

Малькевич Александр Александрович

**ИНКУЛЬТУРАЦИЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

В статье рассматриваются вопросы политической социализации и инкультурации молодежи, связанные с информационной экспансией общества в личное пространство. Отдельный упор сделан на исследование влияния социальных сетей и новых средств массовой информации на политическую самоидентификацию молодых.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2011/4-3/25.html](http://www.gramota.net/materials/3/2011/4-3/25.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2011. № 4 (10): в 3-х ч. Ч. III. С. 93-97. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2011/4-3/](http://www.gramota.net/materials/3/2011/4-3/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

УДК 37.035.41

*В статье рассматриваются вопросы политической социализации и инкультурации молодежи, связанные с информационной экспансией общества в личное пространство. Отдельный упор сделан на исследование влияния социальных сетей и новых средств массовой информации на политическую самоидентификацию молодых.*

*Ключевые слова и фразы:* политическая социализация; инкультурация; информационное общество; молодежь; новые СМИ; социальные сети.

**Александр Александрович Малькевич**, к. полит. н, доцент

*Кафедра связей с общественностью и массовых коммуникаций*

*Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет*

*amalkevich@mail.ru*

### **ИНКУЛЬТУРАЦИЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ<sup>©</sup>**

Как политическая социализация, так и инкультурация имеют огромное значение для становления личности. Однако, несмотря на то, что эти процессы имеют схожие функции и механизмы воздействия, они значительно различаются по результатам.

Политическая социализация – это «процесс развития, в ходе которого дети и подростки воспринимают идеи, политическую позицию и поведение, типичные для данной общности» [2, с. 536]. Другими словами, политическая социализация сводится к усвоению политических ценностей и норм, необходимых для адаптации в сложившейся политической системе и выполнения различных видов политической деятельности. Политическая социализация является одним из направлений общего процесса социализации индивидов. Основными агентами политической социализации выступают такие социальные институты, как образование, средства массовой информации, семья и другие. Важную роль в процессе политической социализации в современном обществе играет политология как научная и образовательная дисциплина. Хотя в наше время правильнее было бы приписать этот успех такому комплексному явлению как политтехнология, подразумеваемая под этим термином весь комплекс откровенно манипулятивных технологий. Но к этому мы вернемся позже, а пока отметим, что сам термин «политическая социализация» относительно нов, он был впервые введен в 1959 г. американским ученым Г. Хайменом и с тех пор едва ли претерпел какие-либо изменения.

Продолжая терминологический дискурс, разграничим понятия политической социализации и инкультурации. Политическая социализация представляет собой неотъемлемую часть собственно процесса социализации, который обеспечивает личности социальную адаптацию, интеграцию и интериоризацию. Политология допускает многовариантность трактовок при отсутствии единых принципов исследования, иногда с противоположным знаком. Это связано с относительностью научной парадигмы: меняется общество, меняется и смысловая концепция политической социализации.

Понятия «социализация» и «инкультурация» во многом совпадают друг с другом по содержанию, так как оба подразумевают усвоение людьми культурных норм какого-либо общества. Однако их не стоит смешивать. Под социализацией понимается гармоничное вхождение индивида в социальную среду. Инкультурация подразумевает обучение человека традициям и нормам поведения в конкретной культуре. В культурно-антропологической концепции М. Херсковица ключевым понятием является «энкультурация», которое тесно связано с понятием социализация. Энкультурация – вхождение индивида в конкретную форму культуры. Основное содержание энкультурации состоит в усвоении особенностей мышления и действий, моделей поведения, составляющих культуру.

Безусловно, молодой человек усваивает принципы поведения в информационной Интернет-культуре. Политические предпочтения, стереотипы, модели поведения – это уже продукт процесса социализации, а следовательно, индивидум инкультурируется в политическую сферу общества, но это лишь верхушка большого айсберга – длительного процесса политической социализации, которому немало способствуют средства массовой информации.

Основными функциями традиционных СМИ как агентов политической социализации являются активация, усиление и конверсия. Цифровые СМИ предоставляют собой новые каналы коммуникации и оказывают влияние на гражданское и политическое участие молодежи в жизни общества.

Важными моментами, на которые следует обратить внимание, являются более детальное описание того, что мы понимаем под «новыми СМИ», и определение степени их участия в процессах социализации и инкультурации, тем более что часть молодых людей может продолжать находиться под большим влиянием, например, телевидения, чем Интернета [18, р. 21].

Теоретики новых СМИ слишком часто подчеркивали «новизну» технологии и наступление второй эпохи господства СМИ [4]. В связи с этим представляется необходимым более точно определить характер связи между «старыми» и «новыми» СМИ, весьма полезным является и эмпирическое исследование использования

в рамках Интернета специально разработанных онлайн-заявок, предназначенных для того, чтобы способствовать политической активизации молодых людей.

В качестве примеров можно привести проекты, задачей которых является облегчение создания промежуточных гражданских пространств, которые могут существовать на стыке формальных политических институтов и неформального мира онлайн-молодежной культуры. Пока что основные уроки, которые могут быть извлечены из этих отдельных попыток, свидетельствуют об ограниченности современной педагогики гражданства [22, р. 341], а также обеспечения реальных возможностей для политического участия молодежи.

Поскольку пронизывающие всю современную жизнь новые СМИ все чаще рассматриваются как играющие важную роль в процессе включения молодых граждан в политику, все значимее становится изучение влияния на этот процесс того, что обычно называют «цифровым разделением» (digital divide). Этот термин в последнее время стал использоваться не только для подчеркивания неравного социального доступа к ИТ, но, что представляется более важным, дифференцированного использования и адаптации новых СМИ [21, р. 407].

Несколько упрощая ситуацию, можно сказать, что существует две возможных перспективы роли Интернет в демократическом политическом процессе: как ограниченного в сфере использования инструмента обратной связи с электоратом и как его центрального звена. С нашей точки зрения, вторая позиция является более продуктивной.

В качестве подтверждения отметим, что Интернет способствует усилению ряда взаимосвязанных тенденций, влияющих на снижение уровня традиционного политического участия.

Во-первых, это **фрагментация** разделяемой обществом общей культуры. Общество становится все более плюралистичным и дифференцированным по ряду линий, и, хотя такой плюрализм может приветствоваться по ряду параметров, он может отрицательно сказаться на динамике демократического процесса.

Во-вторых, идет процесс **медиатизации** повседневной жизни. СМИ сегодня не просто проникли во все сферы жизни, но и играют все более важную роль в социализации, а влияние традиционных институтов снижается.

В-третьих, необходимо отметить центральное место, которое стал занимать **консьюмеризм**. Функционирование человека в качестве потребителя приобретает повсеместный характер и становится само собой разумеющимся, в то время как позиция гражданина все более маргинализируется.

Наконец, следует подчеркнуть все возрастающий **индивидуализм**, что частично является производным от упомянутых выше реалий; социальные горизонты начинают носить все более личный характер, в центре внимания находится непосредственная среда общения. Этому способствует и изменение направления векторов общения [18, р. 24].

Удовлетворенность молодых тем, что происходит вокруг них, и особенностью конструкции их повседневных миров, сконцентрированных вокруг школьных, семейных и дружеских связей, формирует их понимание политики и действий, которые они предпринимают в этой сфере. Какие бы политические дискуссии не возникали в их среде, они в той или иной степени обязательно затрагивают семью, друзей, школу и Интернет. Все это можно охарактеризовать как неформальную и неструктурированную окружающую среду, в которой молодые уже чувствуют себя комфортно и считают себя «услышанными». Там, где личный опыт, социальное взаимодействие и повседневная практика становятся частью мира политического, молодые люди лучше могут артикулировать свои политические взгляды и предпринимать социальное действие.

Для того чтобы сделать это, необходимо понимание как происходящей маргинализации молодых от формальной политики и концентрации их внимания на микротерриториях, так и то реальное предпочтение, которое они отдают повседневному и личному. В то время как политические институты и процессы претерпели по многим параметрам лишь незначительные изменения в последние десятилетия, возникшие социальные силы индивидуализации и выбора жизненного пути превратили арену личного вместо социального действия молодежи. Молодые люди исключены из того, что обычно понимается под реальной политикой, но они стремятся добиться признания важности своего повседневного опыта участия в решении социальных и политических проблем и их личных, обыденных социальных арен, где они ведут дискуссии и предпринимают действия.

Исходя из всего этого многочисленного ряда агентов политической социализации, мы остановимся только на трех из них, оказывающих наибольшее влияние именно на молодое поколение и подвергающихся серьезной трансформации под влиянием глобализации. Речь идет о семье, школе и так называемых «новых» СМИ.

Несмотря на определенные разочарования во внедрении электронной демократии, до сих пор привлекательность новых СМИ как средств социализации и мобилизации молодых граждан остается весьма высокой [20]. Современные техно-визионеры, в отличие от более раннего поколения киберутопистов, черпают свой энтузиазм из смеси «мира повседневной жизни» молодых пользователей Интернета и культурных изменений в современных обществах.

Культурные изменения современного общества значимы. В соответствии с теорией поколений, в XXI веке началась экспансия «человека информационного», поколения Y.

Основными социально-экономическими характеристиками человека поколения «Y» являются следующие показатели:

- у 97% есть компьютер, у стольких же - мобильный телефон, причем из пользователей компьютером 15% находятся он-лайн постоянно;
- 28% ведут блог, 49% обмениваются музыкой и фильмами через пиринговые сети;
- у 75% есть аккаунт на Facebook или других социальных сетях.

С демографической точки зрения, это молодые люди до 28 лет из достаточно обеспеченных семей, живущие в мегаполисах и редко имеющие дело с живой природой. Им приходится достаточно дорого платить за обучение. Эти молодые люди чаще всего живут с родителями и довольно поздно решаются на вступление в брак, что, возможно, определяется высоким процентом разводов у родителей.

И тут мы подходим к самому главному выводу: представитель поколения «Y» приобретает политические навыки и входит в политическую культуру общества в основном через социальные сети.

Надо отметить, что термин «социальная сеть» мы используем не в понимании социологическом как группу узлов социальных объектов, и даже не как термин *networking*, а как интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Это автоматизированная социальная среда, позволяющая общаться группе пользователей, объединенных общими интересами, в число социальных сетей мы включаем блоги, в т.ч. и «Livejournal», «ВКонтакте», «Одноклассники», «МойМир» и прочие, а также многочисленные тематические форумы.

Социальная сеть, надо отметить, это не просто широкий многополосный канал обмена информацией, это своего рода «матрица» мира, на которую пользователь накладывает свои собственные ожидания. Это позволяет ему создать иллюзию реальности, свободной от ежедневных фрустраций.

Многолетнее и интенсивное пребывание в социальных сетях развивает специфическую структуру мышления вне зависимости от первоначальных характеристик, оно становится более ассоциативным. Существует определенный социотип постоянных пользователей таких сетей: человек поколения «Y» – контактный, разумно следит за своей безопасностью в сети, умеет отсекал ненужное [24, р. 24]. Его познавательные способности нацелены более на поиск, нежели на сохранение информации, и он скорее «знает, где искать», чем «помнит».

На человека поколения «Y» невозможно повлиять агрессивной рекламой, он привык к свободе передвижения в сети. Любые всплывающие окна и навязчивые баннеры только раздражают его.

Пользователь нацелен не на сохранение информации, а на ее передачу и использование. Компьютер постепенно перестает быть личным пространством, как это было в начале компьютерной эры, теперь он все более похож на устройство для подключения к сети, к персональным ячейкам, в которых содержатся все пользовательские настройки. При этом обычно эта ячейка заполнена не данными, а подписками на RSS-потоки и сборщики новостей, то есть опять же на динамическую информацию.

Поскольку социальные сети построены на личном общении, то они, соответственно, предоставляют новые возможности для распространения слухов. Воздействие на сознание и поведение постоянного пользователя социальных сетей во многом определяется тем, насколько сообщение, в том числе политическое, является ответом на самостоятельные действия пользователя, и тем, насколько совпадает форма представления информации с той, на которую пользователь ориентирован.

Социальные сети предназначены для максимально полной свободы самовыражения, и их девизом является слово «личность». Пользователь имеет все возможности создавать картины, видео, аудио, делать выпуски радиопрограмм, писать книги и выносить это на публику, фактически становясь средством массовой информации.

Это поколение, с социокультурной точки зрения, также обладает рядом особенностей. Его представители в достаточно серьезной степени оторваны от реальности. Проблема управления поколением «Y» вытекает как раз из их технологичности. Они – посредственные коммуникаторы, их реальное общение заменяется Интернет-общением, а потому у них слабо развиты навыки общения и ораторского искусства. Отсюда их неуверенность в себе. Новое поколение недолюбливает реальность – в виртуальном мире они «крутые». Редко встречаются в новом поколении харизматичные, уверенные в себе лидеры, блестяще владеющие навыками общения, быстро и логично мыслящие. Новое поколение сообщает медленнее, плохо строит доказательную базу для своих утверждений.

Остановимся несколько подробнее на общей ситуации с отношением молодежи «поколения Y» к политике, что позволит нам лучше понять причину обеспокоенности со стороны ученых и политиков тем, каким образом протекает сегодня процесс политической социализации.

В современной западной социологии существует множество исследований, показывающих, что, по сравнению со старшими, молодые люди «поколения Y» проявляют мало интереса к партийной политике и, соответственно, почти не участвуют в деятельности партий. Партийная политика воспринимается ими как скучная и имеющая мало отношения к их жизни.

Одновременно с низким уровнем политических знаний наблюдается расцвет политической апатии и цинизма. Некоторые чувствуют, что политика не затрагивает их повседневной жизни, или они не обладают уверенностью, что политики готовы их выслушать и в своих решениях учитывать ту обеспокоенность, которая сегодня характерна для молодых.

Ряд исследователей объясняет политический цинизм молодых разочарованием, вызванным отсутствием возможностей, изменением опыта перехода к взрослости, удлинением периода зависимости. Другие, однако, утверждают, что политическая апатия по большей части никак не связана с опытом, получаемым после 16 лет.

Если модели интереса к партийной политике среди молодых отражают их знания о том, как работает политическая система, тогда для эффективного функционирования демократии необходимо уделять большее внимание гражданскому воспитанию, политическому образованию и стимулированию интереса к текущим политическим событиям.

Сегодня в политологической литературе четко прослеживается мысль о том, что изучение новых тенденций в молодежной среде имеет важное значение для понимания общих процессов, происходящих в мире

политики. Структурные социальные изменения, такие как секуляризация, глобализация и индивидуализация, как ожидается, окажут воздействие на политические отношения и поведение населения в целом.

Отметим также, что наибольшая острота дискуссий по проблемам политической социализации и инкультурации сегодня связана с ролью новых информационных технологий, являющихся составной частью того, что в современной политической науке получило название информационно-коммуникационных систем (ИКС) [4, с. 114]. Диаметральная противоположность взглядов на роль ИКС в адаптации молодежи к существующему политическому континууму, ее инкультурацию и, в конце концов, непосредственно политическую социализацию, приводит к тому, что мощнейшие ресурсы глобальной сети используются обществом частично и дискретно. Потому партиципативное мышление подростка в плане политическом, в том смысле, как понимал его Леви-Брюль, то есть подразумевающее эмоциональную вовлеченность субъекта, отсутствует. Говоря языком простым, у молодежи нет ни причины, ни потребности в том, чтобы принять политическую жизнь общества «близко к сердцу». А ведь Интернет-СМИ как технологии манипулятивные, но оставляющие иллюзию безграничной свободы, вполне могут изменить ситуацию.

С. Ливингстоун, Н. Коулдри и Т. Маркхэм [17, р. 103] провели эмпирический анализ онлайн-деятельности на основе двух британских проектов. Авторы проверяют утверждение о том, что Интернет стал средством оживления демократического включения молодежи посредством осуществления целого ряда проектов и предоставления возможностей он-лайн. Их результаты подтверждают точку зрения, что в то время, как с помощью Интернета можно стимулировать он-лайн-взаимодействие и креативность, вероятность гражданского включения посредством сети в значительной степени зависит от находящихся вне ее демографических факторов.

В результате анализа использования Интернета для политических целей во время парламентских выборов 2005 года в Великобритании Г. Меш и С. Коулман [22, р. 35] также находят подтверждение мысли о том, что существующие в реальной жизни социально-экономические и гендерные различия в гражданском участии в значительной степени переносятся в Интернет. Это снова указывает на то, что Интернет скорее усиливает существующие демократические представления, чем выступает в роли альтернативного института политической социализации. В то же время, эти исследования не в полной мере опровергают гипотезу, выдвинутую сторонниками концепции культурного сдвига.

Анализ президентских выборов 2004 года в США, проведенный М. Ксеносом и У. Беннетом [5, с. 67], привел к получению противоречивых результатов, касающихся потенциала Интернета как средства политического включения молодых граждан. В этом случае выборы зафиксировали поворот от тренда безразличия к увеличению участия и вовлеченности молодежи.

П. Дальгрэн и Т. Олссон [25, р. 48] в рамках своего проекта провели интервьюирование молодых людей, которые принимали активное политическое участие либо в деятельности традиционных политических партий, либо альтернативных «новых» политических групп. Эти исследователи выступают за более контекстуализированный взгляд на Интернет, рассматривая его в качестве одного из целого ряда средств коммуникации в жизни молодых людей, и стремятся оценить его важность по сравнению с другими источниками влияния.

В Италии аналогичную картину недоверия молодых людей по отношению к своим политикам рисуют Д. Календа и Л. Моска [11, р. 82], но это парадоксальным образом сочетается с сильной политизацией молодых людей по сравнению со старшими поколениями. Эта тенденция отражает предпочтение прогрессивной, левоориентированной политики внутри этой группы и также может свидетельствовать в пользу утверждения о том, что молодые люди настроены позитивно по отношению к политике и гражданской вовлеченности, но не к стилю или формату, в котором она в настоящее время функционирует. На основе данных двух социологических опросов итальянских студентов Календа и Моска пытаются установить, насколько интенсивно и каким образом они используют Интернет для политической деятельности.

Их анализ выявляет две важные связи между онлайн- и офлайн-участием: Интернет воспринимается и используется в качестве ценного ресурса теми студентами, которые уже активно политически ангажированы в реальной жизни, кроме того, Интернет обычно выступает в роли своего рода моста между связями в реальной жизни и сетевым взаимодействием.

Дальнейшее интернациональное сравнение использования молодыми людьми Интернета для политического участия обеспечивается исследованиями А. Вромена [16, р. 97], чей проведенный в Австралии опрос демонстрирует, что социально-демографическое ИТ разделение является важным фактором влияния на вовлеченность. Два кейс-стади, посвященных изучению неправительственных организаций, которые используют Интернет для облегчения участия, также демонстрируют ценность молодежных политических пространств для политического включения. Скорее офлайн-политическая социализация и множество других СМИ, таких как телевидение и газеты, оказывают влияние на то, каким образом используется Интернет для включения молодежи.

Р. Джеродимос и Дж. Уорд [17, р. 116], например, критически оценивают контент-анализ сетевого содержания, который широко используется в качестве метода исследования онлайн-политической коммуникации. Их точка зрения заключается в том, что традиционные офлайн-подходы к контент-анализу не могут быть автоматически перенесены на онлайн-коммуникацию. Вместо этого они утверждают, что изменения в содержании, пространстве, времени и доступности онлайн-коммуникации молодежи требуют новых методов и технологий. В качестве шага вперед они рассматривают триангуляционный контент-анализ в сочетании с другими методами, которые они предлагают рассмотреть.

Особый интерес представляют, на наш взгляд, исследования того, каким образом приверженность молодых людей новым СМИ стала важной движущей силой для вклада ИКТ в современный процесс политической социализации.

Интерес политиков к молодежи в первом десятилетии XXI века связан с тем, что Интернет до этого времени представлял собой преимущественно виртуальный мир. В таких условиях государству становилось фактически невозможно привлекать к участию в электронной демократии Интернет-личины своих граждан, для которых реальная политика переставала играть существенную роль. В то же время, нельзя говорить о том, что политический процесс в Интернете отсутствовал как таковой.

В ближайшем будущем определится дальнейший вектор развития сферы политики в сети Интернет, что неизбежно окажет влияние на его роль как агента политической социализации и инкультурации. Одним из предполагаемых направлений – и перспективных – является «рейдерский захват» политтехнологиями части социальных сетей, выделение особой группы молодежи в отдельную «касту», интересующуюся политикой не как средством для гражданского волеизъявления или проявления гражданской активности, а как сферой быстрого построения карьеры. В качестве примера можно привести бурное развитие блогосферы и сайтостроительства организаций «Молодая гвардия», «Наши», «РКСМ», экологического лобби «веганов», оказывающих большое влияние на политические решения и т.д. Переориентация уже началась, поэтому о тотальном падении интереса молодежи к политике, снижении активности процессов политической социализации и инкультурации вскоре придется говорить уже в прошедшем времени.

#### *Список литературы*

1. Головин Н. А. Теоретико-методологические основы исследования политической социализации. СПб.: СПбГУ, 2004. 288 с.
2. Громов И. А., Мацкевич И. А., Семёнов В. А. Западная социология. СПб.: Издательство ДНК, 2003. 560 с.
3. Истон Д., Деннис Дж. Дети в политической системе: основа политической законности // Вестник МГУ. 2001. Сер. 18. № 3. С. 76-97.
4. Луков А. В. «Картины мира» молодежи как результат культурной социализации в условиях становления глобальных систем коммуникации: автореф. дисс. ... канд. соц. наук. М., 2007.
5. Преснякова Л. А. Теория политической социализации // Политическая наука. Динамика политического сознания и поведения. 2002. № 2. С. 24-36.
6. Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. 1994. № 1. С. 35-52.
7. Bhavnani K. Talking Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
8. Buckingham D. News Media, Political Socialization and Popular Citizenship: towards a New Agenda // Critical Studies in Mass Communication. 1997.
9. Bynner J., Ashford S. Politics and Participation: Some Antecedents of Young People's Political Activity and Disaffection // European Journal of Social Psychology. 1994. N. 24.
10. Clarke H. et al. Political Choice in Britain. Oxford: Oxford University Press, 2004.
11. Colby A., Kohlberg L. The Measurement of Moral Judgment // Standard Issue of Scoring Manual. Cambridge University Press, 1987. Vol. 2.
12. Cote J., Allahar A. Generation on Hold: Coming of Age in the Late Twentieth Century. New York: New York University Press, 2003.
13. Dalton R. Democratic Challenges, Democratic Choices, the Erosion of Political Support // Advanced Industrial Democracies / ed. R. Dalton. Oxford: Oxford University Press, 2004.
14. Fahmy E. E. Young Citizens: Young People's Involvement in Politics and Decision Making. L.: Ashgate Publishing, 2006.
15. Gauthier M. The Inadequacy of Concepts, the Rise of Youth Interest in Civic Participation in Quebec // Journal of Youth Studies. 2003. N. 6 (3).
16. Haerpfer C., Wallace C. et al. Young People and Politics in Eastern and Western Europe // Sociological Series. 2002. N. 54.
17. Henn M., Weinstein M., Wring D. A generation apart? Youth and Political Participation in Britain // The British Journal of Politics and International Relations. 2002. N. 4 (1).
18. Hooghe M., Stolle D., Stouthuysen P. Head Start In Politics, the Recruitment Function of Youth Organizations of Political Parties in Belgium (Flanders) // Party Politics. 2004. N. 10 (2).
19. <http://www.britisocat.com/Body.aspx?control=HomePage>.
20. <http://www.spreckley.co.uk/nestle/my-voice-my-vote.pdf>
21. Human Values and Social Change. Findings from the Values Survey / ed. R. Inglehart. Leiden: Brill, 2003.
22. Hyman H. Political Socialization: a Study in the Psychology of Political Behavior. Glencoe: The Free Press, 1959.
23. Inglehart R., Norris P. Rising Tide. Gender Equality and Cultural Change around the World. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
24. O'Toole T., Lister M., Marsh D., Jones S., McDonagh A. Tuning Out or Left Out? Participation and Non-Participation among Young People // Contemporary Politics. 2003. N. 9 (1).
25. Political Values and Social Change. Findings from the Values Survey / ed. R. Inglehart. Leiden: Brill, 2004.

#### INCULTURATION AND POLITICAL SOCIALIZATION OF YOUTH IN INFORMATION SOCIETY

**Aleksandr Aleksandrovich Mal'kevich**, Ph. D. in Political Science, Associate Professor  
*Department of Public Relations and Mass Communications*  
*St. Petersburg State Engineering-Economic University*  
*amalkevich@mail.ru*

The author considers the questions of political socialization and inculturation of youth connected with society information expansion into personal space and pays special attention to researching the influence of social networks and new mass media on political self-identification of the young.

*Key words and phrases:* political socialization; inculturation; information society; youth; new mass-media; social networks.