

ученика, специфику его способностей и интересов. Творчество детей, их внешкольные увлечения и достижения не принимаются во внимание. Учебная деятельность оценивается, исходя из социальных норм и стандартов достижений.

Индивидуализация педагогического взаимодействия означает выявление способностей каждого ученика, построение содержания и методов обучения и воспитания, соответствующих возрастным и индивидуальным особенностям и возможностям детей [5].

В содержание целей педагогического воздействия входит не только изменение поведения ребенка, но и изменение его отношений. Если цель педагогического воздействия сводится только к изменению поведения, а истинное отношение остается без изменения, ребенок останавливается в своем развитии, следовательно, педагогические цели не достигаются. Назначение педагогического воздействия не в манипулировании ребенком («чтобы любил учителя»), не в коррекции его действий («чтобы хорошо себя вел») и не в подавлении его «неразумной» воли («чтобы слушался старших»), а в предоставлении ему возможности самостоятельно и осознанно производить выбор, становясь субъектом собственной жизни.

Литература

1. Натанзон Э.Ш. Приемы педагогического воздействия: Учеб. пособие для студ. пед. ин-тов. М, 1972.
2. Питюков В.Н. Основы педагогической технологии: Учеб.-практич. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М., 1999.
3. Педагогическая психология: Учеб. для студ. высш учеб заведений / Под ред. Н.В. Ключевой. - М.: П24 Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - 400 с.
4. Фоминова А.Н., Шабанова Т.Л. Педагогическая психология: Учебное пособие, 2-е изд., перераб., дополн.– 2013.
5. Никулина Н.Н., Давитян М.Г. Актуализация идей системного подхода в современной педагогической практике / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета, 2016, №115. С.517-533
6. Никулина, Н.Н. Системный подход в педагогике как общеметодологический принцип науки / Н.Н. Никулина, М.Г. Давитян, С.Н. Шевченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. № 111. – С. 986-1005. (перечень ВАК № 1531)

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ В УПРАВЛЕНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ ТРАНЗИТИВНОГО ОБЩЕСТВА

Мочалин А.В.

*старший преподаватель кафедры менеджмента
Старооскольского филиала ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»*

В настоящее время особую актуальность приобретает комплексное изучение электорального поведения молодежи, а также факторов и механизмов, оказывающих влияние на ее политический выбор в процессе электоральной социализации. В то же время, как свидетельствуют данные доклада ООН, несмотря на актуальность данной проблемы детерминанты участия российской молодежи в общественно-политической жизни остаются практически не изученными [1].

В современном российском обществе одним из основных механизмов политической и электоральной социализации молодежи является институциональный механизм,

который реализуется в процессе взаимодействия человека с институтами общества, как специально созданными для его социализации, так и реализующими социализирующие функции параллельно со своими базовыми функциями (производственные организации, образовательные учреждения, государственные структуры, средства массовой коммуникации и иные). Среди важнейших социальных институтов, оказывающих значимое воздействие на социализацию молодежи в различных возрастных периодах можно выделить: институт семьи, производство, образование, политические институты (государство, избирательные комиссии, политические партии и т.п.), а также средства массовой информации и иные. На формирование электоральных установок молодежи также оказывают влияние отдельные социальные акторы: руководители органов государственной и муниципальной власти, известные политики, общественные деятели, ученые, руководители мест работы и обучения и иные лица.

В целях выявления динамики электорального поведения молодежи российской провинции, особенностей воздействия социальных институтов на политическую и электоральную социализацию молодежи проведено социологическое исследование «Молодежь и выборы: перспективы, ожидания (электоральная активность молодежи в Белгородской области)». В ходе анализа мнения 1549 респондентов 16-30 лет особое внимание уделялось изучению влияния различных институциональных механизмов и социальных акторов на электоральное поведение молодежи. Сопоставление по ряду вопросов данных исследования 2016 года с аналогичным исследованием, проведенным в 2006 году кафедрой социальных технологий НИУ «БелГУ» (n=1495), позволило определить иерархию воздействия отдельных социальных институтов и значимых социальных акторов на формирование электоральных установок в мнениях и оценках самой молодежи [2].

Вопрос анкеты «Почему Вы принимаете участие в выборах?» позволял установить ведущие детерминанты, мотивы электоральных позиций респондентов, а также определить влияние различных социальных институтов и акторов при формировании определенных моделей электорального поведения. По мнению респондентов, ведущими мотивами участия в выборах стали: мотив гражданского долга «Считаю это своим долгом» – 53% и мотив социального призвания «Считаю выборы способом участия в решении общественных проблем» – 14%, что в совокупности составляет 67%.

Анализ ответов респондентов показал также определенное влияние политических институтов и политических акторов на электоральный выбор молодежи. Так, рациональный, обоснованный выбор («В списках были партии или кандидаты, за которых я хотел голосовать») отмечен в мнениях 14,4% респондентов. Прежде всего, данный выбор характерен для городских жителей (Губкинский городской округ – 25%, город Белгород – 20,35%) и для избирателей, голосующих впервые (18-19 лет) – 21,2%.

Существенную поддержку в ответах респондентов имеет также мобилизационный мотив «Откликнулся на призыв избирательной комиссии» – 9%, что косвенно свидетельствует о высоком статусе избирательных комиссий в мнениях молодежи. Вместе с тем, анализ ответов представителей различных возрастных групп показывает отрицательную динамику по мере взросления респондента: 16-17 лет – 14,29%, 18-19 лет – 12,5%, 20-24 года – 10,44% и 25-30 лет – 6,46%. Прежде всего, данный мобилизационный мотив находит значимую поддержку у обучающихся ссузов и вузов – 13,2%, что объясняется наиболее активной работой избирательных комиссий именно с данной категорией молодежи и является определенным подтверждением эффективности их деятельности по повышению электоральной активности молодежи.

В любом типе культуры семья выступает основной ячейкой, в которой происходит социализация личности. Вместе с тем, по данным опроса мотив семейной, дружеской солидарности («Проголосовал за компанию с друзьями, родными») отмечен всего у 4% респондентов. Значимость семейных и дружеских отношений как фактор участия в выборах не нашел поддержки у респондентов по всем территориям, в том числе, и в

сельской местности, что во многом опровергает предположение о важнейшей роли патриархальных традиций и их влияния на систему выборов в сельских территориях.

Для совершенствования технологий повышения электоральной активности молодежи значимым является процент корпоративной мотивации в голосовании молодежи, что свидетельствует о возможности управления электоральным поведением молодых избирателей посредством воздействия на них значимыми субъектами.

Однако мотив корпоративной солидарности («Попросили (убедили) проголосовать на работе, в учебном заведении») в своих ответах указали лишь 4,5% респондентов. В наибольшей степени данный мотив выбран городскими жителями: Старооскольский городской округ – 9,58%, Губкинский городской округ – 7,35%, город Белгород – 4,76%.

Значимой проблемой социализации молодежи в рамках избирательного процесса является взгляд на молодежь как объект манипулятивных действий, когда молодые граждане подвергаются различным формам манипуляций в целях достижения заинтересованными сторонами определенного результата.

В данном случае показательна сравнительная характеристика мотивов голосования респондентов на предыдущих выборах и их готовности к решению голосовать на выборах 18 сентября 2016 года. Лишь 53% респондентов, голосовавших на предыдущих выборах по мотиву «Попросили (убедили) проголосовать на работе, в учебном заведении», готовы опять прийти на выборы, что меньше на 20% общих данных по Белгородской области. 32% данных респондентов затрудняются с решением по вопросу будущего голосования, что в 2 раза больше общих данных голосования респондентов. Таким образом, молодежь отрицательно воспринимает мобилизационные и корпоративные модели электорального поведения, что негативно сказывается на их желании голосовать в будущем.

Таким образом, анализ ответов респондентов показал не высокий уровень влияния традиционных (семьи, дружеские связи) и корпоративных институтов (работа, учеба) на электоральное поведение молодежи избирательного возраста. Для провинциальной молодежи характерен постепенный отход от патриархальных и мобилизационных моделей электорального поведения к рациональному выбору, молодежь стремиться к выстраиванию отношений с акторами правовой и политической социализации по принципу «субъект-субъект» с возможностью для реализации собственного потенциала [3].

В ходе исследования была предпринята попытка выявить лидеров общественного мнения (актеров электоральной социализации), чье влияние в наибольшей степени сказывается на электоральном поведении молодежи. Вопрос «Чье мнение по вопросам участия в выборах для вас является значимым?» позволял определить ведущих акторов, оказывающих воздействие на формирование электоральных установок молодежи, а также проследить динамику степени их влияния на молодежь в мнениях и оценках респондентов.

Опрос показал, что наиболее важным для молодых избирателей является собственное мнение – 43%. Причем по мере взросления выбор данного ответа респондентов существенно увеличивается: 16-17 лет – 27,23%, 18-19 лет – 36,18%, 20-24 года – 43,85% и 25-30 лет – 51,2%. Данная тенденция, прежде всего, связана с завершением (к 25-30 годам) процесса социализации молодых граждан, их перехода в иную возрастную категорию и уменьшением зависимости от традиционных социальных акторов. Косвенно данный факт подтверждается практически пропорциональным уменьшением выбора респондентов ответа «родители, родственники»: с 43,3% (16-17-летние) до 25% (25-30-летние). По сравнению с опросом 2006 года наблюдается незначительное снижение количества выборов данного ответа (на 5,63%), однако он остается лидером во мнениях респондентов.

Среди ведущих агентов влияния респонденты определили свое ближайшее окружение: родители и родственники – 33,6%, друзья и знакомые – 15%, что связано со значительным воздействием консервативных, патриархальных традиций в регионе, а также долгосрочной политики Правительства Белгородской области, направленной на сохранение традиционной культуры и нравственных ценностей. В соответствии с результатами опроса 2006 года роль ближайшего окружения в формировании правовой и политической культуры и сейчас остается стабильно высокой и неизменной в оценках респондентов. Вместе с тем, как уже было сказано выше, только 4% респондентов принимают решение об участии в выборах опираясь на мотив семейной, дружеской солидарности. Данное несоответствие связано как с особенностями возраста избирателей (чем старше избиратель, тем меньше он зависим от мнения родственников и друзей), так и возрастающим влиянием иных социальных институтов, а также с формированием собственной системы общественно-политических ценностей и электоральных установок.

Сравнительно высоким, по мнению респондентов, остается влияние корпоративных факторов (мест работы, учебы) и связанных с ними социальных акторов. Так, совокупное влияние таких акторов, как руководители предприятия, организации (6,42%), коллеги по работе (8,5%), учителя, преподаватели (10,89%) составляет 25,81%. Следовательно, каждый четвертый респондент указывает на значимость мнения представителей места работы или обучения. По сравнению с 2006 годом отмечена положительная динамика оценок роли учителей, преподавателей с 8 до 11%.

Влияние политических институтов на электоральный выбор молодежи, по сравнению с опросом 2006 года (17,4%), также остается стабильно высоким и в совокупности составляет 25,75%. Положительная динамика (+8,35%) значимости для молодых избирателей политических институтов связана с ростом общественно-политической деятельности молодежи, ее стремлении занять более активную позицию во властной структуре общества. Интерес для последующего исследования представляет сопоставление оценок респондентами значимости двух групп социальных акторов: руководителей органов власти, депутатов и известных политиков и общественных деятелей. Степень влияния последних на электоральные позиции молодежи почти в 2 раза выше: 6,23% и 13,16% соответственно. Такие данные во многом связаны с невысоким уровнем доверия молодых граждан к отдельным государственным и муниципальным органам власти, наличием проблем коммуникации и открытости власти к взаимовыгодному взаимодействию, нерешенностью многих актуальных молодежных проблем. Молодые граждане тонко чувствуют отношение представителей власти к себе и адекватно, рационально реагируют на сложившуюся систему. В свою очередь молодежь готова на конструктивное сотрудничество с органами власти, обладает большим инновационным потенциалом и склонна доверять отдельным политическим лидерам, способным в ее представлениях удовлетворить их интересы. Поэтому высокий уровень поддержки молодежью отдельных политических и общественных лидеров (в том числе, оппозиционных) является закономерным и объективным процессом.

Сравнительный анализ данных 2006 и 2016 годов выявил существенную положительную динамику в оценках респондентов о значимости избирательных комиссий как важных институтов избирательного процесса. За 10 лет данный показатель вырос в 7 раз (с 0,87% до 6,36%), что является свидетельством эффективности работы избирательных комиссий (прежде всего, регионального и местного уровней) с различными категориями молодежи. Примечательно, что данные показатели сопоставимы с позитивными результатами ответов респондентов на иные вопросы, касающиеся деятельности избирательных комиссий.

Так на вопрос «Доверяете ли Вы избирательным комиссиям?» 78% респондентов дают положительный ответ («Да» – 42%, «Скорее да, чем нет» – 36%), только 16% негативный (из них, «Нет» - 10%) и 6% затруднились с ответом. Отношение к избира-

тельными комиссиям следует транспонировать на отношение респондентов к системе выборов в целом, что говорит о достаточно высокой степени поддержки молодежи института выборов.

В целом, во всех территориях Белгородской области, более двух третей молодежи доверяют избирательным комиссиям. Вместе с тем, степень доверия к избирательным комиссиям в городских округах несколько ниже, чем в муниципальных районах: 69% в Белгороде, 70% в Старооскольском и 65% в Губкинском городских округах и 81–92% в муниципальных районах. Однако, разница между категоричным неприятием избирательных комиссий (ответ «Нет») между промышленными центрами и сельскими территориями не высока: 8–11% в городских округах и 2–5% в муниципальных районах.

Во всех возрастных группах респондентов выявлен сравнительно высокий уровень доверия (более трех четвертей) молодежи к избирательным комиссиям: совокупность ответов «Да» и «Скорее да, чем нет» составила 79,1% (16-17 лет) – 79,6% (18-19 лет) – 75,5% (20-24 года) и 78,9% (25-30 лет). Респонденты 18-19 лет в наибольшей степени доверяют избирательным комиссиям: каждый второй респондент ответил «Да» (50,6%). Скорее всего, молодежь связывает с избирательными комиссиями (как представителей власти) факт получения и непосредственной реализации своего статуса полноправного гражданина и права на участие в выборах. Именно выборы и деятельность избирательных комиссий позволяют молодому гражданину впервые проявить свой гражданский долг, реализовать свой статус полноправного гражданина в политической жизни страны.

Таким образом, дальнейшее совершенствование форм и методов работы избирательных комиссий с молодежью, непосредственное включение молодых граждан в работу избирательных комиссий позволит повысить степень воздействия данного института власти на молодежь, определить этот ведущий избирательный орган как значимого актора влияния на формирование электоральных установок молодежи.

Важнейшим социальным институтом традиционно оказывающим серьезное воздействие на формирование ценностной картины мира россиян являются средства массовой информации (далее – СМИ).

Вопрос «Какие из источников информации Вы считаете для себя наиболее авторитетными в вопросе о выборах?» ранжировал виды информационных источников по степени влияния на респондентов.

Анализ СМИ показывает значительный приоритет центральных видов источников информации (70%), причем с 2006 года наблюдается значительная положительная динамика (+31%). Областные и местные СМИ авторитетны только у 28,7% респондентов, а сравнение с опросом 2006 года показывает снижение поддержки данных СМИ у молодежи на 57%. Представленные данные свидетельствуют о низком уровне авторитетности и востребованности информации, предоставляемой областными и местными СМИ, для молодежи. Такая ситуация связана, прежде всего, с переходом молодежи на доступные, альтернативные источники получения информации о жизни в регионе и районе посредством сети Интернет, а также отсутствием молодежных СМИ удовлетворяющих запросы современной молодежи. Так в Белгородской области прекращена работа молодежного телеканала СМИНГ TV, слабо востребованным является молодежный журнал «ОнОнас».

Среди отдельных СМИ молодежь выделяет такой традиционный и значимый для более старших категорий избирателей источник как телевидение. Причем, центральное телевидение является лидером в ответах респондентов – 51,6%. В совокупности с региональным и местным телевидением данный источник выделяют 68% респондентов. Таким образом, телевидение по-прежнему остается мощнейшим средством политической агитации и формирования электоральных установок как всего российского общества, так и молодежи в частности.

Иные востребованные у старших категорий населения источники информации: пресса (22,7%), радио (8%) не пользуются популярностью у молодежи и не оказывают существенного влияния на формирование мнения респондентов о выборах.

Показательно, что для молодежи важнейшим информационным каналом являются современные информационные технологии, реализуемые посредством сети Интернет. Совокупность таких информационных источников, как «Интернет-СМИ, новостные сайты» (39%) и «блоги, форумы, социальные сети» (22%) формируют лидерство этого вида информации – 61%. Преимущество данных СМИ обусловлено как их доступностью и открытостью для пользователей, так и возможностью для реализации молодежью своего потенциала в рамках свободного общения, обсуждения актуальных молодежных проблем. Сеть Интернет – это открытая информационная площадка, посредством которой молодой гражданин может на равных вступать в диалог с представителями других возрастных категорий и социальных статусов, реализовывать свой потенциал в различных сферах общества.

По сравнению с опросом 2006 года значимость этого источника возросла с 5% до 61% и имеет тенденцию к дальнейшему росту. Характерно, что популярность данного средства получения информации высока во всех возрастных группах от 16 до 30 лет. Поэтому органам государственной и муниципальной власти, политическим партиям, иным субъектам политических отношений при разработке программ взаимодействия с молодежью необходимо учитывать и эффективно использовать потенциал данного средства СМИ.

На протяжении последних 10 лет мнения близких людей (родственников, друзей) по вопросам выборов являются авторитетными только для 14,4% респондентов. Показательно, что наиболее авторитетным данный источник является для 16-17 летних (29,3%), а в последующем отмечено снижение его значимости до 13% (респонденты 18-19 лет и 20-24 года) и 10,5% у 25-30 летних.

Таким образом, лидерами опроса респондентов по вопросу авторитетности источников информации и возможности их влияния на мнения молодежи по вопросам выборов являются: современные информационные интерактивные источники, реализуемые посредством Интернет, телевидение, в целом, федеральные источники информации.

Результаты исследования свидетельствуют о постепенной трансформации институциональных механизмов по степени их воздействия на процессы политической социализации молодежи и формирования ее электоральной культуры. В условиях транзитивного общества наблюдается постепенное сокращение традиционных, консервативных механизмов влияния, модели электорального поведения молодежи становятся более целерациональным в противовес ценностно-рациональному, свойственному старшим поколениям.

Полученные результаты позволяют говорить о возможностях эффективного использования различных институциональных механизмов в рамках формирования электоральной культуры молодежи, в том числе, о потенциале управления электоральным поведением при условии учета интересов и потребностей самой молодежи.

Литература

1. Молодежь в России. 2010. Обзор литературы. Доклад ООН/под ред. Я. Охана. – М.: ФСГС, 2011. – С. 96
2. Бабинцев В.П. Особенности электорального поведения молодежи в Белгородской области // Молодежь и выборы сегодня: перспективы, ожидания. Материалы областной научно-практической конференции. – Белгород, 2006. – С. 38-42.
3. Мочалин А.В. Эволюция электорального поведения в процессе социализации молодежи российской провинции // Социодинамика. – 2016. – № 10. – С.45-62