

Елена Петровна ГАЛКИНА¹
Марина Ивановна КАДНИЧАНСКАЯ²

УДК 316

СТРУКТУРА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

¹ кандидат социологических наук, доцент
кафедры психологии и педагогики,
Ульяновский государственный университет
ryh2000@mail.ru; ORCID: 0000-0001-6283-6653

² кандидат социологических наук, доцент
кафедры психологии и педагогики,
Ульяновский государственный университет
m-i-kad@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-7328-0360

Аннотация

На современном этапе развития российского общества, осуществляющегося в условиях напряженной внешнеполитической ситуации, ухудшения социально-экономического положения, в том числе связанного с распространением COVID-19, затянувшихся трансформационных и модернизационных процессов, особенно остро проявляются проблемы молодого поколения в сфере общественно-политической активности и формирования соответствующих ценностей.

Целью статьи является выявление и описание структуры общественно-политических ценностей молодежи, а также латентных факторов, влияющих на построение иерархии ценностей молодежи.

В силу того, что современное молодое поколение весьма дифференцированно по уровню образования, культуры, материального положения, социально-профессионального

Цитирование: Галкина Е. П. Структура общественно-политических ценностей молодежи в современном российском обществе: региональный аспект / Е. П. Галкина, М. И. Кадничанская // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2022. Том 8. № 1 (29). С. 102-119.
DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-102-119

статуса, для анализа ситуации в работе были использованы методы обобщения, сравнения, причинно-следственный анализ.

В статье представлены результаты авторского социологического исследования «Общественно-политическая активность молодежи города Ульяновска в возрасте 25-35 лет», проведенного в июле — августе 2021 г., осуществленного при финансовой поддержке Ульяновского общественного фонда «Региональная аналитика. Профессиональные исследования. Рейтинги» (РАПИР), частью которого было изучение структуры общественно-политических ценностей молодежи.

Для сбора социологической информации использовался метод социологического опроса в форме анкетирования с использованием сервиса Quizer и фокусированные интервью в группах. Для построения структуры общественно-политических ценностей молодежи г. Ульяновска 25-35 лет была применена балльно-рейтинговая шкала. Проведенный факторный анализ позволил выделить скрытые (латентные) факторы, влияющие на построение иерархии ценностей у молодежи и дающие возможность типологизировать группы молодежи г. Ульяновска 25-35 лет с разным уровнем присутствия общественно-политических ценностей.

Показано, что система общественно-политических ценностей молодежи имеет сложно-дифференцированную структуру, большинство ценностей носит вербально-декларативный характер с сильной патерналистской ориентацией и преобладанием индивидуальных ценностей над коллективными.

Ключевые слова

Ценности, система ценностей, структура общественно-политических ценностей, молодежь, поколение, регион, трансформация.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-102-119

Введение

В современных российских условиях актуальность темы исследования молодежной проблематики в региональном измерении очевидна в силу того, что регион как социально-территориальная структура выступает социальной средой мезоуровня, от специфики которой во многом зависит формирование и функционирование молодежи как социальной и демографической общности, в том числе ее общественно-политической активности и формирования соответствующих ценностей как отражения в сознании человека убеждений, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей и общих мировоззренческих ориентиров. Именно молодое поколение обеспечивает смену предыдущего, и именно оно определяет, какие ценности и нормы поведения будут в обществе следующие десятилетия.

Происходящие в мире трансформации способствуют формированию нового ценностного сознания, соединяющего в себе традиции с новым мышлением, связанным с процессами глобализации, цифровизации, охватившими все сферы

социальной жизни, а также пандемией, вызванной распространением новой опасной коронавирусной инфекции COVID-19 и повлекшей за собой ряд ограничительных мер.

Целью работы является выявление и описание сложно-дифференцированной структуры общественно-политических ценностей молодежи в современном российском обществе со своей региональной спецификой.

Ценность — это социальный «продукт» и формируется только на уровне социальной общности. Сложившиеся в процессе взаимодействия личные ценностные смыслы становятся общественными, коллективными [3, с. 104].

Ценностная сфера личности — это складывающаяся на базе первичной или уже вторичной социализации структура личных потребностей, организующихся в блоки — ценности, которые соответствуют существующим в обществе нормам, морали, этике. Социально одобряемые, все эти ценности родились в процессе эволюции общества под влиянием социальных, политических, экономических, духовных и других факторов и отличаются друг от друга [6]. Система ценностей индивида зависит от многих факторов: в каком государстве он живет, какая политическая идеология функционирует, каков экономический и социальный уровень и т. п.

Одним из первых, кто стал рассматривать «ценности» как научную категорию, стал древнегреческий философ Аристотель. Он выделял ценимые (божественные) и хвалимые (одобряемые со стороны окружающих) блага, а также блага-возможности, которые используются для достижения конкретных целей (власть, богатство, красота и сила).

Вслед за ним ценности изучал Сократ. Древнегреческий философ пытался отойти от вопроса ценности как блага для конкретного индивида. Мыслитель старался как можно шире описать содержательную сторону ценности личности, не фиксируя принадлежность к конкретному лицу.

Социологи обратились к категориям «ценность» и «ценностные представления» в связи с необходимостью изучения вопросов, связанных с регуляцией человеческого поведения и способствующих ей факторов.

Для французского социолога Э. Дюркгейма ценности — «это идеалы, которые являются основным двигателем поведения человека... Ученый выделил такие ценности, как метафизические, экономические, религиозные, нравственные, эстетические» [6, с. 74-90].

М. Вебер подчеркивал, что «социальное действие обязательно в себе несет определенный смысл, оно абсолютно осмыслено через ценности, которых придерживается индивид» [6, с. 74-90].

Согласно теории структурного функционализма Т. Парсонса, ценности «выполняют главную роль в воспроизводстве нормативного образца, выступая стандартом, с которым соотносят свои действия, свое поведение люди. ... Система ценностей способствует возникновению социальных классов, наций, народов. Для определенной общности существуют свои общепринятые ценности, в таком случае получается, что то, что для одних хорошо, для других оказывается плохо» [7, с. 327-332].

По мнению Э. Гидденса, «ценности — это представления о том, что хорошо, а что плохо» [6, с. 74-90].

В системе ценностей особое место отводится политическим ценностям. «Они являются неотъемлемой частью социальных ценностей, так как с помощью них происходит осмысление и усвоение социального опыта в политической сфере как на микроуровне (политические ценности граждан и социальных групп), так и на макроуровне (на уровне государства). Это формирует сложную дифференцированную систему общественно-политических ценностей. Такой „комплекс“ политических ценностей называют идеологией» [12].

Политические ценности анализировались с точки зрения разных подходов. Представители психологического направления Г. Алмонд и С. Верба рассматривали политические ценности как центральный компонент политической культуры, который определяется моделями поведения, присущими данной политической системе [15]. При культурологическом подходе (Р. Инглхарт, Л. Халман, Ш. Шварц, Р. Эриксон) особое место отводилось изучению механизмов формирования и трансформации политических ценностей, разработке их типологии, определению степени влияния на политическое поведение субъектов.

А. Г. Здравомыслов, Н. И. Лапин, Г. И. Саганенко, В. П. Тугаринов, В. А. Ядов и другие российские ученые также уделяли внимание изучению ценностей.

В. П. Тугаринов одним из первых стал использовать понятие «политические ценности». Для него «ценности суть предметы, явления и их свойства, которые нужны членам определенного общества или класса, или отдельной личности в качестве средств удовлетворения их потребностей и интересов, а также идеи и побуждения в качестве нормы, цели или идеала» [13, с. 261].

Ценности — это сложная система с выстроенной, упорядоченной, динамической структурой, которая регулирует и контролирует поведение человека в той или иной ситуации, определяет горизонты его развития в будущем, так как он принимает решения, основываясь на базе тех ценностей, которые были им усвоены.

Так как ценности трансформируются и видоизменяются в современном обществе, является актуальным их изучение именно через молодое поколение. Главная проблема молодежных ценностей заключается в том, что молодой человек в силу возраста открыто смотрит на мир, восприимчив и зависим от мнения окружающих его людей, политики, экономического и социального уровня развития. Всё это приводит к тому, что его набор ценностей постоянно «кидает» из крайности в крайность, в связи с этим сложно прогнозировать поведение молодежи в ближайшей перспективе.

Методы

С целью изучения круга вопросов, связанных с общественно-политической активностью молодежи г. Ульяновска и структурой ее общественно-политических ценностей, при финансовой поддержке Ульяновского общественного фонда «Региональная аналитика. Профессиональные исследования. Рейтинги»

было проведено авторское социологическое исследование на тему «Общественно-политическая активность молодежи г. Ульяновска в возрасте 25-35 лет».

В ходе сбора социологической информации использовался метод социологического опроса в форме анкетирования и фокусированные интервью в группах. Опрос был реализован с использованием сервиса Quizer в июне — сентябре 2021 г. Эмпирическим объектом исследования выбрана молодежь г. Ульяновска в возрасте от 25 до 35 лет как социальная общность, обладающая особым социальным статусом в обществе (уровень образования, семейное положение, наличие (отсутствие) детей, материальное положение, а также самостоятельность, активность, динамичность, перспективность), выступающая значимым социальным субъектом, который выполняет особую роль в социальном производстве и воспроизводстве. Отбор респондентов осуществлялся по заданным параметрам квот, соответствующим генеральной совокупности. Общее число опрошенных составило 400 респондентов. Выборка репрезентативна по полу и возрасту. Ошибка выборки не превышала 5%.

Исследование позволило выявить структуру общественно-политических ценностей молодежи г. Ульяновска и выделить два латентных фактора, влияющих на построение иерархии ценностей молодежи и позволяющих типологизировать группы молодежи г. Ульяновска 25-35 лет с разным уровнем присутствия общественно-политических ценностей.

Результаты

В изучении структуры общественно-политических ценностей молодежи г. Ульяновска в возрасте от 25 до 35 лет важным являлся вопрос о приверженности молодежи тем или иным ценностям/принципам. Социологическая проблема заключается в том, что современное молодое поколение весьма дифференцировано по уровню образования, культуры, материального положения, социально-профессионального статуса. Оно делится на разные субпоколения со своей определенной спецификой. К тому же данная тенденция продолжает усиливаться.

По мнению американских ученых Н. Хоува и В. Штрауса, которое они изложили в «Теории поколений», «базовые ценности индивидов изменяются через определенный промежуток времени и напрямую зависят от схожих событий, которые эти люди пережили (политических, экономических, социальных, технологических), а также от принципов их воспитания». Отечественные исследователи считают, что в России на сегодня последовательно появились и сменились шесть поколений [1, 2, 4, 10, 14].

В рамках авторского социологического исследования (где исследовалась молодежь в возрасте от 25 до 35 лет) более подробно рассмотрено поколение Y с его характеристиками (это поколение Миллениума, «нулевых», «игроки», «информационное поколение»). Годы рождения: 1985-2003.

Это первое поколение, которое росло в период доступности цифровых технологий. На формирование их ценностей повлияли критические события, происходившие в мире (террористические акты и военные конфликты), которые

получили широкое освещение с помощью современных технологий, что сделало их глобальными. С одной стороны, это поколение получило небывалую в истории человеческой цивилизации безопасность, с другой стороны, цифровые технологии спровоцировали индивидуализм и неспособность строить долгосрочные планы из-за сложившейся картины «хрупкого» мира.

Характерными чертами молодых людей поколения Y являются:

1. Наличие хорошо развитых социальных навыков, применимых как в повседневной жизни, так и в Сети.
2. Коммуникабельность, которая напрямую связана с цифровыми технологиями.
3. Преобладание индивидуализма над коллективизмом.
4. Высокие требования к материальному благосостоянию с одной стороны и огромное желание реализовать свой творческий потенциал, занимаясь «душевным» делом, даже если это не приносит высокий заработок и рост по карьерной лестнице, с другой стороны.
5. Отсутствие долгосрочных перспектив, готовность кардинально изменить свою жизнь в любой момент.

Представители поколения Миллениум соединили противоречивые жизненные ориентации. С одной стороны, у них оптимистический взгляд на мир, с другой стороны, они осознают «неустойчивость» современного мира, который постоянно изменяется. Они хотят индивидуального роста и общественного признания, но при этом не готовы к рутинной, однообразной и напряженной работе. Предпочитают иметь по возможности гибкий график, работать удаленно.

По мнению российского ученого Н. И. Лапина, «базовые ценности — это основные жизненные смыслы, которыми индивиды, включенные в различные формы социальной активности, руководствуются в своей повседневной жизни, смыслы, которые в значительной степени определяют отношение индивидов к окружающей их действительности и детерминируют основные модели социального поведения» [5].

Для построения структуры общественно-политических ценностей молодежи г. Ульяновска 25-35 лет была применена балльно-рейтинговая шкала, анализ которой позволил выделить структуру этих ценностей. В группу наиболее важных ценностей (ядро) вошли следующие: свобода, законность, безопасность, мир, справедливость, права человека, порядок и стабильность. К менее важным можно отнести следующие ценности: частную собственность, личную инициативу, демократию, солидарность, равенство, патриотизм. В периферию вошли толерантность, традиционность, коллективизм, национализм. Таким образом, ядро составляют те ценности, которые ассоциируются у респондентов с понятием безопасности в том или ином контексте (таблица 1).

В рамках исследования был проведен факторный анализ, который позволил выделить скрытые (латентные) факторы, повлиявшие на ответы респондентов.

Применив пакет SPSS, мы получили результаты теста Кайзера — Мейера — Олкина (КМО). В нашем случае тест КМО равен 0,933, из чего следует вывод о применимости факторного анализа.

Таблица 1

Иерархия общественно-политических ценностей молодежи

Table 1

Hierarchy of socio-political values of the youth

Ценности	Баллы	Ранг
Свобода	501	1
Законность	495	2
Безопасность	480	3
Мир	476	4
Справедливость	474	5
Права человека	473	6
Порядок	457	7
Стабильность	402	8
Частная собственность	357	9
Личная инициатива	324	10
Демократия	306	11
Солидарность	300	12
Равенство	299	13
Патриотизм	228	14
Толерантность	186	15
Традиционность	100	16
Коллективизм	86	17
Национализм	-39	18

На основе полученных данных мы имеем возможность выделить два основных фактора.

Фактор 1. Свобода, права человека, мир, справедливость, порядок, законность, безопасность, солидарность, стабильность, демократия, частная собственность, равенство, патриотизм, личная инициатива, толерантность.

Фактор 2. Национализм, традиционность, коллективизм.

Используя интерпретационный анализ, можно охарактеризовать факторы следующим образом.

Фактор 1 — Безопасность. Это ценностная модель характеризуется попыткой удовлетворения потребности в безопасности, обозначая реакцию на нестабильные социально-экономические условия жизни молодежи. С одной стороны, безопасность понимается как создание государством и обществом зоны безопасности

во всех смыслах (от физической и эмоциональной до материального благополучия). Но с другой стороны, не должна быть ограничена свобода (как возможность поступать как считаешь нужным и реализовывать свой творческий потенциал, добиваясь индивидуальных успехов).

Фактор 2 — Традиционализм. Это ценностная модель с характерными для нее верой в поддержку государства, уважением к традициям, в том числе и национальным.

Для определения типологических групп молодежи г. Ульяновска 25-35 лет проведен кластерный анализ на переменных, сформированных факторным анализом (фактор 1 и фактор 2), который выделил четыре кластера респондентов с разным уровнем присутствия общественно-политических ценностей.

Кластер 1. «Середняки» (14%). Респонденты, у которых не преобладают ни ценности традиционализма, ни ценности безопасности. В основном в этот кластер вошли мужчины (52%) и женщины (47,9%) до 28 лет (60%), с высшим (56%) и средним специальным (31,3%) образованием, не состоящие в браке (48%), без детей (58%) или имеющие одного (22,9%), реже двух (18,8%) детей, у которых затруднена покупка дорогих вещей, но кто без труда может приобрести вещи длительного пользования (33%), и те, кто может позволить себе достаточно дорогие покупки (29%). 41,7% из них интересуются политикой, 39,6% ею не интересуются. Они принимают участие в общественной жизни трудового коллектива (50%), в голосовании на выборах (63%), нейтрально относятся к протестным акциям (58%), решают проблемы сами (52%) или с помощью общественных организаций (17%), считают себя патриотами (50%).

Кластер 2. «Традиционалисты» (48%). Это респонденты, у которых преобладают ценности традиционализма, а ценности безопасности не ярко выражены. Это женщины (64%) и мужчины (36%) до 30 лет (61%), с высшим (66%) и средним специальным (28,1%) образованием, специалисты в разных секторах деятельности (44%), состоящие в зарегистрированном браке (49%), без детей (41%), с одним ребенком (34,7%) или с двумя (21%), у которых затруднена покупка дорогих вещей, но кто без труда может приобрести вещи длительного пользования (34%), и те, кто может позволить себе достаточно дорогие вещи (40%). 43,7% из них интересуются политикой, 40,1% — не интересуются. Они принимают участие в голосовании на выборах (68%), нейтрально относятся к протестным акциям (43%), свои проблемы решают сами (56%), считают себя патриотами (80%).

Кластер 3. «Устойчивые» (34%). Это респонденты, у которых преобладают ценности безопасности, а ценности традиционализма не ярко выражены. В него входят мужчины (47%) и женщины (53%) в возрасте до 30 лет (62%) с высшим (75%) и средним специальным образованием (13,3%), специалисты в разных секторах деятельности (55%), состоящие в зарегистрированном браке (48%), без детей (52%), у которых затруднена покупка дорогих вещей, но кто без труда может приобрести вещи длительного пользования (42%), и те, кто может позволить себе достаточно дорогие вещи (40%). Они интересуются политикой (55%), принимают участие в общественной жизни трудового коллектива (41%), ходят на выборы (60%), нейтрально относятся к протестным акциям (49%), считают себя патриотами (69%).

Кластер 4. «Безучастные» (4%). Это респонденты, у которых ценности традиционализма и ценности безопасности не являются приоритетными. Они равнодушно относятся к политической жизни, обывательски рассуждают о том, что от их мнения в политике «ничего не зависит», политика «не мое дело». Это женщины (57%) и мужчины (42,9%) до 27 лет (64%), с высшим (71%) и средним специальным образованием (14,3%), специалисты в коммерческом секторе (50%), не замужем (79%), без детей (86%) или с двумя детьми (14%), у которых хватает денег только на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является проблемой (57%). Они не интересуются политикой (64%), но при этом 21,4% затруднились ответить на этот вопрос. 79% не ходят на выборы, нейтрально относятся к протестным акциям (57%) и не стали бы отговаривать своих друзей от участия в них (57%). Они за умеренную демократию с сильной государственной властью (36%) и надеются в решении проблем на себя (50%) и на государство (29%). Считают себя патриотами (64%).

Анализ результатов показал, что преобладание тех или иных ценностей влияет на причины участия молодежи в общественно-политической жизни региона. «Традиционалисты» интересуются общественно-политической жизнью в школе (40,7%) в два раза чаще, чем «Устойчивые» (20%). Затем этот интерес уменьшается (вуз, ссуз, ПТУ) («Традиционалисты» — 24,6%, «Устойчивые» — 10,8%), но возрастает желание у «Традиционалистов» изменить жизнь к лучшему (в школе — 15%, в вузе, ссузе, ПТУ — 23,4%). На рабочем месте добавляются причины по решению своих личных проблем («Традиционалисты» — 13,8%, «Устойчивые» — 16,7%) и появляются такие люди, которым респонденты не могут отказать («Традиционалисты» — 10,8%, «Устойчивые» — 12,5%) и вынуждены принимать участие в общественно-политической жизни. Представители кластера «Устойчивые» более аполитичны. В школе они делятся на две группы — тех, кто не участвует в общественно-политической жизни (40,8%), и тех, кому это интересно и кто желает изменить жизнь к лучшему (39,2%). При этом интерес к общественно-политической жизни после школы затухает, но число желающих изменить жизнь к лучшему не уменьшается.

Среди респондентов, у которых не преобладают ни ценности традиционализма, ни ценности безопасности («Средняки»), прослеживается интересная динамика ответов. Они также начинают проявлять интерес к общественно-политической жизни в школе (37,5%), однако в дальнейшем, обучаясь в вузе, ссузе, ПТУ (20,8%), и на работе (14,6%) интерес снижается. Но в учреждениях профессионального обучения растет доля тех из них, кто хотел бы изменить жизнь к лучшему (33,3%). На рабочем месте главной мотивацией участия становится желание решить личную проблему (25%). Таким образом, у «Средняков» прослеживается личная мотивация участия в общественно-политической жизни. Это подтверждают и их выборы ответов на вопрос о причинах неучастия в общественно-политической жизни. Например, не видят пользы для себя от такого участия 37,5%, встречают противодействие тех, кто там участвует, 10,4%, не надеются на решение вопросов 29,2%, и никто из них не указал, что у него нет времени и сил (0%).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос анкеты: «Приходилось ли Вам публично высказывать свое мнение в ходе общественных дискуссий, собраний?» (в % от числа опрошенных; n = 400)

Table 2

Distribution of answers to the question "Have you ever publicly expressed your opinion during public discussions, meetings?" (in % of the number of respondents; n = 400)

Варианты ответа	Место жительства		Место работы		Как члену общественной организации		Как эксперту	
	Номер кластера		Номер кластера		Номер кластера		Номер кластера	
	2	3	2	3	2	3	2	3
Да	45,5	32,5	61,1	58,3	24,6	19,2	22,8	11,7
Нет	41,9	63,3	30,5	37,5	59,9	76,7	65,9	82,5
Не помню	12,6	4,2	8,4	4,2	15,6	4,1	11,4	5,8

«Традиционалисты» чаще высказывают публично свое мнение в ходе различных собраний и дискуссий, представители кластера «Устойчивые» лишь на рабочем месте так же активны в дискуссиях, как и «Традиционалисты» (таблица 2).

Различаются и способы взаимодействия общества и власти по мнению респондентов из разных типологических групп. Основные формы взаимодействия у них в основном совпадают (таблица 3). Однако представители кластера «Устойчивые» предпочитают такие формы, которые носят декларативный и демонстративный характер. Например, они чаще готовы обращаться во властные структуры или к их представителям, в том числе посредством социальных сетей, подписывать обращения к властям, петиции (48,3%), создавать оппозиционный контент в социальных сетях (20,8%), участвовать в санкционированных массовых мероприятиях: митингах, пикетах, демонстрациях (21,7%). «Традиционалисты» предпочитают формы, в которых есть личное участие, например, личное, систематическое участие в деятельности общественно-политических и религиозных организаций, объединений (44,3%), участие в публичных слушаниях, круглых столах, форумах и иных мероприятиях (28,7%) и т. п.

В настоящее время в России происходит трансформация ценности «патриотизм». Из года в год прослеживается тенденция снижения численности россиян, которые однозначно могут назвать себя патриотами, но вкладывая в это понятие самые разные смыслы [9].

Особенно это присуще молодежи. Большинство представителей опрошенной молодежи г. Ульяновска в возрасте 25-35 лет считают себя патриотами России (72,2%). При этом процент женщин, считающих себя патриотами, выше (56,3%), чем мужчин (43,7%). Среди респондентов, которые считают себя патриотами России, большинство тех, кто придерживается традиционных ценностей (62%) (таблица 4).

Таблица 3

Эффективные способы взаимодействия общества и власти (в % от числа опрошенных; n = 400)

Варианты ответа	Номер кластера	
	2	3
Личное, систематическое участие в деятельности общественно-политических и религиозных организаций, объединений	44,3	40,0
Обращения во властные структуры или к их представителям, в том числе посредством социальных сетей, подписание обращений к властям, петиций	39,5	48,3
Участие в выборах (в качестве избирателя, кандидата)	32,3	37,5
Участие в публичных слушаниях, круглых столах, форумах и иных мероприятиях	28,7	12,5
Создание оппозиционного контента в социальных сетях	15,0	20,8
Участие в санкционированных массовых мероприятиях: митингах, пикетах, демонстрациях и т. п.	13,2	21,7
Протестное голосование на выборах	13,2	13,3
Участие в несанкционированных массовых мероприятиях: митингах, пикетах, демонстрациях и т. п.	10,8	7,5

Table 3

Effective ways of interaction between society and government (in % of the number of respondents; n = 400)

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы себя патриотом России?» (в % от числа опрошенных; n = 400)

Варианты	Количество выборов, %
Да, вполне считаю	37,3
Скорее всего, да	34,9
Не считаю себя патриотом	11,8
Затрудняюсь ответить	10,5
Не понял(а) значение слова «патриот»	5,5
<i>Итого</i>	100

Table 4

Distribution of answers to the question “Do you consider yourself a patriot of Russia?” (in % of the number of respondents; n = 400)

Участники фокус-групп в рамках авторского исследования по-разному говорили об этом.

«Да, я патриот, я люблю и уважаю людей своей страны и их подвиги, свою культуру...» (Анна, 29 лет, высшее образование).

«Я люблю Родину и не люблю государство» (Владимир, 33 года, высшее образование).

«Я патриот, но, если будет возможность, я уеду. Наша страна — это компания. Если компания платит маленькую зарплату, вы же будете искать другую компанию. Значит, мир — это выбор компании, где ты хочешь работать» (Николай, 31 год, высшее образование).

«Сложно сказать. Назвать себя патриотом региона — нет. Патриотом страны, наверное, да» (Екатерина, 25 лет, средне-специальное образование).

«Я, скорее, патриот страны, но не власти. Власть неправильно использует ресурсы. Мы самая богатая страна, а живем как нищие...» (Кирилл, 25 лет, средне-профессиональное образование).

При этом 11,8% не считают себя патриотами.

«Скорее нет, чем да... Если бы была возможность, я бы уехала» (Юлия, 25 лет, средне-профессиональное образование).

Если рассматривать ценность «Патриотизм» в разрезе полученных типологических групп, то «Традиционалисты» относят себя к патриотам более однозначно («да, вполне считаю» — 46,1%), чем «Устойчивые» («да, скорее считаю» — 24,2%). При этом среди «Устойчивых» численность тех, кто не относит себя к патриотам, в два раза больше, чем у «Традиционалистов» (14,2 и 7,8% соответственно). Среди респондентов, у которых не преобладают ни ценности традиционализма, ни ценности безопасности («Средняки»), ответы на этот вопрос распределились практически равномерно: 22,9% из них относят себя к патриотам, 27,1% не очень в этом уверены, 22,9% не считают себя патриотами, 12,7% затруднились ответить, 14,6% попросили дать более конкретное определение понятия «патриот».

Можно отметить, что структура ценностей у типологических групп неустойчива. Некоторые различия очень тонки и зыбки. Это объясняется продолжающимся процессом формирования у молодежи ценностной системы. Она несет в себе дуалистичность. Это заметно в ответах респондентов на вопрос о роли социально-политических институтов в развитии демократических процессов в России. Вне зависимости от принадлежности к типологическим группам на первое место опрошенные поставили самих граждан (40,7% — «Традиционалисты», 56,7% — «Устойчивые»), а на второе место — государство (31,7 и 30,0% соответственно) (таблица 5). Таким образом, при вере в себя в той или иной степени респонденты не отделяют демократические процессы в России от деятельности государства.

Таким образом, выявление типологических групп на основе преобладания у респондентов тех или иных ценностей позволяет утверждать, что самая многочисленная группа состоит из приверженцев традиционных ценностей («Традиционалисты»), делающих упор на веру в государственность и традиционализм.

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос анкеты: «По Вашему мнению, кто играет большую роль в развитии демократических процессов в России?» (в % от числа опрошенных; n = 400)

Варианты ответа	Номер кластера	
	2	3
Сами граждане	40,7	56,7
Государство	31,7	30,0
Общественные организации	16,8	22,5
Политические партии	9,0	4,2
Международные правозащитные организации	6,0	3,3

Table 5

Distribution of answers to the question “In your opinion, who plays a bigger role in the development of democratic processes in Russia?” (in % of the number of respondents; n = 400)

Вторая группа («Устойчивые») не отвергает традиционные ценности, но рассматривает их как условие для сохранения своей зоны безопасности, в которой респонденты, входящие в эту группу, могут реализовывать свой индивидуалистический творческий потенциал, добиваясь успехов в обществе. И необходимо упомянуть две малочисленные группы — это «Середняки», у которых не сформировалось четкое ядро ценностей, и «Безучастные», которые не интересуются общественно-политической жизнью, но ориентируются на помощь государства.

Заключение

Современная молодежь — это поколение, которое с рождения взаимодействует с новыми технологиями, влияющими на образ их мысли, жизни, работы. Это образованное поколение людей, использующее неиссякаемый источник информации — Интернет. Все их практики претерпевают интенсификацию, когда они совмещают несколько занятий одновременно. С одной стороны, молодежь проявляет толерантность и миролюбивость, но с другой стороны, у них очень велико чувство тревожности в отношении самих себя, своего будущего. Всё это отражается на структуре социальных ценностей, в частности общественно-политических. Наблюдается сложное переплетение индивидуальных и традиционных ценностей. Например, молодые люди желают видеть на выборах политически независимых кандидатов, желательно не относящихся ни к одной из ведущих политических партий. Это обусловлено индивидуализмом молодых людей, которые не хотят присоединяться к каким-либо группам и следовать их правилам. С другой стороны, уровень доверия к государственным институтам у них низок, однако государство, по их мнению, должно создавать условия для безопасного существования на достаточно высоком материальном уровне.

Обобщение полученных результатов позволяет сделать ряд выводов в отношении структуры общественно-политических ценностей молодежи г. Ульяновска 25-35 лет.

Во-первых, структура общественно-политических ценностей представляет собой достаточно сложную картину. Это означает, что все ценности между собой тесно переплетены, а их внутреннее наполнение не отличается четкостью и определенностью.

Во-вторых, молодежное сознание отличает падение интереса к системе смылосодержащих ценностей, что связано с ростом социальных проблем, и заставляет их концентрироваться на решении жизненно важных вопросов.

В-третьих, исследование показало, что большинство ценностей у молодежи носит вербально-декларативный характер с сильной патерналистской ориентацией. Они живут в обществе, которое обеспечивает законность и порядок, гарантирует соблюдение прав и свобод, и это воспринимается как изначально заданные условия.

В-четвертых, индивидуальные ценности преобладают над коллективными. Молодые люди становятся всё более прагматичными и рационально мыслящими, но не спешат брать на себя обязанности и ответственность. Они ориентируются на материальное благополучие, но больше всего стремятся обеспечить себе не только физическую безопасность, но и эмоциональную.

В-пятых, молодые люди ждут от государства создания условий для их самовыражения, при этом не ограничивая их свободу и творчество.

В-шестых, молодежь выбирает в большинстве своем конвенциональные формы общественно-политического поведения. Треть опрошенных не приняла участия ни в каких формах общественно-политической жизни за последние 2-3 года, отмечая неинтересный, скучный, формальный характер форм участия.

По результатам ряда социологических исследований «Российская молодежь в регионах среднего достатка», проведенных в 2008 г. в Ульяновской, Пензенской областях и в Республике Мордовия, а также совместного проекта по составлению социального портрета региональной молодежи, осуществленного социологами Курского и Ульяновского регионов (2013-2016 гг.), были сделаны выводы о том, что наиболее важными ценностями для молодежи являются семья, здоровье, дружба, безопасность, любовь, справедливость, свобода. А наименее важными — карьера, вера в бога, патриотизм [8; 11, с. 118].

Исследователями отмечается, что молодые люди испытывают низкий уровень доверия к политическим институтам и не хотят заниматься простым воспроизводством политических процессов. Преобладание индивидуалистических ценностей со стремлением к личному успеху направляет молодежь в сторону той деятельности, которая позволяет им достичь благополучия и поддерживать их саморазвитие, в том числе и в общественно-политической сфере. А так как временной ресурс ограничен, поэтому только при личной мотивации они могут проявлять стремление к реализации себя в политической сфере. При сохранении иерархической структуры ценностей молодые люди вкладывают совершенно

разные смыслы в понятия, относящиеся к наименованию ценностей. Это особенно заметно в отношении общественно-политических ценностей. Поэтому важно изучать не только структуру, но и смысловое содержание ценностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антипов А. Времена года и времена жизни / А. Антипов // Russian Valley. 2006. № 8 (192). URL: <https://rugenations.su/2009/04/30/%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0-%D0%B8-%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D0%B6%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B8/>
2. Богачева Н. В. Мифы о «поколении Z» / Н. В. Богачева, Е. В. Сивак // Современная аналитика образования. М.: НИУ ВШЭ, 2019. № 1 (22). С. 1-64.
3. Гадзаова Л. П. Формирование ценностной картины мира у студентов / Л. П. Гадзаова // Высшее образование сегодня. 2007. № 10. С. 40-42.
4. Гудков Л. «Поколение Z»: молодежь времени путинского правления / Л. Гудков, Н. Зоркая, Е. Кочергина, К. Пипия, А. Рысева // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. Аналитический центр Ю. Левады. 2020. № 1-2 (130). С. 21-121.
5. Динамика ценностей населения реформируемой России / под ред. Н. И. Лапина и др. М.: УРСС, 1996. 224 с.
6. Елишев С. О. Теоретико-методологические подходы к изучению понятий «ценность», «ценностные ориентации» / С. О. Елишев // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2010. № 3. С. 74-90.
7. Павенков О. В. Нормативистские концепции ценностей и ценностных ориентаций в социологической науке (Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс) / О. В. Павенков // Известия Уральского государственного университета. 2011. № 2 (91). С. 163-171.
8. Пасовец Ю. М. Молодежь российских регионов: коллективная монография / Ю. М. Пасовец, М. И. Кадничанская, Е. П. Галкина. Курск: Изд-во Курского гос. ун-та, 2017. 234 с.
9. Патриотизм сегодня: не только любить, но и работать // ВЦИОМ. Новости. Аналитический обзор. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-segodnya-ne-tolko-lyubit-no-i-rabotat> (дата обращения: 12.02.2022).
10. Российская школа теории поколений RUGENERATIONS. URL: <https://rugenations.su/category/миллениумы-у-85-03/> (дата обращения: 18.02.2022).
11. Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области / под ред. Н. В. Дергуновой, А. В. Волкова. Ульяновск: Ульяновский гос. ун-т, 2008. 131 с.
12. Степанищенко О. В. Понятие и природа политических ценностей / О. В. Степанищенко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2011. Вып. 2. С. 284-292.
13. Тугаринов В. П. Избранные философские труды / В. П. Тугаринов. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1988. 344 с.
14. Шамис Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс / Е. Шамис, Е. Никонов. 2-е изд., стер. М.: Ун-т Синергия: Школа бизнеса, 2017. 138 с.
15. Almond G. A. The Civil Culture / G. A. Almond, S. Verba. Boston: Little, Brown, 1965. 247 pp.

Elena P. GALKINA¹
Marina I. KADNICHANSKAYA²

UDC 316

**THE STRUCTURE OF SOCIO-POLITICAL VALUES
OF THE YOUTH IN MODERN RUSSIAN SOCIETY:
REGIONAL ASPECT**

¹ Cand. Sci. (Soc.),
Associate Professor,
Department of Psychology and Pedagogy,
Ulyanovsk State University
pyh2000@mail.ru; ORCID: 0000-0001-6283-6653

² Cand. Sci. (Soc.),
Associate Professor,
Department of Psychology and Pedagogy,
Ulyanovsk State University
m-i-kad@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-7328-0360

Abstract

At the present stage of the development of Russian society, which is carried out in the conditions of a tense foreign policy situation, the deterioration of the socio-economic situation, additionally associated with the spread of COVID-19, protracted transformation and modernization processes, the problems of the younger generation in the field of socio-political activity and the formation of appropriate values are particularly acute.

The purpose of the article is to identify and describe the structure of socio-political values of the youth, as well as latent factors affecting the construction of a hierarchy of values of the youth.

Due to the fact that the modern young generation is very differentiated by the level of education, culture, financial situation, socio-professional status, the authors used methods of generalization, comparison, causal analysis in the present research.

Citation: Galkina E. P., Kadnichanskaya M. I. 2022. "The structure of socio-political values of the youth in modern Russian society: regional aspect". Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 8, no. 1 (29), pp. 102-119.
DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-102-119

The article presents the results of the authors' sociological study "Socio-political activity of the youth aged 25-35 years of Ulyanovsk" conducted in July — August 2021 and carried out with the financial support of the Ulyanovsk Public Foundation "Regional analytics. Professional research. Ratings" (RAPIR), part of which was dedicated to the study of the structure of socio-political values of the youth.

To collect sociological information, the method of a sociological survey in the form of a questionnaire using the Quizer service and focused interviews in groups was used. To structure socio-political values of the youth aged 25-35 years of Ulyanovsk, a score-rating scale was applied. The factor analysis made it possible to identify hidden (latent) factors influencing the construction of a hierarchy of values among young people and making it possible to typologize groups of the Ulyanovsk youth aged 25-35 years with different levels of presence of socio-political values.

The article demonstrates that the system of socio-political values of the youth has a complexly differentiated structure; most of the values are verbally declarative in nature with a strong paternalistic orientation and the predominance of individual values over collective ones.

Keywords

Values, value system, structure of socio-political values, youth, generation, region, transformation.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-102-119

REFERENCES

1. Antipov A. 2006. "Seasons and times of life". Russian Valley, no. 8 (192). <https://rugenations.su/2009/04/30/%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0-%D0%B8-%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D0%B6%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B8/> [In Russian]
2. Bogacheva N. V., Sivak E. V. 2019. "Myths about 'Generation Z'". Modern analytics of education, no. 1 (22), pp. 1-64. Moscow: HSE. [In Russian]
3. Gadzaova L. P. 2007. "Formation of a value worldview among students". Higher Education Today, no. 10, pp. 40-42. [In Russian]
4. Gudkov L., Zorkaya N., Kochergina E., Pipiia K., Ryseva A. 2020. "'Generation Z'. Young people of the Putin era". The Russian Public Opinion Herald. Data. Analysis. Discussions, no. 1-2 (130), pp. 21-121. [In Russian]
5. Lapin N. I. (ed.). 1996. Value dynamics of the population of reforming Russia. Moscow: URSS. 224 pp. [In Russian]
6. Elishev S. O. 2010. "Theoretical and methodological approaches to the study of the concepts of 'value', 'value orientations'". Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science, no. 3, pp. 74-90. [In Russian]
7. Pavenkov O. V. 2011. "Normativistic concepts of values and valuable orientations in sociological science (E. Durkheim, M. Weber, T. Parsons)". Izvestia of the Ural State University, no. 2 (91), pp. 163-171. [In Russian]

8. Pasovets Yu. M., Kadnichanskaya M. I., Galkina E. P. 2017. Youth of Russian regions: a collective monograph. Kursk: Publishing House of Kursk State University. 234 pp. [In Russian]
9. Russian Public Opinion Research Center (VCIOM). News. Analytical review. 2020. "Patriotism today: not only to love, but also to work". Accessed 12 February 2022. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-segodnya-ne-tolko-lyubit-no-i-rabotat> [In Russian]
10. Russian School of Generational Theory RUGENERATIONS. Accessed 18 February 2022. <https://rugenerations.su/category/миллениумы-у-85-03/> [In Russian]
11. Dergunova N. V., Volkov A. V. (eds.). 2008. Social aspects of the life of the population of the Ulyanovsk region. Ulyanovsk: Ulyanovsk State University. 131 pp. [In Russian]
12. Stepanishchenko O. V. 2011. "The concept and nature of political values". Vestnik of Saint Petersburg University. Series 12, iss. 2, pp. 284-292. [In Russian]
13. Tugarinov V. P. 1988. Selected philosophical works. Leningrad: Publishing House of the Leningrad University. 344 pp. [In Russian]
14. Shamis E., Nikonov E. 2017. Generational theory. Extraordinary X. 2nd edition. Moscow: Synergy University: Business School. 138 pp. [In Russian]
15. Almond G. A., Verba S. 1965. The Civil Culture. Boston: Little, Brown. 247 pp.