

**МЕХАНИЗМЫ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ЕЕ
ВЛИЯНИЕ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ: «ВЕЩЬ В СЕБЕ»
ИЛИ ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ?**

Евгений Олегович Негров

кандидат политических наук, Санкт-Петербургский государственный
университет, Россия
negrov2001@mail.ru

Abstract

Основная исследовательская цель статьи связана с комплексной оценкой механизмов молодежной политической коммуникации в виртуальном пространстве. Реализация такой цели позволит, в свою очередь, оценить угрозы и возможности (положительные эффекты) такой коммуникации на устойчивость социально-политической системы того или иного общества, определить степень и направленность возможного влияния.

В исследовании используются как новейшие данные по теме (вторичный анализ), так и собственное эмпирическое исследование на российском материале. Методом эмпирического исследования выступает личное стандартизированное интервью, объем выборки составляет 1000 респондентов, являющихся представителями молодежи в возрасте от 14 до 30 лет, постоянно проживающими на территории исследуемых регионов. В рамках выборочной совокупности распределение по основным показателям строго пропорционально официальным данным в среднем по регионам.

Актуальность исследования представляется весьма высокой, так как предполагает сочетание достаточно полного обзора основных направлений исследования роли участия молодежи в общественно-политическом процессе и привлечения конкретных эмпирических исследований, проведенных в 2018–2019 годах. При этом важно понимать, что в современной политической науке одной из значимых задач для осмысления и прогнозирования развития и устойчивости социально-экономической и политической систем выступает исследование ценностей и установок будущих субъектов политических инноваций, в роли которых и выступает молодежь.

В итоге в ходе исследования определены основные механизмы политической коммуникации, в том числе, самые популярные источники политической информации, зафиксированы основные тенденции увеличения и снижения популярности конкретных информационных источников, проведен анализ основных социально-демографических факторов, влияющих на приоритет использования тех или иных механизмов, а также выявлены основные каналы политической мобилизации молодежи и особенности их функционирования.

Keywords: *политическая коммуникация, молодежная политика, стабильность, виртуальное пространство, политическое поведение*

MECHANISMS OF YOUTH POLITICAL COMMUNICATION IN VIRTUAL SPACE AND ITS IMPACT ON POLITICAL SUSTAINABILITY: “A THING-IN-ITSELF” OR A FACTOR OF STABILITY?

Negrov Evgeny Olegovich

Ph.D. in Political Science, Saint Petersburg State University, Russia

negrov2001@mail.ru

Annotation

The main research goal of the report deals with a comprehensive assessment of the mechanisms of youth political communication in the virtual space. The implementation of this goal will allow, in turn, to assess the threats and opportunities (positive effects) of such communication on the stability of the socio-political system of a society, to determine the degree and direction of the possible influence.

The study uses both the latest data on the topic (secondary analysis) and own empirical research based on Russian material. The method of empirical research is a personal standardized interview, the sample size is 1000 respondents who are representatives of young people aged 14 to 30, permanent residents of the studied regions. Within the sampling frame, the distribution by the main indicators is strictly proportional to the official data on average for the regions.

The relevance of the study seems to be high, since it involves a combination of a fairly complete overview of the main directions of research on the role of youth participation in the socio-political processes and the involvement of specific empirical studies of 2018–2019. At the same time, it is important to understand that in modern political science, one of the significant tasks for understanding and predicting the development and sustainability of socio-economic and political systems is the study of the values and attitudes of future subjects of political innovations, and young people are in this role.

As a result, the study should identify the main mechanisms of political communication, including the most popular sources of political information, fix the main trends in the increase and decrease in the popularity of specific information sources, analyze the main socio-demographic factors that affect the priority of using certain mechanisms, and also identify the main channels of political mobilization of youth and the features of their functioning. The findings of the ongoing study are to be presented in the report.

Keywords: *political communication, youth policy, stability, virtual space, political behavior*

1. Введение

Развитие традиционных форм политического поведения и политической активности обусловлено перманентным развитием института государства как такового, и, в конечном итоге, формированием субъектности общества,

рационализацией политического процесса и ростом важности легитимации политической системы посредством политического участия. К традиционным формам политического поведения можно отнести участие в голосовании, политических кампаниях, взаимодействие с органами государственной власти, местным самоуправлением, политическими организациями, личные контакты с политиками, участие в конвенциональных и неконвенциональных акциях и т. д. При этом традиционный набор различных форм политического поведения коррелирует с социокультурным контекстом и особенностями политического режима в конкретной стране и в конкретное время. В этом контексте можно зафиксировать переход от традиционных форм активности к новым формам «прямого» участия¹, связанных, в том числе, и с самоидентификацией и политическим сознанием. Именно поэтому в качестве объекта исследования выбраны представители молодежи, играющей всё большую роль в изменении общественно-политических процессов. Изучение устойчивости, а также динамики моделей политического поведения российской молодежи, факторов, влияющих на их формирование, может предоставить дополнительные возможности для более эффективного прогнозирования степени политической активности и анализа закономерностей политического поведения молодежи.

Теория политической активности граждан относится к разряду достаточно традиционных тем в общественных науках в России. Эта характеристика политического поведения, фиксирующая многообразие форм политических действий, их интенсивность и периодичность, активно изучается отечественными политологами, политическими психологами и политическими социологами в последние шестьдесят лет. Периодически проводятся эмпирические исследования по данной теме², защищаются диссертации³, публикуются статьи, отражающие эффекты цифровизации политики в политической активности различных социальных групп и населения страны

¹ Фёдоров, П. М. (2014). Петиции и обращения как форма политической активности в современном российском обществе // Вестник ПАГС. 2014. № 4 (43) С. 83–93.

² Павлова, Т. В. (2011). Политическая активность как фактор политической модернизации. В Ю. С. Оганисян (Ред.), *Модернизация и политика в XXI веке* (pp. 306–319). Москва, Россия: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН); Петухов, В. В. (2002). Политическая активность и гражданская самоорганизация россиян. *Общественные науки и современность*, том 6, pp. 59–65; Привалов, И. В., Иудин А. А. (2016). Политическая активность россиян: вторичный анализ данных ВЦИОМ. *Социальные преобразования и социальные проблемы*, том 16, pp. 65–73.

³ Баранова, Г. В. (2018). *Концептуальные основы исследования социально-политической активности в современном российском обществе* (pp. 1–455). Диссертация на соискание научной степени доктора социологических наук. Орёл, Россия: Академия Федеральной службы охраны РФ; Мастерова, Ю. А. (2009). *Политическая активность российской молодежи в условиях распространения информационных технологий* (pp. 1–187). Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук. Москва, Россия: Издательство Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики».

в целом⁴. Одним из приоритетных направлений в исследовании политической активности в настоящее время остаются проблемы, связанные с политическим поведением молодежи в условиях тотальной интернетизации⁵.

2. Методология и результаты исследования

В статье представлены некоторые результаты эмпирического исследования политического сознания российской молодежи, проведенного в апреле–мае 2019 г. учеными Санкт-Петербургского государственного университета и Алтайского государственного университета. Исследование проводилось в следующих регионах, подобранных по принципу максимального отличия: Алтайском крае, Новосибирской области, Ленинградской области, Санкт-Петербурге. Метод сбора информации — личное полустандартизованное интервью. Объем выборки — 1000 человек в возрасте от 14 до 30 лет; выборка квотная с контролем несвязанных признаков пола, возраста, образования, типа населенного пункта и региона проживания (по 250 человек в каждом из 4 регионов для обеспечения сравнимости данных). Пропорции контролируемых признаков в подвыборках строго соответствуют данным генеральной совокупности по регионам, согласно данным Росстата.

Среди опрошенных респондентов в целом по выборке мужчины составили 47,6%, женщины — 52,4%. Респонденты в возрасте 14–17 лет составили 17,6% от числа опрошенных, 18–21-летние — 25,0%, респонденты в возрасте от 22 до 25 лет — 26,6%, в возрасте от 26 до 30 лет — 30,8%.

Обладатели начального и неполного среднего образования составили 11,4%, среднего полного (средняя школа) — 19,7%, начального профессионального

⁴ Балашов, А. Н., Бочанов, М. А. (2017). Интернет-технологии как фактор политической активности граждан: тренды и противоречия. *PolitBook, номер 2*, pp. 22–34; Леви, Д. А. (2015). Интернет-мобилизуемая политическая активность и феномен цифровой дипломатии. *Азимут научных исследований: экономика и управление, номер 4 (13)*, pp. 96–99.

⁵ Бродовская, Е. В., Домбровская, А. В., Пырма, Р.В. & Азаров А.А. (2019). Готовность современной российской молодежи к реализации гражданской и политической активности в цифровой среде. *Власть, номер 1*, pp. 91–95; Васильева, Е. Н., Полтавская М. Б. & Левковская, Н. Г. (2015). Формирование социально-политической активности студенческой молодежи: социализирующие факторы и педагогические установки. *Интернет-журнал «Наукoведение», том 7, номер 3*, pp. 1–5. Retrieved from <http://naukovedenie.ru/PDF/123PVN315.pdf>; Головоненко, Д. В. (2012). Политическая активность молодежи в современной России. *Историческая и социально-образовательная мысль, номер 3 (13)*, pp. 141–143; Кирдяшкин, И. В. (2006). Социально-политическая активность современной молодежи – от настоящего к будущему. *Известия Томского политехнического университета, номер 8*, pp. 238–243; Макарова, О. А. (2014). Современные тенденции политического участия молодежи. *Власть, том 22, номер 12*, pp. С. 39–42; Чирун, С. Н. (2010). Политическая активность и политическое участие молодежи: проблемы и возможности. *Вестник Томского государственного университета, номер 332*, pp. 50–54; Социально-политическая активность молодежи (некоторые результаты социологического исследования к заседанию семинара «Полития» 25 мая 2006 г.) (2006). Retrieved from: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/f5e/060525.pdf>.

(профессиональное училище, лицей) — 2,4%, среднего профессионального (техникум, колледж) — 25,5%, неполного высшего (3 курса вуза) — 11,7%, высшего — 29,3%.

Ученики старших классов школы в выборке составили 14,5%, студенты колледжа (техникума, училища) — 11,2%, студенты вуза — 20,0%; учатся и работают официально 17,0%, трудоустроены и при этом не учатся 27,0%, работают неофициально и не учатся 7,4%, вариант «другое» (находятся в декретном или послеродовом отпуске) выбрали 2,9%.

7,1% респондентов оценили ежемесячный доход своей семьи на каждого члена семьи равным не более 10000 рублей, 14,8% — в диапазоне от 10001 до 15000 рублей, 20,0% — в диапазоне от 15001 до 25000 рублей, 21,9% — в диапазоне от 25001 до 40000 рублей, 16,7% — свыше 40000 рублей. 19,5% респондентов не смогли точно определить размер ежемесячного дохода на каждого члена своей семьи.

Среди респондентов жители областных центров, мегаполисов составили 47,6%, средних и маленьких городов — 26,6%, поселков городского типа — 9,4%, сельских поселений, сел, деревень — 16,4%.

Обработка данных проводилась в статистическом пакете SPSS. Использовались такие методы, как простая и комбинированная группировка данных, расчет статистики хи-квадрат с оценкой стандартизованных остатков, многомерное шкалирование, факторный анализ.

Получившиеся результаты представлены в следующих таблицах с последующей интерпретацией.

ТАБЛИЦА 1. ФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ПОСЛЕДНИЕ 2–3 ГОДА (%)

Вид политических действий в последние 2–3 года	2018	2019
Обращался в органы власти	20,2	17,7
Обращался в общественные организации	7,1	6,7
Участвовал в санкционированных забастовках, митингах, демонстрациях	9,4	6,7
Участвовал в выборах	35,9	38,3
Участвовал в работе политических партий	4,6	4,8
Участвовал в работе общественных организаций	8,3	11,7
Участвовал в несанкционированных акциях протеста	4,4	3,2
Материально поддерживал политиков, их проекты	1,9	2,0
Обсуждал политику в социальных сетях, делал репосты политической информации	15,7	22,1
Другое	1,6	1,0

Из таблицы видно увеличение популярности таких видов политической активности, как участие в выборах (рост на 2,4%), в работе политических партий (+0,2%) и общественных организаций (+3,4%), материальная поддержка политиков и их проектов (+0,1%) и обсуждение политики в социальных сетях, в том числе репосты политической информации (+6,4%). При этом можно зафиксировать уменьшение популярности таких видов политической активности, как обращения в органы власти (падение на 2,5%) и общественные организации (-0,4), участие в санкционированных забастовках, митингах и демонстрациях (-2,7%), а также несанкционированных акциях протеста (-1,2%).

В таблице 2 представлены статистически значимые стандартизованные остатки, фиксирующие наличие устойчивых показателей совместной встречаемости различных форм политического поведения молодежи. Обычно голосующие, равно как и обращающиеся в государственные органы молодые люди участвуют в несанкционированных акциях протеста, материально помогают политикам и поддерживают их проекты, обсуждают политические события в социальных сетях и делают репосты политической информации весьма не систематически, а достаточно спонтанно и ситуативно. Практически так же ведут себя обращающиеся в общественные организации с единственным отличием: они склонны материально поддерживать проекты политиков и откликаться на различного рода кампании по сбору финансовых средств. Для участвующих в выборах представителей молодежи участие в санкционированных забастовках, митингах и демонстрациях является ситуационным. Аналогичное ситуационное поведение характерно для работающих в общественных организациях представителей молодежи в отношении участия в несанкционированных протестных акциях, а для работающих в политических партиях — в отношении политической активности в социальных сетях. Следует обратить внимание на то, что отсутствует отрицательная связь между формами политического поведения.

ТАБЛИЦА 2. СОВМЕСТНАЯ ВСТРЕЧАЕМОСТЬ ФОРМ
ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ (СТАТИСТИЧЕСКИ
ЗНАЧИМЫЕ СТАНДАРТИЗОВАННЫЕ ОСТАТКИ)

	Обращался в общественные организации	Участвовал в санкционированных забастовках, митингах, демонстрациях	Участвовал в выборах	Участвовал в работе политических партий	Участвовал в работе общественных организаций	Участвовал в несанкционированных акциях протеста	Материально поддерживал политиков, их проекты	Обсуждал политику в социальных сетях, делал репосты политической информации
Обращался в государственные органы	+6,1	+2,4	+2,8	+4,3	+2,7	–	–	–
Обращался в общественные организации		+2,6	+1,6	+4,9	+8,6	–	+4,9	–
Участвовал в санкционированных забастовках, митингах, демонстрациях			–	+6,0	+4,3	+8,1	+5,8	+3,9
Участвовал в выборах				+3,2	+2,1	–	–	–
Участвовал в работе политических партий					+6,1	+2,8	+4,1	–
Участвовал в работе общественных организаций						–	+3,7	+2,2
Участвовал в несанкционированных акциях протеста							+4,2	+2,2
Материально поддерживал политиков, их проекты								+1,7

В результате группировки данных были выделены 4 группы молодежи, различающиеся по степени политической активности (таблица 3). Политическая активность до не проявлена у 34,6% молодежи, низкая — у 55,5%, средняя — у 7,8%, высокая — у 2,1%. Политическая активность лишь каждого десятого

может быть оценена как средняя или высокая. Наблюдается достаточно низкий показатель числа тех, кто активно участвует в политической жизни российского государства.

ТАБЛИЦА 3. ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ (% , ПО ВЕРТИКАЛИ)

Количество форм политического поведения	Процент респондентов, участвовавших в последние 2–3 года в различном числе видов политических действий	Уровень политической активности	Процент респондентов с различным уровнем политической активности
0	34,6	отсутствует	34,6
1	35,5	низкий	55,5
2	20,0		
3	5,4	средний	7,8
4	2,4		
5	1,5	высокий	2,1
6	0,3		
7	0,1		
8	0,2		
9	0,0		
Всего	100,0	Всего	100,0

Ответы респондентов свидетельствуют, что не пользуются ни одним политическим источником информации, т.е. являются полностью нечувствительными к политическим сообщениям только 3,2% молодежи (таблица 4). В 2019 г., как и в 2018, безусловными лидерами в качестве каналов получения политических сведений, остаются социальные сети и мессенджеры (70,7%), интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т. д. из Всемирной паутины (65,9%). Вторая по значимости группа информационных источников охватывает от трети до половины молодежи и включает близких друзей и знакомых (45,2%), родственников (33,6%) и федеральные телеканалы (39,6%). Каждый шестой–восьмой представитель молодежи получает политические известия из программ региональных телеканалов (17,0%) и радиопрограмм (12,5%). В качестве источников-аутсайдеров выступают научная литература (7,4%), региональные и местные газеты (6,7%), центральные газеты (4,5%), агитационные партийные материалы (2,7%).

ТАБЛИЦА 4. ИСТОЧНИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ (%)

Виды источников	Процент молодежи, использующей данный информационный источник	
	2018	2019
Социальные сети, мессенджеры	68,3	70,7
Информационные интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д.	70,3	65,9
Друзья, знакомые	41,4	45,2
Центральное телевидение	42,0	39,6
Родственники	27,0	33,6
Региональное / местное телевидение	17,2	17,0
Радио	10,6	12,5
Научная литература	8,4	7,4
Региональные и местные газеты	4,9	6,7
Центральные газеты	4,4	4,5
Партийная литература, агитационные материалы	3,1	2,7
Другое	1,6	1,6

В сравнении с результатами 2018 г., данные распределения показывают, что усилились такие источники информации, как социальные сети и мессенджеры (рост на 2,4%), физическое окружение (друзья и знакомые (+3,8%), а также родственники (+6,6)), радио (+1,9%), традиционные печатные СМИ (региональные и местные газеты (+1,8%), а также центральная пресса (+0,1%), и, наоборот, стали меньше пользоваться такими источниками, как информационные интернет-ресурсы (падение на 4,4%), телевидение (центральное (-2,4%) и местное (-0,2%), научная литература (-1,0%), а также партийные издания и агитационные материалы (-0,4%).

ТАБЛИЦА 5. УРОВЕНЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ, ПОЛУЧАЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИЮ ИЗ РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ (% ОТ ГРУППЫ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ АКТИВНОСТИ)

Виды источников	Уровень политической активности			
	1	2	3	4
Центральное телевидение	37,9	38,4	53,8 +2,0	47,6
Региональное/местное телевидение	14,2	16,8	24,4 +1,6	42,9 +2,9
Центральные газеты	3,5	3,6	9,0 +1,9	28,6 +5,2
Региональные и местные газеты	5,8	6,1	9,0	28,6 +3,9
Радио	12,4	10,3	21,8 +2,3	38,1 +3,3
Партийная литература	1,7	2,2	3,8	28,6 +7,2
Научная литература	5,2	7,7	9,0	28,6 +3,6
Друзья и знакомые	45,1	43,8	52,6	57,1
Родственники	36,1	32,4	33,3	23,8
Социальные сети	64,7	73,0	75,6	90,5
Информационные Интернет-ресурсы	59,5	68,3	74,4	76,2

Легенда таблицы: 1 – отсутствует; 2 – низкая; 3 – средняя; 4 – высокая;

Вторая цифра в таблице — статистически значимый стандартизованный остаток.

Из представленных данных видно, что респонденты, предпочитающие в качестве источников информации центральное телевидение, обнаруживают большую склонность к обращениям в государственные органы власти (стандартизованный остаток +1,8), потребители же регионального и местного телевидения склонны к более частому обращению в общественные организации (+2,3), участию в работе политических партий (+3,4), общественных организаций (+4,1), а также в несанкционированных акциях протеста (+2,2). В случае тех, кто предпочитает печатную прессу, причем как центральную, так и местную, речь идет о большом количестве различных видов политической деятельности – это и обращения в государственные органы (+1,8 и +2,9 соответственно), и в общественные организации (+5,8 и +3,1), и участие в забастовках, митингах, демонстрациях и т. п. (+2,3 и +2,1), и участие в работе политических партий (+6,0 и +4,9) и общественных организаций (+2,9 и +2,2), а также материальная поддержка политических акторов и их проектов (+2,2 и +4,0). В случае респондентов, склонных получать информацию из

радиоэфира, можно зафиксировать склонность к таким видам политической деятельности, как обращение в общественные организации (+2,3), участие в забастовках и митингах (+1,9) и в работе политических партий (+2,9). Также видна связь между большим количеством активных политических действий и склонностью к чтению партийной литературы и соответствующих агитационных материалов. Здесь речь идет и об обращениях в общественные организации (+3,9), и об участии в забастовках, митингах и демонстрациях (+2,4), и, собственно, об участии в работе политических партий (+6,8) и общественных организаций (+4,4), а также участии в несанкционированных акциях протеста (+5,5) и материальной поддержке политиков и их проектов (+2,0). Схожая картина и у тех, кто предпочитает получать информацию из научной литературы – тоже можно зафиксировать склонность к обращениям в общественные организации (+4,1), участию в забастовках и митингах (+1,8), участию в работе политических партий (+2,4) и общественных организаций (+4,2), а также в несанкционированных акциях протеста (+1,7). Наконец, обнаружена связь между склонностью к участию в работе политических партий и общественных организаций и предпочтением друзей и знакомых в качестве источников информации (+1,6 и +1,7 соответственно). Всего одна, зато весьма логичная связь наблюдается в случае тех, кто предпочитает социальные сети и мессенджеры, а также информационные Интернет-ресурсы. Здесь очевидным образом существует связь с обсуждением политики в социальных сетях и репостах политической информации (+2,1 и +2,8 соответственно).

Вместе с данными, представленным в таблице 6, общая картина достаточно наглядна. Сами распределения в процентах от группы с различным уровнем активности представлены непосредственно в таблице, но характерно, что можно зафиксировать средний уровень политической активности в случае предпочтения центрального и местного телевидения (+2,0 и +1,6 соответственно), а также центральных газет (+1,9) и радио (+2,3). Высокий же уровень политической активности коррелирует со склонностью к местному телевидению (+2,9), центральным и местным газетам (+5,2 и +3,9 соответственно), радио (+3,3), партийной и научной литературе (+7,2 и +3,6 соответственно).

Таким образом, можно зафиксировать несомненно существующую связь между определенными источниками политической информации и уровнем политической активности. Помимо очевидной взаимосвязи между высоким уровнем политической активности и потреблением информации из источников той или иной политической партии, речь, в первую очередь, идет о телевидении и традиционной печатной прессе. При этом такой ярко выраженной связи между респондентами, предпочитающими виртуальные источники информации и их уровнем политической активности, не наблюдается.

Объяснительная способность вычисленной модели факторного анализа источников получения политической информации для молодежи с высоким

уровнем политической активности составляет 70,71%. Были выделены три фактора (таблица 7), которые сгруппировались на основе следующих каналов: а) традиционные СМИ и коммуникация с родственниками; б) коммуникация с друзьями офлайн и онлайн через социальные сети и мессенджеры, а также подчерпнутые в политико-агитационной литературе сведения; в) печатная научная литература и информационные источники из интернет-пространства. Хотя анализ показал, что этой молодежной группой с высокими показателями включенности в политическую деятельность используются все источники политической информации, наибольшее влияние оказывают все же традиционные СМИ и общение с близкими. Политическая мобилизация молодежи легче происходит под влиянием сетевой коммуникации с друзьями и рекламных политических материалов, чем под воздействием научных аналитических материалов, напечатанных традиционным способом или полученных из виртуального пространства.

Исследование показало, что, вопреки распространенным в научных кругах убеждениям, социальные сети, мессенджеры, в целом интернет-каналы обладают в настоящее время меньшей мобилизационной способностью для формирования устойчивой модели активного политического поведения. Они хорошо «работают» для мобилизации молодежи на разовые «громкие» акции, но в долгосрочном плане уступают более традиционным источникам информации.

При этом, если прямо отвечать на вопрос о «самостоятельности» механизмов молодежной политической коммуникации, то со всей очевидностью фиксируются следующие выводы: (1) наиболее популярными источниками политической информации для молодежи являются информационные Интернет-ресурсы, новостные ленты, социальные сети и мессенджеры; (2) можно наблюдать тенденцию к увеличению популярности таких источников информации, как социальные сети и мессенджеры, физическое окружение (друзья и знакомые, а также родственники), радио и традиционные печатные СМИ; (3) гендерный фактор не влияет на приоритет источников получения политической информации. Более других склонны использовать практически все варианты получения политической информации онлайн молодые люди в возрасте от 18 до 21 года с незаконченным высшим образованием, студенты 1–3 курса вузов, жители мегаполисов. Предпочитают использовать для этих целей только соцсети и мессенджеры самые молодые люди в возрасте от 14 до 17 лет, ученики школы, люди с неполным средним и начальным профессиональным образованием. Ориентируются только на информационные Интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т. д. в большей степени люди в возрасте от 26 до 30 лет, трудоустроенные официально; (4) респонденты, относящие себя к высшему социальному слою, предпочитают получать политическую информацию только в сетях и мессенджерах; относящие себя к промежуточному слою между высшим и средним слоями склонны вообще не использовать ресурсы онлайн с этой

целью; относящие себя к слою между средним и низшим – использовать все типы источников онлайн для получения политических новостей; (5) тезис о «партии телевизора» и «партии Интернета» в отношении молодежи является релевантным. Те, кто вообще не использует онлайн-ресурсы для получения политической информации, склонны смотреть федеральные телеканалы или слушать радио; (6) политическая мобилизация молодежи легче происходит под влиянием сетевой коммуникации с друзьями и рекламных политических материалов, чем под воздействием научных аналитических материалов, представленных традиционным способом или полученных из виртуального пространства; (7) при этом, вопреки распространенным в научных и публицистических кругах представлениям, социальные сети, мессенджеры, в целом Интернет-каналы, обладают в настоящее время меньшей мобилизационной способностью для формирования устойчивой модели активного политического поведения. Они хорошо «работают» для мобилизации молодежи на разовые «громкие» акции, но в долгосрочном плане уступают более традиционным источникам информации; (8) существует прямая связь между манифестируемым достаточным интересом к мировым событиям и существенным интересом к событиям российским и декларацией использования всех форм онлайн-источников для получения политических новостей, а также манифестацией слабого интереса к политике и использования только социальных сетей и мессенджеров. Также самоочевидным представляется высокая взаимосвязь игнорирования мировых политических событий и декларацией неиспользования онлайн ресурсов для получения политической информации, и наличие отрицательной обратной связи в интуитивно понятных случаях; (9) уровень политической вовлеченности граждан России в возрасте до 30 лет, получающих политическую информацию онлайн, выше, чем у тех, кто не использует виртуальное пространство в этих целях. Единственное исключение – участие в выборах; (10) нами выявлены четыре группы молодежи, различающиеся по степени потенциальной и актуальной политической активности, от отсутствия таковой до высокой; (11) также можно зафиксировать наличие устойчивых показателей совместной встречаемости различных форм политического поведения. Обычно голосующие, равно как и обращающиеся в государственные органы молодые люди обычно участвуют в несанкционированных акциях протеста, материально помогают политикам и поддерживают их проекты, обсуждают политические события в социальных сетях и делают репосты политической информации весьма не систематически, а достаточно спонтанно и ситуативно. Практически так же ведут себя обращающиеся в общественные организации с единственным отличием: они склонны материально поддерживать проекты политиков и откликаться на различного рода кампании по сбору средств. Для участвующих в выборах представителей молодежи участие в санкционированных забастовках, митингах и демонстрациях является ситуационным. Аналогичное ситуационное

поведение характерно для работающих в общественных организациях представителей молодежи в отношении участия в несанкционированных протестных акциях, а для работающих в политических партиях – в отношении политической активности в социальных сетях; (12) уровень реальной политической активности гендерных групп в молодежной среде не отличается. Вместе с тем среди молодежи, не принимающей участие в политической жизни, как и следовало ожидать, преобладают люди в возрасте до 18 лет с начальным и неполным средним образованием, ученики школы и студенты колледжей (техникумов, училищ); среди людей с низкой политической активностью – молодежь в возрасте от 26 до 30 лет, а также студенты вузов; со средней политической активностью – обладатели высшего образования, официально трудоустроенные (работающие с оформлением по договору и внесением данных в трудовую книжку), а также обладатели ежемесячных доходов до 10000 рублей на каждого члена семьи, субъективно относящие себя к промежуточному между средним и низшим социальным слоем или непосредственно к низшему слою; (13) особый социально-демографический профиль представителей молодежи с высокой степенью политической активности просматривается слабо, однако среди них выше доля официально трудоустроенных молодых людей; кроме того, более вовлечена в политику среди обследованных регионов молодежь из Новосибирской области. Важно, что вопреки распространенным представлениям, существенных различий политической активности молодежи, проживающей в различных типах поселений, за единственным исключением, не выявлено: в небольших городах молодежь несколько больше склонна демонстрировать низкий уровень включенности в политическую жизнь⁶.

Очевидно, что существуют различные точки зрения на причины и формы политической активности. Отечественных и зарубежных исследователей в настоящее время все больше волнуют вопросы глобального лидерства⁷, принципиального сравнения моделей молодежного политического лидерства, формирующегося в различных типах цивилизаций⁸ и государствах с

⁶ Более подробно об этих вопросах см. Попова О. В., Лагутин О. В. (2019). Политические настроения молодежи: лояльности или протест? // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. Т. 21. № 4. – СС. 599–619. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-4-599-619; Попова О. В. (2019). Каналы получения политической информации российской молодежью: опыт межрегионального исследования // Политика и культура: проблемы взаимодействия в современном мире. – Будапешт: Selmeczi Bt.; Киров: Радуга-Пресс, 2019. – СС. 324–333.

⁷ Morrison, A. J., Black, J. S. (2014). The character of global leaders // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 183–204; Osland, J. S., Li, M., Wang, Y. (2014). Conclusion: Future directions for advancing global leadership research // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 365–376.

⁸ Agrawal, A., Rook, C. (2014). Global leaders in east and west: Do all global leaders lead in the same way // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 155–179; Edwards, G. (2015). Anthropological accounts of leadership: Historical and geographical interpretations from indigenous cultures // *Leadership*, 11(3),

различными политическими режимами⁹, а также в условиях серьезнейших мировых экономических кризисов¹⁰. Все активнее звучат голоса исследователей о необходимости критического осмысления основ теории лидерства¹¹, модификации типологий политического лидерства¹² в условиях новой реальности онлайн-коммуникации и интенсификации политических процессов¹³, роста запроса социума на систему эффективного управления¹⁴ и властных институтов на политические инновации. Ученые говорят об объективном запросе на изучение мотивации молодежи к участию в общественных и политических проектах на лидерских позициях¹⁵, а также о принципах организации работы лидеров с членами своих движений и организаций¹⁶. Самостоятельными объектами анализа являются феномены лидерства для молодых людей, обучающихся в

PP. 335–350; Maak, T., Pless, N.M., Borecká, M. (2014). Developing responsible global leaders // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 339–364.

⁹ Halverson, T. J., Plecki, M. L. (2015). Exploring the Politics of Differential Resource Allocation: Implications for Policy Design and Leadership Practice // *Leadership and Policy in Schools*, 14(1), PP. 42–66.

¹⁰ Haddon, A., Loughlin, C., McNally, C. (2015). Leadership in a time of financial crisis: What do we want from our leaders? // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(5), PP. 612–627; O'Reilly, D., Leitch, C. M., Harrison, R. T., Lamprou, E. (2015). Introduction: Leadership in a crises-constructing world // *Leadership*, 11(4), PP. 387–395.

¹¹ Collinson, D. (2014). Dichotomies, dialectics and dilemmas: New directions for critical leadership studies? // *Leadership*, 10(1), PP. 36–55.

¹² Griffith, J., Connelly, S., Johnson, G., Thiel, C. (2015). How outstanding leaders lead with affect: An examination of charismatic, ideological, and pragmatic leaders // *Leadership Quarterly*, 26(4), PP. 502–517.

¹³ Denning, S. (2015). New lessons for leaders about continuous innovation // *Strategy and Leadership*, 43(1), PP.11–15; Hedman, E., Valo, M. (2015). Communication challenges facing management teams // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(8), PP. 1012–1024; Leavy, B. (2014). Strategy, organization and leadership in a new “transient-advantage” world // *Strategy and Leadership*, 42(4), PP. 3–13.

¹⁴ To, M. L., Tse, H. H. M., Ashkanasy, N. M. (2015). A multilevel model of transformational leadership, affect, and creative process behavior in work teams // *Leadership Quarterly*, 26(4), PP. 543–556.

¹⁵ Guillén, L., Korotov, K., Mayo, M. (2015). Is leadership a part of me? A leader identity approach to understanding the motivation to lead // *Leadership Quarterly*, 26(5), PP. 802–820.

¹⁶ Aurik, J., Fabel, M., Jonk, G. (2015). A leader’s guide to an organization-wide strategy journey // *Strategy and Leadership*, 43(3), PP.15–24; Rowold, J., Borgmann, L., Diebig, M. (2015). A “tower of babel”? – Interrelations and structure of leadership constructs // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(2), PP. 137–160; Posner, B. Z. (2015). An investigation into the leadership practices of volunteer leaders // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(7), PP. 885–898; Paunova, M. (2015). The emergence of individual and collective leadership in task groups: A matter of achievement and ascription // *Leadership Quarterly*, 26(6), PP. 935–957.

старших классах школы¹⁷, а также различия моделей лидерства представителей гендерных групп¹⁸. Актуальным остается вопрос о технологиях «выращивания» политических лидеров из числа гражданских активистов и людей с высокими показателями политического участия¹⁹. Представленные в статье данные соответствуют пониманию тесной взаимосвязи форм политического участия, источников информации и политического лидерства как условия существенного влияния участия на реальные политические процессы.

3. Заключение

Подводя итог, можно зафиксировать, что молодежное сознание в рамках манифестирования своего политического поведения достаточно структурировано. Те, кто предпочитают различные конкретные формы политического поведения, склонны ориентироваться на различные виды источников политической информации. В сознании молодежи сформирован определенный образ политического поведения на современном этапе. В его основе лежат разные основания – как этические, апеллирующие к справедливости политических решений, так и прагматические, связанные к стремлением к безопасности и необходимостью принимать существующие «правила игры». Т. к. довольно часто молодые люди не могут понять, каким образом ключевые проблемы политических процессов соотносятся с их собственными проблемами, и каким образом публичные политические практики могут повлиять на их собственную повседневную жизнь, мы можем зафиксировать достаточно существенный разброс мнений и манифестируемых практик, что, собственно и оставляет дискуссионным вопрос о том, как именно интерпретировать сами механизмы политической коммуникации – через призму фактора стабильности или через точку зрения зреющих «гроздьев гнева», способных существенно изменить социально-политический ландшафт современной России.

Подчеркнем, что исследование основано на проведении эмпирического исследования политического сознания российской молодежи (грант Российского научного фонда фундаментальных исследований № 18-011-01184 «Потенциал молодежного политического лидерства в ходе политической социализации

¹⁷ Marsh, S. (2015). A Model for Leadership That Improves Learning: New Insights for Schools and Scholars // *Leadership and Policy in Schools*, 14(1), PP. 67–103.

¹⁸ Rosette, A. S., Mueller, J. S., Lebel, R. D. (2015). Are male leaders penalized for seeking help? The influence of gender and asking behaviors on competence perceptions // *Leadership Quarterly*, 26(5), PP.749–762.

¹⁹ Allio, R. J. (2015). Good strategy makes good leaders // *Strategy and Leadership*, 43(5), PP.3–9; Deinert, A., Voelpel, S. C., Gutermann, D., Homan, A. C., Boer, D. (2015). Transformational leadership sub-dimensions and their link to leaders' personality and performance // *Leadership Quarterly*, 26(6), PP. 1095–1120.

и циркуляции элит в российских регионах в 2010-е годы (на примере Юго-Западной Сибири и Северо-Запада РФ)», 2018–2020 гг.).

References

1. Балашов, А. Н., Бочанов, М. А. (2017). Интернет-технологии как фактор политической активности граждан: тренды и противоречия. *PolitBook*, номер 2, pp. 22–34.
2. Баранова, Г. В. (2018). *Концептуальные основы исследования социально-политической активности в современном российском обществе* (pp. 1–455). Диссертация на соискание научной степени доктора социологических наук. Орёл, Россия: Академия Федеральной службы охраны РФ.
3. Бродовская, Е. В., Домбровская, А. В., Пырма, Р.В. & Азаров А.А. (2019). Готовность современной российской молодежи к реализации гражданской и политической активности в цифровой среде. *Власть*, номер 1, pp. 91–95.
4. Васильева, Е. Н., Полтавская М. Б. & Левковская, Н. Г. (2015). Формирование социально-политической активности студенческой молодежи: социализирующие факторы и педагогические установки. Интернет-журнал «Наукоеведение», том 7, номер 3, pp. 1–5. Retrieved from <http://naukovedenie.ru/PDF/123PVN315.pdf>.
5. Головоненко, Д. В. (2012). Политическая активность молодежи в современной России. Историческая и социально-образовательная мысль, номер 3 (13), pp. 141–143.
6. Кирдяшкин, И. В. (2006). Социально-политическая активность современной молодежи – от настоящего к будущему. Известия Томского политехнического университета, номер 8, pp. 238–243.
7. Леви, Д. А. (2015). Интернет-мобилизуемая политическая активность и феномен цифровой дипломатии. *Азимут научных исследований: экономика и управление*, номер 4 (13), pp. 96–99.
8. Макарова, О. А. (2014). Современные тенденции политического участия молодежи. *Власть*, том 22, номер 12, pp. С. 39–42.
9. Мастерова, Ю. А. (2009). *Политическая активность российской молодежи в условиях распространения информационных технологий* (pp. 1–187). Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук. Москва, Россия: Издательство Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики».
10. Павлова, Т. В. (2011). Политическая активность как фактор политической модернизации. В Ю. С. Оганисян (Ред.), *Модернизация и политика в XXI веке* (pp. 306–319). Москва, Россия: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН).
11. Петухов, В. В. (2002). Политическая активность и гражданская

- самоорганизация россиян. *Общественные науки и современность, том 6*, pp. 59–65.
12. Попова О. В. (2019). Каналы получения политической информации российской молодежью: опыт межрегионального исследования // *Политика и культура: проблемы взаимодействия в современном мире*. – Будапешт: Selmeczi Vt.; Киров: Радуга-Пресс, 2019. – СС. 324–333.
 13. Попова О. В., Лагутин О. В. (2019). Политические настроения молодежи: лояльности или протест? // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. Т. 21. № 4. – СС. 599–619. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-4-599-619.
 14. Привалов, И. В., Иудин А. А. (2016). Политическая активность россиян: вторичный анализ данных ВЦИОМ. *Социальные преобразования и социальные проблемы, том 16*, pp. 65–73.
 15. Социально-политическая активность молодежи (некоторые результаты социологического исследования к заседанию семинара «Полития» 25 мая 2006 г.) (2006). Retrieved from: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/f5e/060525.pdf>.
 16. Фёдоров, П. М. (2014). Петиции и обращения как форма политической активности в современном российском обществе // *Вестник ПАГС*. 2014. № 4 (43) С. 83–93.
 17. Чирун, С. Н. (2010). Политическая активность и политическое участие молодежи: проблемы и возможности. *Вестник Томского государственного университета, номер 332*, pp. 50–54.
 18. Agrawal, A., Rook, C. (2014). Global leaders in east and west: Do all global leaders lead in the same way // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 155–179.
 19. Allio, R. J. (2015). Good strategy makes good leaders // *Strategy and Leadership*, 43(5), PP.3–9.
 20. Aurik, J., Fabel, M., Jonk, G. (2015). A leader’s guide to an organization-wide strategy journey // *Strategy and Leadership*, 43(3), PP.15–24.
 21. Collinson, D. (2014). Dichotomies, dialectics and dilemmas: New directions for critical leadership studies? // *Leadership*, 10(1), PP. 36–55.
 22. Deinert, A., Voelpel, S. C., Gutermann, D., Homan, A. C., Boer, D. (2015). Transformational leadership sub-dimensions and their link to leaders’ personality and performance // *Leadership Quarterly*, 26(6), PP. 1095–1120.
 23. Denning, S. (2015). New lessons for leaders about continuous innovation // *Strategy and Leadership*, 43(1), PP.11–15.
 24. Edwards, G. (2015). Anthropological accounts of leadership: Historical and geographical interpretations from indigenous cultures // *Leadership*, 11(3), PP. 335–350.
 25. Guillén, L., Korotov, K., Mayo, M. (2015). Is leadership a part of me? A leader identity approach to understanding the motivation to lead // *Leadership*

- Quarterly, 26(5), PP. 802–820.
26. Griffith, J., Connelly, S., Johnson, G., Thiel, C. (2015). How outstanding leaders lead with affect: An examination of charismatic, ideological, and pragmatic leaders // *Leadership Quarterly*, 26(4), PP. 502–517.
 27. Haddon, A., Loughlin, C., McNally, C. (2015). Leadership in a time of financial crisis: What do we want from our leaders? // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(5), PP. 612–627.
 28. Halverson, T. J., Plecki, M. L. (2015). Exploring the Politics of Differential Resource Allocation: Implications for Policy Design and Leadership Practice // *Leadership and Policy in Schools*, 14(1), PP. 42–66.
 29. Hedman, E., Valo, M. (2015). Communication challenges facing management teams // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(8), PP. 1012–1024.
 30. Leavy, B. (2014). Strategy, organization and leadership in a new “transient-advantage” world // *Strategy and Leadership*, 42(4), PP. 3–13.
 31. Maak, T., Pless, N.M., Borecká, M. (2014). Developing responsible global leaders // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 339–364.
 32. Morrison, A. J., Black, J. S. (2014). The character of global leaders // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 183–204.
 33. O’Reilly, D., Leitch, C. M., Harrison, R. T., Lamprou, E. (2015). Introduction: Leadership in a crises-constructing world // *Leadership*, 11(4), PP. 387–395.
 34. Osland, J. S., Li, M., Wang, Y. (2014). Conclusion: Future directions for advancing global leadership research // *Advances in Global Leadership*, 8, PP. 365–376.
 35. Marsh, S. (2015). A Model for Leadership That Improves Learning: New Insights for Schools and Scholars // *Leadership and Policy in Schools*, 14(1), PP. 67–103.
 36. Paunova, M. (2015). The emergence of individual and collective leadership in task groups: A matter of achievement and ascription // *Leadership Quarterly*, 26(6), PP. 935–957.
 37. Posner, B. Z. (2015). An investigation into the leadership practices of volunteer leaders // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(7), PP. 885–898.
 38. Rosette, A. S., Mueller, J. S., Lebel, R. D. (2015). Are male leaders penalized for seeking help? The influence of gender and asking behaviors on competence perceptions // *Leadership Quarterly*, 26(5), PP.749–762.
 39. Rowold, J., Borgmann, L., Diebig, M. (2015). A “tower of babel”? – Interrelations and structure of leadership constructs // *Leadership and Organization Development Journal*, 36(2), PP. 137–160.
 40. To, M. L., Tse, H. H. M., Ashkanasy, N. M. (2015). A multilevel model of transformational leadership, affect, and creative process behavior in work teams // *Leadership Quarterly*, 26(4), PP. 543–556.