

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92>

ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К АКТУАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ СОВРЕМЕННОСТИ

Научная статья

Чубанова Г.Р.^{1,*}, Агамирова Е.В.², Борисовец Д.Р.³

³ORCID : 0000-0002-1107-6807;

^{1,2,3}Московский городской педагогический университет, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (chubanovagr[at]mgpu.ru)

Аннотация

В статье представлены результаты опроса студентов российских ВУЗов, позволяющие выявить характер отношения молодежи к традиционным социальным ценностям и нормам, созданию семьи, авторитету родителей, публичной демонстрации нетрадиционных отношений, а также предпочтения источников информации. С использованием методов математической статистики проведена оценка сопряженности (корреляции) факторов, влияющих на формирование отношения студентов к исследуемым вопросам. В исследовании приняли участие 200 студентов Московского городского педагогического университета и Дагестанского государственного университета в период с апреля по май 2023 года.

Московского городского педагогического университета и Дагестанского государственного университета в период с апреля по май 2023 года.

Ключевые слова: социальные нормы, семья, нетрадиционные отношения, молодёжь, информационные факторы.

ATTITUDE OF RUSSIAN YOUTH TOWARDS CURRENT ISSUES

Research article

Chubanova G.R.^{1,*}, Agamirova Y.V.², Borisovets D.R.³

³ORCID : 0000-0002-1107-6807;

^{1,2,3}Moscow City University, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (chubanovagr[at]mgpu.ru)

Abstract

The article presents the results of a survey of Russian university students, which allows to identify the nature of young people's attitude towards traditional social values and norms, family formation, parental authority, public demonstration of non-traditional relationships, as well as preferences of information sources. Using the methods of mathematical statistics, the conjugacy (correlation) of factors influencing the formation of students' attitudes to the studied issues was evaluated. The study involved 200 students of Moscow City Pedagogical University and Dagestan State University in the period from April to May 2023.

Keywords: social norms, family, non-traditional relationships, youth, information factors.

Введение

Конец двадцатого и начало двадцать первого века ознаменовались рядом глобальных перемен в мировом масштабе. Особо эти перемены коснулись нашего государства – изменился социальный строй, повлекший кардинальные изменения в социальных отношениях, ценностных ориентациях, мировоззрении граждан нашей страны. Особенно остро эта трансформация повлияла на подрастающее поколение. Начавшийся процесс глобализации оказал существенное влияние на формирование сознания современной российской молодежи, перестраивание всех сфер жизнедеятельности современного человека.

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Наряду с положительными сторонами процесса глобализации, отмечаются серьезные негативные последствия, связанные с насаждением определенного образа жизни и мышления, когда страны теряют свою культурную идентификацию, ценности, национальные особенности, становятся похожими на других. Глобализация — это естественное и всепроникающее развитие информационно-телекоммуникационных социальных технологий по всему миру, распространяющихся преимущественно из единого центра, который находится в ведущих странах Запада — США и ряде стран ЕС. Важнейшей ее особенностью является выгоды этим странам распространение по создаваемым каналам из центра на периферию западной культуры [9, С. 339–340].

Развитие информационных технологий способствовало и способствует формированию глобалистского мировоззрения у молодежи во всем мире. Находясь под влиянием большого количества разноплановой и, зачастую, противоречивой информации, которая транслируется с экранов телевизоров, планшетов, телефонов, компьютеров, молодые люди теряют способность отсеивать ненужное, ложное, вредное. Они очень много времени проводят за гаджетами, что формирует у них экраноцентричное восприятие мира, «лишает ее критичности мышления и способствует формированию желания судить обо всем, зная о предмете разговора лишь малость, только видимую сторону, но будучи уверенным в своей фундаментальной правоте» [6, С. 40–42]. Именно эта часть населения является основным стратегическим ресурсом нации, она сохраняет и осуществляет преемственность развития общества, является основным проводником социально-экономического прогресса, передовых идей, выполняет функцию

воспроизводства. И от направления развития, воспитания будет зависеть отношение подрастающего поколения к актуальным вопросам современности, которое во многом определит то, какой станет наше государство, какие ценности будут в конечном итоге доминировать в обществе.

Целью нашего исследования является выяснение позиции студенческой молодежи в отношении однополых браков, нетрадиционной формы сексуальных отношений, желания иметь традиционную семью, выявление факторов, определяющих мировоззрение подрастающего поколения.

Результаты исследования

В рамках нашего исследования опрос проводился в апреле-мае 2023 года среди студентов российских ВУЗов (Московского городского педагогического университета и Дагестанского государственного педагогического университета, 200 студентов). Количество респондентов составило 134 человека, м – 38%, ж – 62%, 17-20 лет – 85,1%, 21-25 лет – 14,2%. Религиозная самоидентификация опрошиваемых показана на рисунке 1.

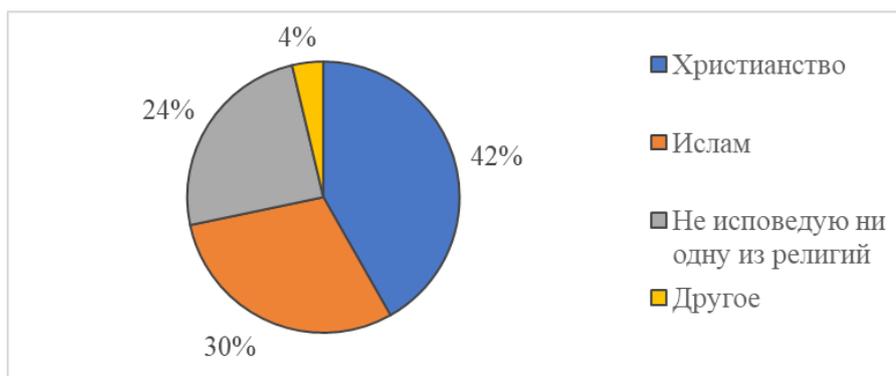


Рисунок 1 - Распределение респондентов по вероисповеданию
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92.1>

Еще один вопрос, интересующий нас, был связан с отношением студентов к браку и созданию семьи (рисунок 2). Большое количество опрошенных в будущем хотят иметь большую семью, 12% считают, что регистрация брака для них не имеет значения, 4% не хотят замуж/жениться, часть опрошенных (не более 4%) не желают иметь детей.

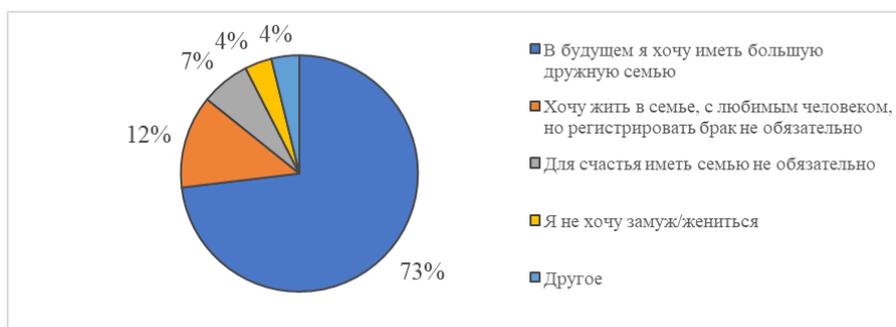


Рисунок 2 - Распределение респондентов по отношению к созданию семьи и браку
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92.2>

Что касается распределения респондентов по отношению к нетрадиционным (ЛГБТ*) взаимоотношениям и их демонстрации в кинематографе, то оно показано на рисунке 3. Наибольшая часть респондентов высказывает приемлемость нетрадиционных отношений (66% опрошенных), а также приемлемость их демонстрации в кинематографе (67% опрошенных).

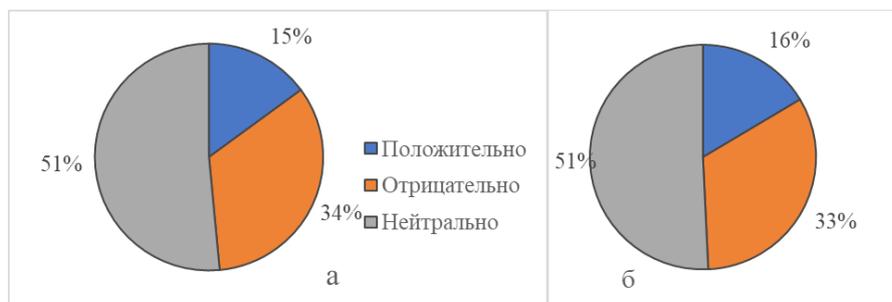


Рисунок 3 - Распределение респондентов по отношению к нетрадиционным взаимоотношениям (а) и к демонстрации нетрадиционных взаимоотношений в кинематографе (б)
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92.3>

В рамках опроса было проведено исследование источников информации, которыми пользуются респонденты. Опрос показал, что официальные новостные каналы для получения информации большая часть студентов не использует (при этом 50% респондентов вообще их не смотрят, 36% – смотрит редко, из них 31% информации не доверяют) (рисунок 4). Предпочитают обращаться к запрещённым в РФ источникам информации 82,7% респондентов (пользуются VPN с разной частотой).

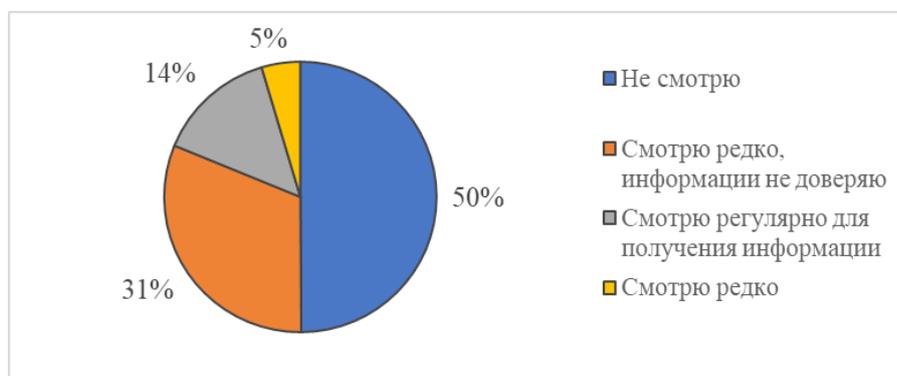


Рисунок 4 - Распределение респондентов по отношению к официальным новостным каналам
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92.4>

Оценка влияния различных факторов на отношение российской молодёжи к нетрадиционным взаимоотношениям (ЛГБТ*) и желание иметь традиционную семью (регистрация брака, наличие детей) была проведена с использованием критерия сопряжённости факторов – критерия Фишера (ϕ), а также с применением коэффициента корреляции (знаков) Фехнера (K_f), данные представлены в таблице 1. Были исследованы факторы: родительский авторитет, религиозная принадлежность, предпочтение официальных источников информации и использование запрещённых источников информации.

Таблица 1 - Оценка сопряжённости факторов влияния и отношения российской молодёжи к традиционным взаимоотношениям и семье

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.92.5>

Факторный признак	Результативный признак					
	Желание иметь традиционную* семью		Приемлемость демонстрации нетрадиционных (ЛГБТ) отношений в кино		Приемлемость нетрадиционных (ЛГБТ) отношений	
	Критерий ϕ (крит. Фишера)	K_f Корреляция знаков (коэфф. Фехнера)	Критерий ϕ (крит. Фишера)	K_f Корреляция знаков (коэфф. Фехнера)	Критерий ϕ (крит. Фишера)	K_f Корреляция знаков (коэфф. Фехнера)
Родительский авторитет	0,111 слабая	0,18 прямая связь (не значим)	0,094 несущественная	-0,13 обратная связь (не значим)	0,077 несущественная	-0,0722 обратная связь (не значим)

	Результативный признак					
Религиозная принадлежность:	0,341 средняя	0,49 прямая связь (значим)	0,349 средняя	-0,2 обратная связь (значим)	0,428 относитель но сильная	-0,22 обратная связь (значим)
Любая Факторный Предпочтение официальных источников информации	0,194 слабая	0,18 прямая связь (не значим)	0,332 средняя	-0,44 обратная связь (значим)	0,233 средняя	-0,33 обратная связь (значим)
Выбор запрещённых в РФ источников информации	0,151 слабая	0,0417 обратная связь (не значим)	0,228 средняя	0,29 прямая связь (значим)	0,184 слабая	0,25 прямая связь (значим)

Примечание: * регистрация брака, наличие детей

По результатам оценки сопряжённости факторов с использованием критерия ϕ (Фишера) не имеет значения, какую именно религию исповедует человек (сопряжённость фактора «желание иметь традиционную семью» с фактором «религия: христианство» – 0,195 слабая; с фактором «религия: ислам» – 0,108 слабая). Однако в целом принадлежность к любой из религий повышает существенность фактора до среднего уровня (критерий ϕ – 0,341; прямая связь) при оценке его влияния на желание иметь традиционную семью.

Предпочтение официальных источников информации оказывает влияние на неприемлемость нетрадиционных взаимоотношений (ЛГБТ*) (критерий ϕ – 0,332) и неприемлемость демонстрации в кинематографе нетрадиционных взаимоотношений (критерий ϕ – 0,233). Выбор запрещённых в РФ источников информации имеет среднюю сопряжённость с приемлемостью демонстрации нетрадиционных отношений в кинематографе (критерий ϕ – 0,228; прямая связь), однако практически не оказывает влияния на желание иметь традиционную семью и приемлемость нетрадиционных отношений.

* «Международное общественное движение ЛГБТ» признано экстремистским и запрещено на территории РФ

Заключение

Нетрадиционные формы сексуальных отношений были распространены во все эпохи, но общество, то относилось к этому как к чему-то нормальному, то подвергалось гонениям людей с нетрадиционной ориентацией. Современное отношение к нетрадиционной любви в мире неоднозначно. Многие страны мира пропагандируют и пытаются узаконить однополые отношения и возможность усыновления детей однополыми парами.

С развитием интернета стала доступна информация разного толка, влияющая на умы и сознание людей. На человека интенсивно стала воздействовать реклама. За основу развития рекламы, которая стала распространяться с середины 20 века, когда началась и сексуальная революция, была принята именно зрительная стратегия. Тенденция развития рекламы была по нисходящей спирали в сторону все большей яркости и откровенности. Как только происходило привыкание, и реклама переставала давать нужный эффект, планка спускалась на более действенную зону, при подключении уже животных инстинктов [6, С. 29–33].

К выработке определенных форм поведения и мышления человека подталкивают манипуляции сознанием через социальные сети, телевидение, интернет [8, С. 188–190]. Их важным аспектом становится уход от принципа многократного повторения к принципу логического построения фактов таким образом, чтобы объект манипуляции сам путем последовательных логических умпостроений пришел к изначально заданным манипулятором выводам. Через Интернет также становится совершенно доступной любая информация, сложно ограничить появление, в том числе и той, которая может нанести вред человеку или социальной системе. Во «вседозволенности» проявляется обратная сторона выбора человеком свободы и свободного самовыражения, так изменение социальных норм может привести к девальвации природы индивидуума, снижению рождаемости, обострению социальных противоречий и нарастанию конфликтов.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Андросова Л.А. Восприятие и отношение молодежи к социальной рекламе / Л.А. Андросова, И.Г. Кондратьева // Наука. Общество. Государство. — 2015. — Т. 3, № 3(11). — С. 1–5.
2. Гафиятуллина К.Р. Роль религии в повседневном поведении студенческой молодежи как объект управленческого влияния / К.Р. Гафиятуллина // Социальное управление. — 2017. — С. 65–69.
3. Калашникова М.Б. Особенности религиозности российской молодежи / М.Б. Калашникова // Вестник Новгородского государственного университета. — 2016. — № 9. — С. 49–54.
4. Миронова Ю.Г. Особенности матримониального поведения современной молодежи / Ю.Г. Миронова // Дискуссия. Социологические науки. — 2017. — С. 106–112.
5. Михайлов С.Г. Воспитание молодежи и новое качество педагогических работников / С.Г. Михайлов // Телеском: журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2021. — № 1. — С. 53–64.
6. Смирнов Ф.А. О трансформации человеческого сознания в эпоху техногенной глобализации / Ф.А. Смирнов // Новый университет. Серия: актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. — 2011. — № 4(4). — С. 28–41. — URL: <https://psyfactor.org/lib/smironov2.htm> (дата обращения: 13.11.2024).
7. Тадтаева А.В. Восприятие рекламы и отношение к ней молодежи / А.В. Тадтаева, З.А. Отараева // Экономика и социум. — 2014. — № 3(12). — С. 440–443.
8. Тейлор Э. Программирование разума: от манипуляции и промывания мозгов к расширению возможностей и внутренней свободе / Э. Тейлор. — Изд-во Гиппо, 2010. — 400 с.
9. Трегубенко С.Е. Реклама в аспекте глобализации / С.Е. Трегубенко // Вестник университета: Государственный университет управления. — 2014. — № 17. — С. 338–341.
10. Трубина Г.Ф. Отечественный опыт социализации молодежи: история и современные подходы / Г.Ф. Трубина // Педагогическое образование в России. — 2018. — С. 44–52.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Androsova L.A. Vospriatie i otnoshenie molodezhi k social'noj reklame [Perception and attitude of youth to social advertising] / L.A. Androsova, I.G. Kondratieva // Nauka. Obshhestvo. Gosudarstvo [Science. Society. State]. — 2015. — Vol. 3, № 3(11). — P. 1–5. [in Russian]
2. Gafiyatullina K.R. Rol' religii v povsednevnom povedenii studencheskoj molodezhi kak ob'ekt upravlencheskogo vlijaniya [The role of religion in the daily behavior of student youth as an object of managerial influence] / K.R. Gafiyatullina // Social'noe upravlenie [Social Management]. — 2017. — P. 65–69. [in Russian]
3. Kalashnikova M.B. Osobennosti religioznosti rossijskoj molodezhi [Features of the religiosity of Russian youth] / M.B. Kalashnikova // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Novgorod State University]. — 2016. — № 9. — P. 49–54. [in Russian]
4. Mironova Yu.G. Osobennosti matrimonial'nogo povedeniya sovremennoj molodezhi [Features of matrimonial behavior of modern youth] / Yu.G. Mironova // Diskussija. Sociologicheskie nauki [Discussion. Sociological Sciences]. — 2017. — P. 106–112. [in Russian]
5. Mikhailov S.G. Vospitanie molodezhi i novoe kachestvo pedagogicheskikh rabotnikov [Education of youth and the new quality of teaching staff] / S.G. Mikhailov // Teleskom: zhurnal sociologicheskikh i marketingovykh issledovanij [Teleskom: Journal of Sociological and Marketing Research]. — 2021. — № 1. — P. 53–64. [in Russian]
6. Smirnov F.A. O transformacii chelovecheskogo soznaniya v jepohu tehnogennoj globalizacii [On the transformation of human consciousness in the era of technogenic globalization] / F.A. Smirnov // Novyj universitet. Serija: aktual'nye problemy gumanitarnyh i obshhestvennykh nauk [New University. Series: Topical Problems of the Humanities and Social Sciences]. — 2011. — № 4(4). — P. 28–41. — URL: <https://psyfactor.org/lib/smironov2.htm> (accessed: 13.11.2024). [in Russian]
7. Tadtayeva A.V. Vospriatie reklamy i otnoshenie k nej molodezhi [Perception of advertising and the attitude of young people towards it] / A.V. Tadtayeva, Z.A. Otaraeva // Jekonomika i socium [Economics and Society]. — 2014. — № 3(12). — P. 440–443. [in Russian]
8. Taylor E. Programmirovaniye razuma: ot manipuljacii i promyvaniya mozgov k rasshireniju vozmozhnostej i vnutrennej svobode [Programming the Mind: from Manipulation and Brainwashing to Empowerment and Inner Freedom] / E. Taylor. — Hippo Publishing House, 2010. — 400 p. [in Russian]
9. Tregubenko S.E. Reklama v aspekte globalizacii [Advertising in the aspect of globalization] / S.E. Tregubenko // Vestnik universiteta: Gosudarstvennyj universitet upravlenija [Bulletin of the University: State University of Management]. — 2014. — № 17. — P. 338–341. [in Russian]
10. Trubina G.F. Otechestvennyj opyt socializacii molodezhi: istorija i sovremennye podhody [Domestic experience of youth socialization: history and modern approaches] / G.F. Trubina // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii [Pedagogical Education in Russia]. — 2018. — P. 44–52. [in Russian]