

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2023-70-140-152>

УДК 323.23

ББК 66.05

Научная статья / Research article



This is an open access article distributed under  
the Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0)

© 2023 г. О. В. Кашеев  
г. Москва, Россия

© 2023 г. Н. А. Осипов  
г. Москва, Россия

### МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОПУЛЯРНОСТЬ ПОЛИТИКА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

**Аннотация:** В современном российском обществе происходят масштабные социально-экономические и политические изменения, отражающиеся в том числе и на молодежи, политическая культура и активность которой имеет особую значимость для РФ. Изучение политической культуры и имиджевых предпочтений молодежи — крайне важная задача, позволяющая понять особенности развития политических предпочтений молодежи и спрогнозировать ее реакцию на события в общественной и политической жизни. Молодежь активно участвует в выборах, в том числе на правах кандидатов. Причем ее ценностные ориентации и требования к политическим деятелям постоянно трансформируются и отражают потребности этой социальной группы. Поэтому российским политикам для повышения электоральной поддержки со стороны молодежи и определения стратегии молодежной политики своей партии нужно учитывать последние тенденции развития политической культуры молодежи. На имидж политика в глазах молодежи влияют различные группы факторов. Для анализа и прогноза успешности действия политиков в молодежной среде выявлены наиболее важные факторы, определен их вес (значимость). При помощи методов математической статистики составлено уравнение множественной регрессии, определяющее значимость каждой из групп факторов на имидж политика. Проведенные теоретическое и эмпирическое исследования привели к выводу: патриотическая ориентация политика и умение пользоваться современными средствами коммуникации — самые важные качества политика, определяющие его популярность у молодежи.

**Ключевые слова:** молодежная политическая культура, популярность, молодежь, политические деятели, социальные сети, политика, имидж, политическая активность, выборы, политические предпочтения, патриотизм.

**Информация об авторах:** Олег Вячеславович Кашеев — кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций, Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, ул. Садовническая, д. 33, стр. 1, 115035 г. Москва, Россия.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6024-1488>

E-mail: [kasheev-ov@rguk.ru](mailto:kasheev-ov@rguk.ru)

Никита Андреевич Осипов — студент четвертого курса бакалавриата, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, ул. Садовническая, д. 33, стр. 1, 115035 г. Москва, Россия.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-3702-6770>

E-mail: [201715@stud.rguk.ru](mailto:201715@stud.rguk.ru)

**Дата поступления статьи:** 31.07.2023

**Дата одобрения рецензентами:** 03.11.2023

**Дата публикации:** 25.12.2023

**Для цитирования:** Кащеев О. В., Осипов Н. А. Молодежная политическая культура. Факторы, определяющие популярность политика в молодежной среде // Вестник славянских культур. 2023. Т. 70. С. 140–152.

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2023-70-140-152>

Политическая культура — важный системообразующий фактор культурной жизни общества и политической системы. Говоря о социально-политическом состоянии российского общества, важно выделить политическую культуру молодежи, играющую важную роль в жизни страны. От молодежи зависит развитие страны, она — одна из главных движущих сил развития общества. В период юности происходит социализация человека, формируются его политические предпочтения, люди осваивают новые социальные роли, и происходит становление личности. Присущее молодежи желание изменить мир подталкивает ее к активным действиям. Молодежь как социально-демографическая группа движет общество своими идеями и стремлениями к новым граням его развития.

На все сферы жизни современного общества активно влияют политические деятели, обладающие силой убеждения для распространения ценностей, они могут повести за собой массы для проведения преобразований. Они пропагандируют нормы поведения, популяризируют их и формируют политическую культуру общества.

Диалог политических деятелей РФ с молодежью заслуживает отдельного внимания. Их взаимодействие и взаимовоздействие — важный элемент общественно-политического развития общества.

Термин политическая культура молодежи применяется для обозначения широкого спектра феноменов в политической сфере, основные из них — политические действия и поведение молодежи, ее ценности и установки, представления о ролевой модели политика [4].

При этом «имидж политика» — важная составляющая политической культуры, а также успешности партии и ее лидера. Он является одним из главных инструментов продвижения политических взглядов представляемой политиком партии и привлечения общественности, в частности, молодежи. Научно-технологический прогресс, совершенствование средств политической коммуникации, появление компьютерной коммуникации сделали проблематику формирования имиджа политического лидера, его соответствия чаяниям аудитории более актуальной.

Тема формирования имиджа политика широко исследована специалистами, но факторы, определяющие популярность политика в молодежной среде, особенно в современной России, малоизучены. Произошли существенные сдвиги в общественно-политической и социальной жизни страны. В среде российской молодежи все чаще проявляется патриотизм, становящийся доминантой ее политической культуры. За счет всеохватывающего применения цифровых технологий сильно изменилась коммуника-

ционная сфера, выросло новое поколение, пользующееся почти с рождения всевозможными гаджетами. Изменились представления молодежи о том, что определяет популярность политика. Создание положительного имиджа — важная и актуальная задача для политика и его партии. Имидж успешного политического деятеля должен соответствовать ожиданиям самой активной части электората — молодежи.

Одни из малочисленных трудов по этой теме — статьи А. А. Комаровой «Политические лидеры и молодежь: взаимодействие в социальных сетях» [8], Н. М. Андреевой «Формирование имиджа политических лидеров средствами Интернет-СМИ» [1], Л. А. Фадеевой и М. А. Старковой «Политическое лидерство в современном мире» [14].

Основными факторами формирования политической культуры молодежи становятся полученные ей знания о политической системе из различных источников и, в первую очередь, из электронных СМИ, личное участие в ее функционировании. Современные социологические исследования показывают: молодежь активно участвует в политической жизни российского общества.

Возможность приносить пользу народу, активно участвуя в общественной и политической жизни, входит сейчас в тройку ориентиров российской молодежи. Ей больше присуще стремление изменить мир, чем жить беззаботной жизнью. Повышается запрос на преобразования в общественной жизни [24].

Это подтверждают и выборы в Государственную Думу в 2021 г. По их итогам глава «Росмолодежи» К. Д. Разуваева отметила: молодежь в РФ не только выбирает, но и активно идет в политику, участвует в электоральных процессах на правах кандидатов [18]. Из-за чего это происходит, она не уточнила. Поэтому возникает вопрос: что это — возросшая политическая активность молодежи или недоверие к части действующих политиков с ее стороны? Неумение политиков старшего поколения говорить с подрастающим поколением на одном языке, использовать популярные у него коммуникационные каналы или непонимание потребностей молодежи?

Говоря о выборах в Государственную Думу в 2021 г., глава Центризбиркома Э. А. Памфилова отметила: цифровые решения помогают повысить явку на выборах, в том числе за счет молодежи [20]. Это происходит в том числе за счет использования приложений, позволяющих молодежи голосовать в дистанционном формате. Она указала на сбор подписей, который теперь реализуется в электронном виде. Таким образом, использование современных устройств повышает вовлечение молодежи в выборы.

Социологические исследования показывают рост патриотизма у россиян и в молодежной среде. По данным ВЦИОМ, в марте 2014 г. патриотами назвали себя 40%. В апреле 2022 г. показатель вырос до 54%, причем у опрошенных в возрасте от 18 до 24 лет — до 85%, а у респондентов в возрасте от 25 до 34 лет — до 90% [11].

Московское студенчество активно участвует в волонтерских акциях, помогая жителям Донбасса и российским военным. В июне 2022 г. российские вузы собрали более 200 тонн гуманитарного груза [23]. Вклад в этот процесс внесли и студенты РГУ им. А. Н. Косыгина. В ходе гуманитарной деятельности штаба #МЫВМЕСТЕ в РГУ им. А. Н. Косыгина отправлено в 2022 г. более 2 тысяч килограмм гуманитарной помощи [15].

Среди исследователей, занимающихся проблемами молодежной политической культуры, важно выделить работу М. М. Антомони «Имидж российских политиков в глазах молодежи». В статье подчеркивается, что политическая культура молодежи отражает прежде всего отношение к политике и политическому устройству общества [2, с. 57]. Немаловажным выступают такие понятия, как имидж и харизма политика.

Часто они и определяют успешность политика и партии, им представляемой. Политтехнологи и имиджмейкеры давно научились изменять имидж в зависимости от настроения избирателей и цели политика, активно используя современные средства и технологии компьютерной коммуникации.

О влиянии новых коммуникационных каналов писал еще в прошлом веке канадский социолог Г. М. Маклюэн. Он разработал теорию «холодных» и «горячих» медиа, которые различаются в объеме исходящей из медиа информации и степени вовлеченности человека в коммуникационный процесс. «Горячие» характеризуются низкой степенью участия аудитории, а холодные — высокой степенью ее участия, или достраивания ею недостающего. Поэтому «горячие» медиа — вне людей, а «холодные» — внутри [9, с. 134].

Он сравнивал традиционную прессу и телевидение и отдавал предпочтение телевидению. По мнению Маклюэна, в 1960-е гг. США выходили из эры, когда преобладали «горячие», печатные медиа. «В будущем доминирующим станет новое, «холодное» средство коммуникации — телевидение». Маклюэн отмечал: у Д. Ф. Кеннеди был «холодный» образ, идеально соответствующий телевидению. У Р. М. Никсона был «горячий» образ. Следовательно, привлекательность образа Кеннеди была усилена за счет телевидения, а образ Никсона пострадал. Кеннеди выиграл президентские выборы. Этот вывод подхватили политтехнологи, и на его основе стали отбирать кандидатов и формировать их общественный имидж.

Вклад в развитие теории о роли коммуникационных каналов для продвижения товаров, услуг, политиков и идей внес и Д. К. Гэлбрейт. Его теория информационной насыщенности различает «скудные» и «обильные» медиа в зависимости от их пропускной способности или числа сигнальных систем. Канал компьютерной коммуникации (во времена Гэлбрейта) был скудный, он годился лишь для простых или однозначных сообщений. Чтобы четко понимать двусмысленную, неоднозначную или эмоционально окрашенную информацию, лучше использовать «обильное» средство массовой коммуникации — телевидение [3, с. 148].

Развитие технических возможностей и рост пропускной способности интернет-каналов превратили компьютерную коммуникацию в суперобильное медиа, доминирующее средство коммуникации современного мира.

Эффективность использования компьютерной коммуникации в политике показали выборы в США в 2016 г. Именно на интернет-рекламу и продвижение идей в социальных сетях сделал ставку Д. Д. Трамп — 45-й президент США. Его потраченные на кампанию средства оказались сильно ниже по сравнению с расходами проигравшей Хиллари Клинтон, сделавшей упор на традиционные каналы (телевидение, газеты) [12].

Директор по рекламе республиканского штаба Г. Коби заявил: его команда каждый день размещала десятки тысяч вариантов сообщения в соцсетях, чтобы хотя бы одно достигло потенциального адресата [12]. Специалист, ранее работавший с эксклюзивной кампанией Трампа П. Д. Манафортом, отметил: Трамп выиграл за счет digital [12].

По мнению директора Российской ассоциации электронных коммуникаций С. А. Плуготаренко, люди больше не доверяют «олдскульным» СМИ и предпочитают нативные способы получения информации: соцсети, советы друзей, экспертов [12].

По мнению авторов, появившийся формат псевдомежличностной коммуникации при помощи соцсетей стал наиболее эффективным способом распространения информации и воздействия на аудиторию. Основными пользователями социальных сетей по-прежнему выступают молодые люди.

Еще одним примером важности и роли социальных сетей в политических процессах — предвыборная гонка во Франции в 2017 г., когда победу одержал нынешний президент Э. Макрон. В его партию входили люди из разных сфер жизни, в том числе студенты и пенсионеры. Около половины из них — люди, которых Макрон рекрутировал через интернет, соцсети и телефонные интервью, т. е. был отбор кандидатов из гражданского общества [10].

Проведенный теоретический анализ и изменения последних лет во взглядах молодежи подтолкнули авторов предпринять более глубокий, с опорой на математические методы при проведении эмпирического исследования, анализ взглядов московских студентов на современных российских политиков и определить их наиболее важные качества для повышения роста электоральной поддержки со стороны молодежи.

Были выявлены факторы, определяющие популярность и успешность политика с точки зрения молодежи. Они были сведены в пять групп: коммуникационные, идеологические, психологические, а также факторы, относящиеся к внешнему облику политика и учитывающие организационную структуру партии.

В ходе эмпирического исследования был проведен онлайн-опрос, в котором участвовали 100 представителей студенческой молодежи РГУ им. А. Н. Косыгина. В каждой из предложенной групп факторов респонденты выделили наиболее важный фактор. Это позволило определить долю респондентов, которая поставила тот или иной фактор на первое место по важности. Также респонденты оценили значимость каждого фактора по десятибалльной шкале, где «0» обозначало «совсем неважный фактор», а «10» — «очень важный фактор». По этой же шкале респонденты оценивали значимость каждой конкретной группы факторов в целом. В каждой из групп был выявлен фактор, значимость (вес) которого выше, чем у остальных факторов в этой группе. Это позволило составить уравнения, отражающие значимость самого важного фактора в каждой группе, и итоговое уравнение, в котором показан и вес каждой группы в целом.

К идеологической группе были отнесены: патриотическая ориентация политика и представляемой им партии; пропаганда политиком традиционных ценностей; соответствие предвыборной программы провозглашаемым целям и задачам политической платформы партии; наличие ярких и запоминающихся символов; наличие в программе партии молодежной части/раздела.

По результатам исследования были выявлены наиболее важные для молодежи факторы: патриотическая ориентация политика и представляемой им партии — 31%; наличие в программе партии политика молодежной части/раздела — 26%; пропаганда традиционных ценностей — 23%. Эти факторы идут с большим отрывом по отношению к другим факторам группы. Остальные оценки распределились следующим образом: «соответствие предвыборной программы провозглашаемым целям и задачам политической платформы партии» выбрали 11%, а «наличие ярких и запоминающихся символов» — 9% [7].

Наличие патриотической ориентации и разделение политиком традиционных ценностей всегда были важными для российской молодежи. Особую значимость они стали представлять в 2022 г.

Важность фактора «наличие в программе партии политика молодежной части/раздела» подтверждается не только результатами проведенного соцопроса, но и результатами выборов в Государственную Думу в 2021 г. Среди партий, преодолевших барьер в 5%, была и новая тогда партия «Новые люди». Именно за нее, по мнению руководства партии, голосовала большая часть молодого населения [22]. Глава исполкома пар-

тии В. А. Даванков отметил: молодежь удалось привлечь за счет реализации проектов, касающихся изменения жизни молодежи — введение льготной ипотеки для молодых специалистов, отработавших в реальном секторе экономики от трех лет, внедрение программы трудоустройства выпускников вузов [22].

В коммуникационную группу вошли факторы: наличие соцсетей как коммуникативных каналов; умение говорить с молодежью на одном языке; уверенное общение с оппонентами и избирателями (умение спокойно воспринимать критику и уважительное отношение к оппонентам); грамотная речь и наличие чувства юмора. Наиболее важным с точки зрения респондентов оказался фактор наличия у политика социальных сетей, как коммуникативных каналов — 34% респондентов. «Умение говорить с молодежью на одном языке» — выбрал 21%, «уверенное общение с оппонентами и избирателями» — 18%, «наличие чувства юмора» — 14%, «грамотная речь» — 13%. Сегодня кандидатам для получения поддержки со стороны молодежи важно использовать те каналы связи, через которые до нее получится «достучаться» [6].

Говоря о факторах внешнего облика политика, респонденты оценивали следующие: одежда (соответствие трендам моды); рост выше среднего; спортивная фигура; аккуратная прическа и привлекательная внешность. Наиболее важным для успешного имиджа политика с точки зрения опрошенных является привлекательная внешность — 35%. Гендерная принадлежность политика не выделялась в качестве отдельного фактора — респонденты анализировали политиков-мужчин, которых в данной сфере деятельности в РФ больше, чем женщин. «Одежду» — выбрали 20%, «рост выше среднего» — 18%, «спортивная фигура» — 15%, «аккуратная прическа» — 12%.

В 2014 г. американские исследователи К. Оливол, Ф. Фанк и А. Тодоров выяснили: внешность политика влияет на его шансы победить на выборах. Специалисты предложили испытуемым оценить фото политиков, которые будут участвовать в выборах, и предлагали угадать, кто из них победит. 80% политиков, выбранных людьми по фото, выиграли избирательные кампании. Причем у всех них была привлекательная внешность [13].

Удалось создать так называемые «эталонные» лица, обладающие компетентностью, властью и общительностью и заслуживающие доверия. Именно они чаще всего используются в рекламных кампаниях для завоевания доверия масс.

Ученые выяснили: поверхностное впечатление от внешности человека имеет серьезные последствия. Так, именно внешность, как считают многие эксперты, стала одним из факторов, из-за которых Г. А. Зюганов проиграл Б. Н. Ельцину президентские выборы в 1996 г. [5]. По нашему наблюдению, в РФ на избирательные участки приходит гораздо больше женщин, чем мужчин. И именно женщинам Зюганов тогда не понравился по внешним данным.

Таким образом, привлекательная внешность и использование современных средств коммуникации — интернациональные факторы, повышающие имидж политика.

Для успешности политика также важны факторы, относящиеся к организационной структуре партии: наличие отдельной молодежной организации внутри партии; преобладание профессиональных политиков в руководстве партии; длительность существования партии; наличие внутри партии известных людей и наличие региональных филиалов партии. С точки зрения респондентов наиболее важным стало наличие отдельной молодежной организации внутри партии — 33%. «Преобладание профессиональных политиков в руководстве партии» — выбрали 25%, «длительность существо-

вания партии» — 18%, «наличие внутри партии известных людей» — 14%, «наличие региональных филиалов партии» — 10%.

Наиболее популярная молодежная организация — подразделение «Единой России» «Молодая гвардия». Ее филиалы есть в разных регионах РФ. Актуальные спектры деятельности МГЕР: проведение патриотических и волонтерских акций, историческая память, помощь пожилым людям. В октябре 2022 г. в Мариуполь и Мелитополь отправился 20-й добровольческий десант «Молодой Гвардии», сформирована «Волонтерская рота» [16]. За тот же год через волонтерскую миссию в Донбассе прошли более 1200 активистов МГЕР, ежедневно они помогают местным жителям. Так, волонтеры работали в больнице интенсивного лечения Мариуполя, выдавали гуманитарные наборы, оказывали адресную помощь и доставляли посылки. За это время они провели более 400 детских мероприятий: спортивные турниры, кинопоказы, праздники во дворах.

В ноябре активисты МГЕР из «Волонтерской роты» отправились добровольцами в зону спецоперации — это глава Центрального штаба «Молодой гвардии» А. Амелин, федеральный координатор «Волонтерской роты боевого братства» С. Кузьменко и другие ребята из разных регионов. [17].

Учет всех вышеперечисленных факторов позволил представителям «Единой России» получить большинство голосов на региональных и муниципальных выборах с 9 по 11 сентября 2022 г. [21]. Молодежная организация этой партии наиболее активно участвовала в партийной и общественной деятельности на протяжении многих лет с момента ее создания в 2005 г.

На имидж политика влияют также и психологические факторы: искренность в общении с аудиторией; тип личности — экстраверт; тип темперамента — сангвиник; стрессоустойчивость (эмоциональная устойчивость) и владение психологическими приемами (заражение, внушение, убеждение). С точки зрения респондентов наиболее важным выступает именно искренность в общении с аудиторией — 32%. «Владение психологическими приемами» — выбрали 24%, «тип темперамента сангвиник» — 18%, «стрессоустойчивость» — 15%, «тип личности экстраверт» — 11%.

В этой связи необходимо отметить: именно искренность отличает регулярно проводимые встречи президента РФ В.В. Путина с гражданами. В январе 2021 г. он беседовал с молодежью в дистанционном формате. Студенты задали наболевшие вопросы: выход с карантина на очное обучение, рост бюджетных мест, проблемы с общежитиями и трудоустройство. Они поблагодарили Путина за искренние и подробные ответы [19].

Проведенный 1-й этап эмпирического исследования показал: успешность имиджа политика характеризуется не отдельными факторами, а целыми группами признаков. Основные из них — коммуникационные, идеологические и психологические группы, а также факторы, относящиеся к внешнему облику политика и организационной структуре партии.

Доверием у молодежи пользуются политики с патриотической ориентацией, чьи партии имеют отдельную молодежную организацию, и политики, коммуницирующие с молодежью на одном языке и на удобных для нее платформах. Для российского политика важно предусмотреть, чтобы его внешность была привлекательной, а в программе были важные для молодежи темы. Представители молодого поколения выделяют среди политиков тех, кто честно общается с ними.

Следующий этап исследования — составление уравнения линейной регрессии, показывающее наиболее важные факторы из разных групп, определяющие популярность политика. Для составления уравнений использовалась программа для стати-

стической обработки данных «SPSS». Она использует метод линейного регрессионного анализа, позволяющего выяснить, какие характеристики (параметры) в большей степени влияют на имидж политика. Примененный метод множественной линейной регрессии выявляет влияние нескольких независимых переменных (факторы в каждой конкретной группе) на одну зависимую переменную (значимость конкретной группы факторов в целом). Результат регрессионного анализа — построение уравнения регрессии. Для каждой из групп факторов оно имеет вид:

$$Y^i = C + A^i * x^1 + B^i * x^2 + C^i * x^3 + D^i * x^4 + E^i * x^5$$

где  $Y$  — зависимая переменная;  $i$  — название группы;  $C$  — константа;  $x^{1...25}$  — независимые переменные (сами факторы);  $A, B, C, D, E$  — коэффициенты перед независимыми переменными (т. е. вес каждого из факторов).

Есть несколько программ проведения регрессионного анализа: «enter», «stepwise», «forward» и «backward». В этой работе использовался пошаговый программный метод «stepwise». При такой пошаговой регрессии на первом шаге в уравнение регрессии включается фактор, имеющий наибольший коэффициент корреляции (наибольшую взаимосвязь) с  $Y$ . Этот метод сокращает объем проделанной работы и позволяет сразу строить уравнение группы лишь с одним из факторов группы, имеющим наибольший коэффициент. При методе «stepwise» сразу «отбрасываются» менее значимые факторы в группе, и показывается самый значимый фактор группы — тот, который в уравнении, приведенном выше, имел наибольший коэффициент. Обработка данных у каждой из групп позволила составить уравнения вида:

$$Y^i = C + A^i * X$$

где  $Y$  — зависимая переменная;  $i$  — название группы;  $C$  — константа;  $X$  — самая значимая независимая переменная (самый значимый фактор);  $A^i$  — коэффициент перед самой значимой независимой переменной группы (т. е. вес самого значимого фактора в группе).

Для составления уравнений по каждой группе факторов брались данные из двух, рассчитываемых программой, таблиц:

- 1) «Коэффициенты», в которой есть нужные для составления уравнений коэффициенты и константа;
- 2) «Исключенные переменные» — там находятся менее значимые в группе переменные, которые программа не включает в уравнение.

SPSS строил несколько моделей уравнений, но именно в первой был самый важный (имеющий наибольший вес) фактор для каждой группы.

С целью экономии журнального места промежуточные расчеты, представленные в этих таблицах, не приводятся.

Первой для расчета группой факторов, определяющих имидж политика, стала коммуникационная. По результатам расчетов, наиболее важным с точки зрения респондентов стал фактор «наличие у политика соцсетей как коммуникативных каналов». Для этой группы уравнение примет вид:

$$Y^k = 3,75 + 0,44 * X^3$$



где  $X^3$  — наличие у политика соцсетей.

В группе факторов, относящихся к внешнему облику политика, наиболее важный — привлекательная внешность. Вероятно, это связано с тем, что именно этот фактор «вбирает» в себя все оставшиеся в группе. Для этой группы уравнение примет вид:

$$Y^{\text{вн}} = 3,65 + 0,5 * X^9$$

где  $X^9$  — привлекательная внешность политика.

В идеологической группе наиболее важна патриотическая ориентация политика и представляемой им партии. Для этой группы уравнение примет вид:

$$Y^{\text{п}} = 4,53 + 0,55 * X^{14}$$

где  $X^{14}$  — патриотическая ориентация политика и представляемой им партии.

Среди факторов, относящихся к организационной структуре партии политика, наиболее важный — наличие отдельной молодежной организации внутри партии. Для этой группы факторов уравнение примет вид:

$$Y^{\circ} = 3,82 + 0,47 * X^{19}$$

где  $X^{19}$  — наличие отдельной молодежной организации внутри партии.

В психологической группе факторов наиболее важна искренность в общении с аудиторией. Для этой группы уравнение примет вид:

$$Y^{\text{п}} = 3,09 + 0,54 * X^{23}$$

где  $X^{23}$  — искренность в общении с аудиторией.

Получилось пять уравнений по каждой из групп факторов. Но они отражают зависимость только в каждой конкретной группе. Нагляднее будет одно общее уравнение, показывающее зависимость популярности политика в глазах молодежи от самых значимых факторов из каждой группы.

Для получения итогового уравнения был проведен еще один этап исследования. Респонденты распределили по рангам сами группы факторов (например, на первом месте у одного из опрошенных оказалась коммуникационная, на втором — идеологическая и т. д.). В «Excel» были произведены расчеты, в результате которых были получены коэффициенты каждой из групп, показывающих их значимость.

С целью экономии журнального места эти промежуточные расчеты также не приводятся.

В результате было получено следующее уравнение:

$$Y_{\text{итог}} = 0,31 * Y^{\text{к}} + 0,18 * Y^{\text{в}} + 0,23 * Y^{\text{п}} + 0,13 * Y^{\circ} + 0,15 * Y^{\text{п}}$$

Подставляя полученные выражения для каждого из уравнений в итоговое уравнение, получаем:

$$\begin{aligned} Y_{\text{итог}} &= 0,31 * Y^{\text{к}} + 0,18 * Y^{\text{в}} + 0,23 * Y^{\text{п}} + 0,13 * Y^{\circ} + 0,15 * Y^{\text{п}} = \\ &= 3,8215 + 0,1364 * X^3 + 0,09 * X^9 + 0,1265 * X^{14} + 0,0611 * X^{19} + 0,081 * X^{23} \end{aligned}$$

где:

$X^3$  — наличие у политика соцсетей,  $X^9$  — привлекательная внешность политика,  $X^{14}$  — патриотическая ориентация политика и представляемой им партии,  $X^{19}$  — наличие отдельной молодежной организации внутри партии,  $X^{23}$  — искренность в общении с аудиторией.

Проведенное исследование показало: политическая культура молодежи неразрывно связана с успешностью имиджа политика, который характеризуется не отдельными факторами, а целыми группами признаков. Основные из них — коммуникационные, идеологические и психологические группы, а также факторы, относящиеся к внешнему облику политика и организационной структуре партии.

Полученные результаты позволили разработать практические рекомендации, повышающие популярность политика у молодежи:

- в ходе своей деятельности российскому политику и его партии прежде всего стоит обратить внимание на пропаганду патриотических и традиционных ценностей;
- активно использовать социальные сети как наиболее эффективный коммуникационный канал в молодежной среде;
- государственные деятели должны честно общаться с молодежью — большей популярностью пользуются политики, которые искренно обсуждают волнующие молодежь темы;
- партия, претендующая на успех, должна иметь в своей структуре отдельную молодежную организацию, где молодежь сможет реализовать политический потенциал и набирать опыт проведения политических кампаний;
- российские политики не должны упускать из виду важность такого фактора, как привлекательная внешность.

Проведенное исследование имеет научную и теоретическую важность, а полученная модель множественной регрессии — практическую значимость. Впервые для исследования качеств, которые наиболее важны для формирования имиджа политика, был применен такой метод математической статистики, как множественная регрессия и использована программа «SPSS».

Выводы данной работы могут быть использованы и исследователями, которые занимаются изучением политической культуры молодежи — данная модель позволяет понять особенности и тенденции ее развития, спрогнозировать реакцию молодежи на события в общественной и политической жизни страны, выявить наиболее важные запросы и потребности современных молодых людей. Полученными результатами могут воспользоваться представители политических партий, которые, формируя имидж, смогут учесть, какие качества важны у молодежи и на что необходимо обратить особое внимание. Построенная модель полезна социологам и политтехнологам — можно спрогнозировать, как на выборах проголосуют представители молодежи.

## Список литературы

### Исследования

- 1 Андреева Н. М. Формирование имиджа политических лидеров средствами Интернет-СМИ: ВКР студента. М., 2013. 57 с.
- 2 Антомони М. М. Имидж российских политиков в глазах молодежи: ВКР студента. М., 2020. 112 с.
- 3 Гэлбрейт Д. К. Новое индустриальное общество. М.: Эксмо, 2008. 1201 с.

- 4 *Евгеньева Т. В., Селезнева А. В., Антонов Д. Е.* Политическая культура российской студенческой молодежи // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. № 11 (2). С. 63–71.
- 5 Как Ельцин выиграл вторые президентские выборы // Aif.ru. URL: [https://aif.ru/society/history/izbrat\\_neizbiraemogo\\_kak\\_elcin\\_vyigral\\_svoi\\_vtorye\\_prezidentskie\\_vybory](https://aif.ru/society/history/izbrat_neizbiraemogo_kak_elcin_vyigral_svoi_vtorye_prezidentskie_vybory) (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 6 *Кащеев О. В., Головкин В. Я.* Социальная сеть Instagram как часть культуры общества // Вестник славянских культур. 2019. Т. 52. С. 83–91.
- 7 *Кащеев О. В., Осипов Н. А.* Факторы, определяющие популярность политика с точки зрения молодежи // Социальный инженер. 2022. Ч. 3. С. 69–76.
- 8 *Комарова А. А.* Политические лидеры и молодежь // Цифровая социология. 2021. Т. 4. № 1. С. 42–49.
- 9 *Маклюэн Г. М.* Понимание медиа. М.: Юрайт, 2018. 212 с.
- 10 Партия Макрона победила в первом туре выборов // Bfm.ru. URL: <https://www.bfm.ru/news/356801> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 11 Патриотизм. Молодежь. Будущее // Wciom.ru. URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/patriotizm-molodezh-budushchee> (дата обращения: 20.05.2023 г.).
- 12 Счастливая цифра Трампа // Gazeta.ru. URL: [https://www.gazeta.ru/politics/2016/11/20\\_a\\_10350779.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2016/11/20_a_10350779.shtml) (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 13 Ученые создали лицо идеального политика // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2014/10/21/politikkills/> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 14 *Фадеева Л. А., Старкова М. А.* Политическое лидерство в современном мире. Пермь: Изд-во Пермского гос. нац. исследовательского ун-та, 2020. 145 с.

#### Источники

- 15 Более 250 килограммов гуманитарной помощи собрали в РГУ им. А. Н. Косыгина // Kosygin-rgu.ru. URL: <https://kosygin-rgu.ru/podrobnee.aspx?p1=6051> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 16 В Мариуполь и Мелитополь отправился 20-й десант МГЕР // Er.ru. URL: <https://er.ru/activity/news/v-mariupol-i-melitopol-otpravilsya-20-j-desant-mger> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 17 Десять активистов МГЕР отправляются добровольцами на спецоперацию // Life.ru. URL: <https://life.ru/p/1537538> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 18 Молодежь стала активнее участвовать в выборах // Ria.ru. URL: <https://ria.ru/20210918/byulleten-1750680703.html> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 19 О чем говорил Путин со студентами // Smotrim.ru. URL: <https://smotrim.ru/article/2515051> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 20 Памфилова: Осовременивая систему выборов, мы привлекаем молодежь // Life.ru. URL: <https://life.ru/p/1523234> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 21 Результаты выборов–2022 // Kommersant.ru. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5558379> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 22 Российская молодежь провела свою партию в Госдуму // Vz.ru. URL: <https://vz.ru/politics/2021/9/20/1119974.html> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 23 Российские вузы собрали более 200 тонн гуманитарного груза // Minobrnauki.gov.ru. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-podvedomstvennykh-uchrezhdeniy/52868/> (дата обращения: 18.07.2023 г.).
- 24 Ценности молодежи // Wciom.ru. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 18.07.2023 г.).

\*\*\*

© 2023. Oleg V. Kashcheev  
Moscow, Russia

© 2023. Nikita A. Osipov  
Moscow, Russia

**YOUTH POLITICAL CULTURE.  
FACTORS DETERMINING THE POPULARITY  
OF A POLITICIAN AMONG YOUNG PEOPLE**

**Abstract:** In Russian society large-scale socio-economic changes are taking place, affecting young people, whose political culture is of great importance for the Russia. Therefore, the study of political culture is an essential task that allows to understand the peculiarities of the development of political preferences of young people. They actively participate in elections. Its value requirements for politicians are constantly transforming. In order to increase electoral support from young people, it is necessary to take into account the latest trends in the development of political culture of young people. The image of a politician in the eyes of young people is shaped by various groups of factors. To predict the success of politicians' actions among young people, the most important factors have been identified, their relevancy has been determined. Using the methods of mathematical statistics, a multiple regression equation has been compiled, which estimates the significance of each of the groups of factors on the image of a politician. Theoretical and empirical studies have led to the conclusion that the patriotic orientation of a politician and the ability to use modern means of communication are the most important qualities of a politician that provide for his popularity among young people.

**Keywords:** Youth Political Culture, Popularity, Youth, Politicians, Social Networks, Politics, Image, Political Activity, Elections, Political Preferences, Patriotism.

**Information about the authors:**

Oleg V. Kashcheev — PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Sociology and Advertising Communications, A. N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Sadovnicheskaya St. 33, p. 1, 115035 Moscow, Russia.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6024-1488>

E-mail: [kasheev-ov@rguk.ru](mailto:kasheev-ov@rguk.ru)

Nikita A. Osipov — Fourth-year Undergraduate Student, A. N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art), Sadovnicheskaya St. 33, p. 1, 115035 Moscow, Russia.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-3702-6770>

E-mail: [201715@stud.rguk.ru](mailto:201715@stud.rguk.ru)

**Received:** July 31, 2023

**Approved after reviewing:** October 03, 2023

**Date of publication:** December 25, 2023

**For citation:** Kashcheev, O. V., Osipov, N. A. "Youth Political Culture. Factors Determining the Popularity of a Politician Among Young People." *Vestnik slavianskikh kul'tur*, vol. 70, 2023, pp. 140–152. (In Russ.)

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2023-70-140-152>

References

- 1 Andreeva, N. M. *Formirovanie imidzha politicheskikh liderov sredstvami Internet-SMI* [Formation of the Image of Politicians by Means of Internet: Graduate Qualified Work of a Student]. Moscow, 2013. 57 p. (In Russ.)
- 2 Antomoni, M. M. *Imidzh rossiiskikh politikov v glazakh molodezhi* [The Image of Russian Politicians in the Eyes of Young People: Graduate Qualified Work of a Student]. Moscow, 2020. 112 p. (In Russ.)
- 3 Gelbreit, D. K. *Novoe industrial'noe obshchestvo* [The New Industrial Society]. Moscow, Eksmo Publ., 2008. 1201 p. (In Russ.)
- 4 Evgen'eva, T. V., Selezneva, A. V., Antonov, D. E. “Politicheskaiia kul'tura rossiiskoi studencheskoi molodezhi” [“Political Culture of Russian Students”]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, no. 11 (2), 2021, pp. 63–71. (In Russ.)
- 5 “Kak El'tsin vyigral svoi vtorye prezidentskie vybory” [How Yeltsin Won his Second Presidential Election]. *Aif.ru*. Available at: [https://aif.ru/society/history/izbrat\\_neizbiraemogo\\_kak\\_elcin\\_vyigral\\_svoi\\_vtorye\\_prezidentskie\\_vybory](https://aif.ru/society/history/izbrat_neizbiraemogo_kak_elcin_vyigral_svoi_vtorye_prezidentskie_vybory) (Accessed 18 July 2023). (In Russ.)
- 6 Kashcheev, O. V., Golovko, V. Ia. “Sotsial'naia set' Instagram kak chast' kul'tury obshchestva” [“The Social Network Instagram as Part of the Culture of Society”]. *Vestnik slavianskikh kul'tur*, vol. 52, 2019, pp. 83–91. (In Russ.)
- 7 Kashcheev, O. V., Osipov, N. A. “Faktory, opredelyayushchie populyarnost' politika s tochki zreniya molodezhi” [“Factors that Determine the Popularity of a Politician from the Point of View of Young People”]. *Social'nyj inzhener*, vol. 3, 2022, pp. 69–76. (In Russ.)
- 8 Komarova, A. A. “Politicheskie lidery i molodezh” [“Political Leaders and Youth”]. *Tsifrovaia sotsiologiia*, vol. 4. no. 1, 2021, pp. 42–49. (In Russ.)
- 9 Makliuen, G. M. *Ponimanie media* [Understanding Media]. Moscow, Iurait Publ., 2018. 212 p. (In Russ.)
- 10 “Partiia Makrona pobedila v pervom ture vyborov” [“Macron's Party Won the First Round of Elections”]. *Bfm.ru*. Available at: <https://www.bfm.ru/news/356801> (Accessed 18 July 2023). (In Russ.)
- 11 “Patriotizm. Molodezh'. Budushchee” [“Patriotism. Youth. Future”]. *Wciom.ru*. Available at: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/patriotizm-molodezh-budushchee> (Accessed 18 July 2023). (In Russ.)
- 12 “Schastlivaia tsifra Trampa” [“Trump's Lucky Figure”]. *Gazeta.ru*. Available at: [https://www.gazeta.ru/politics/2016/11/20\\_a\\_10350779.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2016/11/20_a_10350779.shtml) (Accessed 18 July 2023). (In Russ.)
- 13 “Uchenye sozdali litso ideal'nogo politika” [“Scientists Have Created the Face of the Ideal Politician”]. *Lenta.ru*. Available at: <https://lenta.ru/news/2014/10/21/politikkills/> (Accessed 18 July 2023). (In Russ.)
- 14 Fadeeva, L. A., Starkova, M. A. *Politicheskoe liderstvo v sovremennom mire* [Political Leadership in the Modern World]. Perm, Perm State National Research University Publ., 2020. 145 p. (In Russ.)