consciousness of young people. Traditional institutions of civic socialization—family, school, and public organizations—are ceding some of their functions to digital platforms, social networks, and instant messaging apps, necessitating a rethinking of theoretical models of civic identity, taking into account the specifics of the new information environment. Existing approaches to the study of civic identity insufficiently account for the multi-layered influence of the digital media environment, including the cognitive, emotional, behavioral, and value-based components of individual identification with the civic community. The aim of this study is to develop, operationalize, and empirically test a model for the formation of civic identity in the digital media environment. This model reflects the interrelationship between media practices, channels of information exposure, and the structural components of youth civic identity. The study proposed a four-component structural model, including the cognitive, emotional-value, behavioral, and communicative-network components of civic identity. A toolkit for operationalizing the model's variables was developed and tested on a sample of young people aged 18–35. Statistically significant relationships were identified between the intensity and nature of digital media use

and the level of civic identity development. Differentiating factors determining the typology of media consumption and the corresponding trajectories of civic identification were identified. The results of the empirical testing confirmed the explanatory and predictive validity of the proposed model and allowed for the formulation of practical recommendations for state youth policy makers, educational organizations, and media institutions on improving the mechanisms for forming civic identity in the digital environment.
Keywords: civic identity, digital media environment, youth, civic socialization, media consumption, value orientations, political socialization, social networks, empirical model, digitalization.

References

1. Gorshkov, M. K. “Consolidation of Russian Society in the Face of Modern Challenges: Historical, Sociological, and Value-Ideological Contexts” / M. K. Gorshkov, I. O. Tyurina // Bulletin of Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Sociology. 2023. Vol. 23, No. 4. Pp. 720-739. DOI: 10.22363/2313-2272-2023-23-4-720-739.
2. Gorshkov, M. K. “Social Inequalities as a Challenge to Modern Russia” // Bulletin of the Institute of Sociology. – 2010. – Vol. 1. – No. 1. – Pp. 24-47.
3. Civic Identity as a Factor in Prosocial Behavior of Russian Youth // National Psychological Journal. - 2026. - URL: https://npsyj.ru/articles/article/12687/ (date of access: 30.04.2026).
4. Civic identity of modern youth in the digital environment / edited by [authors] // MIREA Youth Library. - 2023. - URL: https://youthlib.mirea.ru/ru/resource/4793 (date of access: 30.04.2026).
5. Civic education of young people in the context of information diversity: concepts, models, development trends: monograph / M. N. Pevzner, E. V. Ivanov, P. A. Petryakov [et al.]; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Yaroslav the Wise Novgorod State University. – Veliky Novgorod: NSU, 2021. – 206 p.: ill., tab. – ISBN 978-5-89896-740-6.
6. Deepfakes, disinformation, and avatars in politics / R. N. Izmailov [et al.] // Young scientist. - 2025. - URL: https://moluch.ru/archive/601/131501 (date of access: 30.04.2026).
7. Yezhov D. N. Digital media practices as a tool for shaping the civic identity of young people // Issues of education. - 2026. - No. 1. - URL: https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2026_n1/bppe_2026_n1_Ezhov.pdf (date accessed: 30.04.2026).
8. Zeletdinova, E. A. Patriotism in the structure of civil identity of modern Russia: monograph / E. A. Zeletdinova, V. V. Dyakova, O. Yu. Dyakova; Astrakhan State Technical University. - Astrakhan: Publishing house of Astrakhan State Technical University, 2020. - 115 p.: ill., table. - ISBN 978-5-89154-702-5.
9. Zubok Yu. A., Chuprov V. I. Sociocultural mechanism of self-regulation of life activity // Self-regulation of life activity of young people: methodology and social practices: monograph / Yu. A. Zubok, O. N. Bezrukova, Yu. R. Vishnevsky, et al.; scientific ed. Yu. A. Zubok. Belgorod: OOO Epicenter, 2021
10. Igonina E. V. Potential of digital technologies in the formation of civic identity among young people / E. V. Igonina, O. N. Povalyaeva, O. A. Kotlyarova // Prospects of Science and Education. 2024. No. 4 (70). P. 609-626. DOI: 10.32744/pse.2024.4.38.
11. Lukov V. A. Formation and implementation of state youth policy in modern Russia: monograph / V. A. Lukov, S. V. Lukov, D. A. Tikhomirov. - Moscow: Ruscience, 2022. - 285 p.: table. - ISBN 978-5-4365-9694-5.
12. Lysenko A. O. Application of artificial intelligence technologies in the artistic sphere of activity // Scientific aspect. - 2023. - Vol. 25. - No. 12. - Pp. 3064-3070.
13. Malakhov V. S. Inconveniences with identity // Questions of philosophy. - 1998. - No. 2.- Pp. 43-53.
14. Manipulating the Political Consciousness of Young People by Mass Media // CyberLeninka. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/manipulirovanie-politicheskim-soznaniem-molodezhi-sredstvami-massovoy-kommunikatsii (accessed: 30.04.2026).
15. Maslennikova V. Sh. Formation of a Socially Oriented Personality of a Specialist in the Process of Professional Training [Text] / V. Sh. Maslennikova. - Kazan: Pechat-Service-XXI Century, 2010. - 429 p.
16. Mayatskaya, O. B. Communities of Destructive Subcultures: Prevention of Youth Involvement: a study guide / O. B. Mayatskaya, Z. F. Abrarova, K. V. Fadeev; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Ufa University of Science and Technology. – Ufa: UUNIT, 2024. – 123 p.: ill. – (Priority 2030. They become leaders). – ISBN 978-5-7477-6011-0.