

Научная статья  
УДК 316.77-053.81(470.326)  
<https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.11>

**Молодежь региона в информационном пространстве  
современного российского общества:  
к вопросу о проблемных точках молодежной политики Тамбовской области**

**Сергей Николаевич Курбатов**

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия,  
iv.dom.skype@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5860-8962>

**Аннотация.** Статья посвящена научному анализу молодежи региона как особой социальной группы в информационном пространстве современного российского общества. Настоящее исследование актуально, в том числе, в связи с появлением новых информационных технологий и их влиянием на процесс социализации молодого поколения. Посредством сети Интернет, средств массовой коммуникации и современных СМИ молодежь активно вовлекается в ежедневный обмен информацией, при этом СМИ и СМК становятся ведущими агентами молодежной социализации. В контексте регионального информационного пространства обозначенная трактовка позволила автору описать феномен аксиологического разрыва поколений. Его суть заключается в невозможности/неспособности старшей возрастной группы быстро приспособиться к новым технологиям, в результате чего она стремительно теряет свою традиционную роль в передаче социальных и культурных ценностей подрастающему поколению. Молодежь оказывается перед лицом новых цивилизационных, социальных, культурных вызовов и рисков, не имея мировоззренческого и духовного багажа, не переняв социокультурные ценности «отцов» и «дедов». Статья акцентуализирует реперные и проблемные точки молодежной политики. Управленческие решения в данном социальном сегменте должны приниматься с учетом показанной неопределенности, характеризующей особенности коллективных и индивидуальных молодежных выборов и мотиваций.

**Ключевые слова:** молодежь, информационное пространство, коммуникация, СМИ, информация, аксиологический разрыв, человек, общество, регион

**Для цитирования:** Курбатов С.Н. Молодежь региона в информационном пространстве современного российского общества: к вопросу о проблемных точках молодежной политики Тамбовской области // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 11. С. 77–81. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.11>.

Original article

**The youth of the region in the infosphere of modern Russian society:  
on the problems of Tambov region youth policy**

**Sergey N. Kurbatov**

Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russia,  
iv.dom.skype@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5860-8962>

**Abstract.** The author analyses the youth of the region as a special social group in the infospace of modern Russian society. This research is relevant, in particular, in connection to the emergence of new information technologies and their impact on the process of socialization of the younger generation. Through the Internet, mass communication media and modern mass media, young people are actively involved in the daily exchange of information, while the media and Internet become the leading agents of youth socialization. In the context of the regional information space, the indicated interpretation allowed the author to describe the phenomenon of the axiological generation gap. Its essence lies in the inability of the older generations to quickly adapt to new technologies. As a result they are rapidly losing their traditional role in the transmission of social and cultural values to the younger generation. Young people find themselves face-to-face with new civilizational, social, cultural challenges and risks, having no ideological and spiritual baggage, having not adopted the socio-cultural values of “fathers” and “grandfathers”. The article points out the reference and problem points of youth policy. Managerial decisions in this social segment should be made taking into account the uncertainty shown, which characterizes the features of collective and individual youth elections and motivations.

**Keywords:** youth, infospace, communication, media, information, axiological gap, people, society, region

**For citation:** Kurbatov S.N. The youth of the region in the infosphere of modern Russian society: on the problems of Tambov region youth policy. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics.* (11), 77–81. Available from: [doi:10.24158/spp.2021.11.11](https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.11) (In Russian).

В глобализованном информационном обществе современная молодежь находится в условиях непрерывных духовно-нравственных, мировоззренческих и ценностных трансформаций. Сама изменчивость реальности диктует молодому поколению систему индивидуалистских выборов, создавая, при этом, ее коллективный портрет. В этом смысле совершенно очевидно, что на фоне многолетнего отсутствия внятной идеологической платформы в стране молодежь все больше «уходит в себя», отчуждаясь и не связывая себя с государством. Итогом таких социокультурных процессов становится «новая молодежь»: индифферентная к политике в целом, не волнующаяся за будущее своей страны, не берущая на себя ответственность, не дорожающая гражданскими свободами и национальными духовными ценностями, отстранившаяся от актуальных или «скользких» тем в обществе. К этому присоединяется ценностный вакуум молодежи миллениума, непонимание проблематики российской духовности и нравственности, ценности мировоззрения и разума, размытость понятий «добра», «зла», отсутствие созидательного компонента в коллективном сознании молодежи.

Как указывают авторитетные российские исследователи Ю.А. Зубок и В.И. Чупров (2017: 15), «исчезновение прежних и рождение новых социальных слоев и групп, появление новых социальных посредников, с которыми взаимодействует молодежь... новых идентичностей и культурных практик... – все это требует непрерывной и теоретической рефлексии, направленной на поиск новых подходов в социологии к пониманию сущности молодежи».

Безусловно, важнейшая роль в социализации молодежи XXI века принадлежит СМИ и средствам массовой коммуникации.

Средства массовой коммуникации активно начали свою экспансию в конце XX века, отодвинув как агентов социализации и семью, и классические социальные институты. Именно СМИ и СМК в ближайшем будущем предстоит определять виды и форматы коммуникаций в информационном пространстве любого современного общества. Социологи Е.А. Назарова и И.Г. Кондратьева отмечают, что «нуждаясь в самоопределении, молодые люди зачастую ориентируются на те образы и смыслы, которые предлагаются в СМИ, особенно это актуально для рекламы косметики, одежды, автомобилей и т. д. с использованием слоганов “Управляй мечтой!”, “Мечты сбываются!”, “Ты этого достойна!”» (Назарова, 2017: 80). Через такие смысловые конструкты осуществляется популяризация определенных моделей образа жизни, заставляя молодежь выбирать модную, трендовую траекторию социального поведения, принимая или отклоняя решение о собственной значимости согласно предложенным моделям. Применяя провокативную форму самопрезентации, современные рекламные слоганы-мыслеформы оставляют молодежи лишь принцип социализации с калковой новомодных ценностей, среди которых первоочередными и значимыми выступают престиж, самолюбование, стремление к успеху, активность в противовес рефлексивности.

Указанные процессы очевидны и в России. При этом, благодаря возможности быстрых коммуникаций, они актуализируются в установках, ориентациях и значимых маркерах коллективного сознания молодежи мегаполисов и регионов. Очевидно, что такое духовное пространство унифицировано, и в групповом сознании столичной и региональной молодежи нет такой уж заметной разницы.

Важный аспект проблемы связан и с тем, что в современной России отчетливо проявляется проблема межпоколенческого аксиологического конфликта. Изложенная выше модель «информационной личности», сформированной посредством СМИ и социальных сетей, не может быть принята безапелляционно старшим поколением, которое сложно встраивается в современное информационное общество, испытывает тоффлеровский «шок будущего» (Тоффлер, 1997), не имеет навыков коммуникаций в Интернет-пространстве. В отличие от поколения «советских родителей», российская молодежь легко встраивается в современный поток информации, глубоко информатизирована и быстро трансформируется, вместе с потоками изменяющегося глобального мира черпает новые тенденции, чувствует себя частью мирового информационного поля посредством распространения сети Интернет, социальных сетей, веб-ресурсов.

Кроме того, через подачу ежедневных материалов в СМИ и сети Интернет, осуществляется трансляция ценностей индивидуализма и западной модели общества потребления, которые дают российской молодежи вполне ясный эталон, желаемый социальный портрет урбанизированного молодого человека: он успешный, обеспеченный, индивидуализированный, потребительски-ориентированный. Настоящая модель совсем не импонирует родительскому поколению, тем более старшему, таким образом возникает и с годами все более усиливается «аксиологический разрыв» между старшим поколением и молодежью, а фактически между прошлым и будущим страны.

В итоге, перед вызовами изменяющегося мира российская молодежь остается без жизненного опыта и ценностного багажа предыдущих поколений, ей приходится становиться частью глобального общества с точки зрения «ноль». Российский социолог С.В. Гузенина отмечает, что «...в этой связи возрастает роль выбора, который необходимо делать практически ежедневно, намечая пунктирно или абсолютно ясно модель ближайшего или отдаленного будущего. При этом неустойчивость и противоречивость молодёжного сознания оказывают влияние на многие поведенческие выборы, формы молодёжного поведения и виды деятельности» (Гузенина и др., 2017).

Указанные тенденции характерны для российской молодежи как группы, однако в каждом российском регионе они имеют, тем не менее, свою специфику. Рассмотрим, к примеру, как решаются обозначенные проблемные вопросы на примере информационного пространства и молодежной политики в Тамбовской области.

Тамбовская исследовательница О.В. Видная выявляет особенности социализации урбанизированной молодежи Тамбовской области, и в контексте популярности у молодежи региональных СМИ указывает, что в информационном поле Тамбовской области сложилась практика развития разнообразных молодежных СМИ, от традиционных до новых (Видная, 2020). К традиционным следует отнести журналы прошлого века «Юный труженик», «Молодой крестьянин», «Красная молодежь». Частота выхода таких изданий доходила до одного раза в два дня. Они существовали, с одной стороны, в соответствии с партийно-политической повесткой страны, с другой – позволяли отражать социальные проблемы молодых, видение молодежью своего места в государстве и роли в обществе. Здесь нельзя недооценивать специфику молодежного освещения: идеологический гнет при помощи такого рода СМИ позволял развивать молодежные отношения в условиях существующего политического строя.

С распадом Советского Союза молодежные газеты переместились из классического газетного формата в вузовский. Один из самых ярких представителей новой молодежной газеты – «Державинский вестник», публикующий материалы о жизни студентов Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина. Газета прошла путь от «Университетских вестей» 1995 года до наших дней. В Тамбовском государственном техническом университете также издается журнал о студентах, обучающихся в ТГТУ. Роль таких изданий в коллективном сознании молодежи региона сводится к культурологической, то есть к осмыслению и пониманию специфики коммуникации между студентами в структуре университета и ректоратом, выстраиванию отношений управленческой структуры вуза с иностранными студентами.

Впоследствии в Тамбовском регионе появились социокультурные радиопрограммы, переместившие проблематику жизни молодых из поля печати в поле радио-контента, обрели форму «разговора с молодежью», что придало региональному информационному пространству более яркий коммуникативный компонент. Освещение молодежной повестки на радио сложилось со своими особенностями: конкретных программ для молодежи не существует, хотя молодежная тематика всегда освещалась и присутствует в радиоэфирах.

Сегодня в области на успешную, позитивную молодежную социализацию нацелена финансируемая бюджетом города молодежная площадка – Дом молодежи, муниципальное учреждение при Комитете по молодежной политике, физической культуре и спорту г. Тамбова. Дом молодежи вошел в жизнь города более десяти лет назад и сегодня представляет собой пример механизма молодежного самоуправления, пространства для проведения культурных мероприятий и акций, направленных на реализацию замыслов и творческих проектов молодого поколения на основе неформального общения. Дом молодежи стал базой для появления новых молодых кадров, посвятивших себя воспитанию подрастающего поколения на основе ценностей патриотизма, добровольчества, здорового образа жизни и творчества. На базе Дома молодежи функционирует молодежное телевидение «Лайм-ТВ», освещающее городские (в том числе и молодежные) мероприятия. «Лайм-ТВ» формирует позитивный имидж города для молодых людей, распространяется через социальные сети. Дом молодежи обосновывает заинтересованность органов власти в духовном и физическом развитии молодежи Тамбовщины и её присутствии не только в информационном поле региона, но и в росте человеческого капитала будущего. Тамбовская молодежь проявляет интерес к подобным учреждениям культуры и дополнительного образования, однако такая площадка остается в области скорее исключением. В то же время, Федеральный Закон от 30.12.2020 N 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» указывает на то, что органы местного самоуправления должны заботиться об организации и проведении мероприятий по работе с молодежью на территории муниципального образования, разрабатывать муниципальные молодежные программы, более того – осуществлять мониторинг реализации региональной молодежной политики<sup>1</sup>.

Данные задачи становятся все более актуальными и в связи с тем, что очевидны дисфункциональные процессы в духовной жизни молодежи современной России, что напрямую относится и к молодежи российских регионов. Всепроникающий технологический прогресс, доступность новых технологий, «гаджетизация» способствуют отчуждению молодежи от офлайн-общения, и она все глубже «уходит» в сеть Интернет. Черты молодого поколения «дисфункционального типа» (Кубякин, 2011: 61) проявляются в стремлении молодежи к достижению индивидуалистских целей, направленности на успех через легкую удачу, аморализм и нигилизм.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 30.12.2020 N 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации».

Российскими и зарубежными обществоведами отмечается общий тренд: наиболее негативное воздействие неограниченного информационного потока обрушивается на современную молодежь, которая еще не в полной мере способна анализировать и «фильтровать» как источники, так и саму информацию. В связи с насыщенным потреблением Интернет-контента, педагогами и психологами в научное дискуссионное поле сегодня неспроста введен термин «разумная информационная потребность» (Cointent et al., 2021; Lobanova et al., 2021).

В этом смысле подчеркнем, что молодежь любого российского региона нуждается в четкой, ясной, ценностноориентированной региональной молодежной политике. Государственная молодежная политика Российской Федерации существует как самостоятельное направление деятельности государства, целью которой выступает всестороннее развитие молодежи в условиях меняющегося информационного общества, создание условий для успешной социализации и самореализации молодежи, развитие её потенциала. Определяя направления развития молодежной политики России, В.В. Путин отметил: «Сейчас в России свыше 30 с половиной миллионов граждан в возрасте от 15 до 29 лет. От них, от их взглядов, мы с вами это прекрасно понимаем, в значительной степени зависит судьба нашей страны, будущее России<sup>1</sup>.

С учетом данного положения на сегодняшний день у российского государства нет более важного направления внутренней политики, чем молодежная, поскольку молодежь – «наиболее динамичная, и, в то же время, наиболее уязвимая часть общества» (Никифорова, 2009: 92).

### Список источников:

- Видная О.Е. Историко-функциональный анализ молодежных СМИ на примере Тамбовской области // Челябинский гуманитарий. 2020. № 3 (52). С. 69–75. <https://doi.org/10.24411/1999-5407-2020-10308>.
- Гузенина С.В., Слетков И.А., Иванишин А.А., Ежов С.Ю. Легко ли быть молодым: к вопросу о значимых факторах молодежного сознания // В мире научных открытий. 2015. № 7-9 (67). С. 3400–3409.
- Зубок Ю.А., Чупров В.И. Современная Социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся. 2017. № 15. С. 12–48.
- Кубякин Е.О. Социализация российской молодежи в условиях глобализации информационного пространства // Власть. 2011. № 3. С. 59–63.
- Назарова Е. А. Значение провокации в средствах массовой коммуникации: мнение экспертов // Провокация: экспертное измерение: сб. статей. М., 2017. С. 70–85.
- Никифорова М. Единое информационное пространство – молодым // Государственная служба. 2009. № 3. С. 91–93.
- Тоффлер Э. Футуршок. СПб., 1997. 464 с.
- Cointent J.-P., Cardon D., Mogoutov A., Ooghe-Tabanou B., Plique G., Morales P.R.. Uncovering the structure of the French media ecosystem. 2021. (unpublished).
- Lobanova A., Kuzior A., Zoska Y., Viznytsia Y., Kochmanska A., Komarova O. The Needs of Intelligent Information and Media Education for Students of Higher Education Institutes: the Sociological Aspect // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2021. Vol. 557, Pp. 214–224. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210525.026>.

### References:

- Cointent J.-P., Cardon D., Mogoutov A., Ooghe-Tabanou B., Plique G., Morales P.R. (2021) Uncovering the structure of the French media ecosystem (unpublished).
- Guzenina, S.V., Sletkov, I.A., Ivanishin, A.A., Ejov, S.Y. (2015) Easy to be young: to the question about the significant factors of youth consciousness. *V mire nauchnyh otkrytij [The world of scientific discoveries]*. (7-9). 3400–3409. (In Russian)
- Kubyakin E. (2011) Sotsializatsiya rossiyskoy molodezhi v usloviyakh globalizatsii informatsionnogo prostranstva [Socialization of Russian youth in the context of globalization of the information space]. *Vlast' [Power]*. (3). 59–63. (In Russian)
- Lobanova A., Kuzior A., Zoska Y., Viznytsia Y., Kochmanska A., Komarova O. (2021) The Needs of Intelligent Information and Media Education for Students of Higher Education Institutes: the Sociological Aspect. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. (557). 214–224. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210525.026>.
- Nazarova E. (2017) The importance of the provocation in the mass media: the opinion of experts. *Provokatsiya: ekspertnoe izmerenie: sbornik statey [Provocation: expert dimension]*. 70–85. (In Russian)
- Nikiforova M. (2009) Edinoe informatsionnoe prostranstvo – molodym [A single information space o the youth]. *Gosudarstvennaya sluzhba [Civil service]*. (3), 91–93. (In Russian)
- Toffler J. (1997) Future Shock. Saint Petersburg: Lan'. (In Russian)
- Vidnaya O. (2020) Historical and functional analysis of youth media on the example of the Tambov region. *Chelyabinskii gumanitariy [Chelyabinsk humanist]*. (3:52). 69–75. Available from: <https://doi.org/10.24411/1999-5407-2020-10308>. (In Russian)
- Zubok, Ju., Chuprov, V. (2017) Sovremennaja Sociologija molodezhi: izmenjajushhajasja real'nost' i novye teoreticheskie podhody [Modern Sociology of Youth: Changing Reality and New Theoretical Approaches]. *Rossija reformirujushhajasja [Russia reformativ]*. (15). 12–48. (In Russian)

### Информация об авторе

**С.Н. Курбатов** – аспирант кафедры теоретической и прикладной социологии, Тамбовский государственный университет имени Г.П. Державина, Тамбов, Россия.

---

<sup>1</sup> Путин о приоритетах государственной молодежной политики [Электронный ресурс] // Наша молодежь. URL: <http://nasha-molodezh.ru/blogs/putin/putin-o-prioritetah-gosudarstvennoy-molodyozhnoy-politiki.html> (дата обращения: 19.11.2021).

### **Information about the author**

**S.N. Kurbatov** – PhD student, Theoretical and Applied Sociology Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 27.10.2021;  
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 19.11.2021;  
Принята к публикации / Accepted for publication 25.11.2021.