

Якимов Андрей Евгеньевич,

аспирант 2-го года обучения

Султанов Данис Марсович,

магистрант 1-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

Задворняк Алиса Денисовна,

Ученица 11-го класса

СУНЦ

Уральского федерального университета

**КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ
ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ:
РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ
(по результатам социологического опроса старшеклассников
Свердловской области)***

Аннотация. В докладе приводятся результаты исследования, в рамках которого проводился социологический опрос старшеклассников из Екатеринбурга и других городов Свердловской области. Описывается общее представление о роли коммуникативных практик в процессе формирования гражданской ответственности, понимаемой как совокупность ценностных установок и как форма производства политической субъектности. По результатам интерпретации данных опроса делаются выводы о том, что роль традиционных агентов социализации (значимые другие: семья, друзья и т. п.) остается довольно велика в практическом поле, при необходимости сделать ответственный выбор, тогда как Интернет как относительно новый агент социализации играет все большую роль в формировании мировоззрения.

Ключевые слова: гражданственность, ценностные ориентации молодежи, социальная активность, практики коммуникации, воспроизводство ценностей, формирование гражданской ответственности.

* Исследование выполнено при поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-33012.

Yakimov Andrey,

Postgraduate Student of the 2nd year

Sultanov Danis,

Master's Student of the 1st year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

Zadvornyyak Alisa,

Senior student of

The Advanced Educational Scientific Center (AESC) of

Ural Federal University

**COMMUNICATIVE ASPECT OF FORMING CITIZENSHIP
AMONG YOUTH: THE ROLE OF INTERNET COMMUNICATION
(Based on the Results of a Sociological Survey of Senior Students
of the Sverdlovsk Region)**

Abstract. The report represents the results of a research in which a sociological survey of high school students from Ekaterinburg and over cities of the Sverdlovsk region was conducted. The authors point out general idea of the role of communicative practices in the process of forming citizenship. It presented as a set of value attitudes and as a form of production of political subjectivity. Conclusions based on the results of the survey data, demonstrated that the role of traditional socialization agents (significant Others: family, friends, etc.) remains quite large in the practical field, and, if necessary, make responsible choices. Whereas the Internet, as a relatively new agent of socialization, plays an increasing role in shaping the worldview.

Keywords: Citizenship, value attitude of youth, values, social activity, communication practice, values transmission, forming citizenship, civic education.

При анализе коммуникативных аспектов формирования гражданских ценностей мы используем теорию коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса, а также трактовки понятия «гражданственность» Б. Г. Капустина и Д. Шлоссера, в которых подчеркивается исключительная важность коммуникации в процессе формирования и осуществления гражданственности. Выводы, которые сделаны

в этом исследовании, основаны на проведении социологического опроса среди учеников 10-х и 11-х классов из Екатеринбурга и других городов Свердловской области в количестве 420 человек.

В рамках проведенного исследования мы попытались ответить на следующий вопрос: «Какова роль интернет-коммуникации в процессе формирования гражданских и социальных ценностей современных старшеклассников?»

Процесс формирования ценностей зависит от устойчивых коммуникативных структур. При этом вопросы коммуникации являются критичными в рамках понимания гражданственности как формы «производства политической субъектности» [1, с. 140]. Д. Шлоссер, например, определяет гражданственность как «участие и вовлеченность в политическую жизнь через практики диалога и оспаривания» [2, р. 43]. На вопрос в нашей анкете: «Кем является социально активный человек?», 70 % респондентов выбрали вариант «Тот, кто участвует в обсуждении социальных проблем», 63 % — «Тот, кто интересуется жизнью города/страны», 61 % — «Тот, кто посещает много культурных мероприятий». Интересоваться, обсуждать, участвовать, быть вовлеченным — важные атрибуты проявления гражданственности, по мнению школьников.

Согласно теории коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса, рациональность есть единство методов и техник, понимаемое индивидом как рациональное, обслуживающее социальное действие. Хабермас выделяет два типа рациональности, которым соответствует поведение, определяемое либо «горизонтом целерациональности» [3, с. 10] либо горизонтом ценностной рациональности. Ценностная рациональность определяет коммуникативное действие, «сферу ценностей, норм и жизненного мира» [4, с. 121], которое зависит «от моральных или практических норм <...> взаимных поведенческие ожиданий» [Там же]. Хабермас утверждает: «Как только сами ценности становятся проблематичными, вопрос “Что я должен делать?” выводит нас за пределы целерациональности» [3]. Он также отмечает необходимость организации открытых коммуникативных пространств, где характер интересубъективной коммуникации способствует развитию ценности коллективного существования и культивированию гражданственности. Интернет как раз и выгля-

дит как подобное, горизонтальное, открытое пространство. Место, в котором оформляются в процессе различного рода коммуникаций ценностные установки. На вопрос: «Что в наибольшей степени влияет на формирование мировоззрения современной молодежи?», ответы «друзья» (73,3 %), «Интернет» (75,7 %), «семья» (52,9 %), являются самыми популярными. Интересно отметить, что на первом месте — Интернет, на втором — друзья, на третьем — семья. При этом 62 % опрошенных выбрали, что в сложной ситуации при необходимости сделать ответственный выбор обратятся к родителям и только 7 % — к друзьям в социальных сетях.

В вопросе анкеты: «Оказываете ли Вы помощь людям, оказавшимся в тяжелой ситуации?», большинство школьников выбрали варианты: «Да, я подписываю петиции» (29 %), «Да, я делаю посты/репосты объявлений, петиций, видеороликов в социальных сетях» (24 %). Это говорит о том, что респонденты осознают себя субъектами, способными оказать влияние на общество при помощи действия в Интернете, направленного на распространение информации.

Интернет-коммуникация влияет в первую очередь на «дескриптивную» [3, с. 15] (описательную) сторону представления о себе и мире у респондентов и лишь во вторую очередь на «нормативную» [3, с. 15] (представления об «идеале», ценностная ориентация). То есть, обладая потенциалом для становления доминантным источником различных ценностей, он еще не оформился в данном качестве. Нормативная сторона ценностного мировоззрения по-прежнему остается прерогативой традиционных агентов социализации (семья, друзья и т. п.).

Литература

1. *Капустин Б. Г.* Гражданство и гражданское общество. — М. : Изд-во Высш. шк. экономики, 2011. — 224 с.
2. *Schlusser J. A.* What Would Socrates Do? : Self-Examination, Civic Engagement, and the politics of philosophy. — Cambridge University Press, 2017. — 212 p.
3. *Хабермас Ю.* Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. — М. : Academia, 1995. — 252 с.
4. *Уэст Д.* Континентальная философия. Введение / пер. с англ. Д. Ю. Кралечкина. — М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2015. — 448 с.