**Пресс-релиз по НИР «Политическая самоидентификация молодежи как фактор социального протеста в современной России»**

Коллектив преподавателей и научных сотрудников Финансового университета при Правительстве Российской Федерации провел исследование в рамках государственного задания по теме «Политическая самоидентификация молодежи как фактор социального протеста в современной России». В ходе исследования был проведен анкетный опрос. Респондентами опроса стали представители российской молодежи в возрасте от 14 до 35 из 20 субъектов Российской Федерации. Общее число респондентов - 181 человек.

Цель опроса – оценить респондентов по следующим переменным:

* политическая заинтересованность (проявление интереса к политике, источники получаемой информации);
* политическая компетентность (владение информацией о политических событиях);
* политическая активность (проявляемые формы политической активности);
* политическая идентичность (реальная/декларируемая).

Были получены следующие результаты**:**

**Политическая заинтересованность.** На вопрос «Интересуетесь ли Вы политикой» 57% респондентов ответили, что так или иначе они включены в политическую повестку. 10% респондентов не интересуются политикой вовсе. Респондентами было выделено более 60 источников получения информации. Наиболее популярными оказались Telegram-каналы РБК (19 упоминаний), РИА Новости (17 упоминаний) и Meduza (15 упоминаний). Четвертую строчку занял Первый канал – единственный телеканал, который был выделен респондентами более 10 раз.

**Политическая компетентность**. Более 60% респондентов не смогли назвать три любых важных политических события, произошедших за последние 3 месяца, что говорит о низком уровне политической вовлеченности молодежи. Существенная доля респондентов в качестве одного из важных политических событий за последние 3 месяца называет смерть королевы Великобритании Елизаветы II (8 сентября 2022 г.). - наиболее обсуждаемое событие на момент проведения опроса. Практически у всех респондентов в тех или иных формулировках были указаны события в рамках проведения Специальной военной операции на Украине (при этом у читающих преимущественно оппозиционные СМИ данное событие всегда указано первым) и последующего введения санкций в отношении России.

 **Политическая активность.** Согласно результатам опроса, большая часть молодежи придерживается участия в конструктивных формах политической активности. 45% респондентов принимали участие в голосованиях на выборах (среди респондентов есть молодежь, не достигшая совершеннолетнего возраста и не имеющая право на реализацию активного избирательного права), 21% выражали свое мнение через публикации в СМИ и социальных сетях, такая же доля взаимодействовала с государственными служащими. 6% респондентов указали на участие в несанкционированных митингах. Доля респондентов, не принимающих никакого участия в политике, составила 36%. Желание идти на митинг во многом формируется лидерами общественного мнения, а также кругом друзей. Друзья оказывают большое влияние также и на выражение мнения в СМИ и социальных сетях. По результатам опроса, наименее влиятельными с точки зрения политического участия являются коллеги и учителя. Родственники активнее поддерживают конструктивные формы политического участия. 6% респондентов ни при каких условиях не допускают собственного политического участия в деструктивной форме. 16% готовы перейти к деструктивному участию в случае значительного снижения качества жизни населения, а 15% - при навязывании властью решений через применение силы и шантажа.

**Политическая идентичность.** Пятая часть опрошенных не может самоидентифицировать себя по политическим убеждениям. Почти треть заявляют, что их убеждения смешанные. Оставшиеся 51% респондент распределились по различным течениям с преимуществом тех, кто ассоциирует себя с либералами (28%). Однако при детальном рассмотрении ответов респондентов, четко определяющих свои политические убеждения, выясняется, что порядка 40% вступают во внутреннее противоречие. Так, ряд тех, кто причисляет себя к консерваторам, считают более важными свободу, интересы отдельных граждан и проведение реформ, часть «либералов» видят важным единомыслие и порядок, а «социалисты» и «коммунисты» считают приоритетом сохранение традиций. 40% респондентов не могут назвать российского политического лидера, который лучше других выражает их интересы. Из определившихся с лидерами 38% участников опроса назвали В.В. Путина, 12% В.В. Жириновского. На системных лидеров приходится 74% ответов, на лидеров несистемной оппозиции - 26% ответов. 53% респондентов затрудняются при выборе партии, выражающей их интересы. 23% участников опроса назвали такой партией «Единую Россию», 6% – «Новые люди», 5% – «Яблоко», 4% – ЛДПР.

В качестве основной рекомендации органам государственной власти предлагается сконцентрироваться на работе с основной частью молодежи, которая не имеет четкой политической самоидентификации и не допускать возникновения условий для массовых протестных акций.

Для превалирующей доли респондентов (38%) гражданская идентичность (ассоциирование с тем, что они являются гражданами России) первостепенна. Пятая часть респондентов идентифицируют себя в первую очередь со своей малой родиной. Чуть меньше считают себя гражданами мира (рис. 7).

Порядка 60% оценивают позитивно и нейтрально жизнь в России и считают, что она либо изменилась в лучшую сторону, либо не изменилась. Склоняющиеся к положительным изменениям, в основном, консерваторы. Сторонники того, что изменений не произошло, имеют смешанные взгляды.

Те, кто склоняется к тому, что жизнь в России изменилась в худшую сторону, преимущественно ассоциируют себя с либералами.

Предложение «Россия для меня – это …» частично или полностью в негативной коннотации продолжили менее 5% респондентов, использовав такие слова, как «удушье», «коррупция», «грубая власть» и т.п. С помощью сервиса «Advego» было выявлено, что наиболее популярными оказались такие слова, как «родина» (75), страна (58), «родиться» (9), великий (7), государство (7), культура (5), природа (5) (Приложение 5).

При продолжении «Мой регион для меня – это …» всеми респондентами были использованы нейтральные и позитивные формулировки. Наиболее популярные слова: «родина» (31), «регион» (17), «Москва» (13), «малый» (10), «город» (9), «родной» (8) (Приложение 6).

Продолжая предложение «Мой народ – это …», часть респондентов (менее 5%) в негативном ключе использовали выражения, указывающие на несвободу и ограниченность, к примеру, «люди, стремящиеся к свободе», «бизнесмены и бизнеследи, живущие в соседнем доме с бедняками и пьяницами», «несчатные, но сильные люди». Наиболее часто упоминаемые слова: «семья» (14), «русская» (11), «народ» (10), «сила» (10), «россиянин» (8), «страна» (8) (Приложение 7).

В целом, образ России, региона и народа воспринимается большинством респондентов позитивно, однако на уровне региона использовались менее экспрессивные выражения, которые в большей мере констатировали факты (указывали на конкретное место, уточняли регион или город), что еще раз подтверждает большую обеспокоенность, заинтересованность и единение на уровне гражданском (первичность гражданской идентичности).