

УДК 323.2; 316.654

DOI: 10.17223/1998863X/62/14

Я.Ю. Шашкова, Т.А. Асеева, О.С. Киреева

ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА РФ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ПОКОЛЕНИЯ «BORN DIGITAL» (КЕЙС СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта «Модели и траектории политической идентификации школьников и студентов регионов РФ в условиях информационного общества (на примере регионов СФО и ДФО)» № 20-011-31061.

На основе массового опроса учащихся 8–11-х классов школ и 1–2-х курсов вузов, проведенного осенью 2020 г. в регионах Сибирского федерального округа, выявляются оценка государственной молодежной политики поколением «Born Digital», степень влияния на нее информированности молодежи о проектах государственной молодежной политики. Определяются предпочтительные для молодежи направления взаимодействия с государством и формы желаемой государственной поддержки молодежи.

Ключевые слова: молодежь, государственная молодежная политика, поколение «Born Digital», лидеры мнений, Сибирский федеральный округ

1. Постановка проблемы исследования

Современные тенденции развития общества, связанные с глобализационными, информационными и технологическими прорывами, обуславливают ориентацию молодежи на принципиально иные формы коммуникации между собой и с государственными институтами. В современных условиях молодые люди гораздо активнее включаются в политический процесс, о чем свидетельствуют не только участвовавшие неконвенциональные формы политического участия, но и широкая интеграция молодого поколения в деятельность различных политических сил. Это ставит перед государством задачу пересмотра традиционных форм взаимодействия с молодежью, так как именно этот социальный слой впоследствии станет основой государственной стабильности. В настоящий момент государство демонстрирует интерес к молодежи, пытаясь адаптировать нормативно-правовую базу под специфику нового поколения и с учетом тенденций общественного развития, о чем свидетельствует принятый 23 декабря 2020 г. Федеральный закон № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» [1].

В данном исследовании в качестве одной из методологических основ более глубокого понимания специфики изучаемого сегмента молодежи используется теория межпоколенческих размежеваний У. Штрауса и Н. Хоува [2]. Предложенные ими типология и характеристика поколений не теряют своей актуальности и на современном этапе. Эта теория активно используется исследователями и практиками отдельных направлений работы с молодежью в разных государствах, однако ее содержание не следует абсолютизировать.

Другой методологической основой выступила двухступенчатая модель коммуникации, предложенная П. Лазарсфельдом и его коллегами Б. Берельсоном и Х. Годэ [3]. Авторы данного подхода еще в 40-е гг. XX в. обратили внимание на закономерность, в соответствии с которой информация, поступающая населению через СМИ, спустя определенное время усиливается, а не ослабевает. По их мнению, «массовая аудитория» усваивает информацию не сразу, а через некоторое время, и большую роль в этом процессе играют «лидеры мнений». В результате авторы приходят к выводу, что информационный поток проходит две ступени: сначала (на первой ступени) СМИ осуществляют свое влияние на «лидеров мнений», а затем (на второй ступени) они воздействуют на аудиторию. Такая модель вполне применима для анализа эффективности государственной молодежной политики, поскольку в ее оценках заметно влияние референтных лиц.

В научный дискурс проблематика особенностей межпоколенческих размежеваний вошла в начале 90-х гг. XX в. благодаря работе американских авторов У. Штрауса и Н. Хоува [2]. Однако Н.П. Попов указывает на опасность полных прямых аналогий между характеристиками американских и российских поколений, подчеркивая, что данную концепцию часто используют только как привлекательный контент в маркетинге, зачастую преувеличивая трансформацию значимых характеристик выделяемых поколений [4].

Особенности поколения Y (миллениалов) и поколения Z («Born Digital»), обусловленные развитием научно-технического прогресса и информационных технологий, наиболее активно обсуждаются в педагогической науке в связи с необходимостью поиска новых форм взаимодействия с этими поколениями в образовательном процессе [5]. В.А. Захарова рассматривает межпоколенческую теорию как методологию, на основе которой можно выстроить эффективный диалог со студентами [6]. В социологии обобщающей работой по изучению поколения миллениалов стала монография В. Радаева [7]. М.А. Ядова рассматривает миллениалов как потенциальную силу, способную в ближайшей перспективе обеспечить социально-политическую модернизацию общества [8]. Активизация современного поколения молодежи в качестве потребителей товаров и услуг обуславливает интерес к нему маркетологов [10–13].

При этом следует отметить, что в научной литературе отсутствует единое мнение о четком временном разграничении между поколениями Y и Z, так как переход от одного поколения к другому определяется уровнем социально-экономического и информационного развития регионов. Существует подход, согласно которому к Z уже относят молодежь, рожденную после 2000 г. В связи с этим можно предположить, что изучаемая нами категория молодежи больше относится к поколению «Born Digital» [9]. Дистанционное обучение и самоизоляция, обусловленные мерами безопасности для борьбы с пандемией, вероятнее всего, приблизили более молодых представителей поколения Y к поколению Z, так как в этот период особо актуализировались виртуальные коммуникации.

Тема молодежной политики актуальна как в зарубежных, в первую очередь европейских, так и в отечественных исследованиях. Можно выделить обобщающие работы, в которых определяется понятие «молодость». Так, Р. Нандигири [14], А.Л. Фернандес-Алькантара [15] характеризуют данную

дефиницию не только в социальном, но и в политическом разрезе. Анализ основных направлений государственной молодежной политики Европейского Союза в целом и отдельных государств Европы представлен в работах Д. Поточника и Х. Вильямсона [16], Т. Дибуа [17] и Д. Морчиано, Ф. Скардиньо, А. Манути, С. Пасторе [18]. В странах Западной Европы значимое внимание уделяется образовательной политике молодежи, в этом плане интерес представляют работы Х. Эшворта [19], К. Капура, В. Вираккоди, А. Шредера [20]. Что касается отечественных исследований, то в общем виде государственная молодежная политика анализируется в публикациях Е.В. Андрушиной, Е.А. Пановой [21], П.А. Гнездиловой [22], З.Г. Харисовой [23]. Отдельные направления молодежной политики рассматриваются в статьях Д.М. Сапаровой [24], Е.Н. Малик, В.В. Соколова [25], Т.Д. Сулейманова [26]. Оценка эффективности государственной молодежной политики дается Т.Н. Ланец, О.В. Якиной [27], О.В. Поповой, Е.В. Негровым [28], Т.Б. Шигаляковой [29], Т.А. Асеевой, Я.Ю. Шашковой [30].

В целом анализ результатов научных исследований показал, что изучение проблем государственной молодежной политики в РФ на современном этапе носит фрагментарный характер и в большинстве случаев основано на данных миллениалов. В связи с этим представляется необходимым посмотреть на государственную молодежную политику с позиций поколения «Born Digital», оценить особенности восприятия им данной политики и видение желаемых направлений взаимодействия с государством.

Эмпирической базой статьи выступили результаты массового опроса молодежи регионов Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, проведенного коллективом кафедры политологии Алтайского государственного университета осенью 2020 г. (опрошены 2 500 учащихся 8–11-х классов школ и 1–2-х курсов вузов; выборка – квотная с контролем признаков возраста, типа населенного пункта и региона проживания; сбор информации осуществлялся методом анкетирования). В Сибирском федеральном округе (СФО) опрос проводился в Алтайском крае, Иркутской области, Красноярском крае, Кемеровской области, Новосибирской области, Республиках Алтай и Тыва.

2. Информированность и оценки учащейся молодежи государственной молодежи политики РФ

Для изучаемого нами сегмента молодежи характерны следующие черты: самоуверенность, обусловленная возможностями быстрого доступа к информации с помощью сети Интернет; нежелание брать на себя ответственность; минимальный горизонт планирования, ориентация на получение результата в кратчайшие сроки; отделение себя от государства и отсутствие интереса к реальной жизни. Как следствие, преобладание интернет-идентичности, коллажное или клиповое мышление, т.е. отсутствие системного видения ряда проблем, завышенные ожидания в отношении своей личности, обусловленные спецификой общения с родителями. Помимо этого, достаточно часто данному поколению приписывают еще одно качество – гиперкогнитивность, под которой понимают высокую способность не только к переработке, но и к восприятию различного рода информации сразу из нескольких источников. Приоритетными источниками информации для учащейся молодежи являются

социальные сети и мессенджеры, а также информационные интернет-ресурсы, новостные ленты, видео. Традиционные СМИ значительно им уступают. Не менее важной характеристикой этого поколения является их отношение к политике, в частности к государственной молодежной политике.

По результатам опроса можно увидеть, что лишь незначительное количество респондентов разного возраста дают высокую положительную оценку государственной молодежной политике. Наиболее скептически в ее оценке оказались настроены студенты 2-го курса. Можно предположить, что, столкнувшись непосредственно с необходимостью решения каких-либо проблем (например, решение жилищного вопроса и т.п.), они не нашли необходимой поддержки государства (табл. 1).

Таблица 1. Оценка эффективности государственной молодежной политики в стране учащейся молодежью СФО, % по столбцу

Оценка государственной политики	Категория обучающихся					
	Ученик, класс				Студент, курс	
	8-й	9-й	10-й	11-й	1-й	2-й
Эффективная	3,8	3,5	2,6	2,5	2,6	2,5
Скорее эффективная	24,2	23	23,81	25,1	27,4	16,1
Скорее неэффективная	18,9	19,2	22,7	21	21	26,3
Не эффективная	8,8	10,84	10,6	9,3	5,1	11,1
Мне ничего о ней не известно	44,3	43,4	40,3	40,1	44	44

Большое влияние на оценку государственной молодежной политики оказывает слабая информированность учащихся и студентов о реализуемых проектах. Как показали данные опроса, молодежь недостаточно информирована о государственной молодежной политике. Не смогли вспомнить ни одной из реализуемых государственных программ в молодежном секторе 58,6% оценивших государственную молодежную политику как эффективную, 60,5% – как «скорее эффективную», 72,4% – как «скорее не эффективную», 77,5% – как неэффективную. В группе же затруднившихся оценить эффективность государственной молодежной политики количество не назвавших ни одной программы достигает 89,7%.

Среди оценивших государственную молодежную политику как эффективную в качестве известных им государственных молодежных программ 13,8% указали волонтерство, 7% – РДШ, по 3,4% – Юнармию, проект «Молодая семья», экологические программы и спортивные соревнования, без конкретизации мероприятий. По 1,7% респондентов отметили проекты в сфере патриотического воспитания, «Волонтеры победы», «Билет в будущее», «Мы против наркотиков», «Твое время», «Сельская молодежь», «Пионеры», «Росмолодежь», КВН и т.д. Таким образом, респонденты продемонстрировали единичные упоминания реализующихся федеральных или региональных проектов, что свидетельствует о несистемности информирования и вовлечения молодежи в реализацию данных проектов.

Оценившие государственную молодежную политику как «скорее эффективную» упоминали РДШ (9,3%), проект «Молодая семья» (4,6%), Юнарию (3,6%), патриотическое воспитание (2,9%). В то же время снижается количество упоминаний волонтерства (8,3%) и появляется проект «Молодежь России» (2,7%). Помимо этого, были названы проекты разного уровня, упоминания которых составило не более 1%: «Молодая гвардия», программы дополнительного

образования, «Проезд в общественном транспорте», экологические программы, «Молодой лидер», «Молодежный парламент», «обучение по обмену» и др.

Респонденты, оценившие молодежную политику как «скорее неэффективную», по сравнению с предыдущей группой меньше называли РДШ (4,6%), проект «Молодая семья» (4,3%), волонтерство (3,8%), Юнармию (1,3%), но чаще упоминали молодежный парламент (1,6%), «обучение по обмену» (1,4%). Остальные ответы касались таких проектов и программ, как «Образовательный кредит», программы дополнительного образования, «Молодежный бизнес России», «Молодой лидер», патриотическое воспитание, «Сириус», «Кадры будущего для регионов» и другие, каждый из которых получил менее 1% упоминаний.

Посчитавшие молодежную политику неэффективной в качестве известных им программ указывают РДШ (6%), «Юнармию» (3%), проекты «Молодежь России» (1,8%), «Молодая гвардия» (1,2%), программы «Молодая семья» (2,4%), «Молодежная карта» (1,2%), патриотическое воспитание (1,2%), волонтерство (1,8%). Менее популярны среди этой группы молодежи такие проекты, как «Развитие городского общественного транспорта», «Молодой лидер», «Волонтеры Победы», «Молодежный парламент», «Билет в будущее», «льготный проезд в транспорте», «Бизнес-молодость», получившие каждый менее 1% упоминаний.

В ходе проведенного исследования удалось зафиксировать, что в блоке оценивших государственную молодежную политику как неэффективную появляются указания на деятельность политических сил, которые не относятся к государственной молодежной политике, более того носят оппозиционный характер. Так, в данном блоке учащаяся молодежь называет ЛДПР – 2,4% респондентов, штаб Навального – 1,2%, «Соколов ЛДПР» – 0,6%, КПРФ – 0,6%, Яблоко – 0,6%, команду Е. Жукова – 0,6%, Национально-освободительное движение – 0,2%. В совокупности они составляют 6,2% против 21,6% назвавших проекты, реализуемые государством, и 77,5% не назвавших ничего. Фактически это свидетельствует о том, что в результате негативной оценки взаимодействия с государством молодежь для реализации своих интересов вовлекается в сферу публичной политики, пытается примкнуть к различным политическим силам. Также на низкую эффективность государственной молодежной политики указывает причисление к ней молодежью негосударственных проектов. По сути, наблюдаются политическая дезориентация и подмена понятий. При анализе распределения ответов в разрезе возраста и категорий обучающихся данная тенденция явно проявляется среди школьников 9–11-х классов.

Интересно, что некоторая информированность о молодежных проектах присутствует и среди затруднившихся дать оценку эффективности государственной молодежной политике. Так, ими были названы РДШ (3,2%), «Билет в будущее» (0,9%), «Молодая семья» (0,8%), волонтерство (0,7%), патриотическое воспитание (0,7%), «Молодежь России» (0,5%), «Юнармия» (0,5%), «Молодежный парламент» (0,5%), «Волонтеры Победы» (0,4%), «Россия будущего» (0,3%), «Молодой лидер» (0,3%) и еще более 10 мероприятий на уровне единичных упоминаний. В данном блоке уже нет указаний на «громкие» негосударственные проекты.

В целом можно констатировать, что лишь незначительная часть респондентов ориентируется в направлениях реализации молодежной политики. Но и здесь отмечаются особенности, которые напрямую связаны с недостаточной информированностью учащейся молодежи. Например, 1,4% респондентов называли федеральную целевую программу «Молодежь России», которая на современном этапе не реализуется, а 0,5% отнесли к проектам молодежной политики «Молодежную карту Сбербанка».

Таблица 2. Распределение оценок эффективности государственной молодежной политики в стране в целом среди субъектов СФО, % по столбцу

Оценка государственной политики	Регион проживания						
	Кемеровская область	Республика Алтай	Республика Тыва	Алтайский край	Новосибирская область	Иркутская область	Красноярский край
Эффективная	3,9	3,2	5,7	2,3	3,8	4,1	2,5
Скорее эффективная	19,5	25,4	30,2	22,6	28,4	24,3	19,9
Скорее неэффективная	20,5	12,7	16	21,6	25,3	18	25,8
Неэффективная	11,2	4,8	6,6	11,2	8,4	10,4	9,8
Мне ничего о ней не известно	45,7	54	41,5	42,3	34,1	43,2	42

Если детализировать оценки государственной молодежной политики в разрезе субъектов СФО, то можно увидеть, что положительное мнение о ее эффективности больше сосредоточено в Республике Тыва (5,7%), а в Алтайском крае такая оценка набирает самый низкий процент (2,3%). Среди оценивших молодежную политику как «скорее эффективную» наивысшее значение по группе наблюдается в Республике Тыва (30,2%) и Новосибирской области (28,4%). На этом фоне для всех субъектов СФО характерно преобладание низкой оценки эффективности государственной молодежной политики, но в разном процентном соотношении. Наиболее категорично оценили ее как неэффективную в Алтайском крае и Кемеровской области (по 11,2% опрошенных). При этом в Республике Алтай больше всего респондентов, которым ничего не известно о молодежной политике (54%), и, наоборот, в Новосибирской области таких респондентов меньше всего – 34,1%. В остальных субъектах СФО доля респондентов, которым ничего о ней неизвестно, примерно одинакова (табл. 2).

3. Желаемые траектории взаимодействия молодежи поколения «Born Digital» с государством

Так как респонденты в большинстве своем не ориентируются в существующих программах и проектах молодежной политики, актуализируется вопрос о том, в каких сферах, по их мнению, должно осуществляться взаимодействие государства с молодежью. Распределение ответов на этот вопрос несколько различается по категориям школьников и студентов. Данные опроса свидетельствуют, что для всей совокупности респондентов приоритетным направлением взаимодействия выступает образование, и с возрастом эта потребность только увеличивается. Так, поддержка государством сферы образования является важной для 74,5% учеников 8-го класса, 77,2% школьников 9-го класса; 81,3% учащихся 10-го класса и 85,6% – 11-го класса. Причем при смене статуса ученика на студента эта потребность только возрастает: ее отметили 87,2% студентов 1-го курса и 89,5% студентов 2-го курса.

Второй по частоте упоминаемости стала поддержка в трудоустройстве как элемент государственной молодежной политики. На нее указали 50% учеников 8-го класса, 62,2% – 9-го класса, 65,2% – 10-го класса, 75,2% – 11-го класса. Особенно это значимо для 82,8% студентов 1-го курса и 81,4% – 2-го курса.

Ожидание поддержки от государства в приобретении жилья продемонстрировали 52,5% учеников 8-го класса, 51,3% – 9-го класса, 53,8% – 10-го класса, 54,1% одиннадцатиклассников. О необходимости такой формы высказались 54,8% студентов 1-го курса, 69,4% – 2-го курса. Как видим, на первом курсе эта потребность остается примерно на таком же уровне, что и у учеников 11-го класса. Ко 2-му курсу виден значительный рост в желании получить данную форму поддержки.

Требование государственной поддержки в сфере здравоохранения актуально для 43,1% учеников 8-го класса, 47,1% – 9-го класса, 51% – 10-го класса, 53,5% – 11-го класса. Что касается студентов, то среди представителей 1-го курса на такую форму поддержки надеются 56,7%, а на 2-м курсе уже 63,8%.

На этом фоне молодежи меньше востребовано содействие государства в развитии бизнеса. Данную форму реализации государственной молодежной политики указали 42,7% учеников 8-го класса, 36,1% – 9-го класса, 39,6% – 10-го класса, 51,3% – 11-го класса, 42% студентов 1-го курса и 48,2% – 2-го.

На последнем месте находится необходимость взаимодействия в сфере политического участия. Причем студенты, в отличие от школьников, больше заинтересованы в таком взаимодействии. Мнения респондентов распределились следующим образом: 16,6% учеников 8-го класса, 17,5% – 9-го класса, 23,1% – 10-го класса, 25,6% – 11-го класса, 36,3% студентов 1-го курса и 37,2% – 2-го курса.

В целом из всех исследуемых групп студенты 2-го курса демонстрируют наибольший запрос на поддержку со стороны государства по всем предложенным направлениям, лишь в вопросах трудоустройства отдавая первенство студентам 1-го курса, а в вопросах поддержки развития бизнеса – ученикам 11-го классов. При этом важно заметить, что именно студенты 2-го курса чаще других оценивали молодежную политику как неэффективную. Показательным является и тот факт, что среди респондентов, оценивших государственную политику как эффективную, наблюдается самый минимальный запрос на поддержку государства (3,3%), тогда как среди учащейся молодежи, не обладающей информацией о содержании и реализации государственной молодежной политики на современном этапе, в значительной степени преобладают ожидания поддержки от государства по всем предложенным категориям (42,56%).

Ответы на вопрос о предпочтительных формах государственной поддержки выявили наличие в молодежной среде одинаково высокого запроса на создание условий для карьерного роста, независимо от рода занятий респондентов. Так, на это указали 54,1% учеников 8-го класса, 61,1% учеников 9-го класса, 68,9% учеников 10-го класса, 78,6% учеников 11-го класса, 75,8% студентов 1-го курса и 79,4% студентов 2-го курса.

Второе место в рейтинге предпочтений молодежи занимает финансирование организаций, работающих с молодежью. Ожидания данной формы

поддержки государства обозначили 55% учеников 8-го класса, 46,9% учеников 9-го класса, 51% учеников 10-го класса, 55,7% учеников 11-го класса, 56% студентов 1-го курса и 49,2% студентов 2-го курса.

Распределение ответов на вопрос «Какая государственная поддержка, по вашему мнению, необходима молодежи в настоящее время?» по регионам проживания демонстрирует максимальное сходство мнений молодежи и в территориальном аспекте. Во всех исследуемых субъектах СФО запрос на создание условий для карьерного роста очень высок (в Иркутской области его обозначили 71%, в Алтайском крае – 70,8%, в Кемеровской области – 70,1%, Республике Алтай – 69%, в Красноярском крае – 68,1%, в Республике Тыва – 64,2%). На этом фоне выделяется только Новосибирская область, где меньший процент школьников и студентов (59%) отметили необходимость такой формы поддержки, что, вероятнее всего, обусловлено более высоким социально-экономическим статусом данного региона.

Корреляция ответов на вопросы «Как вы оцениваете государственную молодежную политику на современном этапе в стране в целом?» и «Какая государственная поддержка, по вашему мнению, необходима молодежи в настоящее время?» позволяет выяснить, какие формы поддержки позволят улучшить мнение учащейся молодежи о государственной молодежной политике. Распределение ответов отчетливо показало, что независимо от оценки государственной молодежной политики большинство молодых людей в качестве основных методов ее реализации видят создание условий для карьерного роста молодежи, финансирование организаций, работающих с молодежью, и развитие молодежного самоуправления. Информационная поддержка, несмотря на достаточно высокий процент упоминаний, оказалась далеко не на первом месте рейтинга, чаще занимая четвертое, пятое и шестое места (табл. 3). При этом готовность к участию в молодежных проектах, поддерживаемых государством, выразили 46,7% респондентов, 17% отнесли к этой идее отрицательно, 36,2% затруднились ответить на данный вопрос.

Таблица 3. Распределение ожидаемых молодежью СФО форм государственной поддержки по уровням оценки ее эффективности, % по столбцу

Какая государственная поддержка, по вашему мнению, необходима молодежи в настоящее время	Как вы оцениваете государственную молодежную политику на современном этапе в стране в целом?				
	Эффективная	Скорее эффективная	Скорее неэффективная	Неэффективная	Мне ничего о ней не известно
Индивидуальная грантовая поддержка	25,9	33,2	34,3	37,3	26,6
Финансирование организаций работающих с молодежью	51,7	53,6	53,5	47,3	51,1
Информационная поддержка молодежи	37,9	36,8	30,5	36,7	31,6
Создание условий для карьерного роста	65,5	68,5	73,2	70,4	64,7
Кредиты и социальные субсидии	19	25,6	23,5	29	18,9
Квоты для молодежи на выборах и государственной службе	32,7	23	21,3	27,2	15,3
Развитие молодежного самоуправления	51,7	43,9	43,2	40,2	30,4
Нет ответа	5,2	5,1	3,2	6,5	7,2

Как видим, для исследуемого сегмента молодежи важна прежде всего самореализация, что совпадает с ключевыми характеристиками поколения «Born Digital». К тому же результаты опроса отчетливо показывают завышенные ожидания молодежи в отношении государства.

Принимая во внимание общепризнанное использование современной молодежью в качестве основных коммуникационных и информационных ресурсов социальных сетей и мессенджеров, особой проблемой становится выбор эффективных каналов, релевантных персон, способных довести до молодых людей информацию о государственной молодежной политике и сформировать их отношение к ней. Опрос показал, что при оценке общественных проблем школьники и студенты в первую очередь ориентируются на мнение родителей и родственников, а во вторую – на свое собственное мнение, а уже затем идет мнение друзей, блогеров, известных политиков и общественных деятелей. Влияние родителей и родственников достаточно сильно для учеников 8–11-х классов, затем (к первому и второму курсам) оно немного ослабевает, но незначительно. Интересно, что начиная с 1-го курса происходит рокировка лидеров мнений. По-прежнему значимыми остаются мнение родителей и своя собственная точка зрения, а мнение друзей заменяется взглядами известных политиков и общественных деятелей, но все равно оно опережает релевантность блогеров, СМИ, известных людей, лидеров различных партий / движений, лидеров молодежных организаций, депутатов и государственных деятелей (табл. 4).

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Чье мнение для вас наиболее значимо при обсуждении общественных проблем?», % по столбцу

Чье мнение для вас наиболее значимо при обсуждении общественных проблем?	Ваш род занятий					
	Ученик, класс				Студент, курс	
	8-й	9-й	10-й	11-й	1-й	2-й
Родителей, родственников	58,2	53,1	55,7	42,3	36,3	36,1
Друзей	27,4	25,7	26,2	26,8	24,8	22,6
Известных политиков, общественных деятелей	10,4	13	12,5	19,4	26,1	26,6
Лидеров молодежных организаций	7	5	4,8	5	10,2	10,6
Депутатов и государственных деятелей	7,6	5,8	5,1	7,6	6,4	8,5
Учителей	10,4	7,3	11	11,3	5,1	8
Лидеров различных политических партий	4,4	6,6	5,9	10,1	14,7	11
Блогеров	14,5	15,9	14,3	12,7	17,8	12,6
Средств массовой информации	10,7	9	11,4	13,2	11,5	7,5
Известных людей (спортсменов, бизнесменов и т.д.	7,6	10,6	10,3	13,2	13,4	12,6
Только собственное	24,8	28,5	35,2	37,2	33,1	38,7
Другое	0,6	0,4	1,8	0,6	1,3	1

Государство традиционно привлекает учителей в качестве агентов, привлекающих молодежь в реализацию проектов молодежной политики, но, согласно результатам опроса, учителя не относятся к лидерам мнений в молодежной аудитории, и государство должно учитывать данную особенность, выстраивая коммуникацию с поколением «Born Digital».

Выводы

Таким образом, оценка эффективности государственной молодежной политики поколением «Born Digital» в первую очередь обуславливается спецификой их коммуникационных связей. Результаты исследования позволили

обнаружить следующую зависимость: чем ниже информированность о государственной молодежной политике, тем негативнее ее оценка среди представителей изучаемой группы и тем выше ожидания респондентов в отношении государства. Данная корреляция прослеживается во всех субъектах СФО, что подтверждает репрезентативность данного утверждения. Среди молодежи существует запрос на взаимодействие с государством в первую очередь в сфере образования, трудоустройства, приобретения жилья, здравоохранения и в меньшей степени – в сфере политического участия молодежи. Что касается желаемых форм государственной поддержки, то прежде всего отмечаются создание условий для карьерного роста, финансирование организаций, работающих с молодежью, и развитие молодежного самоуправления. При этом информационная поддержка для учащейся молодежи не является первостепенной. Несмотря на преобладание интернет-коммуникаций, лидерами мнения для них остаются родители, точка зрения которых, в свою очередь, опосредована собственными знаниями, опытом и влиянием других лидеров мнений.

Существующий на современном этапе нормативно-правовой подход в реализации молодежной политики показывает свою неэффективность, несмотря на значительную работу государства в данной сфере, поскольку государство пытается воздействовать на молодежный сегмент через традиционных агентов социализации (школа, учителя, СМИ и другие государственные институты) и с применением традиционных директивных методов. Как следствие – низкие информированность и участие молодежи. Поэтому перед органами государственной власти стоит важнейшая задача по реформированию взаимодействия с новым поколением, диверсификации молодежной политики с учетом черт этого поколения и востребованных им траекторий коммуникаций с государством.

Литература

1. О молодежной политике в Российской Федерации : федеральный закон № 489-ФЗ от 23.12.2020. URL: <http://ips.pravo.gov.ru:8080/default.aspx?pn=0001202012300003> (дата обращения: 20.01.2021).
2. Strauss W., Howe N. Generations: The History of Americas Future, 1584 to 2069. New York, 1991. 538 p.
3. Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. New York : Columbia University Press, 1968. 178 p.
4. Понов Н.П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 4. С. 309–323.
5. Пошехонова В.А. Образовательная гуманитарная технология цифрового поколения // Педагогическое образование в России. 2018. № 5. С.13–20.
6. Захарова В.А. Студенты поколения Z: реальность и будущее // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. № 4. С. 47–55.
7. Радаев В. Миллениалы: как меняется российское общество. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 224 с.
8. Ядова М.А. Поколение миллениалов в российском обществе: в поисках другой молодежи // Полис. Политические исследования. 2020. Т. 29, № 6. С. 181–188. DOI: 10.17976/jpps/2020.06.14
9. Якимова З.В., Масилова М.Г. Поколение Z как потенциальный сегмент рынка труда // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. № 4 (21). С. 341–345.
10. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Экономика и менеджмент. 2014. Т. 8, № 1. С. 108–114.
11. Трубникова Н.В., Порудчикова А.В. О равнозначности познавательных систем: парадигма коммуникативного континуума // Коммуникология. 2018. Т. 6, № 3. С. 93–103. DOI: 10.21453/2311-3065-2018-6-3-93-103

12. Палффри Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / пер. с англ. Н.Г. Яцюк. М.: Эксмо, 2011. 364 с.
13. Prensky M.H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom // *Innovate: Journal of Online Education*. 2009. № 5 (3). URL: <https://www.learn-techlib.org/p/104264/> (accessed: 20.01.2021).
14. Nandigiri R. Standpoint: The politics of being “young”: is a “youth” category really necessary for “development”? // *Feminist Africa*. 2012. № 17. P. 114–117.
15. Fernandes-Alcantara A.L. Vulnerable Youth: Background and Policies. Congressional Research Service. 2014. URL: <https://www.hsdl.org/?abstract&did=721808> (accessed: 15.01.2021).
16. Potočnik D., Williamson H. Youth policy in Serbia. URL: <https://rm.coe.int/0900001680903561> (accessed: 20.01.2021)
17. Dibou T. Towards a better understanding of the model of EU youth policy // *Studies of Changing Societies: Youth Under Global Perspective*. 2012. № 1 (5). P. 15–36.
18. Morciano D., Scardigno F., Manuti A., Pastore S. A theory-based evaluation to improve youth participation in progress: A case study of a youth policy in Italy // *Child & Youth Services*. 2016. Vol. 37, № 4. P. 304–224.
19. Ashworth H. Students acquisition of a threshold concept in childhood and youth studies // *Innovations in Education & Teaching International*. 2016. Vol. 53, № 1. P. 94–103.
20. Kapoor K., Weerakkody V., Schroeder A. Social innovations for social cohesion in Western Europe: success dimensions for lifelong learning and education // *Innovation: The European Journal of Social Sciences*. 2018. Vol. 31, № 2. P. 189–203.
21. Андрюшина Е.В., Панова Е.А. Современная российская государственная молодежная политика: эволюция, основные направления, практики // *Власть*. 2017. № 7. С. 60–65.
22. Гнездилова П.А. Государственная молодежная политика // *Sciences of Europe*. 2016. Т. 4, № 5 (5). С. 34–35.
23. Харисова З.Г. Молодежная политика в современной России // *Вестник науки и образования*. 2018. Т. 1, № 5 (41). С. 39–41.
24. Сапарова Д.М. Молодежный совет Томска в молодежной политике города // *Вестник Томского государственного университета. История*. 2013. № 5 (25). С. 94–96.
25. Малик Е.Н., Соколов В.В. Приоритеты реализации государственной молодежной политики в Орловской области // *Управленческое консультирование*. 2018. № 1. С. 51–55.
26. Сулейманов Т.Д. Приоритетные направления реализации государственной молодежной политики Республики Татарстан // *Вестник экономики, права и социологии*. 2018. № 4. С. 277–279.
27. Ланец Т.Н., Якина О.В. К вопросу об оценке эффективности региональной молодежной политике (на примере Хабаровского края) // *Вопросы управления*. 2017. № 5 (48). С. 31–37.
28. Попова О.В., Негров Е.О. Молодежная политика глазами самой молодежи: проблема в PR? // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2019. Т. 14, № 6. С. 37–58.
29. Шилолакова Т.Б. Эффективность государственной молодежной политики в Республике Хакасия // *Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Социология*. 2016. Т. 16, № 1. С. 163–174.
30. Асеева Т.А., Шашкова Я.Ю. Оценка эффективности государственной молодежной политики и ее информационного компонента школьниками регионов Юго-Западной Сибири // *Социотайм*. 2020. № 1 (21). С. 66–77. DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.66

Yaroslava Yu. Shashkova, Altai State University (Barnaul, Russian Federation).

E-mail: yashashkova@mail.ru

Tatyana A. Aseeva, Altai State University (Barnaul, Russian Federation).

E-mail: tatulyasolar@mail.ru

Oxana S. Kireeva, Altai State University (Barnaul, Russian Federation).

E-mail: opekun-05@mail.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2021. 62. pp. 160–172.

DOI: 10.17223/1998863X/62/14

STATE YOUTH POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION AS PERCEIVED BY THE “BORN DIGITAL” GENERATION (A CASE OF THE SIBERIAN FEDERAL DISTRICT)

Keywords: youth; state youth policy; “Born Digital” generation; opinion leaders; Siberian Federal District

The study is supported by the Russian Foundation for Basic Research, Project No. 20-011-31061.

To predict the forms and level of political activity of young people in modern Russia, the authors analyze their assessments of the current interaction of the state with young people and their ideas about ways and methods of optimizing the state youth policy. The Strauss–Howe generational theory and the two-step flow of communication model by P. Lazarsfeld, B. Berelson, and H. Gaudet are the basic methodology of the research. The empirical basis of the article is comprised of data from mass surveys conducted in the fall of 2020. The information was collected using the questionnaire method (the sample included 2,500 pupils of grades 8–11 in schools and first- and second-year university students in seven regions of the Siberian Federal District and four regions of the Far East). Cross-territorial comparison facilitated the estimation of the degree to which assessments and ideas of young people about the state youth policy have become universal. To implement the tasks set, the authors estimated current assessments of the state youth policy of the Russian Federation by the young people of the Siberian Federal District, as well as their awareness of the implemented youth programs and projects, and their ideas about the desired forms and types of state support for young people. Groups of subjects that influence the respondents in their assessment of this policy domain have also been identified. The conducted analysis has revealed a low level of young people's awareness of the state youth policy and its assessment as ineffective. The inability of the respondents to distinguish between state-supported and non-state programs and projects has turned out to be a characteristic feature. The demand of young people for state support of education and healthcare, assistance in employment and accommodation has been traced in all the studied subjects of the federal district. It is especially high among young people who have assessed the state youth policy as ineffective and who do not have sufficient information about it. Pupils and students have stated the creation of career growth environment, the financing of organizations working with young people, and the development of youth self-government as desirable forms of state support. At the same time, information support of young people has proved to be less relevant. The study has shown that, despite the specifics of the communication links of the younger generation, parents are still opinion leaders for them. Teachers, the media, and other traditional channels of government influence on young people are losing their relevance. The authors have come to the conclusion that it is necessary to move from the legal and regulatory state youth policy to a diversified one, which will consider the specific features of the communication channels of the “Born Digital” generation and their preferred formats of interaction with the state.

References

1. Russia. (2020) *Federal'nyy zakon № 489-FZ “O molodezhnoy politike v Rossiyskoy Federatsii”* 23.12.2020 goda [Federal Law No. 489-FZ “On youth policy in the Russian Federation” of December 23, 2020]. [Online] Available from: <http://ips.pravo.gov.ru:8080/default.aspx?pn=0001202012300003> (Accessed: 20th January 2021).
2. Strauss, W. & Howe, N. (1991) *Generations: The History of Americas Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.
3. Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
4. Popov, N.P. (2018) Rossiyskie i amerikanskije pokoleniya XX veka: otkuda prishli millenialy? [Russian and American Generations of the 20th Century: Where Did Millennials Come From?]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 4. pp. 309–323.
5. Poshekhonova, V.A. (2018) The humanities educational technology of the digital age. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii – Pedagogical Education in Russia*. 5. pp.13–20. (In Russian).
6. Zakharova, V.A. (2019) Students of Generation Z: Reality and Future. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta*. 4. pp. 47–55. (In Russian). DOI: 10.17805/trudy.2019.4.5
7. Radaev, V. (2020) *Millenialy: Kak menyaetsya rossiyskoe obshchestvo* [Millennials: How Russian society is changing]. Moscow: HSE.
8. Yadova, M.A. (2020) Generation of Millennials in Russian Society: In Search of Another Youth. *Polis. Politicheskie issledovaniya – Polis. Political Studies*. 29(6). pp. 181–188. (In Russian). DOI:10.17976/jpps/2020.06.14
9. Yakimova, Z.V. & Masilova, M.G. (2017) Pokolenie Z kak potentsial'nyy segment rynka truda [Generation Z as a potential segment of the labor market]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psikhologiya – Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. 4(21). pp. 341–345.
10. Astashova, Yu.V. (2014) Teoriya pokoleniy v marketinge [The theory of generations in marketing]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of South Ural State University, Series “Economics and Management”*. 8(1). pp. 108–114.

11. Trubnikova, N.V. & Porudchikova, A.V. (2018) O ravnoznachnosti poznavatel'nykh sistem: paradigma kommunikativnogo kontinuum [On the equivalence of cognitive systems: paradigm of the communicative continuum]. *Kommunikologiya*. 6(3). pp. 93–103. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-3-93-103
12. Palfrey, J. & Gasser, W. (2011) *Deti tsifrovoy ery* [Children of the Digital Era]. Translated from English by N.G. Yatsyuk. Moscow: Eksmo.
13. Prensky, M.H. (2009) Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*. 5(3). [Online] Available from: <https://www.learn-techlib.org/p/104264/> (Accessed: 20th January 2021).
14. Nandigiri, R. (2012) Standpoint: The politics of being “young”: is a “youth” category really necessary for “development”? *Feminist Africa*. 17. pp. 114–117.
15. Fernandes-Alcantara, A.L. (2014) *Vulnerable Youth: Background and Policies*. Congressional Research Service. [Online] Available from: <https://www.hsdl.org/?abstract&did=721808> (Accessed: 15th January 2021)
16. Potočník, D. & Williamson, H. (n.d.) *Youth policy in Serbia*. [Online] Available from: <https://rm.coe.int/0900001680903561> (Accessed: 20th January 2021)
17. Dibou, T. (2012) Towards a better understanding of the model of EU youth policy. *Studies of Changing Societies: Youth Under Global Perspective*. 1(5). pp. 15–36.
18. Morciano, D., Scardigno, F., Manuti, A. & Pastore, S. (2016) A theory-based evaluation to improve youth participation in progress: A case study of a youth policy in Italy. *Child & Youth Services*. 37(4). pp. 304–224. DOI: 10.1080/0145935X.2015.1125289
19. Ashworth, H. (2016) Students acquisition of a threshold concept in childhood and youth studies. *Innovations in Education & Teaching International*. 53(1). pp. 94–103. DOI: 10.1080/14703297.2014.1003953
20. Kapoor, K., Weerakkody, V. & Schroeder, A. (2018) Social innovations for social cohesion in Western Europe: success dimensions for lifelong learning and education. *Innovation: The European Journal of Social Sciences*. 31(2). pp. 189–203. DOI: 10.1080/13511610.2017.1419336
21. Andryushina, E.V. & Panova, E.A. (2017) The Modern Russian State Youth Policy: Evolution, Main Directions and Practice. *Vlast' – The Authority*. 7. pp. 60–65. (In Russian).
22. Gnezdilova, P.A. (2016) Gosudarstvennaya molodezhnaya politika [State youth policy]. *Sciences of Europe*. 5(5). pp. 34–35.
23. Kharisova, Z.G. (2018) Molodezhnaya politika v sovremennoy Rossii [Youth policy in modern Russia]. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 5(41). pp. 39–41.
24. Saparova, D.M. (2013) Youth council of Tomsk in a city's youth policy. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya – Tomsk State University Journal of History*. 5(25). pp. 94–96. (In Russian).
25. Malik, E.N. & Sokolov, V.V. (2018) Priorities of Realization of the State Youth Policy in the Orel Region. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie – Administrative Consulting*. 1. pp. 51–55. (In Russian). DOI: 10.22394/1726-1139-2018-1-51-55
26. Suleymanov, T.D. (2018) Priorities of Implementation of the State Youth Policy of the Republic of Tatarstan. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii – The Review of Economy, the Law and Sociology*. 4. pp. 277–279. (In Russian).
27. Lanets, T.N. & Yakina, O.V. (2017) On the question of evaluation of the efficiency of regional youth policy (on the example of the Khabarovsk territory). *Voprosy upravleniya – Management Issues*. 5(48). pp. 31–37. (In Russian).
28. Popova, O.V. & Negrov, E.O. (2019) Youth policy through the eyes of youth: is the problem in PR? *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk – Central Russian Journal of Social Sciences*. 14(6). pp. 37–58. (In Russian).
29. Shigolakova, T.B. (2016) Efficiency of the state youth policy in the Republic of Khakassia. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya - RUDN Journal of Sociology*. 16(1). pp. 163–174. (In Russian).
30. Aseeva, T.A. & Shashkova, Ya.Yu. (2020) Evaluation of the effectiveness of the state youth policy and its information component by schoolchildren of the South-Western Siberia regions. *Sotsiotaym – SocioTime*. 1(21). pp. 66–77. (In Russian). DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.66