

## **ПРЕДСТАВИТЕЛИ МОЛОДЕЖИ ПОКОЛЕНИЯ Z КАК НОВЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЭЛЕКТОРАТ**

Ильницький В.

Науковий керівник – канд. філос. наук, проф. Тіхонова Л.А.

Харківський національний університет радіоелектроніки  
(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. філософії, тел.: (057)702-14-65)

e-mail: <vladyslav.ilnytskyi@nure.ua>

The article deals with the problems of political participation of generation Z, which enters the political arena and will actively participate in politics in the near future. In today's globalized and digitalized society, politics and power relations do not disappear. They change their meaning and significance, but at the same time they remain in the center of attention not only of specialists, but also of ordinary citizens. Young people are becoming more and more active in politics. According to researchers, young people now make up more than 25% of the electorate. The future of not only a particular country, but, often, the future of the world depends on who these people choose.

В современном глобализованном и цифровизованном обществе политика и властные отношения не исчезают. Они меняют свой смысл и значение, но при этом остаются в центре внимания не только специалистов, но и простых граждан. Все более активно участвует в политике молодежь. По данным исследователей молодежь сейчас составляет более 25% электората. От того, кого выберут эти люди, зависит будущее не только конкретной страны, но и, зачастую, будущее мира. Именно такая ситуация стимулирует интерес ученых и исследователей к изучению мыслительных, психологических и социальных особенностей так называемого поколения Z. Принято считать, что к поколению Z относятся люди, рожденные с 1997 по 2012 годы. Они родились и живут в цифровую эпоху и поэтому их наделяют необычными свойствами и способностями.

Такой подход имеет под собой определенные основания. Например, известно, что в детском и подростковом возрасте скорость восприятия информации значительно выше, чем у взрослого человека. Молодые люди быстрее усваивают любые новшества и любые оригинальные идеи. При этом они не имеют, да и не могут иметь большого багажа жизненного опыта и знаний. А, следовательно, не сомневаются в продуктивности и положительном влиянии новых идей. Цифровые технологии окружают их с самого детства. То, к чему предыдущие поколения постепенно адаптировались, они получили при рождении и современные цифровые гаджеты – это их естественное дополнение. Иногда о них говорят, что «они родились со смартфоном в руках».

Таким образом, в настоящее время целое поколение молодых людей Z уже вступило в права избирателей и эти люди достаточно сильно отличаются от предыдущих поколений. Существует мнение, что представители поколения Z более равнодушны к проявлению национальных ценностей и традиций. Большую часть своего времени они проводят в сети Интернет, общаясь с представителями разных национальностей и культур. Этому способствуют такие компании-гиганты, как Facebook, Twitter, Instagram и относительно новая социальная сеть TikTok.

В отличие от молодежи поколения Y (те, кто родились до 1997 года), которые охотно подхватили патриотические ценности, развитие патриотических общественных организаций, молодежь поколения Z мыслит по-другому на тему важности государств, государственных границ и национальных ценностей. А ведь именно на этих ценностях построено большинство предвыборных кампаний. Поколение Z меньше подвержено влиянию агитации, основанной на национальной идентичности и противопоставлении одного государства другому.

Еще одной особенностью социализации поколения Z является то, что многие молодые люди ведут свои блоги в соцсетях и сами напрямую могут воздействовать на взгляды и мышление людей. Кроме того, популярность у представителей молодежи поколения Z социальных сетей YouTube или TikTok не случайна. Эти социальные сети по сути являются не просто видео-хостингом, наполненным легкими и развлекательными видео, но еще и средством производства контента. Социальные сети YouTube и TikTok предоставляют и возможности для автоматического и бесплатного продвижения контента для целевой аудитории при помощи автоматического формирования ленты видео каждого пользователя на основе его интересов. Это дает основания предполагать, что определенные политические тезисы и сообщения, адресованные представителям поколения Z, следует доносить именно через социальные сети. Результаты социологических опросов молодежи показывают, что молодые люди действительно интересуются политикой: беседуют на политические темы с друзьями, проявляют интерес к проблемам национальной и региональной политики. Времена всеобщей аполитичности молодежи уходят в прошлое. Современным политикам для связи с новым потенциальным электоратом, потребуются совершенно иные способы, нежели с предыдущими поколениями. Представители нового потенциального электората живут сегодняшним днем и пользуются самыми передовыми его достижениями, а также хотят учиться, развиваться как в профессиональном, так и в творческом направлении.