



АКТУАЛЬНЫЕ ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 32.019.5

ВОССТАНИЕ ПОКОЛЕНИЯ Z: НОВЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ РАДИКАЛЫ

Пырма Роман Васильевич,

канд. полит. наук, доцент Департамента политологии, Финансовый университет, Москва, Россия
RVPyрма@fa.ru

Аннотация. В статье представлен социологический анализ общественных настроений и моделей поведения российской молодежи. На основании таких исследований определяется отношение к политическому курсу лидера государства. Автор использует концепцию поколений для рассмотрения динамики общественных изменений в молодежной среде. В статье дается развернутая характеристика так называемого поколения Z, особых условий формирования его жизненного опыта и психологических установок. Автор отмечает кардинальные изменения, связанные с коммуникациями молодежи. Перепроизводство информации обуславливает выработку у молодежи особых способов освоения медийных потоков. Ценностные ориентиры поколения Z создают возможность для массовой смены политических настроений с индифферентных на радикальные. Активаторами общественных настроений выступают общественный раскол (социальный, этноконфессиональный; «центр-периферия», «Запад-Россия») и ряд факторов, в числе которых демографические тренды, социальная среда мегаполисов и состояние молодежной политики. Автор предлагает превентивные меры противодействия политическому радикализму и государственным переворотам.

Ключевые слова: молодежь; общественные настроения; поколение Z; социальные сети; политический радикализм; общественные расколы; молодежная политика.

REBELLION OF THE GENERATION Z: NEW POLITICAL RADICALS

Pyрма R.V.,

PhD of Political Science, Financial University, Moscow, Russia
RVPyрма@fa.ru

Abstract. The article considers the sociological analysis of public sentiment and patterns of behavior of Russian youth. Based on the research data, the attitude to the political course of the state leader is determined. The author uses the concept of generations to consider the dynamics of social change in the youth. The article gives a detailed description of so-called "Generation Z", of the special conditions for the formation of its life experience and psychological attitudes. The author notes the fundamental changes occurring in the youth's communication channels and the level of trust to sources of information. Immersion of youth in the Internet and social networks is considering as a reality of the way of life. Overproduction of information causes the production among young people of the special ways of mastering media streams. The value orientations of generation Z create the potential for mass change of political sentiments from indifferent to radical. The activators of the public sentiment are public expenditures (Social, ethno-confessional, identity, "center-periphery", "West-Russia") and a number of factors, including the demographic trends, the social environment of megacities and the state of youth policy. The author suggests the preventive measures to counteract political radicalism and coups d'état.

Keywords: youth; Public sentiment; Generation Z; social networks; Political radicalism; Social splits; Youth policy.

В молодежной среде складывается неоднозначная ситуация, когда внешне спокойная социальная обстановка содержит в себе политические риски взрывной общественной активности. Смена поколений и кризисные явления несут в себе угрозу кардинального изменения социальной обстановки, разрушающего стабильность. Выраженная политическая индифферентность, подчеркнута лояльное отношение молодежи к власти может быстро смениться на радикальные настроения, за которыми последуют активные действия. Деструктивные протестные установки среди молодежи только начинают проявляться. Патриотический порыв, диктуемый возвращением потерянных территорий, глобальным противостоянием условному Западу, демонстрацией военной силы, теряет консолидирующую общество социальную энергию под влиянием внутренних социально-экономических проблем. На траектории выхода из кризисного состояния происходит высвобождение негативной социальной энергии недовольства. Накапливаемый протестный потенциал молодежи из социальных сетей может вылиться на улицы мегаполисов, из виртуальной реальности Интернета (online) перейти в реальную действительность (offline).

НАСТРОЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

В настоящее время среди молодежи исследователи наблюдают доминирование позитивного отношения к власти. При этом политическое поведение российской молодежи носит выраженный пассивный характер. По мере ухудшения благосостояния молодое поколение проявляет нарастающий абсентеизм, отстраняясь от гражданского участия.

По данным социологических исследований, проводимых в течение 2016 г., в целом молодежь (группа 18–30 лет) выглядит аполитичной: большинство (60%) не интересуется политикой, и только треть (34%) выражает к ней интерес. Причем молодежь студенческого возраста (18–22 лет) выглядит наименее политизированной: не интересуется политикой абсолютное большинство (64%), интересуется — немногим более четверти (29%).

Среди молодежи наблюдается паритет противоположных оценок действий властей (41% чаще нравятся действия власти и 38% — чаще не нравятся). Однако чем старше молодые люди, тем им меньше нравятся решения и действия российских властей. Молодежь студенческого возраста более

склонна одобрять действия властей (45% нравятся действия властей и 31% — не нравятся). Главный мотив одобрения действий власти со стороны молодежи — правильная внешняя политика (13%). Претензии к власти более многочисленны: отсутствие заботы о людях (14%), маленькие зарплаты, низкий уровень жизни (11%), рост цен (7%), коррупция (7%).

Доверие к власти исходит от фигуры национального лидера, связующего государственные институты и олицетворяющего единство власти. Работу Президента РФ В.В. Путина подавляющее большинство (76%) молодежи оценивает как хорошую, несопоставимое меньшинство (12%) — как плохую. Наибольшей поддержкой В.В. Путин пользуется в городах с населением от 250 до 1 млн жителей (82%) и селах (80%), несколько меньшей (70–71%) — в Москве, городах с населением более 1 млн жителей и районных центрах. При этом меньше половины молодежи (48%) полагает, что страна развивается в правильном направлении, менее четверти (21%) — в неправильном, почти треть (31%) не высказывает определенного мнения.

В целом российская молодежь не испытывает желания перейти к активным протестным действиям. Подавляющее большинство (79%) не желает принимать участие в демонстрациях, митингах или других акциях любой политической направленности. Активные намерения выражает лишь небольшая часть (14%) молодежи, тогда как активное поведение обозначает значительно меньшая часть (4%), имеющая опыт участия в уличных акциях [1]. Однако формируемые среди молодежи ценности и установки, модели поведения, способы коммуникации и состояние свободы в среде Интернета и социальных сетей создают основания для грядущих перемен.

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ

Среди современной молодежи сформировалось представление о себе как об особом поколении. По мнению преобладающего большинства (60%) молодых людей (в возрасте от 18 до 30 лет), современная молодежь сильно отличается от тех, кто на 10–15 лет старше. Нынешняя молодежь по самовосприятию имеет иной менталитет и взгляды на жизнь, находится в зависимости от компьютера, Интернета, мобильной связи, отличается эгоизмом и меркантильностью [2].

Современная социологическая концепция поколений исходит из представления о схожем

жизненном опыте, приобретаемом в различные периоды социализации. Мировоззрение каждого поколения формируется под влиянием политических событий, социально-экономических условий, особой культурной атмосферы. Люди на определенных временных промежутках в 15–20 лет становятся носителями сходных взглядов и ценностей [3]. Концепция смены поколений в исследовании общественных процессов вошла в отечественный научный оборот подходов, применяемых для рассмотрения социальных явлений [4].

Те, кто родились в начале 1990-х и в 2000-х гг. в эпоху «информационной революции» и глобализации, названы социологами поколением Z. Социальная группа рассматривается как поколение digital, которое составляет так называемый цифровой человек. Главное свойство нового поколения — жизнь в мире высоких технологий. Предыдущие поколения только предвкушали технологии будущего, которые для поколения Z стали обыденным и настоящим. Родителей детей, ставших впоследствии поколением Z, называют «цифровыми иммигрантами», так как они с детства не были погружены в мир технологий digital. Сейчас в мире социальная группа Z, по экспертным оценкам, составляет около четверти населения, а к 2020 г. она составит около 40% потребителей.

Поколение Z выросло в мире широко открывшихся возможностей и перепроизводства информации. Представители поколения адаптировались к необходимости очень быстро оценивать и просеивать огромные объемы информации, выработав «восьмисекундные фильтры» и «клиповое сознание» как механизм «переваривания» медиапотоков. Молодежь воспринимает краткую и наглядную информацию. Поколение Z отличается тотальное следование рекомендациям информационных ресурсов Интернета. Представители этого поколения следуют за кураторами, открывающими наиболее интересную информацию и лучшие развлечения. Все эти инструменты необходимы поколению Z для того, чтобы уменьшить потенциальный выбор из множества вариантов. Для завоевания их внимания и преодоления этих фильтров их следует обеспечить переживаниями, приносящими немедленную пользу и являющимися очень увлекательными.

Для молодежи «онлайн» — измерение реальной жизни, так как здесь легче знакомиться, рассказывать о себе, искать информацию, покупать вещи. Интернет формирует тренды, перенимание

ролевых моделей. Социальные сети формируют ощущение потока, в котором все меняется каждую секунду: то, что модно сегодня, завтра сменится новой модой. У современной молодежи нет устойчивых предпочтений, нет постоянной лояльности к брендам и стилям одежды, «обязательных списков» в музыке или кино. Молодежь ценит коммуникативные способности, те качества, которые помогают легко общаться в любой компании и любой ситуации. Для молодых людей важно постоянно быть на связи, присутствовать в информационном пространстве. При этом у поколения отсутствуют выраженные субкультуры, наблюдается похожесть, вопреки представлению о собственной исключительности, вне зависимости от города и уровня материальной обеспеченности [5].

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Российская молодежь не охвачена всеобщим влиянием традиционных СМИ. В отличие от предыдущих поколений, новое поколение отдает предпочтение более современным каналам коммуникации. Телевидение пока остается основным источником информации для абсолютного большинства (77%) молодежи, но информационные, новостные сайты в Интернете составляют ему серьезную конкуренцию по аудитории (61%). Вкупе с аудиторией социальных сетей, форумов и блогов (50%) Интернет превзошел телевидение по объему привлеченной молодежной аудитории и становится главным источником информации. Общение с родственниками, друзьями и знакомыми по-прежнему остается значимым источником информации (34%), а печатные издания (16%) и радио (13%) утрачивают свое информационное влияние.

Телевидение как форма досуга молодежи постепенно утрачивает преобладающее значение. Среди студенческой молодежной страты (18–22 лет) немногим больше половины (55%) смотрят телевизор, среди старшей (28–30 лет) — аудитория доходит до абсолютного большинства (66%). В то же время значение компьютеров как возможности занять свободное время заметно возрастает. Среди молодежи студенческого возраста компьютер на равных (54%) конкурирует с телевизором за время пользователей и значительно уступает ему (только 36% проводит время в Интернете) в старшей страте молодежи [6].

Несмотря на то что телевидение имеет широкий охват аудитории, уровень доверия по всей стране к исходящей из него информации гораздо менее

внушительный (36%). Телевидение пользуется крайне низким уровнем доверия в Москве (17%), более значительным в городах-миллионниках (30%). Весьма значительная часть (22%) молодежи доверяет информационным и новостным сайтам, причем в Москве (34%) и городах-миллионниках (31%) они стали альтернативным телевидению каналом коммуникации. Социальные сети, форумы, блоги в Интернете ввиду многочисленности информационных субъектов, обилия фейковой информации пользуются невысоким доверием (10% — по России, 15% — Москве). Информацию, исходящую от окружения, молодежь также воспринимает весьма скептически (7%) [7].

НАСЕЛЕНИЕ СЕТИ

Представители поколения Z становятся жителями Сети — информационное пространство Интернета стало для них обыденной реальностью. По социологическим данным, в общей массе молодежи подавляющее большинство (83%) каждый день пользуется Интернетом, значимая часть (12%) — хотя бы раз в неделю. Среди всех пользователей Интернета абсолютное большинство (72%) «зависает» в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter, Instagram и др.), многие ищут информацию (61%), читают новости (59%), скачивают, прослушивают музыку (53%), просматривают фотографии (51%), скачивают, просматривают видео (46%), пользуются видеотелефонией (41%), переписываются по электронной почте (38%) [6].

По данным совместного исследования google и ipsos, на начало 2017 г. две трети (65%) россиян используют Интернет ежедневно, среди молодого поколения аудитория вырастает до всеобщего охвата (98%). Основным каналом коммуникации для российской молодежи являются социальные сети, среди которых самые популярные — ВКонтакте и youtube. Поколение Z находится в сильной зависимости от Интернета: 27% в возрасте 14–24 лет проводят в социальных сетях более 5 часов в день, а четверть из них проверяют обновления каждые 30 минут [8].

Пользователи от 18 до 24 лет в среднем проводят в социальных сетях больше времени, но именно подростки (69%) чувствуют необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения. Подросткам важно не упустить момент и находиться в постоянном социальном взаимодействии, а для выражения мнения и эмоций большинство (61%) из них используют особый

язык — стикеры, видео, gif и emoji. Молодое поколение не ограничивается проверкой обновлений ленты, а активно участвует во всем происходящем. Подростки активнее других лайкают и комментируют посты своих друзей, размещают собственные видео, а также комментируют публикации лидеров мнений и блогеров.

Большое влияние на молодое поколение пользователей оказывают «звезды» Интернета. Согласно исследованию google и ipsos, наряду с киноактерами и музыкантами, новое поколение пользователей предпочитает подписываться в социальных сетях на геймеров, звезд киберспорта и видеоблогеров. В отличие от обычных знаменитостей, видеоблогеры находятся в постоянном диалоге со своей аудиторией и выстраивают с ней доверительные отношения. В среднем около трети (30%) молодых пользователей доверяют мнению и рекомендациям ведущих блогеров, в том числе при выборе товаров и в политических предпочтениях. Сотрудничество с популярными лидерами мнений, например на площадке youtube, открывает путь влияния на большую молодежную аудиторию.

При этом абсолютное большинство (65%) молодежи относится к «молчаливой» группе, в которой пользователи не высказывают в Интернете свое мнение о каких-либо событиях. Весьма значительная «говорящая» группа (35%) выражает свое мнение, прежде всего на своей странице в социальных сетях и блоге (25%) и в комментариях страниц и блогов других пользователей (7%). Российская молодежь из целого ряда социальных сетей безусловное предпочтение отдает интернет-площадке ВКонтакте (vkontakte.ru) (76%, среди студентов — 87%). Далее со значительным отставанием по объему молодежной аудитории (42%) следует социальная сеть Одноклассники (odnoklassniki.ru). Глобальные социальные сети вовлекли заметно меньшую часть молодежной аудитории (Instagram — 19%, Facebook — 17%, Twitter — 8%), но имеют положительную динамику распространения [6].

ОРИЕНТИРЫ ПОКОЛЕНИЯ

На социальное мировоззрение поколения повлияло развитие информационных технологий (мобильная связь, Web 2.0), создавшее новую социальную среду взаимодействия, а также мировой и локальные экономические кризисы. Установки и ценности поколения Z отражают характерные черты: отрицание иерархии, эгоизм и гедонизм.

Молодежь не испытывает пиетета к старшим и общается с ними свободно и на равных. Родители оказывают минимальное давление на детей.

Главный запрос от жизни молодого поколения — быть счастливыми. Ценность представляют наслаждение жизнью, получение от нее удовольствия и любовь к себе. Испытываемые трудности означают, что путь выбран неверно. Только «правильно выбранный свой путь» может привести к успеху [9]. Наиболее распространенной жизненной ценностной ориентацией является стремление достичь успеха (37%), стать состоятельным, чтобы жить, как хочется (20%). При этом только каждый седьмой молодой человек стремится к самосовершенствованию (15%) [10]. Успех измеряется не богатством и статусом, а разнообразием жизни и удовольствиями. Достижение ощущения счастья — это и есть успех.

Жизнь должна быть разнообразной, в ней должны сочетаться работа, семья, увлечения, путешествия, общение с друзьями, иначе она кажется скучной. Молодежь женского пола интересуется информацией на тему семьи и дома (38%), социальные проблемы здравоохранения и образования (27%). Информация о спорте (26%), политике (25%), науке и технике, напротив, вызывает выраженный интерес у мужского пола [7]. Слова «карьера» и «престижная работа» практически не звучат. Работа должна приносить удовольствие, доход и не отнимать много времени. Признание должно вести к социальной популярности, выражаемой в количестве френдов и лайков.

Поколение Z отличает «предпринимательский дух», желание строить свои стартапы, работать на себя и избегать корпоративной зависимости. Предпринимательский настрой — это скорее механизм самореализации, выживания и стремления избежать иерархического подчинения, нежели стремление к богатству или статусу. Социологические исследования показывают, что более половины (52%) молодых людей предпочитают профессию, которая обеспечивает достойный доход, даже если она не очень нравится. Вместе с тем для большинства (55%), особенно для студенческой молодежи (61%), важно достичь высокого положения на работе [6]. Однако чем старше человек, тем более его волнует заработная плата, а не статус в коллективе, тогда как совсем молодые в большей степени озабочены высоким положением на работе, нежели размером заработка.

Однако у поколения Z нет уверенности, что постепенные усилия приведут к намеченной цели.

Современная история страны, экономические срывы последних десятилетий сформировали у молодежи установку, что «все может пойти не так». Поколение Z не нарабатывает навыки решения проблем реальной жизни, в нем закрепилось представление, что успех может быть легким и быстрым. Многочисленные статьи в онлайн-СМИ, комментарии и персональные бренды в социальных сетях, повествуя об историях стремительного успеха, создают обманчивую картину построения прекрасной жизни без особых усилий.

СМЕНА НАСТРОЕНИЙ

В молодежной среде нарастает противоречие между мечтами и реальностью, которое порождает социальную неудовлетворенность. Среди молодежи отмечаются завышенные потребительские ожидания, материальные стимулы приобретают главенствующее значение. Почти две трети (60%) молодежи считают, что сегодня молодым трудно добиться успеха в жизни, реализовать себя, прежде всего из-за безработицы (22%), бедности (9%) и коррупции (9%). Сравнительно немногие называют в этой связи личные качества, например инертность и отсутствие целеустремленности [3]. Основания для социального протеста среди молодежи уже существуют. При сломе социальных настроений недовольство данной группы населения будет резко возрастать, что приведет к активизации протестного движения. Государству вряд ли не удастся долго удерживать молодежь в рамках «крымского общественного договора» за счет использования психологии «осажденной крепости», так как происходит моральный износ власти, национальная элита не демонстрирует образец аскезы и патриотизма. При нарушении единства политического класса, появлении политической альтернативы, признаваемого оппозиционного лидера студенческая молодежь довольно быстро может влиться в ряды движения политической альтернативы.

Крайне низкое участие молодежи в выборах в ГД в 2016 г. рассматривается как тревожный симптом в цепи политических событий. На повестке дня стоит повышение явки молодежи на президентских выборах. В целом гражданский патриотизм молодежи носит пассивный характер — активные общественные действия в поддержку власти не выражены. Молодежь оказалась в стороне от политического процесса, игнорируя электоральное участие.

Молодое поколение обладает гибким восприятием системы ценностей и умением их трансформировать, а также, в условиях вовлеченности в глобальные информационные потоки, способно не только воспринимать, но и самостоятельно воспроизводить ценностные ориентиры, обуславливающие дальнейший выбор его социально-экономического и общественно-политического поведения.

В условиях свободы распространения информационных потоков в Интернете следует ожидать появления радикальных групп молодежи, прежде всего в социальных сетях. Социальные сети стали коллективным организатором и пропагандистом вне контроля власти. Поколение Z отрывается от традиционных смыслов и перенимает ценности условного Запада. Модерация контента в социальных сетях через популярных блогеров и технологические приемы способна вызвать рост критического отношения к власти, заражение радикальными настроениями. Обеспечение национальной безопасности и устойчивого развития государства диктует необходимость мониторинга настроений молодежи, формирование системы ценностей в молодежной среде.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАСКОЛЫ

Политическую ситуацию в России способна дестабилизировать активация общественных расколов. Можно выделить целый ряд потенциальных и существующих политических «трещин», которые потенциально могут стать факторами радикализации пассивной молодежи.

Раскол элиты. Консолидацию российской политической элиты обеспечивает национальный лидер. При этом борьба элитных группировок за расположение В. Путина, а также за лидерство после 2024 г. способна негативно сказаться на авторитете власти в целом. Нарушение консолидации элиты катализирует политическую активность.

Социальный раскол. Разрыв в уровне благосостояния между богатыми и бедными в условиях кризиса стал еще более явным и выглядит в социальных индикаторах вопиющим. При этом в условиях становления государственного капитализма очевидно, что неравенство исходит от проводимого политического курса. Растущее социальное расслоение остро воспринимается в молодежной среде. Снижение уровня жизни населения и демонстративное обогащение элиты провоцирует протест под лозунгом борьбы за социальную справедливость.

Этноконфессиональный раскол. Этнический баланс населения России изменяется, доля государствообразующей русской этнической группы снижается, соответственно, меняется и конфессиональный состав. Национальная и религиозная динамика населения ведет к усилению влияния мусульманских этнических групп, что особенно заметно проявляется в молодежной среде.

Раскол идентичности. Многосоставное российское общество пока не оформилось в единую политическую нацию. На волне патриотических настроений национально-государственная идентичность только начала приобретать выраженные черты. При этом по политической инерции региональных элит в отдельных регионах закрепляются локальные идентичности (казаки, кубанцы, сибиряки и др.). Развитие регионального патриотизма влечет за собой размывание неустоявшейся государственной идентичности.

Раскол центр-периферия. В условиях кризиса обозначилось разительное отличие в бюджетной обеспеченности Москвы и регионов. Столица оказалась в благополучном положении в сравнении с обремененными долгами субъектами РФ. Молодежь из бедных регионов устремлена в столицы. Проблемные территории составляют Дальний Восток, Сибирь, Северный Кавказ, Калининград и Крым.

Раскол Запад-Россия. В ситуации международной напряженности в молодежной среде происходит разделение на немногих «западников» и патриотическое большинство. Неприятие своей страны часто проистекает от потомков представителей элиты, что вызывает негативный общественный резонанс. При этом нагнетание образа врага способствует замкнутости сознания, усталости и апатии от тревожного ощущения затягивающегося осадного положения.

НЕИЗБЕЖНЫЕ ФАКТОРЫ

Политическую ситуацию в ближайшие годы будет определять целый ряд объективных факторов, которые обусловят перевод молодежи в поле первостепенного внимания государства.

Демографический фактор. С 2005 г. динамика численности молодежи (14–30 лет) в Российской Федерации из-за демографического провала 90-х гг. приняла негативный оборот. Доля молодежи снизилась с трети до пятой части среди всего населения страны. В 2016 г. молодежи насчитывалось 31,4 млн чел., что составило 21,5% населения. В 2020 г. произойдет перелом негативной тенден-

ции и начнется заметный прирост доли молодежи [11]. Положительная демографическая динамика среди молодежи повлечет рост ее влияния и активности в обществе. Осознание молодежью своих интересов приведет к политическим требованиям перемен, предъявляемых к действующей власти.

Фактор мегаполисов. В зоне особых политических рисков проявления радикальных настроений находится молодежь больших городов, прежде всего Москвы и Санкт-Петербурга. В мегаполисах наблюдается самая высокая концентрация активной молодежи. Сюда устремляются в поисках больших возможностей амбициозная и ищущая «лучшей доли» социально уязвленная молодежь из провинции. В крупных городах отмечается повышенное сосредоточение «тружеников» и «предприимчивых» (22% и 20% соответственно) среди молодежи [12]. Народные массы студентов, «заряженных провинциалов» и «офисного планктона», подверженные неконтролируемому влиянию социальных сетей, могут быть мобилизованы на поддержку радикальных идей переустройства власти. Активность молодежи в один момент из социальных сетей будет переведена на пространство площадей и улиц крупных городов. Опытные организаторы переворотов, прибывающие из сопредельных государств, и активисты, проходящие обучение за рубежом, способны модерировать «революционный процесс».

Фактор кризиса в государственной молодежной политике (ГМП). При наличии целого ряда политических рисков важное значение имеет отсутствие целостной ГМП. В современном виде она лишена ресурсного обеспечения для реализации основных направлений и развития общественных объединений. Формы и методы работы со студенческой молодежью, формирование ценностей и настроений не отвечают возникающим вызовам. Органы молодежной политики регионов не решают актуальных проблем молодежи, среди которых на первое место выходит занятость и возможность обеспечить благосостояние, раскрыть творческий и профессиональный потенциал, проложить карьерную траекторию. Вовлечение молодежи в созидательную деятельность в масштабе страны не происходит, мероприятия носят формальный характер. Отсутствие реальной конкуренции в последние годы между молодежными

движениями привело к стагнации в сфере общественных и общественно-политических молодежных организаций. В настоящее время ниша массовых молодежных движений оказалась свободной, но в случае подъема социальной активности весьма вероятно будет занята радикальными силами.

Активация протестных настроений происходит в массовом сознании в три этапа: создание активного неудовлетворенного политическим режимом социального сегмента; интенсивная трансляция недовольства на широкие слои населения; блокировка противостоящих социальных групп и их лидеров. Базовые механизмы практики «цветных переворотов» таковы: реформатирование массовых представлений в негативный контекст, использование «сакральной жертвы» для создания образа преступного режима, метафоризация и символизация политического пространства для маркирования и мобилизации «своих», поляризация общественных расколов и подмена «образа будущего» в условиях кризиса национально-государственной идентичности.

Текущая политическая и социальная пассивность молодежи в силу повышенной подвижности предпочтений и настроений данной социальной группы может измениться в течение короткого периода времени. Должна быть разработана система превентивных мер для противодействия политическому радикализму. Среди молодежи необходимо формировать созидательные настроения и модели поведения. Следует разработать программы формирования национально-государственной идентичности, общегосударственных традиций и ценностей. Должны получить развитие общественные движения, объединения и проекты, направленные на вовлечение молодежи в гражданскую, профессиональную и социальную деятельность. В преддверии президентских выборов необходимо создать молодежную повестку, модерировать студенческую и общественную активность. В экспертном сообществе существуют глубокие знания о технологии и способах организации «цветных революций» последнего десятилетия. Эффективное противодействие государственным переворотам возможно только с помощью политических технологий аналогичного уровня.

ЛИТЕРАТУРА

1. ФОМ. Политические взгляды и протестный потенциал молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Politika/13045>.

2. ФОМ. Молодежь о молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/12832>.
3. Howe Neil, Strauss William. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. 1991; Howe Neil, Strauss William. Millennials Rising: The Next Great Generation. Knopf Doubleday Publishing Group. 2000.
4. Шеймис Е., Никонов Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс. М., 2017. С. 140.
5. 30 фактов о современной молодежи (исследование Сбербанка и Validata) [Электронный ресурс]. URL: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf.
6. ФОМ. Досуговые и интернет-практики молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103>.
7. ФОМ. Источники информации молодежи. 26.11.2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12873>.
8. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/research-study/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/>.
9. Зубок Ю.А., Ростовская Т.К., Смакотина Н.Л. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе. М., 2016. С. 83.
10. ФОМ. Ориентиры и ценности молодых россиян [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/TSennosti/13083>.
11. Росстат. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095700094.
12. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ, 2010. С. 132–134.

REFERENCES

1. FOM. Political views and protest potential of youth [Politicheskie vzgljady i protestnyj potencial molodezhi]. Available at: <http://fom.ru/Politika/13045> (in Russian).
2. FOM. Youth about youth [Molodezh' o molodezhi]. Available at: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/12832> (in Russian).
3. Howe Neil, Strauss William. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. 1991; Howe Neil, Strauss William. Millennials Rising: The Next Great Generation. Knopf Doubleday Publishing Group. 2000.
4. Shejmis E., Nikonov E. Theory of generations. Unusual Ickx [Teorija pokolenij. Neobyknovennyj Iks]. Moscow, 2017, pp. 140 (in Russian).
5. 30 facts about modern youth (a research of Sberbank and Validata) [30 faktov o sovremennoj molodezhi (issledovanie Sberbanka i Validata)]. Available at: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (in Russian).
6. FOM. Leisure and Internet experts of youth [Dosugovye i internet-praktiki molodezhi]. Available at: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103> (in Russian).
7. FOM. Sources of information of youth [Istochniki informacii molodezhi]. 26.11.2016. Available at: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12873> (in Russian).
8. New generation of Internet users: research of habits and behavior of the Russian youth online [Novoe pokolenie internet-pol'zovatelej: issledovanie privyчек i povedeniia rossijskoj molodezhi onlain]. Available at: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/research-study/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (in Russian).
9. Zubok Ju.A., Rostovskaja T.K., Smakotina N.L. Molodezh and youth policy in modern Russian society [Molodezh' i molodezhnaja politika v sovremennom rossijskom obshhestve]. Moscow, 2016, p. 83 (in Russian).
10. FOM. Reference points and values of young Russians [Orientiry i cennosti molodyh rossijan]. Available at: <http://fom.ru/TSennosti/13083> (in Russian).
11. Rosstat. Population of the Russian Federation on gender and age [Rosstat. Chislennost' naselenija Rossijskoj Federacii po polu i vozrastu]. Available at: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095700094 (in Russian).
12. Gorshkov M. K., Sheregi F. Je. Molodezh's Sheregi of Russia: sociological portrait [Molodezh' Rossii: sociologicheskij portret]. Moscow, CSPiM, 2010, pp. 132–134 (in Russian).