

# Кого мы проглядели в интернетах?

Предварительные результаты исследования  
“Межпоколенческий аспект вовлечения жителей  
в социально-политические процессы”  
при участии проектной группы по межпоколенческим  
коммуникациям PACO

# Молодежная политика одна, целевых аудиторий несколько:

## Поколение нулевых (2000 - 2009 год рождения)

- Учатся в школе, ссузе или на первых курсах вуза
- Проживают вместе с родителями
- Всю сознательную жизнь пользовались интернетом Не являются потребителями традиционных медиа
- Ценностно-поведенческие ориентиры соотносятся со сверстниками из других западных стран (феминизм, толерантность, космополитизм, выбор своей идентичности, экологичность)

## Поколение девяностых (1986 - 1999 год рождения)

- Заканчивают вузы, молодые специалисты, молодые семьи
- Живут на съемных квартирах, с неохотой после рождения детей берут ипотеку
- Свободные деньги вкладывают в путешествия
- Поколение последнего вагона и постоянных изменений (введение ЕГЭ, образовательные реформы, первый телефон, первый компьютер, знакомство с интернетом, мимо всех возможностей). Люди с запросом на понимание правил игры

# Активность идентичная, причины разные:

## Количественные данные: выборы

### Поколение нулевых

26,1% опрошенных совершеннолетних не принимали участие в выборах

42% не принимали участие, так как они ещё несовершеннолетние

9,6 % принимали участие в качестве наблюдателей

### Поколение девяностых

71,2 % опрошенных принимают участие в качестве избирателей на выборах федерального уровня

6,8% принимали участие в качестве наблюдателей

6,8 % принимали участие в качестве работников или волонтеров избирательных штабов

# Активность идентичная, причины разные:

Количественные данные: общественная активность

## Поколение нулевых

34,1 % респондентов отмечают, что из всех общественных структур активное участие они принимают в детских лагерях

41,4 % проявляли общественную активность, потому что попросили в школе, ссузе или вузе

## Поколение девяностых

37,2 % активное участие принимают в тематических телеграм-каналах

42,8 % в благотворительных фондах

34% в научно-просветительских организациях

57,7 % проявили общественную активность, потому что заинтересовала тема

# Активность идентичная, причины разные: Качественные данные

## Поколение нулевых

Ситуативное лидерство

Сообщество

Самореализация через сообщество

Наставник - это YouTube, TikTok

Технология роста - социальные сети

## Поколение девяностых

Доверительное лидерство

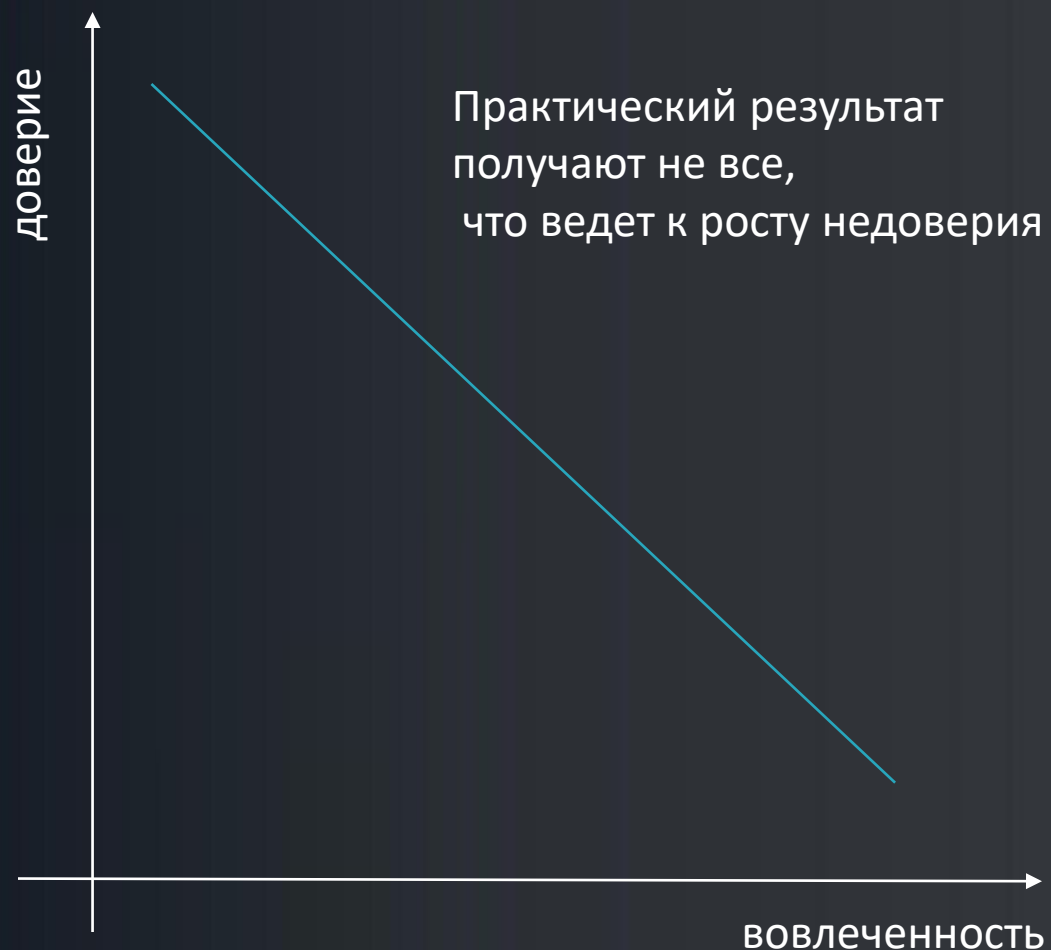
Команда

Самореализация через изменение

Наставник - это мой сверстник, который знает на один шаг больше меня

Технология роста - социальные магистрали

# Кривая вовлечения молодежи: кризис результативности



Приоритеты:

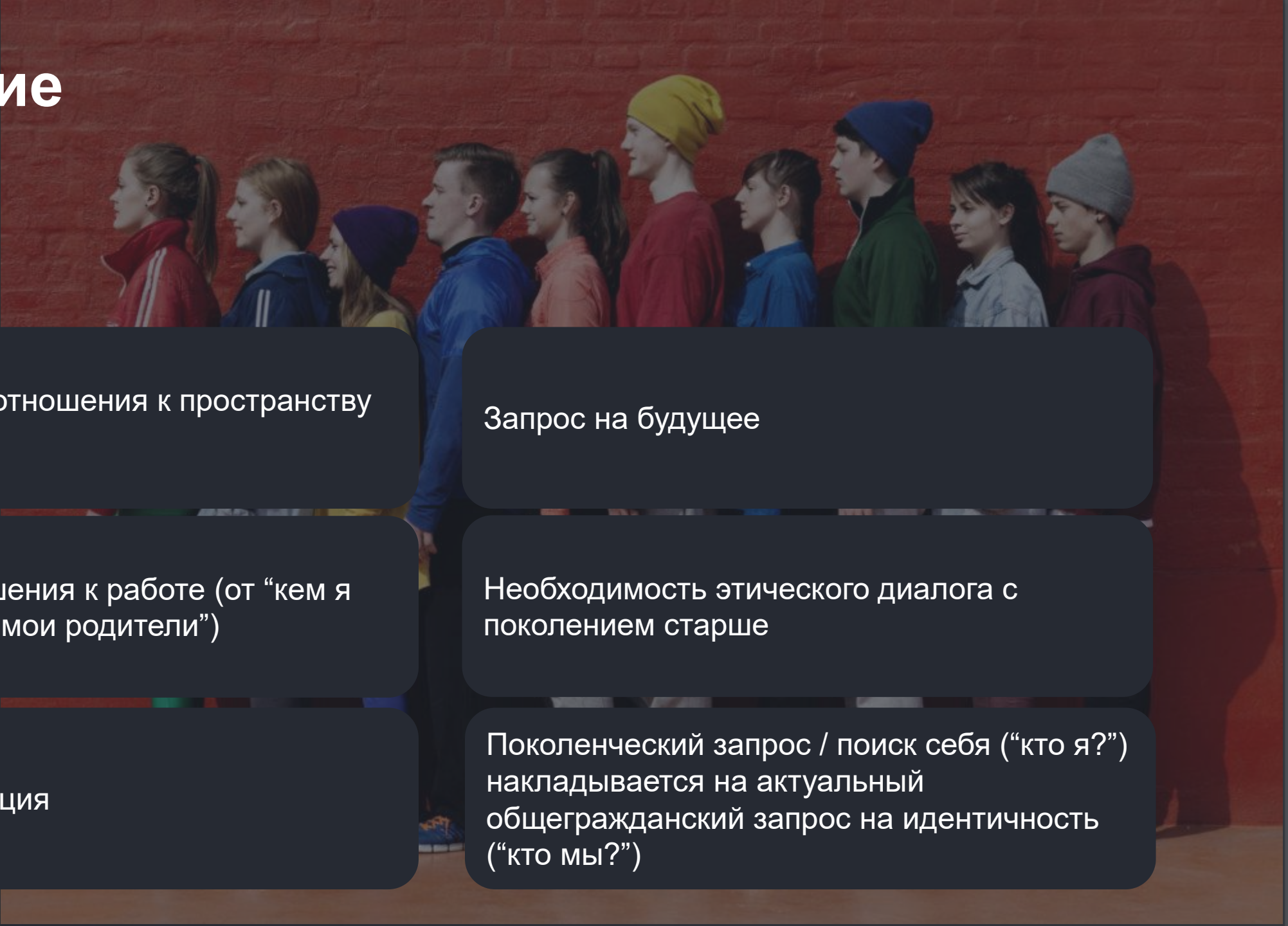
Поколение 00  
(частично 90)

Процесс  
Идентичность  
Сообщество

Поколение P  
(частично 90)

Результат  
Справедливость

# Поколение 20-го



Трансформация отношения к пространству для жизни

Запрос на будущее

Изменение отношения к работе (от “кем я хочу стать” к “кто мои родители”)

Необходимость этического диалога с поколением старше

Новая социализация

Поколенческий запрос / поиск себя (“кто я?”) накладывается на актуальный общегражданский запрос на идентичность (“кто мы?”)

# Диалог поколений

## Что мы видим сегодня:

взрослый взрослому говорит  
**#детивнеполитики**

как взрослый подходит к подростку: надевает джинсы и “пытается” вспомнить молодость в своей речи

## Реальные запросы и полезности:

Запрос к поколению родителей у поколения нулевых - 57,6 % готовы научить отдельно собирать мусор и 40,2 % готовы научиться организовывать общегородские события и мероприятия

Запрос к поколению родителей у поколения девяностых - 48,3 % готовы научить описывать идею в форме социального проекта, 35,2 % готовы научиться создавать и регистрировать НКО

Запрос самого поколения родителей - 52,7 % готовы научить описывать идею в форме социального проекта, 30,3 % хотя научиться описывать идею в форме социального проекта, 13,3% - ничему не готовы учиться у младшего поколения



# Диалог поколений

Новые поколения выпадают из государственной системы по подготовке граждан  
Сформирован “воспитательный вакуум”

## Кейс 1.

Исследование системы среднего образования  
«Матрица ценностей и образ современных участников образовательного процесса: ученики, учителя, родители»\*

Школа уделяет недостаточно внимания воспитанию учеников

**51%**  
опрошенных родителей

Школа выполняет, главным образом, сервисную функцию передачи знаний и лишь во вторую занимается воспитанием детей, формированием их ценностной картины мира

**77%**  
опрошенных учителей

## Кейс 2.

Курс по видеоблогингу для детей\*\*

Участники: дети 7-15 лет, 3 группы по 15 человек. Родители готовы оплатить курс, но не желают вникать в текущие вопросы по получению новых навыков: разрешить пользоваться интернетом, снять родительский контроль на время мастер-класса и т.д.

Среднее образование и дополнительное образование - площадки для коммуникации поколений. Диалога фактически нет.

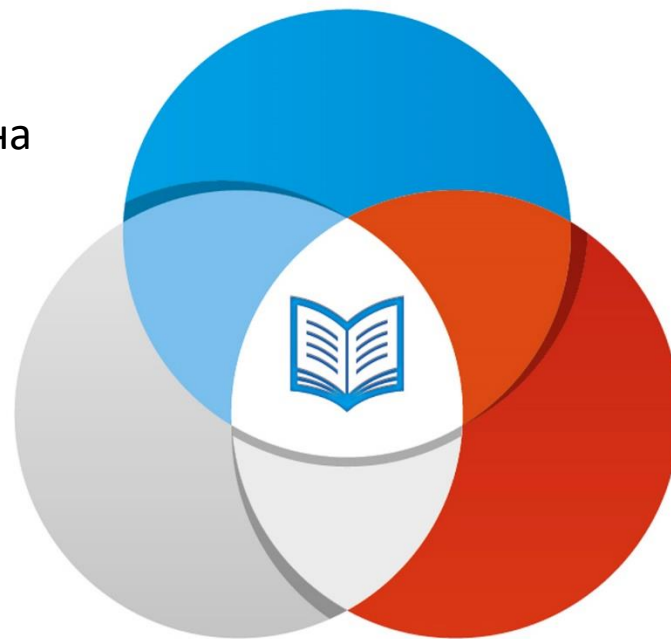
\* Проектная группа по межпоколенческим коммуникациям РАСО, ЦСП “Платформа”. Сентябрь-октябрь 2020 г.

\*\* Проектная группа по межпоколенческим коммуникациям РАСО

Интересные кейсы работы с протестной молодежью:



Академия  
гражданина



**Дамир Фаттахов**

# Как не просмотреть другие каналы коммуникации?

**1** **Выявить существующие каналы**  
в т.ч. закрытые (геймерские чаты,  
“ватсап” чаты, т.е., в целом, выявить  
закрытые сообщества)

**2** **Сегментировать аудитории  
существующих каналов**

**3** **Научиться создавать  
новые каналы коммуникации**  
(в закрытые чаты практически  
невозможно попасть -> создавать свои  
закрытые чаты и выстраивать  
модерируемый диалог)

**4** **Создавать свои платформы  
коммуникации**  
(ФБ -> Инстаграм -> ТикТок ->

Что  
дальше?



## Мария СОЛОСИНА

руководитель исследования,  
кандидат экономических наук,  
научный сотрудник  
Межфакультетской лаборатории  
экономики и управления ВГУ,  
модератор проектной работы  
МШУ «Сколково»



## Вячеслав ЗАВАЛИН

руководитель проектной  
группы  
по межпоколенческим  
коммуникациям PACO,  
аналитик Коммуникационного  
бюро SPRQL



## Андрей АНДРЕЕВ

член проектной группы  
по межпоколенческим  
коммуникациям PACO,  
руководитель проектов  
Экспертно-аналитического  
центра «ВЛИТ»