Обзор литературы

Изучение гражданской идентичности личности имеет длительную научную традицию, сложившуюся на пересечении политической психологии, социологии молодежи и теории политической социализации. Классическое понимание идентичности как интегративного ощущения собственного «Я», вырабатываемого во взаимодействии со значимым социальным окружением, восходит к работам Э. Эриксона и остается методологическим фундаментом для последующих исследований гражданского самосознания. Применительно к политической сфере данная логика означает, что устойчивые установки личности по отношению к государству и гражданскому сообществу формируются постепенно, через накопление опыта социального взаимодействия, а не задаются директивно.

Существенный вклад в осмысление национальной и гражданской идентичности как результата культурного и исторического конструирования внесли Б. Андерсон, предложивший концепцию «воображаемых сообществ» [2], и Э. Геллнер, рассматривавший национальную идентичность в контексте модернизационных процессов [3]. Данные подходы позволяют трактовать гражданскую идентичность не как природную данность, а как продукт целенаправленного и стихийного символического конструирования, в котором средства массовой коммуникации традиционно играли ключевую роль. Идеи социального конструктивизма, развитые П. Бергером и Т. Лукманом, а также концепция «текучей», изменчивой идентичности, предложенная З. Бауманом, расширяют это понимание применительно к условиям высокой социальной и информационной изменчивости, характерной для современного общества.

В отечественной науке основы изучения молодежи как специфического субъекта общественных отношений были заложены в трудах А.Я. Данилюк и др., обративших внимание на особые ценностные ориентации и поведенческие установки данной социальной группы [10]. Дальнейшее развитие эти идеи получили в исследованиях М.А. Гагариной, эмпирически показавшей неустойчивость идентификационных установок молодых людей [8], а также в работах А.Н, Гладун, посвященных институциональным механизмам формирования государственно-гражданской идентичности [9]. Существенное значение для понимания ценностно-мировоззренческого измерения гражданской идентичности имеют работы М. Вебера [7] и П. Бурдье [6], акцентирующие роль социального статуса, институтов и символического капитала в формировании политических диспозиций личности.

Проблематика электорального поведения молодежи получила развитие в исследованиях В.В. Касьянова и соавторов, выделивших уровень гражданской зрелости и сформированности идентичности в качестве одного из ключевых факторов политической активности [12], а также в работах З. Баумана [3], К.Г, Устинкиной [16], обративших внимание на риски отчуждения молодежи от электоральных процедур. Институциональные и воспитательные модели формирования гражданской идентичности представлены в трудах Т.Г. Стефаненко [15], а также в концептуальной разработке А. Я. Данилюка, А. М. Кондакова и В. А. Тишкова, заложивших основы государственной политики духовно-нравственного воспитания личности гражданина России [10].

Отдельное направление составляют исследования цифровых рисков информационной среды. Работы М.А. Гагариной [8], а также А.Н. Гладун [9] посвящены анализу манипулятивного воздействия на массовое сознание посредством современных медиатехнологий, включая распространение дезинформации и синтетического контента. Вместе с тем указанные исследования, как правило, рассматривают данную проблематику либо в общем медиакоммуникационном ключе, без привязки к механизмам гражданской идентификации молодежи, либо фокусируются на отдельных технологиях (например, дипфейках), не встраивая их в целостную модель политической социализации.

Обобщение рассмотренных источников позволяет зафиксировать три группы противоречий, определяющих актуальность настоящего исследования. Во-первых, сохраняется разрыв между значимостью целенаправленного формирования гражданской идентичности и отсутствием системных исследований ее влияния на электоральное поведение молодежи в условиях цифровизации. Во-вторых, при высокой интенсивности медиапотребления молодежи механизмы воздействия информационных битов, дипфейков и генеративного политического контента искусственного интеллекта на процесс гражданской идентификации остаются малоизученными. В-третьих, отсутствуют научно обоснованные модели, связывающие цифровую медиасреду, когнитивную обработку политической информации и итоговый уровень сформированности гражданской идентичности как детерминанты электорального выбора.

С учетом выявленных ограничений в настоящей статье гражданская идентичность личности определяется как интегративное социально-политическое образование, включающее осознание индивидом своей принадлежности к гражданскому сообществу, систему ценностных ориентаций и установок, а также готовность к участию в электоральных и иных формах общественно-политической деятельности, формирующееся во взаимодействии социальных институтов, цифровой информационно-коммуникационной среды и субъективного опыта политической социализации личности. Отличительной особенностью предлагаемого определения выступает включение медиаграмотностного измерения в структуру идентичности - способности личности критически воспринимать, верифицировать и осмысленно интерпретировать политическую информацию, распространяемую в цифровой среде.

Материалы и методы

Методологическую основу исследования составляет комплексный интегративный подход, объединяющий системный, институциональный, социокультурный, поведенческий и цифровой (технологический) методологические ракурсы. Системный подход позволяет рассматривать гражданскую идентичность как целостную совокупность когнитивного, ценностно-смыслового, эмоционально-аффективного, медиаграмотностного, доверительного и поведенческого компонентов, находящихся в отношениях взаимной обусловленности. Институциональный подход применен для анализа роли образовательных структур, государственной молодежной политики и электоральных институтов в формировании гражданских установок. Поведенческий подход обеспечивает операционализацию гражданской идентичности через измеримые индикаторы - факт участия в выборах, устойчивость политических предпочтений, характер медиапотребления. Цифровой (технологический) подход ориентирован на анализ платформенной архитектуры, алгоритмической персонализации и синтетических медиатехнологий как самостоятельных факторов политической социализации [11].

Эмпирическую базу статьи составили два взаимодополняющих источника данных. Первый источник - результаты пилотного анкетного опроса, проведенного среди студенческой молодежи в возрасте 18-25 лет (n = 100) в 2025-2026 учебном году. Выборка формировалась методом случайной стратифицированной выборки, опрос проводился в очном и онлайн-форматах. Инструментарий включал два блока: анкету, направленную на выявление особенностей восприятия видеоконтента и дипфейков, а также анкету «Гражданская идентичность молодежи», позволяющую оценить субъективные характеристики гражданственности, патриотизма, доверия к институтам и представлений о будущем. Исследование носило апробационный характер и было направлено на первичную фиксацию исследуемых эффектов, а не на получение статистически репрезентативных для генеральной совокупности российской молодежи оценок, что учитывается при интерпретации результатов [13, 14].

Второй источник - вторичный анализ данных всероссийских и отраслевых исследований, включая всероссийский опрос Аналитического центра НАФИ (n = 6672) о распознавании дипфейков, материалы ВЦИОМ и ФОМ об электоральной активности и политической вовлеченности молодежи, официальные сообщения Центральной избирательной комиссии Российской Федерации и информационного агентства ТАСС о структуре электората 2024 года, а также данные международных отраслевых наблюдений о динамике использования политических дипфейков в 2017-2025 годах. Сопоставление собственных эмпирических данных с результатами масштабных всероссийских и зарубежных исследований использовано для верификации выявленных закономерностей и повышения их обоснованности.

Дополнительно применен инструментарий когнитивной психологии, в частности логика шкалы когнитивной рефлексии, использованная для сопоставления субъективной уверенности респондентов в собственных аналитических способностях с их фактической результативностью при решении задач на анализ политического медиаконтента. Данный инструмент позволил операционализировать

эффект Даннинга - Крюгера применительно к медиаграмотности молодежи. Обработка количественных данных осуществлялась методами описательной статистики (расчет процентных долей, средних значений и их сопоставление); качественная интерпретация результатов опиралась на методы контент-анализа медиатекстов и дискурс-анализа нарративов, представленных в открытых источниках. Все процедуры сбора данных проводились на условиях добровольного и анонимного участия респондентов, что соответствует этическим требованиям, предъявляемым к социологическим исследованиям с участием молодежи.

Результаты

Первый блок результатов характеризует общий уровень доверия молодежи к видеоконтенту, распространяемому в социальных сетях, и ее способность идентифицировать синтетический (дипфейк) контент. Данные всероссийского опроса Аналитического центра НАФИ (n = 6672) свидетельствуют о том, что 72% россиян сталкивались с дипфейками за последние полгода, при этом лишь 41% респондентов уверены в собственной способности распознать подобный контент, тогда как 43% прямо признают неспособность его идентифицировать. Полученное соотношение указывает на структурное противоречие между высокой степенью вовлеченности аудитории в цифровую медиасреду и ограниченной способностью к критической оценке потребляемого контента [17].

Результаты собственного пилотного опроса студенческой молодежи (n = 100) уточняют данную картину применительно к политически окрашенному контенту. Около половины опрошенных студентов не воспринимают дипфейки с политическим контекстом как правдоподобную информацию, что свидетельствует об определенном базовом уровне медиаграмотности данной аудитории. Вместе с тем каждый седьмой респондент выразил готовность довериться реалистично выглядящему сфабрикованному контенту, а почти треть опрошенных признали затруднения при верификации подобных материалов - показатель, указывающий на системную уязвимость значительной части молодежной аудитории к манипулятивному воздействию.

Второй блок результатов раскрывает субъективное измерение гражданской идентичности молодежи. Анкетирование «Гражданская идентичность молодежи» показало, что доминирующей позицией среди опрошенных является не активная гражданственность, а осознанное безразличие: принадлежность к российскому государству признается респондентами как формальный факт, однако практически не трансформируется в деятельную гражданскую позицию. Данный результат согласуется с представлением о преобладании декларативного уровня гражданской идентичности, при котором самоатрибуция гражданства не сопровождается глубоким ценностным содержанием.

Показательным индикатором состояния гражданской идентичности выступила также субъективная оценка респондентами стабильности собственного будущего: 60% опрошенных студентов прямо указали на отсутствие уверенности в завтрашнем дне. Отсутствие позитивного горизонта планирования коррелирует со сниженной гражданской вовлеченностью, поскольку человек, не ощущающий связи между собственными действиями и перспективами будущего, реже воспринимает себя в качестве активного участника общественно-политических процессов.

Анализ факторов, оказывающих, по мнению респондентов, наибольшее влияние на формирование их гражданской идентичности, показал лидирующую позицию СМИ и социальных сетей - на этот фактор указали 35% опрошенных. Данный результат имеет принципиальное значение для интерпретации всей совокупности полученных данных: та же информационная среда, в которой распространяются информационные биты, дипфейки и иные формы манипулятивного контента, одновременно выступает основным пространством производства гражданской идентичности молодежи. Иными словами, канал потенциальной манипуляции и канал гражданской социализации структурно совпадают.

Ценностный профиль опрошенной молодежи характеризуется доминированием ценности свободы и прав человека (42% ответов), при этом уровень собственного патриотизма респонденты преимущественно оценивают как средний (52%). Одновременно около трети опрошенных называют государственную пропаганду и патриотическое воспитание в качестве основной меры укрепления гражданской идентичности молодежи, что указывает на внутреннюю неоднородность запросов молодежной аудитории, сочетающей гражданско-либеральные и традиционно-государственнические ориентации.

Особый интерес представляет выявленный разрыв между субъективной уверенностью респондентов в собственных аналитических способностях и их фактической результативностью при оценке политического медиаконтента. Среднее значение субъективной уверенности участников пилотного исследования в собственных аналитических способностях составило 4,4 балла из 5, тогда как объективная оценка их реальной способности анализировать политическую информацию - лишь 3,0 балла из 5. Зафиксированный разрыв в 1,4 балла (28% от максимального значения шкалы) интерпретируется как проявление эффекта Даннинга - Крюгера применительно к медиаграмотности: молодые люди систематически переоценивают собственные возможности критического восприятия информации, что делает их более уязвимыми к манипулятивным воздействиям, чем они сами полагают. Важно, что непосредственное ознакомление участников исследования с образцами манипулятивного контента (дипфейками, примерами алгоритмического таргетирования) снижало их субъективную уверенность и одновременно повышало критичность при последующей оценке аналогичного контента, что указывает на принципиальную возможность целенаправленного развития медиаграмотности.

На основе теоретического анализа и полученных эмпирических данных предложена трехуровневая типология гражданской идентичности молодежи, включающая декларативный, ситуативный и интегрированный уровни. Согласно результатам пилотного исследования, декларативный уровень является преобладающим в исследованной выборке: интегрированную, внутренне принятую гражданскую идентичность продемонстрировали лишь около 23% респондентов, тогда как большинство опрошенных отнесены к декларативному или ситуативному уровню. Сравнительная характеристика уровней представлена в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика уровней сформированности гражданской идентичности молодежи (по данным пилотного исследования)

Уровень идентичности	Ключевые признаки	Доля в выборке, %
Декларативный	Формальная самоатрибуция гражданства без ценностного содержания; электоральный абсентеизм или ситуативное «голосование по инерции»	≈ 50
Ситуативный	Нестабильные установки, зависящие от информационной повестки и группового давления; высокая подверженность манипуляциям	≈ 27
Интегрированный	Устойчивые ценности и когнитивная база, развитая медиаграмотность, регулярное осознанное участие в выборах	≈ 23

Обобщение результатов теоретического анализа и данных пилотного исследования позволило описать пятизвенную модель трансформации политического сознания молодежи под воздействием цифровой медиасреды: среда - воздействие - когнитивная обработка - формирование идентичности - электоральное поведение. Первое звено модели образуют социально-институциональные, социокультурные, цифровые и психологические факторы, формирующие исходную базу гражданской идентичности. Второе звено составляют конкретные инструменты политико-коммуникационного воздействия - информационные биты, дипфейки, генеративный политический контент искусственного интеллекта, алгоритмы персонализации и инфлюенсер-коммуникации, систематизированные в таблице 2.

Масштаб применения синтетических медиатехнологий в политических целях демонстрирует выраженную положительную динамику: если в период 2017-2022 годов в специализированных базах было зафиксировано лишь 22 случая использования политических дипфейков, то в 2024 году их число достигло 150 случаев, из которых около 76% были непосредственно связаны с политическими целями. Данная динамика подтверждает нарастающую значимость синтетического контента как самостоятельного инструмента воздействия на электоральное поведение и обосновывает необходимость

его учета в аналитических моделях гражданской идентификации молодежи.

Таблица 2
Современные инструменты цифрового политического воздействия на гражданскую идентичность молодежи [составлено автором исследования]

Инструмент воздействия	Механизм влияния на гражданскую идентичность
Информационные биты (микронарративы)	Формируют упрощенные, устойчивые интерпретационные рамки восприятия политических событий по принципу «первичного якоря»
Дипфейки и синтетические медиа	Деформируют эмоционально-идентификационный компонент идентичности, подрывают доверие к государственным и медийным институтам
Генеративный политический ИИ-контент	Создает иллюзию массового консенсуса, масштабируемо адаптируется под особенности целевой аудитории
Алгоритмы персонализации («фильтровые пузыри»)	Формируют селективную информационную среду, подкрепляющую уже имеющиеся установки и ограничивающую доступ к альтернативным точкам зрения
Инфлюенсер-коммуникации	Повышают аффективную составляющую политических сообщений за счет высокого уровня доверия аудитории к «своим» лидерам мнений

Третье звено модели - когнитивная обработка политической информации - включает последовательные процессы восприятия, эмоционального реагирования, интерпретации и формирования итоговых установок, в рамках которых проявляются типичные когнитивные искажения (предвзятость подтверждения, эффект ореола, эффект иллюзии правды). Четвертое звено модели представлено самой гражданской идентичностью как структурным образованием, а пятое - типом электорального поведения (абсентеизм, ситуативное участие, осознанное участие), непосредственно детерминированным уровнем сформированности идентичности.

Обсуждение

Полученные результаты в целом подтверждают исходную гипотезу о структурной обусловленности процессов гражданской самоидентификации молодежи характеристиками цифровой медиасреды. Ведущая роль социальных сетей и СМИ как фактора формирования гражданской идентичности (35% ответов) в сочетании с высокой распространенностью и низкой распознаваемостью дипфейков (72% и 41% по данным НАФИ соответственно) образует замкнутый контур, в котором один и тот же канал коммуникации одновременно выполняет функции социализации и потенциальной манипуляции. Данное наблюдение расширяет представленные в литературе институциональные модели формирования гражданской идентичности, поскольку демонстрирует, что в условиях цифровизации традиционное разделение на «конструктивных» агентов социализации (семья, школа, государственные институты) и «деструктивные» источники дезинформации во многом утрачивает смысл: оба типа влияния конкурируют и переплетаются в рамках одной и той же медиаплатформы.

Выявленный разрыв между субъективной уверенностью молодежи в собственной медиаграмотности и ее фактической результативностью (4,4 против 3,0 балла) заслуживает отдельного обсуждения в контексте теории когнитивных искажений. Эффект Даннинга - Крюгера, традиционно описываемый применительно к узкоспециализированным навыкам, в данном случае распространяется на область политической коммуникации, что имеет существенные практические следствия: программы повышения медиаграмотности не могут ограничиваться исключительно информированием о существовании дипфейков и манипулятивных технологий, поскольку сама по себе информированность не устраняет завышенной самооценки аналитических способностей. Более перспективным направлением представляется практико-ориентированный формат обучения, включающий непосредственное взаимодействие с образцами манипулятивного контента, - подход, эмпирически показавший снижение избыточной уверенности участников исследования и одновременное повышение их критичности.

Преобладание декларативного уровня гражданской идентичности в исследованной выборке (около половины респондентов) при одновременно высокой нормативной поддержке идеи политического участия молодежи, зафиксированной в исследованиях ФОМ, указывает на разрыв между ценностным и поведенческим измерениями идентичности. С теоретической точки зрения данный разрыв согласуется с многокомпонентными моделями идентичности, в которых когнитивный и ценностный компоненты могут формироваться относительно независимо от поведенческого. Применительно к цифровой среде это означает, что демонстративное одобрение гражданских ценностей (например, посредством репостов патриотического контента) не обязательно сопровождается их подлинной интериоризацией и трансформацией в устойчивые электоральные практики.

Зафиксированная динамика применения политических дипфейков (рост числа задокументированных случаев с 22 в 2017-2022 годах до 150 в 2024 году) подтверждает тезис о нарастающей технологизации политического воздействия и позволяет прогнозировать дальнейшее увеличение значимости синтетического контента как фактора трансформации политического сознания в среднесрочной перспективе. В этой связи представляется целесообразным рассматривать медиаграмотность не как факультативный образовательный элемент, а как самостоятельный, системообразующий компонент структуры гражданской идентичности, наравне с традиционно выделяемыми когнитивным, ценностным, эмоциональным и поведенческим компонентами.

Необходимо указать на ограничения проведенного исследования. Пилотный характер собственного эмпирического опроса (n = 100) и его локализация в студенческой среде не позволяют напрямую экстраполировать полученные количественные показатели на всю совокупность российской молодежи; они рассматриваются как индикативные и апробационные, нуждающиеся в проверке на более широких и территориально диверсифицированных выборках. Кроме того, сопоставление собственных данных с материалами НАФИ, ВЦИОМ и ФОМ носит характер вторичной верификации общих тенденций, а не строгого статистического сравнения, что учитывалось при формулировании выводов. Дальнейшие исследования могут быть направлены на лонгитюдное отслеживание динамики гражданской идентичности отдельных возрастных когорт, а также на сравнительный анализ эффективности различных форматов образовательных программ по развитию медиаграмотности.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие основные выводы.

Во-первых, гражданская идентичность современной российской молодежи формируется в условиях медиацентричной, а не институциональной логики политической социализации: цифровая среда выступает не дополнительным, а первичным пространством конструирования политических установок, что требует пересмотра традиционных представлений о структуре и механизмах данного процесса.

Во-вторых, эмпирические данные фиксируют преобладание декларативного уровня гражданской идентичности молодежи при относительно небольшой доле респондентов, демонстрирующих интегрированный, деятельно реализуемый тип гражданственности, что подтверждает наличие разрыва между количественным электоральным участием и качественной глубиной гражданской вовлеченности молодежи.

В-третьих, выявленный значительный разрыв между субъективной уверенностью молодежи в собственных аналитических способностях и ее фактической результативностью при распознавании манипулятивного контента указывает на системную когнитивную уязвимость данной возрастной группы, требующую целенаправленной коррекции посредством практико-ориентированных образовательных программ.

В-четвертых, СМИ и социальные сети одновременно выступают ведущим фактором формирования гражданской идентичности молодежи и основным каналом распространения дипфейков и иных манипулятивных технологий, что делает задачу развития медиаграмотности не факультативной, а структурно необходимой составляющей государственной молодежной и образовательной политики.

В-пятых, предложенная пятизвенная модель трансформации политического сознания молодежи («среда - воздействие - когнитивная обработка - идентичность - электоральное поведение») позволяет системно описать механизм влияния цифровой медиасреды на гражданскую идентичность и может служить аналитическим инструментом для дальнейших теоретических и прикладных исследований в данной области, а также основой для разработки нормативно-пра-

вовых и образовательных мер защиты политического сознания молодежи от деструктивного воздействия современных цифровых технологий.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования при разработке образовательных программ по развитию медиаграмотности, при совершенствовании нормативно-правового регулирования распространения синтетического политического контента, а также при формировании государственных стратегий повышения осознанного электорального участия молодежи в условиях цифровой трансформации политической коммуникации.

Литература

1. Аналитический центр НАФИ. Почти половина россиян считают, что не смогут распознать дипфейк // НАФИ. - 2025. - URL: https://nafi.ru/polls/pochti-polovina-rossiyan-schitayut-chto-ne-smogut-raspoznat-dipfeyk/ (дата обращения: 10.04.2026).
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Николаева. - М.: Кучково поле, 2016. - 416 с.
3. Бауман З. Текучая современность / пер. с англ. Ю. Асочакова. - СПб.: Питер, 2008. - 240 с.
4. Белгарокова Н. М. Проблемы и факторы политической социализации современной российской молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. - 2013. - Т. 13, № 1. - С. 82-90.
5. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / пер. с англ. Е. Руткевич. - М.: Медиум, 1995. - 323 с.
6. Бурдье П. Социология политики / пер. с фр. Н. А. Шматко. - М.: Socio-Logos, 1993. - 336 с.
7. Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем. - М.: Прогресс, 1994. - 808 с.
8. Гагарина М. А. [и др.]. Гражданская идентичность и институциональное доверие как предикторы экономического менталитета россиян // Социальная психология и общество. - 2025. - № 3.
9. Гладун А. Н., Клепикова О. Г. Электоральное поведение российской молодежи цифрового поколения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Политология. - 2023. - № 6. - С. 110-118.
10. Данилюк А. Я., Кондаков А. М., Тишков В. А. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России. - М.: Просвещение, 2009. - 24 с.
11. 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).
12. Касьянов В. В. Политическая социализация молодежи в современной России: дис. ... канд. полит. наук. - М., 2009. - 206 с.
13. 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).
14. Методы манипулирования политическим сознанием молодежи в период избирательных кампаний в современной России: автореф. дис. ... канд. полит. наук. - URL: https://cheloveknauka.com/metody-manipulirovaniya-politicheskim-soznaniem-molodyozhi-v-period-izbiratelnyh-kampaniy-v-sovremennoy-rossii (дата обращения: 30.04.2026).
15. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология: учебник для вузов. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 368 с.
16. Устинкина К. Г. Электоральное поведение российской молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. - 2023. - № 7 (79). - С. 89-93.
17. Формирование гражданской идентичности в системе образовательной политики в новых субъектах РФ / И. В. Самаркина [и др.] // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. - 2024. - № 3.
18. Формирование гражданской идентичности российской молодежи в условиях открытого образования // КиберЛенинка. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-grazhdanskoy-identichnosti-rossiyskoy-molodezhi-v-usloviyah-otkrytogo-obrazovaniya (дата обращения: 30.04.2026).

Media dependence in the development of youth civic identity: the role of the digital environment in the transformation of political consciousness

Kvetnoy V.V.

Plekhanov Russian University of Economics

The relevance of this study is determined by the deepening contradiction between the stable quantitative presence of young people in the electoral process in the Russian Federation and the qualitative heterogeneity of their civic and political engagement. According to official data, young voters accounted for approximately a quarter of the total number of voters in the 2024 elections, and the number of first-time voters exceeded 1.3 million. However, sociological studies indicate that only a small proportion of young people are regularly interested in the political agenda and consciously participate in it. This contradiction is exacerbated by the dominance of the digital media environment, where the intensive consumption of short, emotionally charged information formats, as well as the spread of deepfakes and generative political content generated by artificial intelligence, contribute to the formation of simplified and unstable political perceptions. The aim of this article is to identify and theoretically substantiate the mechanisms by which the digital media environment transforms the political consciousness of young people and determines the level of development of their civic identity as a factor in electoral behavior. The study applies systemic, institutional, behavioral, and digital (technological) approaches, as well as data from a pilot questionnaire survey of student youth (n = 100, aged 18-25) and compares it with data from nationwide studies by NAFI, VTsIOM, and FOM. The results revealed a predominance of the declarative level of civic identity, with the integrated level accounting for only approximately 23% of respondents. A significant gap existed between young people's subjective confidence in their own media literacy and their actual ability to recognize manipulative content. Social media and mass media (35% of responses) played a leading role, simultaneously serving as the primary channel for civic socialization and the main source of disinformation risks. The data obtained allowed us to describe a five-pronged model of political consciousness transformation: "environment - exposure - cognitive processing - identity - electoral behavior" and formulate practical recommendations for developing media literacy as a key condition for developing a mature civic identity among young people in the digital age.

Keywords: civic identity, political consciousness, media addiction, digital media environment, youth, electoral behavior, deepfakes, media literacy, cognitive biases, political socialization.

References

1. NAFI Analytical Center. Almost half of Russians believe they would not be able to recognize a deepfake // NAFI. - 2025. - URL: https://nafi.ru/polls/pochti-polovina-rossiyan-schitayut-chto-ne-smogut-raspoznat-dipfeyk/ (accessed: 10.04.2026).
2. Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism / trans. from English by V. Nikolaev. - Moscow: Kuchkovo Pole, 2016. - 416 p.
3. Bauman Z. Liquid Modernity / trans. from English by Yu. Asochakov. - St. Petersburg: Piter, 2008. - 240 p.
4. Belgarokova N. M. Problems and factors of political socialization of modern Russian youth // Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology. - 2013. - Vol. 13, No. 1. - P. 82-90.
5. Berger P., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge / trans. from English by E. Rutkevich. - Moscow: Medium, 1995. - 323 p.
6. Bourdieu P. Sociology of Politics / trans. from French by N. A. Shmatko. - Moscow: Socio-Logos, 1993. - 336 p.
7. Weber M. Selected Works / trans. from German. - Moscow: Progress, 1994. - 808 p.
8. Gagarina M. A. [et al.]. Civic identity and institutional trust as predictors of the economic mentality of Russians // Social Psychology and Society. - 2025. - No. 3.
9. Gladun A. N., Klepikova O. G. Electoral behavior of Russian youth of the digital generation // Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Ser. 11: Political Science. - 2023. - No. 6. - P. 110-118.
10. Danilyuk A. Ya., Kondakov A. M., Tishkov V. A. Concept of spiritual and moral development and upbringing of the Russian citizen's personality. - Moscow: Prosveshcheniye, 2009. - 24 p.
11. Deepfakes, disinformation, and avatars in politics / R. N. Izmaylov [et al.] // Young Scientist. - 2025. - URL: https://moluch.ru/archive/601/131501 (accessed: 30.04.2026).
12. Kasyanov V. V. Political socialization of youth in modern Russia: Diss. ... Cand. Polit. Sci. - Moscow, 2009. - 206 p.
13. Manipulation of youth political consciousness via mass media // CyberLeninka. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/manipulirovanie-politicheskim-soznaniem-molodezhi-sredstvami-massovoy-kommunikatsii (accessed: 30.04.2026).
14. Methods of manipulating youth political consciousness during election campaigns in modern Russia: Abstract of Diss. ... Cand. Polit. Sci. - URL: https://cheloveknauka.com/metody-manipulirovaniya-politicheskim-soznaniem-molodyozhi-v-period-izbiratelnyh-kampaniy-v-sovremennoy-rossii (accessed: 30.04.2026).
15. Stefanenko T. G. Ethnopsychology: A Textbook for Higher Education Institutions. – 4th ed., rev. and exp. – Moscow: Aspekt Press, 2009. – 368 p.
16. Ustinkina K. G. Electoral Behavior of Russian Youth // Society: Sociology, Psychology, Pedagogy. – 2023. – No. 7 (79). – P. 89–93.
17. Formation of Civic Identity within the Educational Policy System in the New Subjects of the Russian Federation / I. V. Samarkina [et al.] // Eurasian Integration: Economics, Law, Politics. – 2024. – No. 3.
18. Formation of Civic Identity Among Russian Youth in the Context of Open Education // CyberLeninka. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-grazhdanskoy-identichnosti-rossiyskoy-molodezhi-v-usloviyah-otkrytogo-obrazovaniya (accessed: 30.04.2026).

Влияние информационных битов, дипфейков и генеративного ИИ-контента на электоральное поведение молодежи: когнитивные искажения и снижение осознанности

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

В отличие от традиционной политической пропаганды, синтетический контент характеризуется высокой степенью реалистичности, скоростью распространения через социальные сети и способностью обходить традиционные механизмы критической оценки достоверности информации, что делает молодых избирателей - как наиболее активных пользователей цифровых платформ - особенно уязвимой категорией. Существующие исследования электорального поведения преимущественно рассматривают классические факторы политического выбора, оставляя без должного внимания специфические когнитивные механизмы, посредством которых дипфейки и ИИ-генерированный контент искажают восприятие политической реальности и снижают уровень осознанности электорального выбора. Цель исследования - выявить и эмпирически охарактеризовать механизмы влияния информационных битов, дипфейков и генеративного ИИ-контента на электоральное поведение молодежи через призму когнитивных искажений и снижения осознанности принятия политических решений. В результате исследования установлено, что интенсивность взаимодействия с фрагментированным и синтетическим контентом статистически значимо связана с усилением эффекта иллюзорной правды, снижением показателей критического медиапотребления и повышением подверженности эвристике доступности при оценке политической информации. Выявлены статистически значимые различия в уровне осознанности электорального выбора между группами молодежи с различным типом медиапотребления, а также построена регрессионная модель, демонстрирующая предикторную роль частоты столкновения с недостоверным ИИ-контентом в отношении показателей когнитивных искажений. Полученные результаты обосновывают необходимость целевых программ цифровой медиаграмотности и институциональных механизмов верификации контента в электоральный период.

Ключевые слова: дипфейк, генеративный искусственный интеллект, электоральное поведение, информационные биты, когнитивные искажения, молодежь, медиаграмотность, дезинформация, политическое сознание, цифровая среда.

Введение

Стремительное развитие технологий генеративного искусственного интеллекта в 2020-е годы кардинально изменило характер производства и распространения политического контента, породив принципиально новый класс информационных угроз электоральному процессу - синтетические медиа, включающие дипфейки (сгенерированные аудио- и видеоматериалы, имитирующие реальных политических деятелей), а также феномен «информационных битов» - фрагментированных, эмоционально заряженных и алгоритмически персонализированных единиц контента, оптимизированных для максимального вовлечения пользователя без учета достоверности содержания.

Актуальность исследования определяется несколькими факторами. Во-первых, молодежь как наиболее активная аудитория социальных сетей и видеоплатформ подвергается наибольшей интенсивности воздействия синтетического и фрагментированного контента, что делает данную группу приоритетным объектом изучения. Во-вторых, отмечаемое исследователями снижение электоральной активности и явки молодых избирателей на выборах последних лет актуализирует вопрос о роли информационной среды в формировании электорального поведения и уровня осознанности политического выбора. В-третьих, качественный скачок в реалистичности генеративного ИИ-контента радикально снижает возможности неспециалиста отличить достоверную информацию от синтетической, что создает системный риск для рациональности электорального выбора.

Объектом исследования выступает электоральное поведение молодежи. Предметом исследования являются механизмы влияния дипфейков, информационных битов и генеративного ИИ-контента на когнитивные процессы, опосредующие электоральный выбор молодежи. Цель работы - выявить и эмпирически охарактеризовать когнитивные искажения, возникающие под воздействием синтетического и фрагментированного контента, и оценить их связь со снижением осознанности электорального поведения молодежи.

Задачи исследования включают: анализ теоретических подходов к изучению воздействия дезинформации и синтетических медиа на политическое сознание; систематизацию когнитивных механизмов, лежащих в основе восприятия дипфейков и информационных битов; разработку эмпирического инструментария для измерения когнитивных искажений и осознанности электорального выбора; проведение эмпирического исследования на выборке молодежи; статистическую проверку гипотез о связи медиафакторов с когнитивными искажениями; формулирование практических рекомендаций.

Обзор литературы

Понятие «информационных битов» отражает специфику современного цифрового потребления, при котором политическая информация усваивается не в форме целостных аналитических материалов, а как последовательность коротких, визуально насыщенных и эмоционально окрашенных фрагментов, распространяемых через короткие видео, карточки и посты в социальных сетях. Исследователи медиакоммуникаций отмечают, что подобный формат потребления способствует поверхностной обработке информации, снижению глубины критического анализа и усилению эффекта фрагментированного, мозаичного восприятия политической реальности, что отличается от линейной логики традиционных СМИ [10, 12, 15].

Отдельное направление научной литературы посвящено анализу дипфейков - синтетических аудиовизуальных материалов, созданных методами глубокого обучения и способных реалистично имитировать высказывания и действия реальных политических деятелей [5].

Эвристика доступности (availability heuristic) объясняет, почему яркий, эмоционально насыщенный синтетический контент оказывает большее влияние на суждение, чем статистически более значимая, но менее выразительная информация. Подтверждающее ис-