



DOI: 10.22363/2313-1438-2025-27-2-301-314
EDN: JEXFKI

Научная статья / Research article

«Зона без политики»: роль развлекательного контента в политической социализации российской молодежи на примере Steam и YouTube

Д.А. Казанцев  , Д.А. Качусов 

Алтайский государственный университет, Барнаул, Российская Федерация

 dimkazanchev@mail.ru

Аннотация. Цель исследования — выяснить, каким образом развлекательный контент влияет на политическую социализацию российской молодежи. В качестве эмпирической базы использованы данные массового опроса молодежи в четырех регионах России (Алтайский край, Томская область, Новосибирская область, Республика Алтай; объем выборки — 1257 респондентов), а также итоги нейросетевого анализа и контент-анализа пользовательских комментариев в Steam и YouTube. По результатам опроса в структуре политической социализации выявлены малочисленное «ядро» молодых пользователей (до 10 %), которое осознает политический подтекст развлекательного контента, и периферия (до 80 %), предпочитающая избегать политики, отрицающая ее влияние на свои ценности и установки и воспринимающая игры и видео исключительно как досуг. Нейросетевой анализ текста определил ключевые тематические кластеры (мегапеременные) в пользовательских дискуссиях: темы войны и мира, виртуального и реального, патриотизма и протеста, социальной справедливости и недоверия к властям. Установлены различия в характере дискурсов: на игровой платформе политика обсуждается более отвлеченно и по-философски, тогда как на видеохостинге дискурс значительно более политизирован (доминируют оценки текущей повестки, поляризация «ура-патриотов» vs. оппозиции). В заключение делается вывод о противоречивой роли развлекательного контента как особого канала политической социализации, он незаметно транслирует политические сюжеты, которые осознанно воспринимаются активным меньшинством молодежи и могут оказывать косвенное влияние на пассивное большинство. Полученные результаты отражают сегментацию молодежной аудитории и необходимость учета этой специфики при анализе влияния цифровой среды на формирование политической идентичности.

Ключевые слова: молодежь, политическая социализация, развлекательный контент, YouTube, видеоигры, Steam

© Казанцев Д.А., Качусов Д.А., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ в рамках научного проекта № 24-28-01584 «Политическая социализация российской молодежи в контексте трансформации ее коммуникативных стратегий».

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: *Казанцев Д.А., Качусов Д.А.* «Зона без политики»: роль развлекательного контента в политической социализации российской молодежи на примере Steam и YouTube // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2025. Т. 27. № 2. С. 301–314. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2025-27-2-301-314>

“Territory of no politics”: The Role of Entertainment Content in the Political Socialization of Russian Youth by the Example of Steam and YouTube

Dmitry A. Kazantsev  , **Dmitry A. Kachusov** 

Altai State University, Barnaul, Russian Federation

 dimkazanchev@mail.ru

Abstract. The aim of the study is to examine the impact of entertainment content on the political socialization of the Russian youth. The empirical basis of the study includes data from a mass survey of young people in four regions of Russia (Altai Krai, Tomsk Region, Novosibirsk Region, and the Republic of Altai) with a sample size of 1,257 respondents, as well as the results of a neural network analysis and content analysis of user comments on Steam and YouTube. The survey findings reveal a small «core» of young users (up to 10 %) who recognize the political subtext of entertainment content, while the majority (up to 80 %) prefer to avoid politics, deny its influence on their values and attitudes, and perceive games and videos exclusively as leisure activities. Neural network analysis identified the key thematic clusters (mega-variables) in user discussions: themes of war and peace, virtuality and reality, patriotism and protest, social justice, and distrust of authorities. Differences in discourse were established: on the gaming platform, political discussions tend to be more abstract and philosophical, whereas on the video-hosting platform, the discourse is significantly more politicized, dominated by assessments of current political agendas and polarization between «ultra-patriots» and the opposition. The study concludes that entertainment content plays an ambivalent role as a distinct channel of political socialization, subtly transmitting political narratives that are consciously perceived by an active minority of young people while potentially exerting an indirect influence on the passive majority. The findings highlight the segmentation of the youth audience and the need to consider this specific feature when analyzing the impact of digital environments on the formation of political identity.

Keywords: youth, political socialization, entertainment content, YouTube, video games, Steam

Acknowledgements. The research was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation within the framework of the scientific project No. 24-28-01584 “Political socialization of Russian youth in the context of the transformation of their communication strategies.”.

Conflicts of interest. The authors declare no conflicts of interest.

For citation: Kazantsev, D.A., & Kachusov, D.A. (2025). “Territory of no politics”: The role of entertainment content in the political socialization of Russian youth by the example of Steam and YouTube. *RUDN Journal of Political Science*, 27(2), 301–314. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2025-27-2-301-314>

Введение

Социализация — один из ключевых процессов развития личности, обеспечивающий ее полноценную и всестороннюю интеграцию в общество. Молодые люди сегодня включены в виртуальную среду практически с момента рождения (так называемые «цифровые аборигены»), в ней они «проживают» значительную часть своей жизни, получая опыт коммуникации, межличностного взаимодействия и трудовой деятельности. Р. Брубейкер охарактеризовал это термином «гиперподключенность» — состояние, при котором с помощью цифровых систем все подключены ко всем и всему, везде и постоянно [Brubaker 2023]. Данный феномен влияет на формирование субъектности социальных акторов, в том числе меняется структура агентов социализации, их значение и интенсивность воздействия.

Исследование процессов социализации в условиях цифровой среды привело к появлению понятия «киберсоциализация», которое отражает влияние онлайн-пространства на формирование индивида [Плешаков 2016; Брутова, Буторина, Малыгина 2022; Афанасьева, Андросова, Афанасьев 2020]. Подобный процесс затрагивает и политическую сферу: наряду с традиционными акторами социализации (семья, школа, СМИ и др.) все большую значимость приобретают цифровые платформы, дополняя, но не вытесняя их [Асеева, Киреева 2022]. Например, постоянное использование молодежью социальных сетей и видеохостингов повлекло то, что блогеры и видеоблогеры стали рассматриваться как новые агенты социализации [Касама, Сорокина, Шилина 2021].

Развитие алгоритмов подбора информации и искусственного интеллекта приводит к внедрению в жизнь новых форматов коммуникации — для обмена информацией другой индивид может быть уже не нужен, в связи с чем М. Маклюэн отмечает, что технические средства коммуникации трансформируют социокультурную динамику, создавая универсальную среду формирования личности и обеспечивая ей новые горизонты познания [Маклюэн 2018]. Само же медиапространство изменяется в сторону многообразия и динамизма — оно является «множеством совокупных площадок, в которых вращаются идеи и смыслы — частично как хаотичная система ценностной информации, но в то же время свободная от монополии на производство общественно значимых значений» [Гигаури, Тузова 2021: 55].

Исследователи проявляют значительный интерес к вопросу о том, как вовлеченность молодежи в виртуальную развлекательную среду влияет на их политическое поведение. В отличие от традиционных медиа цифровое пространство предоставляет пользователю не только роль потребителя, но и активного участника. Видеоигры усиливают данный эффект, предлагая не просто медиапродукт,

но интерактивный опыт, требующий высокой степени вовлеченности. Они позволяют моделировать абстрактные ситуации, требуют принятия неоднозначных решений и побуждают к размышлениям над этическими вопросами, что способствует критическому осмыслению затронутых тем или более глубокому погружению в контекст игрового мира [Shaw, Sharp 2013; Newbery-Jones 2015].

В силу этого многие исследователи отмечают положительную связь между игровыми практиками и политической социализацией, что «способствует расширению опыта личного участия детей в решении „взрослых“ социально-политических задач, а также обуславливает появление новых значимых других, что в традиционной системе политической социализации характерно только для вторичной социализации» [Асеева, Асеев 2024: 161]. Более того, зачастую видеоигры расценивают как эффективное средство внедрения ценностно-мировоззренческих установок, в связи чем они могут быть использованы субъектами политики напрямую, как инструменты привития потребителям своих политических или идеологических нарративов и навязывания определенных моделей поведения [Schulzke 2014]. Даже коммерческие игровые проекты нередко характеризуются исследователями и пользователями как политически ангажированные [Белов, Кретьова 2020].

Таким образом, развлекательные платформы в современном цифровом мире — от видеохостингов до онлайн-игр — обладают значительным потенциалом влияния на социализацию, однако в научной литературе по-прежнему не дается однозначного ответа о степени и характере связи между включенностью молодежи в цифровые виды деятельности и их вовлечением в политику. В настоящей статье предлагается комплексный анализ роли медиаконтента в политической социализации, основанный на синтезе результатов эмпирических исследований молодежи с большими данными, полученными от онлайн-платформ Steam и YouTube.

Учитывая сложность, внутреннее многообразие и противоречивость современных социумов теоретической основой исследования выступили идеи З. Баумана, высказанные им в трудах «Текущая современность» и «Индивидуализированное общество». Бауман указывает на особенности социализации человека в современном мире: отказ от принятия на себя уже готовых идентичностей, предоставляемых традиционными институтами (церковь, государство), неопределенность как норму жизни и наличие «цифровой самоидентификации» в виртуальной сфере [Бауман 2005].

Методы

В исследовании применялись массовый опрос, проведенный среди учащейся молодежи четырех регионов Российской Федерации (Алтайского края, Томской области, Новосибирской области и Республики Алтай), нейросетевой анализ медиаплатформ Steam и YouTube, а также контент-анализ. Опрос позволил зафиксировать установки, опыт и мнения молодых людей относительно восприятия политики в развлекательной сфере. В свою очередь, нейросетевой анализ

пользовательского контента выявил декларируемые в публичном пространстве паттерны обсуждения политики в игровых и видеодискурсах.

Объем выборки в анкетировании составил **1257 человек**, отобранных квотным методом с контролем пола, возраста и места проживания. Анкета включала в себя блоки, посвященные интересам и ценностям молодежи, опыту потребления развлекательного контента (видеоигр, онлайн-видео) и вопросам, выявляющим их отношение к политике. Собранные данные обработаны в программном пакете SPSS.

В рамках нейросетевого анализа в Google-таблицу¹ были собраны текстовые комментарии и отзывы на русском языке, оставленные пользователями YouTube и Steam под популярными видеоматериалами и видеоиграми. Для Steam рассматривались, главным образом, обсуждения и обзоры к компьютерным играм, содержащие социально-политический контекст. На YouTube анализировались комментарии к видеороликам популярных блогеров или каналов (включая летсплеи, юмористические и lifestyle-видео), в которых могли проявляться политические идеи или дискуссии. Данные получены с помощью инструмента Google-тренды, автоматическим парсером на базе Python 3² через публичные API YouTube и Steam-методом ключевых слов [Wang, Zhang 2017]; в общей сложности было отобрано более 40 тысяч комментариев и обзоров. Обработка текстовой информации осуществлялась методами компьютерной лингвистики. В частности, для машинной классификации и тематической кластеризации комментариев применялась предобученная языковая модель на архитектуре ru-BERT³ [Devlin et al. 2019]. По результатам нейросетевого анализа выделен ряд крупных тематических кластеров (названных авторами «мегапеременные») — групп суждений респондентов, схожих по содержанию, отражающих ключевые темы и смыслы относительно политики. В целях устранения избыточного шума анализ ru-BERT был дополнен качественным прочтением (контент-анализом) экспертами типичных комментариев в каждой выделенной тематической категории. Классификация отзывов потребителей контента по возрастам выполнена с использованием ChatGPT-4o под контролем филологов и лингвистов. Учтены статистические данные распределения молодежи в YouTube и Steam от Brand Analytics, Mediascope и DIGITAL 2025: GLOBAL OVERVIEW REPORT⁴. В конечном счете в выборочную совокупность вошло чуть более 33 % отзывов и комментариев, написанных авторами до 30 лет [подробнее о методике см.: Шашкова, Казанцев, Качусов 2024: 127–131].

¹ Таблица с данными в Google-Sheets. URL: <https://clck.ru/3Vu6aq> (дата обращения: 20.02.2025).

² Репозиторий сборщика на GITHUB. URL: <https://github.com/railswarm/xksl> (дата обращения: 20.02.2025).

³ Репозиторий BERT-модели на GITHUB. URL: https://github.com/zlatatikhomirova/analysis_of_political_comments (дата обращения: 20.02.2025).

⁴ Kemp S. Digital 2024 Global Overview Report. 05 February 2025, 2025. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report> (accessed: 20.02.2025).

«Слепая зона»: особенности политической социализации молодежи в развлекательных медиа

Основные ресурсы, из которых молодежь узнает о политике, — социальные сети и мессенджеры: 20 % назвали Telegram главным источником новостей, на втором месте «ВКонтакте» (15 %), за ними следуют YouTube (13 %) и TikTok (10 %). Одновременно с этим молодежь склонна разделять «серьезную» политическую сферу и «легкий» досуговый контент. Для большинства опрошенных игры и онлайн-видео выполняют эскапистскую функцию — способ отдохнуть и отвлечься от актуальных проблем. Согласно полученным данным, 56 % опрошенных заявили, что не сталкивались с ситуацией, когда политическая составляющая медиапродуктов мешала бы наслаждаться ими. 90 % человек признались, что выбор игр или фильмов не зависит от их политических взглядов и ценностей. Для молодых россиян политика в кино, играх или фильмах остается в «слепой зоне» — они либо не видят политических мотивов (даже если создатели в них закладывали политически идеи), либо не придают им значения. Разумеется, существует небольшой сегмент аудитории, которому свойственна обратная тенденция — для них политика важна даже в развлекательном контенте. Так, 1,5 % респондентов покидали игру из-за ее политизированности или из-за того, что ее содержание противоречило их политическим взглядам. Ещё около 5–6 % в выборке отметили, что их потребительские предпочтения обусловлены наличием или, наоборот, отсутствием политического подтекста в играх и видео (например, они по идеологическим причинам выбирают или избегают определенные каналы на YouTube). Подобные показатели позволяют выделить «активное ядро» — 6–10 % политически ангажированных потребителей развлекательного контента. Они не только распознают политический подтекст, но и настолько придают ему значение, что меняют под его действием свое политическое поведение (например, отказываются от продукта).

Оставшиеся же 90 % человек образуют своеобразную «периферию». Для них развлечения и политика существуют отдельно, они либо не различают политических сигналов в играх/видео, либо сознательно избегают всего политического, считая свой досуг «зоной без политики». Ответы участников опроса показывают, что они не обсуждают политические вопросы в играх или фильмах и не обращаются к друзьям и родителям за оценкой политических событий, также 81 % не пишет или не читает политизированные обзоры или комментарии к играм и сериалам. В опросе многие из них заявляли, что смотрят YouTube исключительно ради развлечения (75 %), чтобы «получить новую информацию» (56 %), «снять стресс» (54 %), «научиться чему-то новому» (44 %) или «разобраться в теме» (37 %), выбирая популярный контент с увлекательным сюжетом, интересной подачей информации, и лишь 16,8 % респондентов смотрят и слушают новостные и политические YouTube-каналы. В то же время 64–65 % опрошенных не предпринимают «никаких действий» на медиаплощадке (не лайкают, не комментируют, не делают репостов).

При упоминании медийных персон оказалось, что развлекательные и познавательные блогеры по популярности кратно превосходят блогеров политических:

летсплеер Куплинов Play (10%), Дима Масленников (5%) и др. против 1% у М. Каца и А. Навального, тенденция сохраняется и для менее популярных вариантов ответа. Тем не менее на вопрос «Какие ценности и навыки формирует видеоконтент на Youtube?» респонденты назвали критическое мышление (46%), умение принимать решения (39%), толерантность (30%), интерес к политике (22%), признавая за видеохостингом некоторый социализирующий потенциал.

Схожим образом воспринимается молодыми людьми индустрия геймдева (GameDev). Основные причины увлечения видеоиграми кроются в получении удовольствия (72,6%), соревновательном интересе (17,5%), приобретении новых знаний (17,2%), а не в интересе к политике (6%). Ни один из жанров или конкретных игр, перечисленных участниками опроса как любимые, не был упомянут из-за их политической тематики — на первый план выходили сюжет и лор (54,3%), герои и персонажи (23,8%), атрибуты и символы (20,1%), графика (19,6%) и т.д.

Вместе с тем полученные данные показали, что игровой опыт у многих молодых людей весьма богат, теоретически формируя почву для косвенной политической социализации. Более половины опрошенных хотя бы изредка играют в видеоигры: регулярно (ежедневно или почти ежедневно) играют около 20% человек, «несколько раз в неделю» — 22,9%. Средняя продолжительность одного игрового эпизода составляет около 2 ч и обычно находится в пределах 1–5 ч. Несмотря на то, что часть молодежи проводит в виртуальных игровых мирах несколько часов еженедельно, — это достаточное время, чтобы усвоить определенные политические нарративы и модели поведения, заложенные в контент. При этом семейное окружение, как выяснилось, обычно не вмешивается в данный процесс. Респонденты отвечают, что «*семья все равно на мои игры, это не обсуждается*» (40,2%). Родители либо довольны тем, что ребенок «занят делом» и не мешает им, либо просто не придают игровым увлечениям ребенка особого смысла.

Вместе с тем в тех же игровых сообществах политические проблемы и события, как правило, либо не поднимаются вовсе, либо намеренно избегаются участниками, так ответили 67,8% опрошенных. Подобные сюжеты воспринимаются как неуместные и даже табуированные, что формирует своеобразный эффект «моветона» — негласного запрета на политическую дискуссию. Как правило, игроки предпочитают сосредоточиваться на внутриигровом взаимодействии, развлечении и тактических аспектах геймплея, а любые попытки затронуть политику могут вызвать либо равнодушие, либо негативную реакцию. Исключения редки и связаны с тем, что политическая тематика напрямую переплетается с игрой или ее сюжетом. По этой причине лишь 3% геймеров вступают в словесные баталии с со-игроками, чаще всего, беседуя об актуальных событиях в России (1%) или специальной военной операции на Украине (2%; далее — СВО).

В целом по результатам опроса, часть из которых за неимением места в статье упущены из вида, большинство учащейся молодежи можно определить как прагматично-отстраненное по отношению к политике (около 80%). Молодое

поколение предпочитает мягкие формы самовыражения, избегает прямой конфронтации и радикализма, ценит личную автономию и комфорт. При этом оно не отвергает государство и его институты полностью — скорее придерживается лояльности по инерции или из уважения к традициям (например, высокая символическая поддержка президента и армии в опросе). Такая лояльность носит во многом поверхностный характер, она не подкреплена активным участием или глубокой вовлеченностью в политическую жизнь. Молодежь дистанцируется от «большой политики» — как идеологически (не поддерживает ни ярко выраженный государственный патриотизм, ни активный оппозиционный дискурс), так и практически (не участвует в политических движениях, не дискутирует о политике в повседневной жизни). Вместо этого наблюдается уход в индивидуальное пространство, в собственные проекты, образование, карьеру, развлечения. Цифровая среда этому способствует, предоставляя персонализированные рекомендации, узкие сообщества по интересам, закрытые чаты — все, что создает эффект своеобразного «пузыря комфорта» или эхо-камеры.

Из всего сказанного следует предположить, что видеоигры и ролики могут выступать самостоятельным агентом социализации для молодежи, действуя относительно автономно и скрыто от других акторов. Хотя большинство молодых людей целенаправленно не ищет в Steam и YouTube политических нарративов и символов, последние имеют способность усваиваться латентно — через образы войны, врага, государства, особенно если они еще и заложены производителями медиа.

Дискурс политически ангажированной молодежи через призму нейросетевого анализа Steam и YouTube

Вместе с тем даже среди активного меньшинства степень осознания политических нарративов варьируется, одни пользователи воспринимают заложенные в контенте идеи на уровне образов и настроений, другие осмысленно вовлекаются в их обсуждение, транслируя собственные взгляды из эхо-камер. Данная особенность «ядра» — его склонность к интерпретации и полемике политических повесток — позволяет выделить ключевые темы, в которых концентрируются общественно-политические дискуссии в цифровой среде. Нейросетевой анализ и контент-анализ комментариев на YouTube и обзоров в Steam показали, что такие прения формируются вокруг нескольких крупных направлений (мегапеременных): «Война и мир», «Патриотизм», многочисленные «Запросы на...», «Реальность виртуального» и др. (всего 34 категории)⁵. Характер и глубина их политической идентичности значительно различаются между сообществом геймеров (Steam) и аудиторией видеохостинга (YouTube), свидетельствуя о платформенной специфике в политической социализации молодежи. За неимением места укажем лишь некоторые из них.

⁵ Таблица с данными в Google-Sheets. Вкладка «Youtube». Вкладка Steam. URL: <https://clck.ru/3Вибаq> (дата обращения: 20.02.2025).

Так, вокруг категории «**Война и мир**» сформировался один из самых больших по числу высказываний кластеров. Комментарии, связанные с боевыми действиями, появлялись как в обзорах игр военной тематики в Steam, так и под видео YouTube, где авторы и зрители проводят параллели с реальными политическими конфликтами. ru-BERT показывает, что в Steam оценка молодыми людьми феномена войны носит более философский и историко-моральный характер, в то время как на YouTube — преимущественно актуально-политический и эмоциональный. Респонденты в Steam говорят о войне в категориях добра и зла, жизни и смерти, человечности, она осмысливается ими абстрактно, с точки зрения истории или этики, фиксируются ее ужасы, моральные дилеммы, ценность мира. Следует отметить, что, в Steam отчетливо проявляется размежевание аудитории на милитаристов и антимилитаристов, благодаря чему одни игроки оправдывают необходимость военных действий (чаще ссылаясь на исторические примеры справедливых войн или СВО), другие занимают строго пацифистскую позицию. Иная картина наблюдается на YouTube, где проблема войны оказалась напрямую связанной с текущей политической повесткой, прежде всего с СВО. Комментарии зрителей под видеороликами носят характер либо критики, либо поддержки российского правительства, патриотических призывов, споров о справедливости текущей геополитической ситуации.

С дискурсом войны тесно связана другая мегатема — «**Свой vs. Чужой**», в которой наблюдаются существенные различия между платформами. Так, в Steam обсуждение национальных вопросов чаще носит историко-игровой характер. В отзывах геймеров имеются отсылки к истории (например, сравнения противников в игре с нацистами или, наоборот, восхищение исторической достоверностью образов). Однако прямых проекций на современность недостаточно, если и возникали жаркие споры, то скорее о том, насколько верно представлена та или иная сторона в игре, или о том, учит ли игра патриотизму. Часть комментаторов требуют «исторической справедливости» — более правдивого отображения вклада СССР в победу над нацизмом, осуждения нацизма и пр., другие, в свою очередь, замечали, что игры всего лишь игры, а не учебник истории. На YouTube национально-патриотическая тема стала центральным пунктом в разногласиях по поводу СВО, разделив аудиторию на полюса. Практически любой разговор о «наших» и «чужих» неизбежно скатывается к обсуждению текущего конфликта, к примеру американцы и украинцы выступают как однозначные враги России.

Еще один корпус сообщений, выявленный ru-BERT, посвящен **отношению людей к власти**, элитам и собственному народу, и поскольку он тесно сопряжен с запросом на справедливость, различия между платформами тут тоже хорошо заметны. Большое число политизированных высказываний на YouTube направлено против действующей власти, пользователей возмущают неправда, лицемерие и трусость чиновников, ощущается сильное разочарование в государстве. Многие пишут о «лжи телевидения», о «предательстве интересов народа», употреблялись и оскорбительные прозвища в адрес политиков. Лейтмотив — требование справедливости, люди хотят от власти правды и принятия ответственности.

Помимо перечисленных поднимались и другие пересекающиеся темы (такие как «**политическая ирония**» как особый стиль коммуникации, «**образ будущего**» и связанные с ним ожидания, «**клюква**» и др., всего 34 категории). В частности, молодое поколение очень часто использует иронию и мем-культуру, даже говоря о серьезных или драматических политических вопросах. Что касается «образа будущего», то в игровых сообществах будущее предстает как поле эксперимента — альтернативные сценарии развития, фантастические миры, которые позволяют мечтать или моделировать желаемое общество; на видеоплатформах же обсуждение будущего часто сразу принимает политический окрас — идет спор об ожидаемых переменах, составляются прогнозы о том, что будет со страной, причем будущее нередко описывается через утопии или антиутопии, отражая надежды или страхи комментаторов.

Обобщая результаты нейросетевого анализа и контент-анализа, можно отметить, что Steam (игровое пространство) и YouTube (видеоконтент) формируют два разных вектора неформальной политической социализации молодежи. Steam — среда преимущественно косвенной, рефлексивной социализации. Политические темы проникают сюда через геймплей, сюжет, исторический антураж игр и отражаются в эхо-камерах респондентов. Обсуждение носит условно отвлеченный характер, и даже острые вопросы (война, идеология) осмысливаются через призму игрового опыта. YouTube, напротив, — площадка прямой и эмоциональной политической социализации. Здесь развлекательный контент легко перетекает в политические дискуссии, часто поляризованные. Молодежная аудитория на YouTube менее сдержанна, она открыто выражает недовольство или поддержку по какому-либо вопросу, объединяется по идеологическому принципу («свои против чужих»), говорит о реальных политиках, войне, социальных проблемах. YouTube-дискурс гораздо более размежеванный и идеологически насыщенный. Если Steam — условно говоря, «**учебная лаборатория**» политической социализации, где все происходит под прикрытием игры, то YouTube — **арена**, на которой разные идеологические течения борются за умы молодежи с использованием элементов поп-культуры.

Выводы

Место развлекательного контента в политической социализации российской молодежи неоднозначно. С одной стороны, видеоигры и ролики на YouTube действительно выступают каналом политической коммуникации и социализации, — хотя и не всегда явных, «упакованных» в форму игры, иронии или декларации. С другой стороны, такое медиавоздействие сильно зависит от готовности людей воспринимать и усваивать политические идеи и ценности, что ведет молодежь к сегментации на политически ангажированное «ядро» и молчаливую «периферию», где «ядро» представляет собой относительно небольшой процент (около 5–10 %) чутких к политике молодых людей,

которые даже в развлекательном контенте находят отражение собственной политической идентичности. Для подавляющего большинства, «периферии», контент остается «вне политики». Они либо вовсе не замечают политического подтекста, либо осознанно избегают его, используя развлечения как досуг или способ ухода от повседневных проблем.

Цифровая среда воспитывает у молодежи, с одной стороны, привычку пребывать в комфортных нишах, а с другой — сталкивает их с резкими полярными мнениями, когда дело доходит до публичных площадок вроде YouTube. Все это может приводить к фрагментации общего поля общественной дискуссии для молодого поколения, в нем нет единого нарратива, а есть множество отдельных сообществ и групп влияния. Политическая социализация происходит не в рамках общенационального диалога, а внутри «эхо-камер» в форме игровых форумов, тематических каналов, комментариев под конкретными блогерами. В каждой такой лакуне могут складываться свои микроконсенсусы (например, на одном канале все комментаторы настроены патриотично, на другом — оппозиционно), и молодежь невольно усваивает позицию той «тусовки», к которой принадлежит. Подобное обстоятельство может вести к усилению разнонаправленных тенденций — от роста ультрапатриотических убеждений у одних до укоренения либертарианских или левых идей у других, при очень слабом взаимодействии между ними.

Семья, школа, традиционные СМИ долго считались главными акторами политической социализации молодежи, игнорируя неформальные и стихийные каналы передачи политических идей и ценностей. В действительности, как показывает проведенное исследование, развлекательный контент играет роль особого, гибридного агента политической социализации. Он может не навязывать политические нормы прямо, как школа или семья, но обладает способностью создавать среду, где политические идеи циркулируют под видом обыденной коммуникации или досуга.

Ключевая тенденция, выявленная исследованием, — **индивидуализация опыта**, так как одни и те же игры и видеоролики способны совершенно по-разному социализировать разных молодых людей. В результате среди них формируются параллельные группы — сравнительно малочисленная политически ангажированная молодежь и широкая аполитичная масса, использующая медиа для развлечения.

Перспективы дальнейших исследований видятся в более детальном изучении механизмов перехода респондентов из периферии в ядро и наоборот, особенно той части молодежи, что колеблется, проявляя некоторый интерес к политическим темам в развлекательном контенте. Подчеркнем, развлекательные медиаматериалы — не только досуг, но скрытый проводник политических идей, значимый для формирования сознания цифрового поколения. Его влияние сложно однозначно оценить как добро или зло; во многом оно **нейтрально, определяясь тем, кто, как и с каким бэкгранудом им пользуется**. Поэтому если перед обществом и государством стоит цель более эффективно социализировать молодое поколение или, напротив, понять его потенциал к самостоятельной

политической субъектности, необходимо внимательно изучать медиаиндустрию, интернет-дискурс и субкультуры. Именно там, в непринужденной обстановке, могут закладываться основы гражданских убеждений, которые внезапно проявятся завтра в трендах массового сознания и поведения.

Поступила в редакцию / Received: 04.12.2024

Доработана после рецензирования / Revised: 27.01.2025

Принята к публикации / Accepted: 01.03.2025

Библиографический список

- Асеева Т.А., Асеев С.Ю.* Недетские игры в песочнице: роль игрового контента в политической социализации школьников // *Политическая наука*. 2024. №4. С. 146–167. <https://doi.org/10.31249/poln/2024.04.06> EDN: DMHUNR
- Асеева Т.А., Киреева О.С.* Новые vs традиционные агенты политической социализации в условиях digital-коммуникации молодежи регионов РФ // *Каспийский регион: политика, экономика, культура*. 2022. №2 (71). С. 57–64. https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_57. EDN: GVAELM
- Афанасьева Л.И., Андросова М.И., Афанасьев Н.А.* К вопросу о киберсоциализации современных подростков // *Международный научно-исследовательский журнал*. 2020. №12 (102). С. 6–8. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.102.12.112>. EDN: QONIOG
- Бауман З.* Индивидуализированное общество / пер. с англ. В.Л. Иноземцева. Москва : Логос, 2005. 390 с.
- Белов С.И., Кретова А.А.* Компьютерные игры как ресурс реализации политики памяти: практический опыт и скрытые возможности (на материалах позиционирования событий Великой Отечественной войны) // *Вестник Государственного университета просвещения. Серия: История и политические науки*. 2020. №1. С. 54–63. <https://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-54-63>. EDN: TZYAGE
- Брутова М.А., Буторина А.Н., Малыхина Е.В.* Проблемы киберсоциализации в современном цифровом пространстве // *Проблемы современного педагогического образования*. 2022. №74–1. С. 46–48. EDN: UKHKYM
- Гигаури Д.И., Тузова П.П.* Виртуальная идентичность в социальных сетях и видеоблогах: обзор политического контента в TikTok // *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*. 2021. №6. С. 48–69. EDN: RMVCNB
- Касамара В.А., Сорокина А.А., Шилина А.Н.* YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников // *Вестник Московского Университета. Серия 12. Политические науки*. 2021. №3. С. 7–21. EDN: OTRLQK
- Маклюэн М.Г.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва : Кучково поле, 2018. 464 с.
- Плешаков В.А.* О психопластике киберсоциализации человека // *Преподаватель XXI век*. 2016. №2. С. 71–78. EDN: VZXQNL
- Шашкова Я.Ю., Казанцев Д.А., Качусов Д.А.* Восприятие войны и мира молодыми российскими геймерами на фоне СВО // *Политическая наука*. 2024. №4. С. 121–145. <https://doi.org/10.31249/poln/2024.04.05>. EDN: TGAKHK
- Brubaker R.* Hyperconnectivity and its discontents. NJ : Polity, 2023. 264 p.
- Devlin J., Chang M., Lee K., Toutanova K.* Bert: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding // *North American Chapter of the Association for Computational Linguistics*. 2019, arXiv preprint arXiv:1810.04805.

- Newbery-Jones C.J. Answering the call of duty: the phenomenology of justice in twenty-first-century video games // *Law and Humanities*. 2015. Vol. 9, no. 1. P. 78–102. <https://doi.org/10.1080/17521483.2015.1042218>.
- Schulzke M. Serving in the virtual army: military games and the civil-military divide // *Journal of applied security research*. 2013. Vol. 8, no. 2. P. 246–261. <https://doi.org/10.1080/19361610.2013.765342>.
- Shaw I.G.R., Sharp J.P. Playing with the future: social irrealism and the politics of aesthetics // *Social & Cultural Geography*. 2013. No. 14 (3). P. 341–359. <https://doi.org/10.1080/14649365.2013.765027>.
- Wang Y., Zhang J. Keyword extraction from online product reviews based on bi-directional LSTM recurrent neural network // *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*. 2017. P. 2241–2245. <https://doi.org/10.1109/ieem.2017.8290290>.

References

- Aseeva, T.A., & Aseev, S.Yu. (2024). Non-childish sandbox games: The role of game content in the political socialization of schoolchildren. *Political science (RU)*, (4), 146–167. <https://doi.org/10.31249/poln/2024.04.06> EDN: DMHUHR
- Aseeva, T.A., & Kireeva, O.S. (2022). New vs traditional agents of political socialization of youth of the regions of the Russian Federation in digital communication environment. *The Caspian Region: Politics, Economics, Culture*, (2), 57–64. (In Russian) https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_57 EDN: GVAELM
- Afanasieva, L.I., Androsova, M.I., & Afanasiev, N.A. (2020). On the issue of cybersocialization of adolescents. *International research journal*, (12), 6–8. (In Russian) <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.102.12.112> EDN: QONIOG
- Bauman, Z. (2005). *The Individualized Society*. Moscow: Logos. (In Russian)
- Belov, S., & Kretova, A. (2020). Computer games as a resource of the politics of memory: Practical experience and hidden opportunities (based on games representing World War II events). *Bulletin of the State University of Education. Series: History and Political Sciences*, (1), 54–63. (In Russian) <https://doi.org/10.18384/2310-676X-2020-1-54-63> EDN: TZYAGE
- Brubaker, R. (2023). *Hyperconnectivity and its discontents*. NJ: Polity.
- Brutova, M.A., Butorina, A.N., & Malyhina, E.V. (2022). The problems of cybersocialization in the modern digital space. *Problems of modern pedagogical education*, (74–1), 46–48. (In Russian) EDN: UKHKYM
- Devlin J., Chang M., Lee K., & Toutanova K. (2019). Bert: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *North American Chapter of the Association for Computational Linguistics*, arXiv preprint arXiv:1810.04805.
- Gigauri, D.I., & Tuzova, P.R. (2021). Virtual identity in the modern media space of Russian politics: a survey on political contents on TikTok. *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, (6), 48–69. (In Russian) EDN: RMVCNB
- Kasamara, V.A., Sorokina, A.A., & Shilina, A.N. (2021). Youtube bloggers as agents of political socialization of Russian pupils. *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, (3), 7–21. (In Russian) EDN: OTRLQK
- McLuhan, M. (2018). *Understanding media: External extensions of man*. Moscow: Kuchkovo pole. (In Russian)
- Newbery-Jones, C.J. (2015). Answering the call of duty: The phenomenology of justice in twenty-first-century video games. *Law and Humanities*, 9(1), 78–102. <https://doi.org/10.1080/17521483.2015.1042218>

- Pleshakov, V.A. (2016). About psychoplasticity of cybersocialization of the person. *Prepodavatel XXI vek*, (2), 71–78. (In Russian) EDN: VZXQNL
- Shashkova, Ya.Yu., Kazantsev, D.A., & Kachusov, D.A. (2024). Perception of war and peace among young Russian gamers in the context of the special military operation (SMO). *Political science (RU)*, (4), 121–145. (In Russian) <http://www.doi.org/10.31249/poln/2024.04.05>. EDN: TGAKHK
- Schulzke M. (2013) Serving in the virtual army: military games and the civil-military divide. *Journal of applied security research*, 8(2), 246–261. <https://doi.org/10.1080/19361610.2013.765342>.
- Shaw, I.G.R., & Sharp, J.P. (2013). Playing with the future: social irrealism and the politics of aesthetics. *Social & Cultural Geography*, 14(3), 341–359. <https://doi.org/10.1080/14649365.2013.765027>.
- Wang, Y., & Zhang, J. (2017). Keyword extraction from online product reviews based on bi-directional LSTM recurrent neural network. *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*, 2241–2245. <https://doi.org/10.1109/ieem.2017.8290290>.

Сведения об авторах:

Казанцев Дмитрий Анатольевич — старший преподаватель кафедры философии и политологии, Алтайский государственный университет (АлтГУ) (e-mail: dimkazanchev@mail.ru) (ORCID: 0000-0001-7287-6413)

Качусов Дмитрий Анатольевич — кандидат политических наук, доцент кафедры философии и политологии, Алтайский государственный университет (АлтГУ) (e-mail: dmitrij.kachusov@mail.ru) (ORCID: 0000-0002-8143-6214)

About the authors:

Dmitry A. Kazantsev — Senior Lecturer, Department of Philosophy and Political Science, Altai State University (e-mail: dimkazanchev@mail.ru) (ORCID: 0000-0001-7287-6413)

Dmitry A. Kachusov — PhD in Political Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy and Political Science, Altai State University (e-mail: dmitrij.kachusov@mail.ru) (ORCID: 0000-0002-8143-6214)