

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

## Коммуникации в вузе и политические практики студенческой молодёжи

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

*Никишин Максим Алексеевич*

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,  
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

*E-mail: eiqez@mail.ru*

В условиях социально-политического развития страны все острее встает вопрос об активном участии молодежи в общественно-политической жизни. Молодежь обеспечивает трансмиссию общественных отношений и выступает как носитель социальных инноваций. Молодёжь постоянно находится в информационном потоке, потребляя большое количество разнообразной информации, в том числе и политической. Но при получении такой информации молодёжь начинает относиться к ней скептически. Согласно мнению экспертов, молодежь в настоящее время, а именно, - старшеклассники и студенты, формирует вектор протестной политической силы - такую социальную категорию, которой в большей мере свойственны не конвенциональные формы политического участия. Одной из форм социальной активности молодежи, направленной на реализацию социально значимых интересов, является ее политическая активность, под которой нами понимается стремление молодых людей реализовать свои возможности воздействовать на принятие политических решений [2]. Цель данной статьи заключается в следующем: выявить эффективные инструменты повышения уровня политической активности студенческой молодёжи [1]. В качестве теоретической основы были выделены следующие теории: модель участия, созданная С. Вербой и Н. Наем. В ней выделены основные факторы политической активности, рассматриваемые политологами социально-демографические характеристики населения. Популистская модель политического участия С. Липсет, Д. Лернер. Суть её в следующем, когда накапливаются предвыборные обещания из форм реального и цифрового участия и при этом не выполняются, то нерешенные проблемы накапливаются, увеличивая количество требований, предъявляемых к политической власти. В результате политическое участие не ведет к укреплению политической системы, а напротив, вызывает центробежные тенденции в обществе, дестабилизирует политическую систему, осложняет течение политических процессов.

Достигать вышеуказанную цель я буду, опираясь на проведенное мной под руководством кафедры «ПСиСО» маркетинговое исследование. Методом сбора информации являлся анкетный опрос. Генеральную совокупность нашего исследования составили студенты УлГТУ. В качестве главных характеристик нашей генеральной совокупности мы решили выделить следующие: факультет и курс обучения. Всего опрошено было 812 человек.

В ходе анализа прослеживается низкий уровень работы со студенческой молодёжью. (рис.1).

Это говорит о том, что для студентов очень важно видеть и участвовать в политических дискуссиях в стенах учебного заведения. Это придает им большую уверенность и дает колоссальный опыт. Студенты инженерно-экономического, гуманитарного и энергетического факультета показывают нам отличный показатель регулярного участия примерно 1/2. Однако стоит отметить, что не все придерживаются такой позиции. Так студенты, проживающие в железнодорожном районе, учащиеся машиностроительного факультета лишь изредка вступают в политические дискуссии (57%). Можно сказать, что здесь

преобладает вопрос интересов. Студенты магистратуры решили остаться в затруднениях. Следующим показателем стало увеличение форматов мероприятий с обсуждением. Стоит отметить, что большинство студентов (44%) поддерживает идею увеличения количества подобных форматов мероприятий. По наличию учебной дисциплины "политология" можно сказать следующее, что среди всех опрошенных только у гуманитарного факультета есть учебная дисциплина "Политология" (78%). Возможно, это связано с тем, что будущим специалистам гуманитарного профиля необходим данный предмет для понимания работы с международной системой. С другой стороны, данного предмета не хватает техническим специальностям для поддержания уровня политической грамотности студенческой молодёжи.

В рамках поставленной цели исследовательской работы был получен следующий результат: политическая активность студенческой молодёжи является неотъемлемой частью учебных заведений. Следует учитывать особенности работы с различными студентами индивидуально. Нами были выявлены следующие эффективные инструменты повышения политической активности студенческой молодёжи: Знание своих прав и обязанностей, своевременная информированность, присутствие мотивации позволяют молодым людям повысить уровень политической активности. Работа по воспитанию молодых гражданских активистов, способных увлечь за собой широкие массы молодежи, необходимо уделять особое внимание. Создание целевой площадки для работы с экспертами по политическим вопросам. Поддержка и развитие у студенческой молодёжи политических интересов, а не только внутренние закономерности общественной деятельности. Изменение концепции работы цифровых и реальных форм участия в политической и общественной деятельности.

#### **Источники и литература**

- 1) Волков Д., Гончаров С. Российский медиаланд- шафт : основные тенденции использования СМИ – 2017. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/22/16440/> (дата обращения: 07.03.2018).
- 2) Цыбикжапова Т.С. К вопросу о политической активности студенческой молодежи и влиянии СМИ на формирование ее политической культуры // Вестн. Бурятского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. Культурология. - Улан-Удэ, 2009. - Вып. 6. - С. 223-228.
- 3) Подхомутникова М.В. Политическая активность российской молодежи как показатель развития современного гражданского общества // Современные исследования государства и общества. 2015. № 3-4. С. 97-100.

#### **Иллюстрации**

Показатели	Всего	Факультет							Курс					
		Инженерно-экономический	Гуманитарный	Строительный	ФИСТ	Энергетический	Радиотехнический	Машиностроительный	Первый	Второй	Третий	Четвертый	Магистратура	Специалитет
Регулярно	36	47	50	40	36	41	32	17	36	40	33	40	30	39
Изредка	39	34	28	35	36	39	41	57	39	36	40	35	40	50
Затрудняюсь	25	19	22	25	27	20	27	27	24	24	27	25	30	11

Рис. 1. Рис1. Увеличение количества форматов мероприятий с обсуждением (в % от числа опрошенных; n = 812).