

С.И. БЕЛОВ, М.М. ВАНТЕЕВСКИЙ, Д.В. ЯРОШЕВА*

ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ОБОБЩЕНИЯ ЭКСПЕРТНЫХ МНЕНИЙ¹

Аннотация. Представленное исследование посвящено изучению ценностных предпочтений современной российской молодежи на основании обобщения данных экспертных интервью. Эмпирическая основа для проведения изысканий составлена на основе 15 экспертных интервью. В выборку опрошенных были включены преподаватели вузов, специалисты в области организации работы с молодежью, журналисты ориентированных на данную возрастную группу СМИ, предприниматели, для которых соответствующая возрастная группа составляет основу целевой аудитории, специалисты в области медиапродвижения, сотрудни-

* **Белов Сергей Игоревич**, доктор политических наук, старший научный сотрудник Отдела политической науки, Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН; доцент кафедры российской политики факультета политологии, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), e-mail: Belov2006 s@yandex.ru ; **Вантеевский Макар Михайлович**, младший научный сотрудник Центра междисциплинарных исследований, Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН; аспирант кафедры истории и теории политики факультета политологии, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), e-mail: mvanteevsky@yandex.ru ; **Ярошева Дарья Викторовна**, редактор Отдела политической науки, Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН; студент факультета политологии, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), e-mail: dyarosheva@mail.ru

¹ Проект № 1022062000240–7 реализован в Институте научной информации по общественным наукам РАН по итогам отбора научных проектов, поддержанных Министерством науки и высшего образования РФ и Экспертным институтом социальных исследований.

ки военно-исторических музеев и т.д. Выборка формировалась при помощи сочетания метода «снежного кома» и использования баз данных с персоналиями наиболее цитируемых специалистов. Экспертные интервью проводились в период с 15 сентября по 30 октября 2022 г. На основании обобщения полученных данных авторы приходят к выводу, что, по мнению экспертов, молодежь отличают отрицание самоценности труда и ориентация на быстрый успех (понимаемый как сочетание материального благополучия, финансовой независимости и свободы в плане проведения досуга). Также эксперты отмечают высокую значимость для молодежи свободы и интерактивности коммуникации в рамках обсуждения общественно-политической повестки и отсутствие единства в восприятии символов и ценностей, традиционно ассоциируемых с образами героев. Последнее наиболее ярко проявляется в случае патриотизма, который прочно ассоциируется с военным дискурсом лишь у традиционалистски настроенной части юных россиян. В целом эксперты интерпретируют ценностные предпочтения молодежи на основании идеалистической парадигмы. Закономерным следствием такого подхода является признание принципиальной возможности трансформации ценностных предпочтений молодежи без проведения крупномасштабных реформ в области экономики, политики пространственного развития, стратегии социальной и образовательной политики. В соответствии с выраженными экспертами оценками, ценностные предпочтения молодежи можно оптимизировать путем реформирования структуры, номенклатуры и смыслового содержания транслируемых массовой культурой символов, задающих представления об одобряемых и осуждаемых моделях мышления и поведения. При этом ряд оценок экспертов, касающихся в частности приписываемой молодежи ориентации на престижное потребление и быстрый успех, могут быть поставлены под сомнение на основании данных массовых опросов. Эксперты также отмечают наличие излишней авторитарности и дефектов в работе механизмов обратной связи в рамках попыток государства формировать ценности молодого поколения.

Ключевые слова: политика; ценности; предпочтения; молодежь; Россия; экспертное интервью.

Для цитирования: Белов С.И., Вантеевский М.М., Ярошева Д.В. Ценностные предпочтения современной российской молодежи: результаты обобщения экспертных мнений // Политическая наука. – 2023. – № 2. – С. 163–178. – DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2023.02.07>

Введение

Политическое восприятие и поведение человека напрямую определяется заданными и успешно воспринятыми системами смыслов. Последние равным образом детерминируются комплексами политических и социальных мифов, конструируемых за счет эмоционально насыщенных символов, которые, в свою очередь, представляют собой результат конвертации в знаковую форму

определенных ценностей. Таким образом, ценности выступают в роли структурного фундамента моделей политического восприятия и поведения. Как правило, в рамках традиционного общества системы ценностей воспроизводятся в каждом новом поколении за счет работы механизмов социализации. Однако в современном обществе данное правило утратило аксиоматический характер. Развитие технологий (в первую очередь в сфере коммуникаций), индустриализация и изменение структуры и характера занятости, распространение массового образования, трансформация стандартов потребления, урбанизация и переселение широких масс населения в крупные города, расширение масштабов международной миграции, секуляризация сознания, формирование глобализированной массовой культуры – эти и многие другие факторы привели к тому, что в течение последних 200 лет устоявшиеся механизмы трансляции ценностей между поколениями начали работать с серьезными сбоями. Последнее существенным образом повысило значимость диагностики ценностных предпочтений молодого поколения [Попова, 2015, с. 182, 183].

Однако в силу сочетания ряда объективных факторов степень научной разработанности данного вопроса в России носит во многом лакунарный и фрагментарный характер. Исследуются преимущественно либо отдельные категории молодежи (например, студенчество) [Богомаз, Бойко, Яшина, 2019; Калинин, 2010; Кох, Орлов, 2020], либо представители соответствующего поколения в конкретных регионах [Хайбулаева, 2015]. Также эксперты фокусируют внимание на восприятии молодежью конкретных ценностей либо на определяющих его факторах [Будянская, 2022; Тайгулова, 2015]. Данные, приведенные в опубликованных ранее работах о ценностных ориентирах российской молодежи, частично утратили актуальность в силу увеличения временного лага между периодом проведения изысканий и текущим моментом [Луков, Луков, Захаров, 2011; Попова, 2015].

Представленное исследование призвано частично восполнить обозначенные лакуны в степени изученности темы и актуализировать систему введенных в научный оборот данных относительно предпочтений российской молодежи. Во-первых, конструируется система представлений относительно ценностных предпочтений молодежи в период, последовавший за началом спецоперации на Украине. Во-вторых, исследуется вопрос о ценностных ориента-

циях российской молодежи в целом, а не на уровне отдельных регионов или социальных групп. В-третьих, формируется система знаний относительно того, как воспринимаются ценностные предпочтения подрастающего поколения акторами молодежной политики.

Исследование проводилось на основе использования качественных социологических методов, конкретнее – экспертного интервью. В опросе приняли участие 15 экспертов, в число которых вошли преподаватели крупных федеральных вузов, практикующие специалисты в области реализации молодежной политики, журналисты ориентированных на юных россиян изданий, бизнесмены, для которых соответствующая возрастная группа составляет основу целевой аудитории, специалисты в области медиапродвижения, сотрудники военно-исторических музеев и т.д. В том числе в качестве экспертов выступили сотрудники Администрации Президента Российской Федерации, представители руководства Российского союза Молодежи, ученые академических центров, вузов и федеральных музеев, авторы популярных произведений художественной литературы, сценаристы видеоигр, организаторы молодежных фестивалей, представители бизнеса, ориентированного на работу с молодежью.

Выборка экспертов формировалась посредством комбинации двух методов – снежного кома и использования баз данных с персоналиями наиболее цитируемых спикеров и исследователей.

Группа опрошенных экспертов формировалась и с учетом таких факторов, как род занятий, стаж работы, уровень квалификации по исследуемому профилю, возраст, уровень и характер образования.

Уровень компетентности экспертов определялся посредством метода самооценки экспертов. Совокупный индекс компетентности каждого из экспертов, составленный на основании суммирования таких показателей как знания (уровень теоретического знания проблемы), практический опыт и способность предвидеть логику развития событий, превышает уровень 0,5. В данном случае необходимо пояснить, что в рамках используемой ранговой шкалы позиции «высокий» приписывалось числовое значение 1, «средний» – 0,5, «низкий» – 0.

Коэффициент уровня компетентности экспертов был определен при помощи следующей формулы:

$$k = (k_1 + k_2 + k_3) / 3,$$

где k_1 – числовое значение самооценки экспертом уровня своих теоретических знаний; k_2 – числовое значение самооценки практического опыта; k_3 – числовое значение самооценки способности к прогнозу [Горшков, Шереги, 2011].

Численность группы опрошенных экспертов была определена на уровне достаточной репрезентативности, определенной путем обобщения позиций академика М.К. Горшкова (последний полагал, что для организации экспертного опроса в формате круглого стола достаточно 10–15 участников), С.А. Белановского и А. де Вульпона (настаивавших на том, что для проведения серии экспертных интервью достаточно 20 информантов) [Горшков, Шереги, 2011; Белановский, 2001].

Интервью проводились в период октября – ноября 2022 г. Интервью носило полустандартизированный характер. По типу исследовательской задачи экспертный опрос носил фокусированный характер, т. е. был призван помочь детализировать и уточнить результаты массового опроса, посвященного теме образа героя времени в восприятии молодежи. Результаты массового опроса получают освещение в статье «Массовая культура как знаково-символическая среда политической социализации молодежи» (авторы – И.И. Кузнецов, Е.В. Куликова, Ю.В. Петрова), запланированной к публикации в журнале «Контуры глобальных трансформаций» в 2023 г. При проведении массового опроса использовался такой метод сбора информации, как онлайн-анкетирование. Объем выборки – 1250 респондентов, выборка квотная, несвязанная, контроль за квотами осуществлялся по параметрам пола, возраста, федерального округа проживания.

Основная часть

Отвечая на вопросы «Как Вы считаете, какой смысл молодежь вкладывает в понятие “герой”? Кто он?» и «Есть такой термин – “герой своего времени”? По Вашему мнению, какой смысл молодежь в него вкладывает?», все без исключения эксперты прямо или косвенно акцентировали внимание на специфике ценностных ориентаций молодого поколения.

Участники интервью отмечают, что для существенной части молодых россиян труд не обладает самоценностью и вовлеченность в него не предполагает какой-либо престижности. При этом, по нашему мнению, нельзя согласиться с экспертами в том, что данная ценностная ориентация обусловлена исключительно «эффектом Золушки» и инфантилизмом молодежи. Необходимо учитывать, что девальвации труда как ценности способствуют высокий уровень экономического неравенства и сбои в работе социальных лифтов (ярким примером последнего может служить практика оплаты труда большинства квалифицированных специалистов из числа медиков, преподавателей и т.д.). Также важно учесть влияние культуры повседневности элит, построенной на престижном потреблении. Важно помнить о специфике медиаповестки: в ее рамках успешный образ «коллективного Дани Милохина»¹ представлен несомненно шире и привлекательнее, нежели имидж «человека труда», который с позиции общества потребления скорее стигматизируется. Наконец, важно помнить о социокультурных последствиях деиндустриализации экономики России в последние десятилетия. В рамках сложившейся на текущий момент в мире социально-экономической модели (в том числе, в части рынка труда) работник в значительной степени отчужден от результатов своего труда и рассматривает его как неизбежное бремя, в отсутствие которого он не мог бы поддерживать свою жизнедеятельность и соответствовать предъявляемыми обществом статусным требованиям.

Сегодня у нас одна из проблем социальных – и применительно к молодежи, и в целом – это проблема, связанная с отсутствием ценности труда. Виртуально зарабатывать деньги, играя на бирже, или продавая что-то на «Авито», или в блоге, вставляя свою рекламу, – это хорошо и здорово. Но реальная жизнь, она формируется из конкретного труда и конкретных действий (Эксперт № 6).

Проблема коэффициента трудозатратности – конечно же, хочется все и сразу.... Когда мы смотрим на тех, кто добился

¹ Данила Милохин – видеоблогер, тиктокер, музыкант. В 2020 г. вошел в число шести наиболее высокооплачиваемых тиктокеров в России. Являлся молодежным лицом Петербургского международного экономического форума. Известен своим эпатажным поведением, стремительным карьерным взлетом при отсутствии образования, наличием маргинальных моментов в прошлом (включая наркозависимость).

своим путем, мы думаем, что это долго и муторно, потому что хочется все и сразу. А тут контент, Интернет, я пойду сейчас юбку надену, себя выложу, лягу на землю и все. Да, я согласна абсолютно, эффект Золушки срабатывает (Эксперт № 3).

Следует отметить и значимое расхождение между оценками экспертов и данными упомянутого массового опроса в рамках тематического блока, посвященного образу героя времени в сознании молодежи.

В числе наиболее привлекательных морально-нравственных качеств киногероев участвовавшие в опросе молодые люди отметили в первую очередь таких персонажей, как Гарри Поттер, Железный человек, Человек-паук, Данила Бодров и Шурик (персонаж А. Демьяненко в серии кинокомедий Л. Гайдая). Большинство данных персонажей одновременно вошли в число персонажей, наиболее популярных у молодежи с точки зрения их личностных характеристик (характера, интеллекта, таланта, способностей). С учетом данных показателей в число наиболее популярных персонажей вошли Шерлок Холмс, Железный человек, Человек-паук, Гарри Поттер и Данила Бодров.

Указанные персонажи произведений массовой культуры слабо соотносятся с образом героя, приверженность которому эксперты приписывают молодежи.

Большинство экспертов также солидарны в том, что большую часть молодежи, в первую очередь – городской, объединяет ориентация на достижение быстрого успеха. При этом под успехом понимается сочетание материального благополучия, финансовой независимости, высокой узнаваемости и возможности свободно проводить досуг.

Второе направление героев у молодежи – это люди, которые успели заработать много бабок, и в целом на этих бабках делать, строить все, что у них есть. Возможность, причем, зачастую даже не совсем честными способами. Шагая по головам, через оскорбления, через какую-то грязь (Эксперт № 1).

Они хотят быть героями, они хотят быть услышанными, популярными. Для них то, что ты становишься инфлюэнсером в своей малой группе, потом более-менее люди начинают прислушиваться – вот что для них будет стремлением... Герой – это тот, кто ничем выдающимся не отличается, т.е. у них никаких знаний и навыков. Но он смог добиться успеха здесь и сейчас. И он не

скрывает своего успеха, напротив, всячески подчеркивает и демонстрирует его. Ему присуща некая распушенность, развязность с флером того, что ему можно все (Эксперт № 3).

Если мы говорим про городскую молодежь, то современный герой – это удачливый авантюрист и фигура комика-стендапера-рэпера.... Сейчас герой – это удачливый стендапер, который сорит деньгами. В принципе удачливый человек, неважно, каким образом сделавший деньги. То есть тут у нас факт не удачливости или какого-то интеллекта, а фактор халявы, обрушившейся на тебя (Эксперт № 5).

Как было указано выше, конструируемый экспертами цинично-потребительский идеал, приписываемый молодежи, слабо коррелирует с данными массового опроса, что позволяет усомниться и в выводах относительно ориентации подрастающего поколения на «быстрый успех любым путем». Можно выдвинуть гипотезу, что эксперты склонны гипертрофировать такую черту молодежи, как пессимистическое отношение к традиционной системе социальных лифтов и карьерных траекторий. Таким образом, имеет место обесценивание не длительных и тяжелых усилий как драйвера успеха, а конкретных объектов их приложения. Например, академическая успеваемость не рассматривается как надежная гарантия карьерного успеха в будущем.

Эксперты солидарны и в том, что для молодежи также важны умение и готовность открыто и искренне общаться с аудиторией, отказ от авторитарного навязывания спикером собственной повестки и варианта ее интерпретации коммуникантам. При этом речь идет именно об объективной оценке фактов даже при необходимости отклониться от официально одобряемого дискурса.

Да, они могут гордиться совершенно человеком, может быть для нас и неправильным. А почему? А потому что он открывает правду (Эксперт № 4).

Петербургские ученые (та же самая Ачкасова) проводили исследования, что такие лидеры, сетевые лидеры, они должны отвечать определенным требованиям, а именно уметь и обязательно комментировать существующий дайджест новостной, не умалчивать о том, что происходит и быть готовым выйти в эфир, осуществить коммуникацию в качестве какой-то обратной связи с молодежью (Эксперт № 8).

Для большинства молодежи они как раз те герои и люди, которые высказывают свою точку зрения, оппозиционеры – вот такие именно. Потому что сейчас идет большой тренд на осознание правдивости информации (Эксперт № 13).

В данном случае мы не можем выделить факторы, которые могли бы повлиять на достоверность оценок экспертов. Последнее позволяет предположить, что ориентация на искренность публичной коммуникации и запрос на доверительное отношение между властью и обществом действительно отображают специфику ценностной ориентации молодежи.

При этом даже среди простого большинства экспертов отсутствует единое мнение относительно восприятия молодежью патриотизма в сопряжении с военной тематикой и маскулинностью. Часть участников опроса полагает, что обозначенные ценности имеют высокую значимость для большинства молодых людей. Другие эксперты настаивают, что данные ценности разделяют лишь традиционалистски настроенные молодые россияне. Отсутствует единство мнений и в вопросе о том, какую долю среди молодежи занимают приверженцы традиционных ценностей. Отдельно следует отметить, что, по мнению большинства экспертов, в роли квинтэссенции «военного патриотизма» для молодежи сейчас выступает образ военкора.

С началом СВО у ряда молодых людей, это (герой. – С. Б), конечно, военкор. Это у тех, кто воспитан в условиях традиционных ценностей, но я говорю не про подавляющее, а про малое число молодежи, которое поддерживает сегодняшнюю ситуацию, потому что, как мы видим, у нас всухую проиграна информационная война (Эксперт № 5).

Базово образ патриота формируется именно через военные действия, через действия в условиях вооруженного конфликта, чрезвычайной ситуации (Эксперт № 6).

Героев исторических или патриотических, героев войны, героев – исторических личностей (Александр Невский) безусловно. Но среди современных можно выделить военкоров (Эксперт № 8).

Выше было отмечено, что большинство экспертов приписывают молодежи цинично-потребительский вариант ценностной ориентации. Последнее само по себе слабо соотносится с выводами о наличии у молодежи склонности к патриотизму и выстраиванию ее представителями персональных образов героев вокруг во-

енной и маскулинной символики. Однако выше было отмечено, что стигматизация молодежи экспертами носит скорее гипертрофированный характер. В части восприятия символики массовой культуры молодые люди, напротив, активно симпатизируют маскулинным образам, которым приписываются в числе прочего высокие морально-нравственные качества. Однако также следует учесть, что данные образы не увязаны с военной тематикой. Также важно помнить о фиксируемом экспертами запросе молодежи на искренность и доверительность во взаимоотношениях со властью. Последнее позволяет предположить, что попытки навязывания государством определенных образов героев (выступающих в качестве инструмента декларации приверженности определенным ценностям) в априорном порядке вызывают отторжение у молодежи.

Интересно отметить, что данная гипотеза отчасти подтверждается выводами самих экспертов, озвученными в рамках комплекса рекомендаций относительно коррекции ценностных ориентаций молодежи в интересах общества и государства.

В частности, эксперты продемонстрировали согласие в плане того, что государство в рамках реализации соответствующей части молодежной политики должно акцентировать внимание на поддержке «кампаний травы», т.е. низовых инициатив в сфере формирования ценностей молодежи.

Если государство будет [поддерживать] инициативы снизу, какие-то стартапы, которые создали вокруг себя довольно интересную экосистему социальных отношений и взаимопомощи, то это необходимо афишировать, это необходимо продвигать в сеть, медийно поддерживать. И фактически надо создавать проекты, консолидирующие страну на базе подобных примеров (Эксперт 8).

Наверняка есть ребята, которые отвечают за связь с молодежью, я уверена, что у нас есть такие, но почему-то они не светятся, о них не говорится, и показывается только, что Путин идет встречаться с молодежью и что-то слушает. А после того, как что-то слушает, ничего нет. Поэтому наверняка это есть, просто надо выводить на медийное пространство. Чтобы люди это понимали, знали и, соответственно, увеличивать это масштабирование (Эксперт № 13).

Также эксперты настаивают на необходимости отказаться от формального подхода к проведению патриотических мероприятий,

использованию принуждения ради достижения количественных показателей, навязывания молодежной аудитории «единственно правильной точки зрения» и использования неактуальных для юных россиян каналов и форм трансляции информации.

Надо уйти от показухи и «победобесия». Это мы делаем по приказу, все кривятся, косятся все, но делают (Эксперт № 4).

Быть может, стоит это проводить более мягко, более латентно. Не стоит в лоб дупить. Молодежь этого не принимает от слова «совсем». Когда пытаешься объяснить молодежной аудитории: «Так надо», оно не работает, пока не объяснишь, почему и кого стоит уважать. И за что уважать (Эксперт № 11).

Да, они хотят, чтобы на них никто не давил: у них постоянно такой локалор, на них нельзя давить. То есть, как только они понимают, что мы не просто ими пользуемся и закрываем свои какие-то планы, а делаем это, потому что мы их не бросаем (Эксперт № 3).

Такие специальные проекты, любые специальные проекты по формированию героев они могут восприниматься как что-то такое искусственное и могут даже вызвать отторжение (Эксперт № 10).

Экспертами был сделан акцент на необходимости формирования позитивных ценностей через продвижение образов героев времени нового типа. Отличительными признаками последних должны являться четкая профессиональная принадлежность (при условии широкой дифференциации специальностей), связь с актуальной повседневностью большинства представителей молодежи (в плане демонстрации реализма и «приземленности») и использование образов, имеющих отношение к современности.

Тот же самый Советский Союз, он действовал, обращаясь по профессиональному признаку: есть учителя, врачи, ученые, археологи. То же самое: надо посмотреть, какие сейчас у нас есть социальные слои, социальные группы профессиональные (Эксперт № 8).

Люди трудовые – обязательно рабочих профессий, но и их тоже – в принципе трудящиеся, приносящие пользу, имеющие какие-то достижения, высоко оцениваемые своими коллегами, товарищами, имеющими позитивную репутацию – вот о них надо рассказывать. Чтобы молодые люди хотели быть слесарем, инженером, учителем, врачом (Эксперт № 6).

Если герой, то он должен быть, – не обязательно без изъянов, – он должен быть привязан к повседневности (Эксперт 4).

Эти герои должны быть разноплановыми. Это условно и харизматичный «вожак», который ведет всех за собой к достижению благой цели, и рядовой человек, возможно даже интроверт, который чурается общества, но, однако, выполняющий на совесть свою деятельность на общую пользу. В противном случае эта ниша уходит под иностранных героев, которые сделают для молодежи привлекательной иные жизненные ценности и установки (Эксперт № 2).

...герой – именно человек труда, делающий что-то реальное: неважно стреляет он, работает на комбайне или пишет программы. Он должен быть реальным созидателем (Эксперт № 5).

По нашему мнению, в данном случае эксперты используют скорее нормативный подход, выстраивая модель молодежной политики в рамках условного «идеального общества». Наличие относительно низкого социально-экономического статуса у представителей «героизируемых» профессиональных групп на практике может минимизировать эффект коррекции ценностей молодежи.

Участники экспертного опроса также акцентируют внимание на том, что ценности необходимо продвигать через эмоционально наполненные символы, отдавая приоритет знаковым конструкциям с позитивной коннотацией.

Когда я проезжаю по центру и вижу этих «героев России», кого я вижу? Я вижу мужчин разной принадлежности к войскам, в разных должностях, но их лица не выражают ничего. Они безэмоциональны. И как человек, обладающий инструментами, я могу себя даже немножечко продиагностировать и понять, что я воспринимаю. А я ничего не воспринимаю (Эксперт № 3).

Игра на эмоциях. Не всегда, конечно, это честно, но это действительно. Да, это манипуляция, да, это использование механизмов, но оно работает, вот этих героев мы сделаем, вот эти герои будут востребованы, никакого принуждения, никакого снисхождения, заискивания – это все негативно воспринимается. Как только показываем, что на первый план выходит сам человек, неважно, какого он вида, но при этом на первый план выходит нечто позитивное (Эксперт № 3).

В целом можно признать, что, с точки зрения экспертов, для молодежи характерна ориентация на высокую значимость таких ценностей, как быстро достигаемое материальное благополучие и

высокая степень узнаваемости, возможность комбинации рабочей деятельности с разнообразными формами досуга, отсутствие финансовой и иерархической зависимости, свобода и откровенность в коммуникации. Патриотизм в сознании молодых россиян, за исключением традиционалистов, слабо сочетается с ориентацией на маскулинность и превознесение воинской доблести. При этом участники опроса солидарны в том, что изменить ценности молодых россиян можно без трансформации существующей социально-экономической среды. Достичь этого предлагается за счет коррекции символической и культурной политики в соответствии со спецификой политического восприятия и медиапотребления молодого поколения. При этом данные изменения основаны на концепции трансформации ценностей через замену образов героев современности. Указанные оценки экспертов подтверждаются данными количественных исследований лишь частично, что говорит о необходимости ознакомления экспертов с результатами проведенного нами всероссийского анкетирования и продолжения исследования с целью определения иерархии моральных качеств героев времени, на основе которых был составлен рейтинг образов успешных людей.

S.I. Belov, M.M. Vanteevskiy, D.V. Yarosheva*
**Value preferences of contemporary Russian youth:
results of the generalization of expert opinions¹**

Abstract. The article examines the value preferences of today's Russian youth basing on the generalization of expert interviews. The empirical basis for the survey is based on 15 expert interviews. The sample of respondents included university teachers, specialists in youth management, journalists of youth media, entrepreneurs targeting their business to young people, PR-specialists, employees of military history museums,

* **Belov Sergey**, INION; Lomonosov Moscow state university (Moscow, Russia), e-mail: Belov2006 s@yandex.ru ; **Vanteevskiy Makar**, INION; Lomonosov Moscow state university (Moscow, Russia), e-mail: mvanteevsky@yandex.ru ; **Yarosheva Daria**, INION; Lomonosov Moscow state university (Moscow, Russia), e-mail: dyarosheva@mail.ru

¹Project No. 1022062000240–7 was implemented at the Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences following the selection of scientific projects supported by the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation and the Expert Institute for Social Research.

etc. The sample was formed using a combination of the "snowball" method and the use of databases with the personalities of the most cited specialists. Expert interviews were conducted in the period from September 15 to October 30, 2022. Basing on the generalization of the data obtained, the author concludes that young people deny the intrinsic value of labor being oriented towards quick success (understood as a combination of material well-being, financial independence and freedom in terms of leisure activities). Experts also note the high importance of freedom and interactivity of communication for young people in the discussion of the socio-political agenda, and the lack of unity in the perception of symbols and values traditionally associated with the images of heroes. The latter is most clearly manifested in the case of patriotism, which is strongly associated with military discourse only among the traditionalist part of young Russians. In general, experts interpret the value preferences of young people based on an idealistic paradigm. A logical consequence of this is the recognition of the fundamental possibility of transforming the value preferences of young people without carrying out large-scale reforms in the field of the economy, spatial development policy, and social and educational policy strategies. In accordance with the assessments expressed by experts, the value preferences of young people can be optimized by reforming the structure, nomenclature, and semantic content of the symbols broadcasted by mass culture that define ideas of approved and condemned models of thinking and behavior. At the same time, several expert assessments regarding the orientation towards prestigious consumption and quick success attributed to young people can be called into question based on the data of mass surveys. Experts also note the presence of excessive authoritarianism and defects in feedback mechanisms functioning in the framework of the state's attempts to form the values of the younger generation.

Keywords: politics; values, preferences, youth, Russia, expert interview.

For citation: Belov S.I. Vanteevsky M.M., Yarosheva D.V. Value preferences of modern Russian youth: results of the generalization of expert opinions. *Political science (RU)*. 2023, N 2, P. 163–178. DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2023.02.07>

References

- Belanovsky S.A. *Deep Interview: A Study guide*. Moscow: Niccolo-Media, 2001, 320 p. (In Russ.)
- Bogomaz P.A., Boyko E.A., Yashina V.V. Relationship between emotional intelligence and parameters of activity, motivation and values among Russian university youth. *Psychology of cognitive processes*. 2019, N 8, P. 14–25. (In Russ.)
- Budyanskaya T.V. Social networks as a factor in the formation of cultural values of modern youth. *Social and humanitarian knowledge*. 2022, N 2, P. 348–351. (In Russ.)
- Gorshkov M.K., Sheregi F.E. *Applied sociology: methodology and methods. Interactive tutorial*. Moscow: Institute of Sociology RAS, 2011, 372 p. (In Russ.)
- Kalinin A. Yu. Family values of single youth (on the example of a study of single youth in the Penza region). *Bulletin of the Tambov University. Series: Humanities*. 2010, N 12 (92), P. 190–196. (In Russ.)

- Khaibulaeva A.G. The structure of personal values and meaningful orientations of modern youth (Based on the study of student youth of Dagestan). *News of the Dagestan state pedagogical university. Psychological and pedagogical sciences*. 2015, N 3 (32), P. 12–17. (In Russ.)
- Kokh I.A., Orlov V.A. Values and professional self-determination of student youth. *Education and Science*. 2020, Vol. 22, N 2, P. 142–169. (In Russ.)
- Lukov V.A., Lukov V.A., Zakharov N.V. Value orientations of Russian youth in the light of the theory of values. *Bulletin of the Orenburg state university*. 2011, N 2 (121), P. 19–26. (In Russ.)
- Popova O.V. Political orientations of the Russian Youth: state and possibilities of management. In: *Development of political institutions and processes: foreign and domestic experience: proceedings of the VI All-Russian scientific and practical conference with international participation*. Omsk, April 24, 2015 Omsk: Publishing House of the Omsk state university, 2015, P. 180–192. (In Russ.)
- Taigulova G.S. Analysis of the attitude of modern youth to family values (according to the results of a sociological survey of youth). *Development of a person in the modern world. materials of the VI All-Russian scientific and practical conference with international participation: in 2 parts. FSBEI HPE "Novosibirsk State Pedagogical University"*. Novosibirsk, 2015, P. 325–341. (In Russ.)

Литература на русском языке

- Белановский С.А. Глубокое интервью: учебное пособие. – М.: Никколо-Медиа, 2001. – 320 с.
- Богомаз С.А., Бойко Е.А., Яшина В.В. Взаимосвязь эмоционального интеллекта с параметрами деятельности, мотивации и ценностей у российской вузовской молодежи // Психология когнитивных процессов. – 2019. – № 8. – С. 14–25.
- Будянская Т.В. Социальные сети как фактор становления культурных ценностей современной молодежи // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 2. – С. 348–351.
- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы. Интерактивное учебное пособие. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 372 с.
- Калинин А.Ю. Семейные ценности холостой молодежи (на примере исследования холостой молодежи Пензенской области) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 12 (92). – С. 190–196.
- Кох И.А., Орлов В.А. Ценности и профессиональное самоопределение студенческой молодежи // Образование и наука. – 2020. – Т. 22, № 2. – С. 142–169.
- Луков В.А., Луков В.А., Захаров Н.В. Ценностные ориентации российской молодежи в свете теории ценностей // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 2 (121). – С. 19–26.
- Попова О.В. Политические ориентации российской молодежи: состояние и возможности управления // Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт: Материалы VI Всероссийской научно-

- практической конференции с международным участием. Омск, 24 апреля 2015 г. – Омск: Изд-во Омского государственного университета, 2015. – С. 180–192.
- Тайгулова Г.С.* Анализ отношения современной молодежи к семейным ценностям (по результатам социологического опроса молодежи) // Развитие человека в современном мире: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях. ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный педагогический университет». – Новосибирск, 2015. – С. 325–341.
- Хайбулаева А.Г.* Структура личностных ценностей и смысложизненных ориентаций современной молодежи (на материале изучения студенческой молодежи Дагестана) // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. – 2015. – № 3 (32). – С. 12–17.