Василий Валерьевич Грачев

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

basilgratschev@gmail.com

**Ценностные ориентации молодежи и парадигмы современной коммуникации (на примере приложения TikTok)**

В статье анализируется трансформация ценностных ориентиров молодежи под влиянием мифов в виртуальном пространстве. Насколько эти ориентиры (не) совпадают с той идеологией, которую предлагает элита. Автор выявляет причины культивации деструктивных мифов и их последствия для социума.

Ключевые слова: социальные медиа, мифы, ценности, молодежь, политика

Изменения в медиакультуре повлекли за собой трансформацию запросов электоральной аудитории в лице молодежи, которая наиболее активно восприняла все новшества медиасреды. В качестве практического примера следует рассмотреть приложение TikTok. Стартовав в 2017 году, эта социальная сеть вошла в десятку самых скачиваемых приложений последнего десятилетия. Сервис стремительно набирает популярность не только в России, но и во всем мире. К началу 2021 года российская аудитория TikTok выросла до 20 млн. пользователей.

Изначально приложение позиционирует себя как площадка для производства контента с целью творческого самовыражения. Но в 2020 году произошло событие, которое стало катализатором для вхождения в эту социальную сеть политического дискурса. В июне 2020 года американские пользователи TikTok саботировали митинг Дональда Трампа на открытой арене в городе Талса штата Оклахома. Противники Трампа через социальную сеть TikTok призывали пользователей резервировать бесплатные билеты на митинг, при этом само мероприятие не посещать. В результате на митинг пришло 6000 человек из 18000 зарегистрировавшихся.

В России публичная политика в TikTok стала особо острой темой в начале 2021 года, когда Роскомнадзор выявил в приложении призывы к незаконным акциям протеста.

Таким образом, изначально не имеющая отношения к политике социальная сеть TikTоk стала актуальной для молодежи площадкой, где молодые люди находят креативные способы для высказывания своей точки зрения.

Сейчас представление молодежи о будущем формируется в рамках сетевой коммуникации (Интернет). Разнообразие противоречивых идей, упакованных в развлекательный контент, сформировал постмодернистский опыт сомнений в ценностях старшего поколения. Как отметил Б. Я. Мисонжников, одна из наиболее тревожных проблем нашего времени – это «кризис духовности, утрата нравственных ориентиров» [2: 6]. Реально возможные пути для самоактуализации становятся менее значимыми по сравнению с красивыми видео «как живут на Западе». Идея обладания комфортными условиями жизни не коррелирует с путями достижения этой цели.

По мнению В. С. Комаровского, отсутствие самоидентификации молодежи с представляемыми элитой путями решения проблем в стране порождает в разуме молодого человека неясность настоящего и непредсказуемость будущего [1].

Этот «духовный вакуум» делает молодежь уязвимой по отношению к мифам, которые культивируются в Сети. Эти мифы становятся главной проблемой на фоне предстоящих выборов в Государственную думу, которые состоятся в 2024 году. На избирательные участки придет новое поколение молодых избирателей, многие из которых проголосуют впервые.

Для нашего исследования смены вектора духовных идеалов молодежи мы обратились к результатам социологических исследований, которые проводились в СПбГУ.

Так, по итогам социологического исследования, проведённого сотрудниками «Научно-исследовательского института комплексных социальных исследований» СПбГУ в 2002 году, из семи предложенных ценностных ориентаций (семья, друзья, здоровье, вера, деньги, интересная работа, справедливость) студенческая молодёжь отдавала предпочтение семье, затем друзьям, и только на пятое место ставила деньги [3]. Аналогичное исследование, проведенное в 2017 году, показало, что решающей ценностью для студенческой молодёжи являются деньги, на втором месте – отношения и любовь, затем следуют дружба, социальные контакты, общение и выгода от этого, и только на завершающих позициях находится семья [4].

Таким образом, мы можем предположить, что, с учетом изменяющегося вектора ценностных ориентаций, среди молодежи сегодня как никогда востребовано наставничество, которое широко применяется в бизнес-среде, но может быть применено и в политике. Политические очки от «нового электората» получит личность, которая будет способна рационально оценивать индивидуальные и коллективные действия, а также представить цели, которые преследует молодежь, и конкретные методы достижения этих целей.

Литература

1. Комаровский В. С. Образ желаемого будущего России: проблемы формирования // Власть. Серия: Гуманитарные науки. 2020. Т. 28. № 1. С. 45–50.

2. Мисонжников Б. Я. Духовность как предмет интенции массмедиа // Кризис духовности в медиапространстве: материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (кризис духовности в медиапространстве)». СПб., 2012. С. 8–16.

3. Семёнов В. Е. Ценностные ориентации современной молодёжи // НИИКСИ СПбГУ. Сер. Социологические исследования. 2007. № 4. С. 37–43.

4. Чуев С. В. Ценностные ориентации российской молодёжи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования: монография / под ред. С. В. Чуева. СПб.: ИД ГУУ, 2017. С. 131–132.