

Как видим, сегодня на первый план для молодого избирателя выходят другие источники коммуникации (не характерные для «взрослого» избирателя) – это интернет и друзья, с которыми чаще всего общаются в социальных сетях. В принципе ничего отрицательного в данном случае нет: ориентация на глобальную сеть является общемировым трендом.

На вопрос: «Какие факторы могут стать приоритетными в том, что Вы пойдете на выборы?», ответы распределились следующим образом.

1 место: Я не пойду на выборы в любом случае – 24,2 %.

2 место: Отсутствие дел, наличие свободного времени – 18,8 %.

3 место: Я пойду на выборы – это мой долг – 17,1 %.

Итак, в основной своей массе молодежь оказалась представленной самой себе, что, естественно, сказалось на характере ее общей и политической социализации, формировании гражданских качеств, социального и политического поведения, в том числе и электорального.

Тем не менее, исследование показало, что многие аспекты электорального поведения молодежи не вполне соответствуют сложившимся стереотипам. В частности, не подтверждается тезис об абсолютной пассивности молодых людей, об их по преимуществу негативном отношении к выборам.

Все это позволяет считать, что проведенное исследование важно с точки зрения понимания ситуации, сложившейся в молодежной среде, и для прогноза избирательного поведения.

На основе полученных результатов можно утверждать, что основы электоральной культуры закладываются у молодежи в раннем возрасте и, очевидно, в основном стихийно. В то время как целенаправленно ее начинают формировать значительно позднее, при вступлении молодых людей в юношеский возраст. Это позволяет лишь частично откорректировать уже сформировавшиеся установки.

В настоящее время целесообразно усилить работу по электорально-правовому просвещению в расчете на младших школьников, используя наиболее адаптивные для данной группы технологии (олимпиады, игры, комиксы и т. п.). Необходима подготовка и издание массовых, доступных изданий, популяризирующих избирательное законодательство и избирательную практику не только среди молодежи, но и среди школьников.

Проблема формирования электоральной культуры молодежи и ее участия в избирательном процессе должна постоянно и всесторонне изучаться с участием исследователей, представляющих различные отрасли науки.

М. Н. Большакова

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В РЕГИОНЕ

Социальная политика современной России в последние годы сориентирована на повышение социальной активности молодежи. Весьма ограничены интересы молодежи в организации разумного досуга, спортивной, творческой, со-

циально-полезной деятельности. Все это становится причиной дефицита духовности, спада интереса к учебе, труду, снижению интеллектуальной деятельности в обществе, разрушение прежних идеалов, пренебрежения элементарными нормами морали. Таковы некоторые особенности социальной ситуации, в которой оказалась современная молодежь. Государственная власть обратила внимание на проблемы самоопределения и самореализации молодежи, ценностно-смысловые ориентации этой базовой социальной группы. Важной задачей является привлечение молодых людей к решению социальных проблем местного и регионального уровня, повышение заинтересованности молодежи в решении самых острых общественно-значимых задач.

Молодежь все активнее участвует в реализации социальных проектов. Общественные организации привлекают молодых к участию в волонтерской работе, политических процессах, исследовательских практиках. Эта деятельность способствует тому, что молодежь более четко артикулирует свои интересы, выступает за социальное развитие государства, региона, местного сообщества, стремится улучшить профессиональную подготовку, повысить доступ культурных ценностей, укрепить материальное положение.

В последние годы в России появляется множество проектов, направленных на активизацию социальных сил молодежи. Данная группа рассматривается как стратегический ресурс общественного развития. Программы регионального уровня направлены на стимулирование социальной, предпринимательской, политической, патриотической, творческой активности молодежи. В Кемеровской области организована работа с молодежью по целому ряду направлений: поддержка молодежных и детских средств массовой информации, проведение конкурсов на лучшее освещение проблем молодежи; работа по патриотическому и гражданскому воспитанию подростков и молодежи; грантовая поддержка социальных инициатив молодежи; организация молодежных творческих фестивалей, конкурсов, акций, выступления студенческих и молодежных коллективов; деятельность молодежного парламента Кузбасса при Совете народных депутатов Кемеровской области; поддержка деятельности органов студенческого самоуправления высших учебных заведений и средних специальных учебных заведений, общественных объединений, учреждений, работающих с молодежью; организация деятельности профильных отрядов (студенческих и молодежных трудовых отрядов, подростковых педагогических отрядов, охраны правопорядка и иных профильных отрядов), в том числе профессиональное обучение членов студенческих отрядов, поддержка деятельности органов и учреждений молодежной сферы в организации трудовых отрядов [1].

Однако зачастую молодежные проекты социальной направленности не имеют опоры на социологическую базу, иначе говоря, не учитывают насущных социальных проблем, не являются перспективными. И организации, созданные молодежью или направленные на работу с молодежью, не всегда учитывают необходимость изучения реальных социальных проблем региона и местных сообществ.

Одним из условий успешного развития молодежных социальных проектов является социологическое сопровождение. Данные, полученные в результате социологических исследований, позволят выявлять проблемные аспекты социальной ситуации, осуществлять социальную диагностику и прогнозирование, разрабатывать адекватные им социальные проекты. Социологическое сопровождение является условием востребованности, действенности социальных инициатив молодежи. Социологическое сопровождение социальных учреждений осуществляет следующие функции: диагностическую; аналитико-прогнозную; системно-моделирующую; проектно-организаторскую; эвристическую [2].

Социологическое сопровождение может быть организовано молодежной исследовательской компанией на базе вуза, общественной или коммерческой организации. Социологическая база молодежных социальных проектов имеет и дополнительные перспективы: регулярно обновляемая социальная информация необходима для объективно нужных мер социальной политики.

Социологические исследования социальной активности молодежи, проведенные Исследовательской компанией «Альтернатива» (г. Кемерово) в 2010–2012 гг. показывают динамику заинтересованности молодежи в социальных проектах¹. Так возрастает интерес к проектам стартап, к участию в волонтерской работе. В положительную сторону изменился интерес к проектам патриотического содержания. Однако, результаты опросов свидетельствуют о поверхностном представлении молодых людей о социальной ситуации в регионе, проявляется недостаточность информированности о самых острых проблемах региона. Результаты проведенных опросов подчеркивают необходимость создания постоянного надежного инструмента получения социологической информации для дальнейшего продвижения участия молодежи в социальных проектах.

Список литературы

1. http://www.dmps.ru/polit/naprav_mol/
2. Большакова М. Н. Социологическое сопровождение учреждений социального обслуживания // Социальная работа в Сибири: сб. науч. тр. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2004.

¹ Социологический опрос проведен в 6 городах Кемеровской области, опрошено 480 человек в возрасте 18–25 лет. Исследование проведено по инициативе Исследовательской компании «Альтернатива» (г. Кемерово) при участии студентов социально-психологического факультета Кемеровского государственного университета.