

объектами, включающими физические и эмоциональные составляющие, поэтому необходимо изучать и оценивать бренд на основе широкого круга критериев.

В условиях реформ проблема укрепления имиджа вуза, поиск личной индивидуальности, уникальности и идентичности для сохранения позиций на рынке образовательных услуг встает наиболее остро. Сегодня уже не достаточно продвигать свою услугу, опираясь исключительно на качество образования. Маркетинговые инструменты, используемые в бизнесе, не должны восприниматься вузами как ненужными и неподходящими социальной организации. Такие всемирно известные бренды в сфере высшего образования, как Oxford или Sorbonne уделяют особое внимание своему имиджу

и образу в глазах потребителей. К этому должны стремиться и российские учебные заведения.

#### Список литературы:

1. PR как фактор повышения эффективности и конкурентоспособности российского бизнеса : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.08 / Ракитин Николай Александрович; [Место защиты: Юж. федер. ун-т]. - Майкоп, 2014. - 147 с
2. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2013.
3. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: Новая концепция брендинга / Пер. с англ. М., 2013.

### ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Шаркова Ирина Викторовна*

*Кандидат философских наук, доцент  
доцент кафедры коммуникационных технологий  
Московский государственный лингвистический университет,  
город Москва*

DOI: [10.31618/nas.2413-5291.2019.1.44.21](https://doi.org/10.31618/nas.2413-5291.2019.1.44.21)

### THE TRANSFORMATION OF THE POLITICAL INTERESTS OF YOUTH IN THE INFORMATION SOCIETY OF MODERN RUSSIA

*Sharkova Irina*

*PhD of Philosophy science, docent  
Docent of Chair of communication technologies  
Moscow state linguistic university, Moscow*

#### Аннотация

В данной статье приведены результаты исследования политических интересов и ценностей современной молодежи в России, проведенного в 2017 году. Проведен подробный сравнительный анализ трансформации ценностей среди молодежи в период с 1997 по 2017 год. В статье также рассматриваются изменения, вызванные трансформацией социальных процессов и также приводятся основные рекомендации по использованию данных исследования.

#### Abstract

The article presents the results of a study of political interests and values of modern youth in Russia, conducted in 2017. A detailed comparative analysis of the transformation of values among young people in the period from 1997 to 2017. The article also discusses the changes caused by the transformation of social processes and provides basic recommendations for the use of the research data.

**Ключевые слова:** ценностные ориентации, политическая активность, политическая социализация.

**Key words:** value orientation, political activity, political socialization.

В 90-е годы XX века в России произошли коренные изменения во всех сферах общественной жизни, следствием которых стали трансформационные процессы, в том числе ценностных ориентаций, проявляющиеся также в изменении политических интересов молодежи. На наш взгляд, данная тема является вполне актуальной, поскольку молодежь представляет собой активную часть населения страны, а потому трансформационные процессы аксиологических элементов общественного сознания неизменно влекут за собой трансформацию и социальных, и политических процессов.

Политическая социализация индивида представляет собой довольно поздний процесс относительно социализаций в других аспектах жизни индивида, но представляет собой не менее важный процесс, поскольку формирует политические

взгляды, ценности, картину мира и степень политического участия индивида в жизни страны, а значит, именно политическая социализация формирует чувство патриотизма у молодежи.

В начале XXI века ценности молодежи пережили кризисную эпоху, в результате которой происходила трансформация культурных, нравственных и политических установок. Данного взгляда придерживался И.М. Ильинский, изучавший ценности и установки молодежи в самом начале XXI века [1, с. 521].

Но следует отметить, что молодежь, чьи ценностные установки представляли научный интерес для И.М. Ильинского, представляла собой поколение, рожденное в советский период Российской истории. Данное поколение заканчивало учебные заведения в самый разгар перестроечного периода

русской истории, а, следовательно, быстро сменяющиеся события и процессы формировали чувство нестабильности, незащищенности и поиск новых ориентиров и ценностей.

О кризисе в ценностных ориентирах и установках молодежи свидетельствуют также исследования Субетто А.И. Изучение изменений на пороге третьего тысячелетия свидетельствовало о переходе к новому типу хозяйствования, сознания и формированию новых ценностных ориентаций [2, с. 313].

Для полного понимания характера ценностных установок молодежи начала XXI века обратимся к опубликованным исследованиям в политических и социологических научных вестниках. Так, институтом социологии РАН в 2007 году проводилось исследование ценностных приоритетов молодежи по заказу Фонда имени Ф. Эберта, согласно которого снизилась общая заинтересованность политикой среди молодых респондентов, начиная с 1997 года по 2007. Так, при стабильном показателе в 14% заинтересованной политикой молодежи в 1997 и 2007 году, количество не интересующихся политикой, возросло с 33 до 49% [3, с. 47]. Согласно данным института социологии РАН в 2007 году 28% молодежи не проявляли никакой заинтересованности к политике, и только чуть более 3% респондентов принимали активное участие в политической жизни страны.

Следует отметить, что подобная ситуация в 2007 году была обусловлена не только политической ситуацией в России, но и ограниченным спектром жизненных интересов, коррелирующим с социальным опытом респондентов, а также с не достаточно разветвленной сетью социальных связей, характерных для индивида, только входящего во взрослую жизнь.

Следует отметить, что согласно вышеупомянутого исследования института социологии РАН, политическая и социальная активность молодежи в 2007 году была невысока в сравнении со старшим поколением. Среди молодых респондентов 49% не принимали никакого участия в общественной и политической жизни страны за последние два года, в то время как среди старшего поколения только 37% дали такой же ответ. При изучении электоральной активности только 36% процентов молодежи принимали участие в выборах, против 46% старшего поколения [3, с. 51]. Данные факты свидетельствуют о меньшей доле предрасположенности к протестным формам участия среди молодежи, чем среди старшего поколения. Но примечателен тот факт, что политическое участие для молодежи, тем не менее, выглядит более примечательным по сравнению с общественной активностью, в которую входит коллективное благоустройство дворов, улиц, работа в органах общественного самоуправления, сбор средств для людей, попавших в тяжелую жизненную ситуацию. Если доля участия в избирательных кампаниях составляет 7% среди молодежи, то доля участия в органах общественного самоуправления составляет всего 2%.

Таким образом, стереотип о предрасположенности молодежи к протестным формам участия, опровергается результатами данных исследования и в ситуации резкого ухудшения условий жизни только 11% молодых респондентов высказали готовность протестовать и отстаивать свои интересы на улицах против 17% респондентов старшего поколения.

В 2017 году нами было проведено исследование ценностных политических интересов и ориентаций молодежи в современном информационном обществе. Объектом исследования были молодые люди от 18 до 24 лет, на основе репрезентативной выборки по субъектам Российской Федерации общей численностью 2000 респондентов: 1030 молодых людей и 970 девушек, что составляет 53% и 47% соответственно из 98 населенных пунктов. Половое распределение соответствует общей демографической структуре молодежи в России.

Основные задачи, стоящие перед исследователями: определить степень патриотизма молодежи и степень вовлеченности молодежи в политическую деятельность, готовность к протестной деятельности, определить степень вовлеченности молодежи в общественную жизнь, а также социальные факторы, являющиеся актуальными для респондентов.

В качестве метода исследования был выбран метод анкетирования с целью нивелировать влияние интервьюера на ответы респондента. В силу специфичности исследования, для облегчения выбора ответа респондента и минимизации вероятности ответа «затрудняюсь ответить» был предложен закрытый тип вопросов с универсальным набором ответов либо открыто-открытый тип вопросов в случаях вероятностного наличия своего варианта ответа, не учтенного универсальным набором ответов. Также закрыто-открытый тип вопросов использовался с целью дать возможность респондентам выразить личное мнение в свободной форме.

Опрос проводился преимущественно среди студентов высших и средних учебных заведений в различных населенных пунктах России. Опрос проводился с марта по июнь 2017 года.

В соответствии с построенной выборочной совокупностью респондентам было предложено ответить на вопрос «интересует ли он политикой», «каким политическим или молодежным объединениям симпатизирует», «указать источник информации о ситуации в стране и мире», «хотел бы стать членом политической или молодежной организации или уже является», «как поступил бы в случае ухудшения условий жизни», «как проявлял бы себя в случае нарушения прав и свобод», «считает ли себя патриотом», «какие ценности отражают понятие патриотизма», «какие ценности являются для него главными».

В результате проведенного опроса было выявлено, что совсем не интересуются политикой 31,2% опрошенных, что в сравнении с исследованиями 2007 года (49%) свидетельствует об увеличении интереса к политической ситуации в стране среди молодежи. Таким образом, интерес к политической сфере в России среди молодежи возрос даже по

сравнению с данными 1997 года (39%). Также значительно возросла доля молодежи, интересующихся политикой от случая к случаю: 48,4% против 35% в 2007 году и 52% в 1997 году. Таким образом, доля интересующихся политикой от случая к случаю практически сравнялась, что в целом свидетельствует о повышении интереса к политике среди молодежи.

Доля тех, кто внимательно следит за политической ситуацией выросла с 13% в 1997 году и с 14% в 2007 году до 16,3% в 2017 году. А также мы наблюдаем увеличение доли активных участников в течение последних двух лет в политической деятельности с 1% в 1997 году и 2% в 2007 году до 4,1%, что превышает предыдущий показатель в два раза. При этом, только 2,7% опрошенных являются членами молодежных и политических организаций, практически половина опрошенных – 49,4% не хотели бы вступать ни в какую из организаций, 18,1% затруднились ответить, и только треть опрошенных – 29,8% изъявили желание стать членом какой-нибудь молодежной или политической организации.

Следует отметить, что по сравнению с 2007 годом, когда респонденты четко обозначали каким молодежным или политическим организациям они симпатизируют, в 2017 году увеличилась доля тех, кто не симпатизирует ни одной из перечисленных организаций с 26,1% в 2007 году до 38% в 2017 году. Затруднились с ответом также большая доля респондентов по сравнению с 2007 годом: 29,3% в 2017 против 19% в 2007. Но количество респондентов, не знакомых с деятельностью перечисленных организаций, осталось сопоставимо на том же уровне: 31% в 2007 и 30,2% в 2017. Примечательно, что уменьшилась доля респондентов, симпатизирующих национал-патриотическим движениям – 3,1% в 2017 против 5% в 2007. При этом, при ответе на вопросы, респонденты ориентировались скорее на знакомые названия организаций, объединений и партий, нежели действительно были знакомы с деятельностью этих организаций.

На вопрос «как проявил бы себя в случае нарушения прав и свобод» 17,9% готовы участвовать в акциях протеста, а в случае ухудшения условий жизни уже 21,6% против 11% в 2007 году. Это свидетельствует о повышении уровня активности молодежи за прошедшее десятилетие с 2007 по 2017 год. Примечателен тот факт, что в современном исследовании значительная часть респондентов 37,6% проявила желание обратиться к средствам массовой информации и общественным организациям в случае нарушения их прав и свобод, а подавляющее большинство 68,3% изъявили намерение добиваться справедливости в правоохранительных органах, то есть следовать букве закона. Для сравнения в 1997 году только 10% опрошенных, а в 2007 году только 16% опрошенных считали, что необходимо всегда и во всем соблюдать букву закона, даже если он устарел, в то время как 41% в 1997 году и 42% в 2007 году готовы были соблюдать законы при условии соблюдения законов самими представителями власти, а 34% в 1997 году и 25% в 2007 году считали справедливость важнее закона,

даже если она не соответствует закону. Таким образом, полученные данные свидетельствуют о повышении доверия среди молодежи представителям правоохранительных органов, что косвенно свидетельствует об изменении имиджа в позитивную сторону.

При ответе на вопрос «считаете ли вы себя патриотом» значительное число респондентов – 42,3% - ответили утвердительно. При этом при уточнении какие ценности отражают понятие патриотизма мнения респондентов разделились следующим образом: 77% считают, что патриотизм заключается в любви к Родине, немногим меньше количество респондентов, испытывающих гордость за свою страну – 74,8% но при этом, только 58,5% готовы защищать страну с оружием в руках, 57,7% видят патриотизм в исполнении законов страны, в которой живут, чуть больше доля респондентов, готовых действовать в интересах своей страны – 61%, а 35,4% готовы активно бороться с угрозами внутри страны, и только каждый пятый респондент не считает себя патриотом – 19,8% при доле затруднившихся ответить 7,1%. Таким образом, большинство респондентов идентифицируют себя с патриотами, но большая доля из них испытывает пассивный патриотизм декларативного характера и не готовы переходить от слов к делу.

При исследовании источника получения информации о событиях, происходящих в стране и в мире более 70% - 72,3% указали новостную ленту социальных сетей, 61% опрошенных получает информацию на тематических информационно-новостных сайтах, 33,8% получают информацию посредством форумов и интернет-блогов, а 15,5% получают информацию по подписке в мессенджерах. Следует отметить, что около трети опрошенных – 29,1% получают информацию от лидеров мнений (в данном случае были указаны педагоги в образовательных учреждениях), а 52,4% узнают о происходящих событиях от членов своей семьи. Традиционные каналы подачи информации также не потеряли своей актуальности. Так, из газет и журналов (в том числе электронных версий) информацию получают 18,9% опрошенных, а радио как источник информации указали 24,7% респондентов, в то время как телевизионные передачи как канал информации популярен у половины опрошенных – 50,2%. Таким образом, основным каналом получения информации у молодежи являются социальные сети и лидеры мнений.

При сравнении с исследованиями 2007 года, телевидение как канал коммуникации утратил свою популярность среди представителей молодежи. С 66% до 50,2%, но, тем не менее, представляет собой значительный сегмент информационного воздействия. Сместе предположить, что столь высокий показатель при большой популярности социальных сетей и интернета не утратил своего значения во многом за счет интернет-представительств телевизионных каналов и возможность просмотреть телепередачу или новостной выпуск в удобное для респондента время.

Что же касается досуга, то по сравнению с 2007 годом возросло количество респондентов, посещающих театр и концерты с 28% до 35,7% в 2017 году. Также возросло количество респондентов, предпочитающих проводить досуг за компьютером с 31% в 2007 году до 52,3% в 2017 году. Таким образом, увеличилось количество молодежи, предпочитающих сидячий образ жизни. Примечательно, что снизилась доля респондентов предпочитающих чтение книг в качестве досуга с 39% в 2007 году до 28,6% в 2017 году. Но одновременно с этим увеличилось число молодых людей, занимающихся спортом с 29% в 2007 году до 37,8% в 2017 году, что говорит в целом о популяризации среди молодежи активности и здорового образа жизни. Увеличилось также число респондентов, предпочитающих проводить досуг в виде прогулок на свежем воздухе, их количество составило 56,4% в 2017 году по сравнению с 42% в 2007 году.

Таким образом, в последние годы мы наблюдаем популяризацию компьютера как средства обучения и проведения досуга среди молодежи. Также, наряду с традиционными видами досуга увеличилось число тех, кто занимается благотворительностью в свободное от учебы и работы время. Так, если в 2007 году всего 2% респондентов участвовали в благотворительной деятельности, то в 2017 году уже 8,9% занимаются волонтерской деятельностью. Данные факты свидетельствуют о более высоком уровне нравственного развития и повышению социальной и политической активности представителей молодого поколения.

Следует отметить позитивное смещение акцентов среди молодежи в сторону повышения заинтересованности в получении информации, а также более активном включении представителей молодежи в социальную и политическую жизнь общества. Данная тенденция является во многом следствием целенаправленной государственной молодежной политики, но не пока еще доля респондентов, готовых активно участвовать в социальной и политической жизни страны, очень мала. Современная молодежь отличается в динамике от молодежи 20-тилетней давности во многом повышенным интересом к технологическим новинкам и решениям (если в 1997 году 40% респондентов не знали основ работы за компьютером, то в 2017 году более 70% потребляют информацию преимущественно посредством компьютерных технологий).

Трансформации политических интересов и ценностей также связана с общим уровнем повышения потребления информации о стране и мире

среди молодежи, что также влечет за собой повышения уровня социальной и политической активности среди молодежи. В связи с тем, что более трети опрошенных предпочитают получать информацию от лидеров мнений, необходимо уделять пристальное внимание использованию этих каналов информации. В этом случае, необходимо повышать интерес среди молодежи к различным социальным явлениям и процессам посредством увеличения доли инновационных технологий, а также переходом от формализованных форм обучения и воздействия на молодежь.

В целом, интересы и предпочтения молодежи не изменились радикальным способом за период с 1997 по 2017 год. Но нельзя сказать, что политические и социальные ценности и интересы молодежи остались на прежнем уровне. Изменился способ получения информации, изменилось отношение к политическим процессам и правоохранительным органам власти в сторону повышения интереса. Это говорит об успешном процессе политической социализации, что формирует необходимую политическую культуру, отличную от политической культуры молодежи 20-тилетней давности.

Для повышения политической активности представителей молодежи необходимо увеличивать количество молодежных площадок, посвященных различного рода социальным и политическим проблемам, стимулировать активность дискуссионных форм, в том числе в интернете. Данные меры, на наш взгляд, позволят повысить активность молодежи, а также использовать активность к протестному поведению в позитивном русле, направленно на обсуждение, образование и информирование молодежи по различным актуальным проблемам. Тем самым существует вероятность использовать потенциальную активность молодежи в позитивном для страны направлении.

#### Список литературы

1. Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория./ И.М. Ильинский. М.: Голос, 2001. 696 с.
2. Субетто А.И. Россия и человечество «на перевале» Истории в преддверии третьего тысячелетия. /А.И. Субетто. СПб.: ПАНИ, Астерион, 1999. 827 с.
3. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты. М.: Институт социологии РАН, 2007.