

12. Craig Nation R., McFaul M. The United States and Russia into the 21st Century. – Pennsylvania: Strategic Studies Institute, 1997. – 79 p.
13. Kennedy P. The Rise and Fall of the Great Powers. – New York: Random House, 1987. – 677 p.
14. Sokov N. Russian Policy Towards the Baltics: What the West Can Expect and What It Could Do / With Additional Commentary by E. Wayne Merry. – Washington D. C.: The Atlantic Council of the United States, 1999. – 43 p.

Попова О.В.

ПРИОРИТЕТНЫЕ ИСТОЧНИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье представлены результаты межрегионального эмпирического исследования, проведенного коллективом ученых под руководством автора данной публикации. Одна из задач исследования заключалась в анализе взаимосвязи используемых молодежью источников политической информации и конкретных форм потенциальных и актуальных политических практик.

Ключевые слова: российская молодежь, средства массовой коммуникации, средства массовой информации, политическая информация, политическое поведение, эмпирическое исследование.

Popova O.V.

PRIORITY SOURCES OF POLITICAL INFORMATION AND POLITICAL PRACTICES OF RUSSIAN YOUTH

Abstract. The article presents the results of interregional empirical research conducted by a team of scientists led by the author of this publication. One of the objectives of the study was to analyze the relationship between the sources of political information used by young people and specific forms of potential and actual political practices.

Keywords: Russian youth, mass media, political information, political behavior, empirical research.

Чем-то вполне очевидным и не нуждающимся в подтверждении с начала 1950-х годов в политической науке является тезис о влиянии средств массовой коммуникации на политическое поведение граждан [4, 5]. Однако есть серия вопросов, которые нуждаются в уточнении в связи с появлением новых каналов коммуникации [2, 3] и изменением аудитории различных СМИ онлайн и офлайн, политической социализацией новых поколений [1]. Какие из каналов получения политической информации для молодежи в настоящее время являются приоритетными, какие утратили свое значение? Существует ли связь между приоритетными СМИ и СМК и конкретными формами политического поведения? На какие каналы получения информации о политике политтехнологам следует обратить особое внимание с тем, чтобы более-менее эффективно пытаться корректировать политическую активность молодежи?

В данном докладе представлены результаты исследования, проведенного в рамках реализации начале осени 2018 г. Доклад подготовлен в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 18-011-01184 «Потенциал молодежного политического лидерства в ходе политической социализации и циркуляции элит в российских регионах в 2010-е годы (на примере Юго-Западной Сибири и Северо-Запада РФ)». Параметры выборки: объем — 1014 респондентов в возрасте от 14 до 30 лет, проживающих в Алтайском крае, Ленинградской области, Новосибирске и Санкт-Петербурге. Выборка квотная с контролем следующих параметров: пол, возраст, уровень образования, район проживания. Метод сбора информации — личное стандартизованное интервью. Исследовательская группа: руководитель проекта — О. В. Попова (СПбГУ), С. Ю. Асеев (АлтГУ), Т. А. Асеева (АлтГУ), О. В. Лагутин (СПбГУ), Е. О. Негров (СПбГУ), Я. Ю. Шашкова (АлтГУ).

Вопреки расхожим представлениям исследование показало, что только 2,3% молодежи политическими событиями не интересуются настолько, что прямо заявили об отсутствии каких-либо источников для получения информации о происходящих политических событиях (таблица 1). Понятно, что во многих случаях речь идет о не целенаправленном поиске политической информации через определенный канал, а об осознании того факта, что при использовании того или иного канала средств массовой коммуникации эти сведения человек получает.

Таблица 1. Источники получения информации о политических событиях (%)

Информационные интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д.	70,3
Социальные сети, мессенджеры	68,3
Центральное телевидение	42,0
Друзья, знакомые	41,4
Родственники	27,0
Региональное / местное телевидение	17,2
Радио	10,6
Научная литература	8,4
Региональные и местные газеты	4,9
Центральные газеты	4,4
Партийная литература, агитационные материалы	3,1
Не пользуюсь ни одним источником информации	2,3

Безусловными лидерами получения сведений о политических событиях у молодежи являются информационные интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д. (70,3%); почти такое же число молодежи — более 2/3 — 68,3% опрошенных используют социальные сети и мессенджеры. Во вторую по популярности группу новостных источников о политике вошли федеральные ТВ-каналы (42%) и межличностная коммуникация с друзьями и знакомыми (41,4%). В третью группу вошли такие каналы политических новостей, как общение с родственниками (27%), региональное или местное телевидение (17,2%), радио (10,6%), научная литература (8,4%). Наконец, к источникам-аутсайдерам сведений о политике у молодежи относятся такие каналы новостной информации, как региональные и местные газеты (4,9%), центральные газеты (4,4%), партийная литература, агитационные материалы (3,1%).

С целью выявления высокой степени совместного использования различных каналов информации о политических событиях был проведен факторный анализ. В таблице 2 представлена матрица, полученная методом главных компонент с использованием ортогонального вращения.

Таблица 2. Сгруппированные источники политической информации (результаты факторного анализа)

Переменные	Компонент		
	1	2	3
Партийная литература, агитационные материалах	0,672		
Региональные и местные газеты	0,670	0,325	
Центральные газеты	0,664		
Научная литература	0,504		0,345
Центральное телевидение		0,751	
Региональное / местное телевидение		0,665	
Радио		0,445	
Информационные Интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д.		-0,355 0,373	
Друзья, знакомые			0,773
Родственники			0,700
Социальные сети, мессенджеры			0,509

В результате выполнения факторного анализа с включением всех используемых молодежью источников информации о политике были сформированы три фактора. Фактор 1 — «Печатная продукция» — объединил партийную литературу, агитационные материалы, региональные и местные газеты, центральные газеты, научную литературу. Фактор 2 — «Традиционные каналы теле- и радио-информации» — фиксирует размежевание традиционных непечатных СМИ и информационных интернет-ресурсов. Фактор 3 — «Личностный круг общения онлайн» — включает коммуникацию в социальных сетях не только друзей и знакомых, но и родственников.

Почти 17% молодежи вообще не может ничего сказать о своей готовности к каким-либо политическим действиям (таблица 3). Около 59% молодежи готовы обращаться в государственные органы. Во вторую группу потенциала политических действий относятся: обращение в общественные организации (30,4%), участие в выборах (23,5%), участие в забастовках, митингах, демонстрациях (23,4%), обсуждение в социальных сетях, репосты политической информации (22,5%). В третью по распространенности потенциальных политических действий молодежи группу относятся участие в работе

общественных организаций (15,0%), участие в несанкционированных акциях протеста (12,3%), участие в работе политических партий (11,2%), оказание материальной поддержки политиков, их проектов (5,7%).

В действительности почти треть молодежи (29,2%) не принимает участия вообще ни в каких формах политической деятельности. Наиболее активно молодежь участвует в выборах (35,9%). Каждый пятый обращался в государственные органы (20,2%), каждый шестой — обсуждал политические события в социальных сетях, делал репосты политической информации (15,7%). От 7% до 10% участвовали в забастовках, митингах, демонстрациях (9,4%) и в работе общественных организаций (8,3%), Обращались в общественные организации (7,1%). Около 5% участвовали в работе политических партий (4,6%) и в несанкционированных акциях протеста (4,4%). Менее 2% молодежи имеют опыт оказания материальной поддержки политиков, их проектов (1,9%).

Таблица 3. Потенциал и реальный опыт участия молодежи в различных формах политической деятельности (%)

	Готовность к определенным политическим действиям	Наличие опыта определенных политических действий	Индекс реализованности потенциальной политической активности
обращение в государственные органы	58,8	20,2	0,34
обращение в общественные организации	30,4	7,1	0,23
участие в выборах	23,5	35,9	1,53
участие в забастовках, митингах, демонстрациях	23,4	9,4	0,4
обсуждение в социальных сетях, репосты политической информации	22,5	15,7	0,7
участие в работе общественных организаций	15,0	8,3	0,55
участие в несанкционированных акциях протеста	12,3	4,4	0,36
участие в работе политических партий	11,2	4,6	0,41
оказание материальной поддержки политиков, их проектов	5,7	1,9	0,33
затрудняются ответить о возможных действиях	16,9	29,2	1,73

Таблица 4 показывает, что на уровне предрасположенности к конкретным формам политических действий молодежи, о чем свидетельствуют статистически значимые стандартизованные остатки, существует определенная связь этого показателя и используемых источников политической информации. Так, например, просмотр телеканалов центрального телевидения связан с готовностью обращения в органы власти, телеканалов регионального и местного телевидения — с готовностью обращения в органы власти и участия в выборах. Чтение центральных газет связано с готовностью обращения в общественные организации, участия в выборах, в работе партий и общественных организаций, а также участия в несанкционированных протестных акциях; чтение региональных и местных газет — с связано с готовностью обращения в общественные организации, участия в выборах, в работе партий и общественных организаций, а также оказания материальной помощи политикам в их проектах. Чтение научных источников, партийной литературы и агитационных материалов сопряжено с готовностью ко всем видам политической активности за исключением обращения в органы власти.

Коммуникация молодежи на политические темы с родственниками, друзьями и знакомыми связана с декларируемой готовностью ко всем формам политической активности за исключением участия в санкционированных и несанкционированных акциях протеста. Использование различных форма коммуникации онлайн и источников информации из интернета связано с предрасположенностью молодежи к обсуждению политической информации во всемирной паутине и с готовностью участвовать в санкционированных и несанкционированных акциях протеста.

Однако на уровне связи источников политических сведений и реального опыта участия молодежи в политической жизни результаты анализа оказались несколько иными (таблица 5). Коммуникация с родственниками у молодежи с конкретными политическими практиками не связана; общение с друзьями на политические темы связано с обращением в органы власти и работой в партиях и общественных организациях.

Таблица 4. Готовность к определенным политическим действиям молодежи, использующей определенные источники политической информации (статистически значимые стандартизованные остатки)

	обращаться в государственные органы	обращаться в общественные организации	участвовать в забастовках, митингах, демонстрациях	участвовать в выборах	участвовать в работе политических партий	участвовать в работе общественных организаций	участвовать в несанкционированных акциях протеста	оказать материальную поддержку политикам, их проектам	вести обсуждение в социальных сетях, делать репосты политической информации	затрудняюсь ответить о возможных действиях
Центральное телевидение	+2,1	-	-2,4	-	-	-	-1,7	-	-	-1,6
Региональное / местное телевидение	+2,7	-	-	+1,7	-	-	-	-	-	-2,5
Центральные газеты	-	+2,3	-	+2,9	+2,2	+2,4	+1,9	-	-	-
Региональные и местные газеты	-	+1,7	-	+3,0	+2,3	+1,6	-	+2,4	-	-
Радио	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1,7
Партийная литература, агитационные материалы	-	+2,1	+2,1	+2,9	+6,7	+3,9	+3,2	+3,2	+2,0	-1,8
Научная литература	-	+2,0	+3,6	+1,8	+3,1	+2,9	+3,3	+3,2	+2,0	-2,5
Друзья, знакомые	+2,0	+1,8	-	+3,2	+2,2	+2,9	-	+2,4	+3,4	-
Родственники	+2,1	+2,2	-	+2,1	+2,0	-	-	+1,9	+3,1	-
Социальные сети, мессенджеры	-	-	+2,0	-	-	-	+1,8	-	+1,8	-
Информационные Интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д.	-	-	+1,8	-	-	+1,8	+1,7	-	+2,3	-1,6
Не пользуюсь ни одним источником информации	-1,8	-	-1,9	-1,9	-	-	-	-	-	+4,1

Таблица 5. Опыт политических действий молодежи, использующей определенные источники политической информации (статистически значимые стандартизованные остатки)

	обращался в государственные органы	обращался в общественные организации	участвовал в забастовках, митингах, демонстрациях	участвовал в выборах	участвовал в работе политических партий	участвовал в работе общественных организаций	участвовал в несанкционированных акциях протеста	оказывал материальную поддержку политикам, их проектам	обсуждал в социальных сетях, делал репосты политической информации	затрудняюсь ответить на вопрос о действиях
Центральное телевидение	-	-	-1,9	+3,2	-	-	-	-2,1	-2,1	-
Региональное / местное телевидение	+2,3	+2,7	-	+2,1	-	+2,0	-	-	-	-
Центральные газеты	+1,6	+2,7	+1,8	+2,7	+3,4	+2,7	-	-	-	- 2,2
Региональные и местные газеты	+2,5	+4,0	-	+3,1	+1,8	+2,9	-	-	-	- 2,8
Радио	-	-	-	+2,4	+2,7	+1,7	-	-	-	-
Партийная литература, агитационные материалы	-	+3,9	+5,3	-	+5,5	+6,5	+3,9	+3,2	-	- 2,3
Научная литература	+1,9	+2,8	+3,2	-	+5,6	+6,0	+4,2	+4,3	+2,1	-
Друзья, знакомые	+1,6	-	-	-	+1,9	+1,9	-	-	+3,0	-
Родственники	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Социальные сети, мессенджеры	-	-	-	-	-	+1,7	-	-	-	-
Информационные Интернет-ресурсы, новостные ленты, видео и т.д.	-	-	+1,6	-	+1,7	-	-	-	+2,6	-
Не пользуюсь ни одним источником информации	-	-	-	-1,8	-	-	-	-	-	-

Молодежь, предпочитающая получение политических сведений по федеральным каналам телевидения, склонна участвовать только в выборах. Репертуар политических тактик молодежи, которая смотрит региональное и местное телевидение, несколько более широкий: она не только участвует в голосовании, но и обращается в государственные органы и в общественные организации, работает в последних. Коммуникация в социальных сетях и мессенджерах связана с опытом работы молодежи в общественных организациях, прослушивание радио — с участием в выборах и работой в партиях и общественных организациях, получение информации из онлайн-СМИ — с опытом работы в партиях и участием в санкционированных протестных акциях. Молодежь, читающая центральные газеты, обращается в государственные органы власти и в общественные организации, участвует в выборах, санкционированных протестных акциях, в работе политических партий и общественных организаций; для молодежи, обращающейся к региональным и местным газетам, характерны такие же политические действия за исключением участия в забастовках и демонстрациях. Читающая научную литературу молодежь демонстрирует предельно разнообразный опыт политических действий за исключением участия в выборах; читающие партийную литературу и агитационные материалы не склонны участвовать в выборах, обращаться в органы государственной власти и обсуждать политические события в социальных сетях.

Литература

1. Богатырева О. В., Гречкина Е. Н. Манипулирование политическим сознанием молодежи средствами массовой коммуникации // Социально-гуманитарные знания. 2012. № 12. С. 92–96.
2. Воинов Д. Сотовый телефон как средство политического влияния // Мобильный системы. 2006. № 1. С. 36–38.
3. Лисова С. Ю. Политическая эффективность СМИ // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. 2011. № 13 (108), вып.19. С. 185–193.
4. Маркарян В. Р. Влияние средств массовой коммуникации на электоральное поведение граждан в современной России: автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2006. 24 с.

5. Некрасов С. Ф. Политическая результативность деятельности печатных СМИ. Новосибирск: Изд-во Сиб. акад. гос. службы, 2013. 192 с.

Прядко А.О.

РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ ПО ВЫБОРАМ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 2018 Г.

Аннотация. В статье подчеркивается значимость некоммерческих организаций в процессе формирования активной гражданской позиции у молодежи в Республике Крым путем создания возможностей для непосредственного участия в политической жизни региона и государства в целом. Это явление рассматривается на примере функционала крымских молодежных НКО в период избирательной кампании по выборам Президента РФ, состоявшейся в 2018 году. Статья содержит информацию о форматах работы, направленных на вовлечение молодежи в избирательный процесс, повышение уровня электоральной и гражданской активности в регионе.

Ключевые слова: «третий сектор», молодежные некоммерческие организации, гражданское общество, электоральная активность, выборы Президента РФ, молодежь, гражданская активность.

Pryadko A. O.

THE ROLE OF YOUTH NON-PROFIT ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF CRIMEA IN THE ELECTION CAMPAIGN FOR THE ELECTION OF THE PRESIDENT OF THE RUSSIAN FEDERATION IN 2018

Abstract. The article emphasizes the importance of non-profit organizations in the process of formation of an active civic position among young people in the Republic of Crimea by creating opportunities for direct participation in the political life of the region and the state as a whole. This phenomenon is considered on the example of the functional of the Crimean youth NGOs during the election campaign for the election of the President of the Russian Federation, held in 2018. The article