

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2026.47.99.003

Официальные и неофициальные цифровые сообщества российских вузов как агенты политической социализации студенческой молодёжи

Путильцев Данил Сергеевич

Аспирант,
Российский государственный гуманитарный университет,
125047, Российская Федерация, Москва, Миусская площадь, 6;
e-mail: putiltsev.ds@rggu.ru

Аннотация

В статье сопоставляются официальные и неофициальные цифровые сообщества российских вузов как различные каналы политической социализации студенческой молодёжи. Эмпирическую базу составили 67 331 тематическая публикация 5 503 сообществ 813 вузов в социальной сети «ВКонтакте» за сентябрь 2022 – июнь 2024 года. Установлено, что неофициальные сообщества характеризуются более высокой вовлечённостью аудитории: медианный ER составляет 3,28 % против 2,00 % в официальных сообществах. В 271 из 325 вузов, где представлены оба типа сообществ, средний ER неофициального сегмента выше. Одновременно его символическая повестка сильнее концентрируется на общероссийском уровне и слабее использует университетские сюжеты. Сделан вывод, что горизонтализация цифровой коммуникации повышает интенсивность отклика, но сама по себе не обеспечивает локализацию идентификационного содержания. Для политической социализации значимо согласование институционального содержания с горизонтальными форматами его присвоения студенческой аудиторией.

Для цитирования в научных исследованиях

Путильцев Д.С. Официальные и неофициальные цифровые сообщества российских вузов как агенты политической социализации студенческой молодёжи // Теории и проблемы политических исследований. 2026. Том 15. № 6А. С. 10-19. DOI: 10.34670/AR.2026.47.99.003

Ключевые слова

Политическая социализация; студенческая молодёжь; цифровые сообщества; высшая школа; социальные медиа; гражданская идентичность.

Введение

Цифровая среда стала устойчивой частью университетской повседневности. Через сообщества вузов студенты получают информацию об учебной и внеучебной жизни, реагируют на символическое содержание, обсуждают события и воспроизводят значимые для университетского сообщества сюжеты. Для политической социализации это обстоятельство существенно по двум причинам. Во-первых, вуз выступает не только образовательной организацией, но и институтом, в котором продолжается усвоение политически значимых норм, ценностей и моделей самоотнесения. Во-вторых, цифровая коммуникация размывает границу между институционально организованным воздействием и горизонтальным взаимодействием студентов: рядом с официальными каналами существуют сообщества, не имеющие официального статуса, но включённые в ту же информационную экосистему.

Классические модели политической социализации сосредоточены на институтах и агентах воспроизводства политически значимых норм [Шестопад, 2022; Easton, Dennis, 1969]. Применительно к высшей школе исследованы университетская среда, каналы политической коммуникации студенчества и молодёжная политика [Миронова, 2025; Ильинский, 2001; Ростовская, Князькова, 2020]. Цифровая среда усложняет эту схему: рядом с официальным каналом, действующим от имени университета, существуют неофициальные сообщества, где коммуникация организована менее формально и потенциально более горизонтально.

Анализ цифровых следов уже применяется для изучения политических процессов, гражданской активности и формирования идентичности молодёжи [Бродовская, Домбровская, Карзубов, Синяков, 2017; Домбровская, Синяков, 2021; Гигаури, Гуторов, Ширинянц, 2019; Lazer et al., 2009; Salganik, 2018]. Однако официальные и неофициальные сегменты университетской коммуникации редко сопоставляются напрямую. Неясно, означает ли более горизонтальный канал одновременно более высокий отклик и более близкое студенту идентификационное содержание.

Цель статьи – выявить различия официальных и неофициальных цифровых сообществ российских вузов как каналов политической социализации студенческой молодёжи по двум параметрам: структуре символического содержания и интенсивности отклика аудитории. Исследовательский вопрос формулируется следующим образом: сопровождается ли более горизонтальный статус сообщества одновременно ростом вовлечённости и смещением символической повестки к университетскому и региональному уровням, то есть к принадлежностям, непосредственно связанным с повседневным опытом студента?

Исходное предположение состоит из двух частей. Первая предполагает, что неофициальные сообщества, будучи менее формализованным каналом, должны получать более высокий отклик аудитории. Вторая носит проверочный характер: если горизонтальная коммуникация действительно связана с более близким социальным опытом, в ней можно ожидать большей доли университетских и региональных сюжетов. Сопоставление этих двух измерений позволяет не сводить политическую социализацию к показателям вовлечённости и отдельно оценить содержание идентификационного предложения.

Теоретическая рамка: от института к цифровой экосистеме агентов

Политическая социализация понимается в статье как процесс усвоения политически значимых знаний, норм, ценностей и моделей поведения, через который индивид включается в

политическое сообщество. Для студенческой молодёжи университет относится к числу вторичных институтов социализации: он работает с уже сформированными установками, но способен их переосмысливать через образовательную среду, профессиональную идентичность, внеучебную деятельность и коммуникацию [Шестопад, 2022; Easton, Dennis, 1969]. В отличие от семьи или ближайшего окружения университет располагает формализованной инфраструктурой и устойчивыми каналами воздействия, однако это не означает, что вся социализация внутри него носит вертикальный характер.

Различение молодёжи как объекта и субъекта политики [Ильинский, 2001; Ростовская, Князькова, 2020] позволяет описать два режима цифровой коммуникации. Официальное сообщество представляет университет как институционального коммуникатора. Неофициальное не следует автоматически считать автономной студенческой инициативой: исходная классификация не раскрывает степень административного участия. Однако такой статус позволяет рассматривать сегмент как потенциально более горизонтальный канал, где формальная связь сообщения с администрацией слабее.

Политическая социализация предполагает не только передачу, но и присвоение содержания. В групповых взаимодействиях значимы источник нормы и референтная группа [Hogg, Abrams, 1988]. Поэтому более высокий отклик на неофициальный канал может указывать на коммуникативную близость, но не показывает, какие уровни идентификации он актуализирует.

Для анализа содержания используется трёхуровневая логика, разработанная в рамках исследования механизмов укрепления общероссийской гражданской идентичности. Общероссийский уровень включает государственные символы, общенациональные исторические сюжеты и фигуры. Региональный связан с символами субъекта Федерации, региональной памятью и выдающимися земляками. Университетский включает историю вуза, его героев, научные школы, корпоративные атрибуты и представления о престижности образования. Такое разделение опирается на представление о многоуровневости политической идентичности [Семененко, 2017] и позволяет проверить, в какой мере цифровая коммуникация работает не только с общенациональным, но и с ближними для студента принадлежностями.

Символическая политика рассматривает публичную коммуникацию как производство и закрепление способов интерпретации социальной реальности [Малинова, 2012]. Рутинные медийные напоминания способны поддерживать принадлежность к политическому сообществу [Goode, 2020; Billig, 1995], но связь репрезентации и идентичности не является прямой [Slavtcheva-Petkova, 2014]. Поэтому цифровой отклик далее трактуется как характеристика коммуникации, а не как измерение изменения идентичности.

Материалы и методы

Эмпирическую базу составил полный корпус тематического мониторинга цифровых следов сообществ российских вузов в социальной сети «ВКонтакте». Корпус включает 67 331 публикацию 5 503 сообществ 813 вузов из 181 города за период с сентября 2022 по июнь 2024 года. В исходных данных для каждой публикации зафиксированы тематическая категория, подкатегория, тип сообщества, университет, регион, дата, число просмотров, лайков, репостов и комментариев, а также рассчитанный на уровне публикации показатель ER. Тип сообщества использован в том виде, в каком он задан в исходном корпусе: «официальное сообщество» и «неофициальное сообщество». Дополнительных предположений о фактическом владельце или степени административного контроля над конкретным пабликом не вводилось.

В массиве представлены 3 884 официальных и 1 619 неофициальных сообществ. Официальные сообщества обнаружены у 791 вуза, неофициальные – у 347. Для 325 вузов доступны оба типа, что создаёт возможность дополнительного парного сравнения внутри одних и тех же университетов. Ещё 466 вузов представлены только официальными сообществами, 22 – только неофициальными. По объёму публикаций официальный сегмент существенно больше: 56 128 постов против 11 203 в неофициальном.

Таблица 1 – Структура цифрового корпуса по типу сообщества

Показатель	Официальные сообщества	Неофициальные сообщества
Число сообществ	3 884	1 619
Число вузов, где представлен тип	791	347
Число публикаций	56 128	11 203
Лайки	2 359 975	292 513
Репосты	228 558	28 378
Комментарии	58 588	9 254
Просмотры	129 297 265	11 173 067

Источник: расчёты автора по полному массиву тематического мониторинга цифровых следов российских вузов

Девять исходных тематических категорий были перекодированы в три аналитических уровня. К общероссийскому уровню отнесены «Символы Российской Федерации», «Исторические личности», «Атрибуты общероссийской гражданской идентичности» и «Современные герои России»; к университетскому – «Герои вузов», «Атрибуты идентичности вузов» и «Атрибуты престижности образования в вузе»; к региональному – «Атрибуты региональной идентичности» и «Герои регионального уровня». Такая перекодировка необходима, поскольку техническое поле уровня в исходной системе объединяло часть региональных и университетских категорий и не совпадало с трёхуровневой теоретической моделью.

Интенсивность отклика оценивалась по ER публикации. В исходном массиве показатель соответствует отношению суммы лайков, репостов и комментариев к просмотрам, выраженному в процентах. Для описания использованы среднее и медиана ER; медиана особенно важна из-за асимметричного распределения показателя. Различия между независимыми массивами официальных и неофициальных публикаций проверялись критерием Манна – Уитни. Для 325 вузов, где присутствовали оба типа сообществ, дополнительно рассчитаны средние ER по каждому типу внутри вуза и применён критерий знаковых рангов Уилкоксона. Связь между типом сообщества и уровнем символического содержания оценивалась критерием χ^2 Пирсона и коэффициентом V Крамера.

Цифровые следы фиксируют публичное содержание и реакцию на него, но не измеряют изменение политических установок. Неофициальный статус также не доказывает независимость сообщества, а ER зависит от аудитории и типа контента. Поэтому выявленные связи трактуются как различия коммуникативных режимов, а не как причинные эффекты.

Результаты

Неофициальный сегмент меньше по объёму, но обладает самостоятельным институциональным охватом. Первое различие связано с самой конфигурацией университетской цифровой среды. Официальные сообщества охватывают почти весь массив вузов – 791 из 813, тогда как неофициальные зафиксированы у 347. Однако их присутствие

нельзя считать маргинальным: более чем в двух пятых обследованных университетов существует по крайней мере одно неофициальное сообщество, вошедшее в тематический корпус. В 325 вузах оба типа действуют одновременно. Это означает, что для значительной части университетов цифровая коммуникация представляет собой не единый институциональный канал, а экосистему, в которой официальные и неофициальные источники сосуществуют и конкурируют за внимание студентов.

Официальные сообщества составляют 70,6 % пабликов корпуса, но создают 83,4 % публикаций; на неофициальные приходится 29,4 и 16,6 % соответственно. Институциональный канал, таким образом, интенсивнее производит тематический контент, однако объём сам по себе не характеризует отклик аудитории.

Структура символической повестки: горизонтальность не ведёт к локализации содержания. Сопоставление тематической структуры даёт результат, противоречащий простому ожиданию о большей «локальности» неофициальной коммуникации. В обоих сегментах абсолютное большинство публикаций относится к общероссийскому уровню, но в неофициальных сообществах его доля ещё выше – 95,6 % против 92,4 % в официальных. Университетский уровень, напротив, в официальных сообществах представлен почти вдвое чаще: 5,7 % против 3,1 %. Региональный уровень остаётся малым в обоих сегментах – 1,9 и 1,4 % соответственно.

**Таблица 2 – Распределение публикаций
по уровням символического содержания и типам сообществ**

Уровень	Официальные: постов	Официальные: %	Неофициальные: постов	Неофициальные: %
Общероссийский	51 869	92,4	10 708	95,6
Региональный	1 045	1,9	152	1,4
Университетский	3 214	5,7	343	3,1
Всего	56 128	100,0	11 203	100,0

Связь между типом сообщества и уровнем содержания: $\chi^2(2) = 149,00$; $p < 0,001$; V Крамера = 0,047. Эффект статистически значим, но мал по величине

Связь между типом сообщества и уровнем содержания статистически значима, но размер эффекта мал. Общероссийская повестка доминирует в обоих сегментах; важно, что неофициальность сопровождается не усилением, а снижением доли университетского уровня.

Дополнительная проверка на 325 вузах, где присутствуют оба типа сообществ, позволяет уменьшить влияние институциональных различий между университетами. Если сравнивать долю общероссийского содержания внутри каждого вуза, она выше в неофициальном сегменте у 236 университетов и выше в официальном у 62; ещё в 27 случаях доли совпадают. Средняя по вузам доля общероссийского уровня составляет 95,4 % в неофициальных и 92,2 % в официальных сообществах. Для университетского уровня наблюдается противоположная картина: его доля выше в официальном сегменте у 237 вузов и выше в неофициальном только у 51. Таким образом, различие сохраняется и при внутривузовом сравнении.

Неофициальные сообщества сильнее концентрируются на государственных символах: 43,6 % их тематического массива против 37,2 % в официальном. Доля «Героев вузов» в официальном сегменте, напротив, составляет 4,9 % против 2,6 %. Вероятно, институциональный канал лучше сохраняет специфически университетское содержание благодаря доступу к истории вуза, выпускникам и научным школам, тогда как неофициальный легче воспроизводит уже циркулирующие общенациональные сюжеты.

Вовлечённость аудитории: устойчивое преимущество неофициальных сообществ. По показателям отклика картина меняется. Средний ER публикации в неофициальных сообществах составляет 4,02 %, в официальных – 2,50 %. Медианные значения равны соответственно 3,28 и 2,00 %. Различия статистически значимо по критерию Манна – Уитни ($U = 413\,282\,031$; $p < 0,001$); рангово-бисериальная корреляция составляет 0,323, что указывает на содержательно заметное преимущество неофициального сегмента, а не только на эффект большого объёма выборки.

Взвешенный по просмотрам показатель даёт то же направление. На 100 просмотров публикаций неофициальных сообществ приходится в среднем по всему массиву около 2,95 реакции, официальных – 2,05. При этом абсолютное число реакций в официальном сегменте, разумеется, значительно выше из-за почти двенадцатикратного преимущества по просмотрам. Поэтому для сравнения коммуникативной интенсивности принципиальны относительные, а не абсолютные показатели.

Таблица 3 – Вовлечённость аудитории по типу сообщества и уровню символического содержания

Показатель	Официальные сообщества	Неофициальные сообщества
Средний ER, %	2,50	4,02
Медианный ER, %	2,00	3,28
Общероссийский уровень: медианный ER, %	2,00	3,31
Региональный уровень: медианный ER, %	1,83	2,64
Университетский уровень: медианный ER, %	2,12	2,74
Реакции / просмотры по всему массиву, %	2,05	2,95

Различия ER между официальными и неофициальными публикациями значимы в целом и отдельно на каждом из трёх уровней (критерий Манна – Уитни, $p < 0,001$; для регионального уровня $p = 0,00007$)

Особенно важно, что преимущество неофициальных сообществ сохраняется на каждом из трёх уровней содержания. На общероссийском уровне медианный ER составляет 3,31 % против 2,00 %, на региональном – 2,64 % против 1,83 %, на университетском – 2,74 % против 2,12 %. Следовательно, более высокий отклик нельзя объяснить только иной тематической структурой: неофициальный статус связан с большей вовлечённостью и при сопоставимом уровне символического содержания.

Парное сравнение внутри вузов. Наиболее строгую проверку даёт подмассив 325 университетов, где одновременно представлены официальные и неофициальные сообщества. Для каждого такого вуза были рассчитаны средние ER двух сегментов. В 271 университете, то есть в 83,4 % пар, средний ER неофициальных публикаций оказался выше; только в 54 вузах выше показатель официального сегмента. Медиана внутривузовой разницы составляет +1,47 процентного пункта в пользу неофициальных сообществ. Критерий знаковых рангов Уилкоксона подтверждает устойчивость различия ($W = 4\,180$; $p < 0,001$).

Этот результат важен, поскольку частично контролирует различия между университетами по размеру, региону, профилю и общей цифровой активности. Сравниваются не два случайных набора пабликов из разных институциональных сред, а два канала внутри одного и того же вуза. Конечно, он не устраняет различия в размере конкретных аудиторий и алгоритмической видимости публикаций, однако делает маловероятным объяснение общего результата исключительно тем, что неофициальные сообщества сосредоточены в нескольких особенно активных университетах.

Обсуждение

Полученные результаты позволяют предложить более точную модель цифровой агентности в политической социализации студенческой молодёжи. Официальные и неофициальные сообщества различаются не по принципу «сильный» и «слабый» канал, а по сочетанию двух характеристик. Институциональный сегмент обеспечивает больший объём производства и лучше сохраняет университетскую специфику. Неофициальный сегмент обеспечивает более высокий относительный отклик, но не производит автоматически более локальную символическую повестку. Это различие принципиально для оценки социализирующего потенциала цифровой среды.

Более высокий ER неофициальных сообществ согласуется с ролью горизонтальных связей и референтных групп в социализации [Гигаури, Гуторов, Ширинянц, 2019; Hogg, Abrams, 1988]. Однако цифровые данные не раскрывают механизм эффекта: значение могут иметь язык, темы, аудитория и форматы контента. Поэтому речь идёт о коммуникативном преимуществе, а не о доказанном преимуществе в формировании политических установок.

Второй вывод относится к содержанию. Ожидание, что горизонтальный канал будет естественным образом сильнее работать с университетской идентичностью, не подтверждается. Более того, университетские сюжеты в официальных сообществах представлены почти вдвое большей долей. Этот результат показывает, что близость канала и близость содержания – разные характеристики. Горизонтальная коммуникация может быть интенсивной, но при этом воспроизводить ту же общероссийскую повестку, что и институциональные медиа. С точки зрения политической социализации это означает, что перенос содержания в неофициальный канал сам по себе не создаёт перехода к ближним уровням идентификации.

Результат согласуется с исследованиями повседневного национализма [Goode, 2020; Billig, 1995]. Общенациональные символы легко воспроизводятся благодаря календарю и готовым медийным форматам, тогда как университетская героика и история научных школ требуют доступа к институциональной памяти. Поэтому задача состоит не в замене официального канала неофициальным, а в переводе университетского содержания в формы, пригодные для горизонтального воспроизводства.

Практически это ведёт к двухконтурной модели: официальный канал обеспечивает достоверность и университетскую специфику, горизонтальный – язык аудитории и распространение содержания. Между ними нужен не дубляж, а перевод: материалы о выпускниках, научных школах, региональном вкладе и традициях должны становиться ресурсом самостоятельных студенческих форматов.

ER следует рассматривать как диагностический, а не целевой показатель. Высокая вовлечённость может сочетаться с воспроизводством уже доминирующей общероссийской повестки. Поэтому оценка цифровой политической социализации должна одновременно учитывать реакцию аудитории и структуру идентификационного содержания; перспективным дополнением являются анализ языка публикаций и опросы восприятия источника.

Цифровая агентность не совпадает с организационным статусом. Официальное сообщество является институциональным агентом, тогда как неофициальное занимает промежуточное положение: оно включено в университетскую экосистему, но не обязательно представляет самостоятельную студенческую субъектность. Для доказательства последней нужны данные об администраторах, редакционных практиках и участии студентов в производстве контента.

Ограничения исследования

Исследование имеет несколько ограничений. Во-первых, корпус охватывает только публикации, вошедшие в тематический контур символов и героики; выводы не распространяются автоматически на весь цифровой контент вузов. Во-вторых, классификация «официальное / неофициальное» заимствована из исходного массива и не раскрывает институциональную историю каждого сообщества. В-третьих, ER является поведенческой метрикой и не измеряет принятие ценностей или изменение идентичности. В-четвёртых, корпус охватывает одну социальную сеть и период с сентября 2022 по июнь 2024 года. Наконец, наблюдательный дизайн не позволяет установить причинное влияние типа сообщества на вовлечённость. Для дальнейшей проверки необходимы сопоставление языковых характеристик публикаций, данные о составе аудитории и экспериментальные или опросные исследования восприятия одного и того же содержания в разных каналах.

Заключение

Сравнение 5 503 официальных и неофициальных цифровых сообществ 813 российских вузов показывает, что политико-социализирующий потенциал цифровой коммуникации нельзя описать одной шкалой от «институциональной» к «горизонтальной». Два режима обладают разными преимуществами. Официальные сообщества производят основную часть тематического содержания и заметно чаще обращаются к университетскому уровню идентификации. Неофициальные сообщества меньше по объёму, но устойчиво превосходят официальный сегмент по относительной вовлечённости аудитории. Это преимущество сохраняется на общероссийском, региональном и университетском уровнях и подтверждается парным сравнением внутри 325 вузов.

При этом повышение вовлечённости не сопровождается локализацией символической повестки. В неофициальных сообществах доля общероссийского содержания достигает 95,6 %, а доля университетского уровня составляет только 3,1 %. Следовательно, горизонтализация канала повышает интенсивность реакции, но сама по себе не перестраивает структуру идентификационного предложения. Для политической социализации студентов это означает необходимость соединять институциональный ресурс производства смыслов с горизонтальными механизмами их присвоения и воспроизводства.

Практический вывод состоит в том, что цифровая политика вуза должна оцениваться одновременно по содержанию и по характеру коммуникации. Университету недостаточно увеличивать число публикаций или передавать готовые сообщения в студенческие паблики. Более перспективной является организация условий, при которых студенческие сообщества получают доступ к содержательным ресурсам университета – его истории, героям, научным школам, профессиональным и региональным сюжетам – и перерабатывают их в собственные форматы. Именно в таком сочетании институционального и горизонтального контуров цифровая среда может выступать полноценным пространством политической социализации, а студенты – не только аудиторией, но и участниками воспроизводства граждански значимых смыслов.

Библиография

1. Шестопад Е. Б. Политическая психология: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2022. 312 с.
2. Миронова Т. А. Эффективность каналов политической коммуникации российского студенчества: дис. канд. полит. наук: 5.5.2. М., 2025. 201 с.
3. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н., Синяков А. В. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5 (141). С. 79–104.
4. Домбровская А. Ю., Синяков А. В. Потенциал оппозиционности гражданского участия россиян: результаты кластерного анализа // Политическая наука. 2021. № 3. С. 142–160.
5. Гигаури Д. И., Гуторов В. А., Ширинянц А. А. YouTube-блогеры как лидеры общественного мнения молодёжи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2019. № 3 (60). С. 51–58.
6. Ильинский И. М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. М.: Голос, 2001. 696 с.
7. Ростовская Т. К., Князькова Е. А. Молодежная политика в современной России: учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2020. 155 с.
8. Малинова О. Ю. Символическая политика: контуры проблемного поля // Символическая политика: сб. науч. тр. / РАН, ИНИОН; отв. ред. О. Ю. Малинова. М., 2012. Вып. 1: Конструирование представлений о прошлом как властный ресурс. С. 5–16.
9. Семененко И. С. Политическая идентичность в контексте политики идентичности // Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / отв. ред. И. С. Семененко. М.: Весь Мир, 2017.
10. Easton D., Dennis J. Children in the Political System: Origins of Political Legitimacy. New York: McGraw-Hill, 1969. 440 p.
11. Hogg M. A., Abrams D. Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes. London: Routledge, 1988. 288 p.
12. Lazer D., Pentland A., Adamic L. et al. Computational Social Science // Science. 2009. Vol. 323, № 5915. P. 721–723.
13. Salganik M. J. Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton: Princeton University Press, 2018. 448 p.
14. Goode J. P. Everyday Nationalism in World Politics: Agents, Contexts, and Scale // Nationalities Papers. 2020. Vol. 48, № 6. P. 974–982.
15. Slavtcheva-Petkova V. Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism and the Missing Link between Identities and Media Representations // International Journal of Communication. 2014. Vol. 8. P. 43–61.
16. Billig M. Banal Nationalism. London: SAGE Publications, 1995. 200 p.

Official and Unofficial Digital Communities of Russian Universities as Agents of Political Socialization of Student Youth

Danil S. Putil'tsev

Postgraduate Student,
Russian State University for the Humanities,
125047, 6, Miuskaya square, Moscow, Russian Federation;
e-mail: putiltsev.ds@rggu.ru

Abstract

The article compares official and unofficial digital communities of Russian universities as different channels of political socialization of student youth. The empirical base comprised 67,331 thematic publications from 5,503 communities of 813 universities on the VKontakte social network for September 2022 – June 2024. It has been established that unofficial communities are characterized by higher audience engagement: the median ER is 3.28% versus 2.00% in official communities. In 271 out of 325 universities where both types of communities are represented, the average ER of the unofficial segment is higher. At the same time, its symbolic agenda is more

strongly concentrated on the all-Russian level and makes weaker use of university storylines. It is concluded that the horizontalization of digital communication increases the intensity of response but does not by itself ensure the localization of identification content. For political socialization, the coordination of institutional content with horizontal formats of its appropriation by the student audience is significant.

For citation

Putil'tsev D.S. (2026) Ofitsial'nye i neofitsial'nye tsifrovye soobshchestva rossiyskikh vuzov kak agenty politicheskoy sotsializatsii studencheskoy molodezhi [Official and Unofficial Digital Communities of Russian Universities as Agents of Political Socialization of Student Youth]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 15 (6A), pp. 10–19. DOI: 10.34670/AR.2026.47.99.003

Keywords

Political socialization, student youth, digital communities, higher education, social media, civic identity.

References

1. Shestopal E. B. Political Psychology: Textbook. 6th ed., revised and expanded. Moscow: Aspect Press, 2022. 312 p. [In Russian].
2. Mironova T. A. Effectiveness of Political Communication Channels of Russian University Students: Candidate of Political Sciences Dissertation, specialty 5.5.2. Moscow, 2025. 201 p. [In Russian].
3. Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Karzubov D. N., Sinyakov A. V. Development of Methodology and Methods for Intellectual Search of Digital Markers of Political Processes in Social Media // *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2017. No. 5 (141). P. 79–104. [In Russian].
4. Dombrovskaya A. Yu., Sinyakov A. V. Opposition Potential of Civic Participation of Russians: Results of Cluster Analysis // *Political Science*. 2021. No. 3. P. 142–160. [In Russian].
5. Gigauri D. I., Gutorov V. A., Shirinyants A. A. YouTube Bloggers as Opinion Leaders of Youth: New Technologies of Identity Formation in Virtual Space // *Caspian Region: Politics, Economics, Culture*. 2019. No. 3 (60). P. 51–58. [In Russian].
6. Ilyinsky I. M. Youth and Youth Policy: Philosophy, History, Theory. Moscow: Golos, 2001. 696 p. [In Russian].
7. Rostovskaya T. K., Knyazkova E. A. Youth Policy in Contemporary Russia: University Textbook. Moscow: Yurait, 2020. 155 p. [In Russian].
8. Malinova O. Yu. Symbolic Politics: Outlines of the Problem Field // *Symbolic Politics. Issue 1: Constructing Representations of the Past as a Power Resource* / ed. O. Yu. Malinova. Moscow: INION RAS, 2012. P. 5–16. [In Russian].
9. Semenenko I. S. Political Identity in the Context of Identity Politics // *Identity: Personality, Society, Politics. Encyclopedic Edition* / ed. I. S. Semenenko. Moscow: Ves Mir, 2017. [In Russian].
10. Easton D., Dennis J. Children in the Political System: Origins of Political Legitimacy. New York: McGraw-Hill, 1969. 440 p.
11. Hogg M. A., Abrams D. Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes. London: Routledge, 1988. 288 p.
12. Lazer D., Pentland A., Adamic L. et al. Computational Social Science // *Science*. 2009. Vol. 323, No. 5915. P. 721–723.
13. Salganik M. J. Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton: Princeton University Press, 2018. 448 p.
14. Goode J. P. Everyday Nationalism in World Politics: Agents, Contexts, and Scale // *Nationalities Papers*. 2020. Vol. 48, No. 6. P. 974–982.
15. Slavtcheva-Petkova V. Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism and the Missing Link between Identities and Media Representations // *International Journal of Communication*. 2014. Vol. 8. P. 43–61.
16. Billig M. Banal Nationalism. London: SAGE Publications, 1995. 200 p.