DOI: 10.15593/2224-9354/2020.3.9
УДК 316.35:334.012.46–027.564:378.091.212

В.П. Козырьков, Е.Л. Ситникова

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО НКО В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: ИНФОРМИРОВАННОСТЬ И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Анализируется потенциал социально ориентированных некоммерческих организаций в развитии человеческого капитала студенческой молодежи в современном цифровом обществе. Представленное эмпирическое исследование проведено на выборке студенческой молодежи Кировской области. Анализ его результатов показал, что определяющим источником информирования об этих организациях является интернет. Доминирование этого источника информированности, соответствующего требованиям цифрового общества, изменяет соотношение всех других источников и их роль в формировании социального и человеческого капитала студенческой молодежи. Полученные данные свидетельствуют о половинчатом уровне информированности и низком качестве характера информации среди студенческой молодежи. Это подтверждается тем, что через участие в деятельности рассматриваемых организаций информирована только 10-я часть студентов. Делается вывод о том, что студенты, в большинстве своем, не хотят брать ответственность за ту деятельность, которой они не доверяют, и свой человеческий капитал накапливают и реализуют иным образом, посвящая себя в первую очередь приобретению профессии для будущей деятельности, работе или подработкам, развлечениям, спорту, общению с друзьями. Тем не менее на основе проведенного анализа и привлекаемых данных в других исследованиях делается вывод об имеющемся потенциале социального партнерства студентов и социально ориентированных некоммерческих организаций в развитии человеческого потенциала студентов в цифровом обществе. Этому будет способствовать увеличение количества информированных студентов о деятельности рассматриваемых организаций, а также, что очень важно, изменение качества преподносимой информации, целью которой должно стать нахождение живого отклика среди студенческой молодежи.

Ключевые слова: *студенческая молодежь, социально ориентированные некоммерческие организации, гражданское общество, социальный капитал, социальное партнерство, человеческий капитал, цифровое общество, информированность.*

В условиях активного освоения и повсеместного применения цифровых технологий решающее значение приобретает комплексное развитие человеческого капитала [1]. Этот новый тренд обусловлен тем обстоятельством, что «цифра» начинает не только имитировать и развивать интеллектуальные свойства и способности человека, но и конкурировать с ними. В этом контексте актуальными становятся исследования отношения молодежи к источникам

© Козырьков В.П., Ситникова Е.Л., 2020

Козырьков Владимир Павлович – д-р социол. наук, профессор кафедры отраслевой и прикладной социологии ФГАУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» (ННГУ), e-mail: kozir3@yandex.ru.

Ситникова Евгения Леонидовна – канд. социол. наук, старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ВятГУ), e-mail: el_sitnikova@vyatsu.ru.

информации, содействующим или препятствующим включению молодежи в институты гражданского общества для решения социально значимых вопросов и развитию своего духовного капитала.

Цель статьи – раскрыть противоречивый характер информированности студенческой молодежи о деятельности социально ориентированных некоммерческих организациях (СО НКО) и потенциал социального партнерства с этими организациями в рамках развития человеческого капитала.

При этом мы исходим из общепринятого в мировой социологии общего положения, что молодежь представляет собой лидирующую социальную группу в возможности выдвижения и реализации новых идей и технологий в модернизации общества, так как этот общий социальный процесс совпадает по направленности с процессом приобретения и реализации социального и человеческого капитала молодежи. Поэтому теория социального капитала активно развивается в мировой и отечественной социологии [2, 3], вызывая дискуссии по определенным проблемам в европейской и отечественной социальной науке [4, 5].

Как отмечал П. Бурдье, молодым «присущи не только энтузиазм, наивность и убежденность: все то, что обычно с ними связывают, вовсе при этом не думая о самой молодежи. Согласно моей модели, молодые – это, прежде всего те, кто ничего не имеет. Это – новички, которые включаются в деятельность, будучи лишены какого-либо капитала» [6, с. 175]. Сказано несколько категорично, так как молодые люди имеют, по крайней мере, определенный человеческий капитал, сформированный семьей. Поэтому согласимся с Дж. Коулманом, который подчеркивал, что «существует фундаментальное различие между социальным капиталом и большинством других форм капитала, что имеет важное значение для развития молодежи» [3, с. 136].

Приобретение социального капитала происходит через включение молодых людей в социокультурное пространство того общества, к которому они принадлежат, и характеризуется формированием собственных культурных образцов и практик взаимодействия с различными общественными группами [7, 8]. С этой точки зрения вполне справедливо социальный капитал различать, по мнению отечественных исследователей, на открытый, закрытый и социальный капитал в форме гражданской культуры [5]. Между тем как «человеческий капитал создается путем внутренней трансформации самих индивидов, вызываемой их навыками и способностями. Это в свою очередь дает возможность им действовать иначе» [3, с. 126]. Но это значит также, что человеческий капитал есть продукт процесса накопления и состояние уже накопленного социального капитала, который стал гибкой внутренней структурой личности, которая позволяет «действовать иначе». В этом накоплении внутреннего капитала, т.е. в превращении социального капитала в человеческий, активную роль играет сам человек, что было показано еще исследованиями отечественных социологов и психологов [9, 10]. Главное в человеческом капитале то, что это

вид капитала, который приобретается человеком как продукт его творческой деятельности в освоении социальных и культурных образцов и норм поведения, но при взаимодействии с другими людьми, с социальными общностями и группами.

Итак, рассмотрим взаимодействие молодежи с СО НКО. Как известно, СО НКО занимаются социальным обслуживанием, социальной поддержкой граждан, охраной окружающей среды и животных и другими формами гражданской деятельности, которая находится в правовом поле государства [11].

Эмпирическое исследование проблемы взаимодействия студенческой молодежи с социальными организациями (СО НКО) было проведено авторами в конце 2019 – начале 2020 г. в виде онлайн-опроса. Объект исследования – студенческая молодежь в возрасте от 15 до 30 лет, получающая образование в средних профессиональных и высших образовательных организациях г. Кирова ($N = 679$). Выборка не репрезентативная по отношению ко всей российской студенческой молодежи, так как была взята только по одной области. Мы не ставили себе цели дать картину развития человеческого капитала молодежи в общероссийском масштабе. Задача состояла в том, чтобы определить *потенциал* определенных социальных организаций (СО НКО) в развитии человеческого капитала студенческой молодежи в зависимости от характера источников информации об их деятельности.

В соответствии с этой задачей осуществлялось и квотирование выборки: по возрасту и ступени профессионального образования (среднее специальное или высшее). Распределение по возрастам было следующее: группа студентов от 19 до 22 лет составила 378 чел. (55 %), от 15 до 18 лет – 275 чел. (41 %), от 23 до 30 лет – 26 чел. (4 %). Нам важно было понять, зависит ли развитие человеческого капитала от внутренних возрастных уровней молодежи, от ступени профессионального обучения и оба этих фактора от характера источника информации.

Опрос показал, что доля молодежи, информированной об отдельных видах СО НКО их гражданских инициативах, составила 48,5 % (330 чел.). Остальные респонденты либо затруднились с ответом, либо ответили, что ничего не слышали о таких организациях.

Результаты опроса 330 информированных по характеру источника информированности о деятельности СО НКО представлены в табл. 1.

Почти 85 % «информированных» респондентов отметили, что они черпают сведения о деятельности СО НКО из интернета. Это подтверждает тот факт, что данный источник информации в литературе определяется как доминирующий в повышении гражданской активности молодежи [12]. Полагаем, что причина его доминирования в том, что он используется не только в качестве канала информированности студенческой молодежи. Как показывают исследования, информированность через сетевые сообщества качественно отли-

чается от информированности через обычные СМИ [13]. Интернет может использоваться как инструмент в конструировании планов и для ресурсной поддержки выбранной направленности роста социального и культурного капитала молодых людей. Интернет не только информирует, инициируя и мобилизует на определенный социальный поступок, но и сопровождает молодых людей в совершении поступка.

Таблица 1

Распределение ответов по характеру источников информированности*

№ п/п	Источник информации	Количество ответов респондентов	Доля от общего числа ответов, %	Доля от общего числа респондентов, информированных о деятельности СО НКО, %
1	Из материалов интернета	280	40,6	84,8
2	От родственников, знакомых, друзей	160	23,2	48,5
3	Из материалов местных газет, теле- и радиоканалов	98	14,2	29,7
4	Из материалов центральных газет, теле- и радиоканалов	58	8,4	17,6
5	Из материалов информационных листовок, объявлений	55	8,0	16,7
6	Сам принимаю участие	32	4,6	9,7
7	Другие варианты	7	1,0	2,1

*Допускалось выбрать несколько вариантов ответа.

Кроме того, поскольку студенческая молодежь, имея подвижный социальный и человеческий капитал, желает все же определиться, то она это делает через сетевые сообщества, используя многообразные цифровые технологии. Сетевая информационная поддержка становления ее социального и человеческого капитала устраивает, не имея назидательного характера, и предоставляет молодым людям свободу выбора. Конечно, такая информационная среда включает в себя фактор риска, и не каждый может справиться с воздействием противоречивых социальных процессов, отражающихся в интернете, и той многоликой и альтернативной информации, которую она получает преимущественно через цифровые технологии. Видимо, остальные 15 % информированных студентов как раз не желают рисковать и предпочитают традиционные источники информации.

Вторым по характеру источником информированности респонденты назвали друзей, родственников и знакомых. Его количественная величина меньше на 120 респондентов (48,5 % от всех информированных, т.е. от 330 респондентов), но с качественной стороны этот канал информации может играть определяющую роль в выборе СО НКО и участии в ее деятельности, так как

имеет живой, надежный и связанный с семьей характер, поэтому конкурирует с первым источником.

Живые контакты с инвалидами и пожилыми людьми, нуждающимися в социальной помощи, о которых сообщают друзья и родственники, оказывает более сильное эмоциональное воздействие, чем медийная информация, которая нередко имеет фейковый характер. Уровень доверия к этому источнику информации гораздо выше, так как социальная дистанция в данном случае имеет иной характер, переходя в эмоциональную и моральную форму, имеющую первичный характер по формированию человеческого капитала. Но поскольку в это число респондентов частично входят и те, кто ориентируется и на интернет (36,5 %), то студенты в определении характера источника своей информированности сравнивают два этих источника: налицо конкуренция.

Жаль, что количество информированных через участие в деятельности СО НКО невелико (9,7 % от информированных), хотя это уже реально мотивированные студенты. Возможно, что это студенты, находясь вдалеке от своих родственников, обращают свое внимание на СО НКО, которые позволяют им в определенной мере компенсировать отдаленную связь с семьей. Кроме того, здесь может проявиться желание заработать и тем самым помочь семье. Но есть и просто стремление получить новые навыки работы с людьми и при этом еще заработать. Так, некоторые вузы в рамках проводимой воспитательной работы поощряют материально студентов, являющихся волонтерами. Таким образом, формируемый социальный капитал для этой десятой части информированных студентов не имеет однозначного характера по мотивации, несмотря на определенность информированности о нем.

Что касается других источников информированности (материалов местных и федеральных СМИ, листовок, объявлений, дающих от 8 до 14,2 %), то их можно отнести к тем студентам, которые не всегда имеют бесплатное подключение к интернету. Влияние этих источников на мотивацию участия в СО НКО минимальное, если учесть, что они не заслужили доверия у молодежи, поскольку больше ориентированы на рекламу, поэтому вся информация о деятельности СО НКО в них приобретает соответствующий характер.

Таким образом, чуть менее половины опрошенных студентов можно отнести в группу «информированных» о деятельности СО НКО, что демонстрирует половинчатый информационный уровень и соответствующее качество информации применительно к молодежной среде. Можно предположить, что если этот уровень и качество будут повышаться, то и уровень участия молодежи в деятельности этих организаций может повыситься. Хотя бы в силу того, что это положительно скажется на сокращении социальной дистанции между молодежью и СО НКО и соответственно наращивания студентами культурного и символического капитала [14, с. 63]. Однако само по себе знание о том, что существуют такие организации, еще ничего не говорит о характере под-

крепляющего это знание человеческого и социального капитала, так как он имеет лишь потенциальный, а не действительный характер. Особенно важным в этом аспекте является участие студентов в деятельности СО НКО, занимающихся помощью пожилым людям. Так, «по мнению участников посвященного волонтерству телефонного опроса, расширение участия волонтеров более всего необходимо в деле социальной помощи взрослым и детям (бездомным, инвалидам, сиротам и т.д.). Эту сферу приложения сил добровольцев назвали 71 % опрошенных» [15]. При этом информированность о деятельности СО НКО у «стандартных» вузовских студентов в абсолютных величинах была выше, чем у студентов колледжей и у студентов старшей группы выборки. Но у «великовозрастной» части студентов информированность была выше по отношении к общему числу этих респондентов (табл. 2).

Таблица 2

Доля информированной студенческой молодежи о деятельности СО НКО в зависимости от возраста и ступени профессионального обучения

Возрастная группа	Ступень образования	Число респондентов, ответивших «Да»	Доля, %
15–18 лет	Студенты профессиональных образовательных учреждений	124	45
19–22 лет	Студенты высших образовательных учреждений	189	50
23–30 лет	Студенты высших образовательных учреждений	17	63

Этот возрастной тренд в социализации молодежи и росте ее социального капитала соответствует общей тенденции динамики социальной активности молодежи: чем старше молодые люди, тем они в большей мере включаются в различные формы общественной жизни. В то же время среднее звено выборки, представленное вузовскими студентами, демонстрируют более высокую социальную активность, чем старшая и ранняя студенческая молодежь, но все же, как показывают отечественные исследования в этом регионе, ниже, чем социальная активность населения в целом [16]. Мы эту социальную диспропорцию объясняем не демографическим возрастным фактором самим по себе, а различными уровнями и состояниями роста человеческого капитала, которые могут не соответствовать демографическому возрасту и общепринятым стандартам.

Тем не менее этим общим демографическим фактором объясняются и отмечаемые в литературе негативные тенденции в развитии молодежи, которые присущи и студентам. Так, исследователи выделяют затянувшийся инфантилизм, включающий в себя иждивенческие настроения [17, с. 13]. Упрек в инфантилизме прямо указывает на неразвитость человеческого капитала молодежи. Как уже ранее отмечалось о детстве, «сейчас оно уже не привязывается

жестко к определенному возрасту. И дело не в пресловутой „социальной инфантильности“. Скорее, происходит обратное – геронтологизация детства, т.е. присвоение черт детского мировосприятия старшими, не детскими возрастными группами» [18, с. 68]. Возникают отчужденные, сниженные формы социального и человеческого капитала. Это обстоятельство сдерживает развитие социальной ответственности молодежи, которая и демонстрируется половинчатой информированностью о СО НКО студентов и низким показателем участия в их деятельности. И дело не в том, что о СО НКО знает лишь около половины студентов, а в том, что вторая половина затруднилась с ответом, т.е. что-то смутно слышала о них или вообще ничего не знает. Следовательно, низкий уровень имеет качество информации о деятельности этих организаций и студенты не доверяют ей. Они не хотят брать на себя ответственность и посвящать свое время, свою энергию и свои способности тому делу, которое не внушает им доверия. Это должна быть такая информация, которая чем-то заденет студентов за живое, затронет их спящее чувство ответственности за поколение пожилых людей и пробудит к жизни накапливаемый человеческий капитал.

Опрос, проведенный ВЦИОМ в 2018 г., свидетельствует о том, что «молодежь чаще, чем старшее поколение, осуществляет волонтерскую деятельность в компании друзей, через благотворительные организации и госструктуры, а также через интернет» [19]. «Участие за компанию» не исключает ответственности, а говорит о форме участия, которая естественна для возраста студенческой молодежи, которая привыкла к дружеским и доверительным отношениям, к тусовкам, а теперь и к погружению в сетевые сообщества.

Подведем итоги. Результаты исследования свидетельствуют об относительно невысоком уровне информированности и низком качестве информации среди молодежи о деятельности СО НКО. Это подтверждается и тем, что через участие в деятельности рассматриваемых организаций информирована только 10-я часть студентов, поэтому еще рано говорить о сформировавшейся гражданской культуре студентов.

Мы бы согласились с тем, что СО НКО могут выступить как «донор, предоставляющий реципиенту социальный капитал» [20, с. 69]. Однако в социальном партнерстве с этим источником социального капитала не надо забывать, что молодые люди формируют, прежде всего, свой человеческий капитал, накопление и развитие которого может происходить лишь при повышении нравственной ответственности за свой выбор. Таким образом, СО НКО лишь тогда становятся донорами социального капитала, когда им доверяют и возникает взаимное донорство каждой из сторон социального взаимодействия. К этому выводу мы приходим в результате анализа характера информированности студентов в цифровом обществе, данных, полученных в современных исследованиях о проблемах развития социального и человеческого капитала.

Однако наше исследование поставило лишь ряд вопросов, которые еще не нашли своего решения в теории и социальной практике, поэтому процесс формирования и развития человеческого капитала во взаимосвязи с социальным нуждается в более глубоком и детальном изучении.

Список литературы

1. Беляева Л.А. Нематериальный капитал: к методологии исследования // Социологические исследования. – 2014. – № 10. – С. 36–44.

2. Бурдьё П. Формы капитала / пер. с англ. М.С. Добряковой // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74.

3. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.

4. Broadband Internet and social capital / A. Geraci, M. Nardotto, T. Reggiani, F. Sabatini // IZA Discussion Paper. – 2018. – No. 11855. – URL: https://www.iza.org/publications/dp/11855/broadband-internet-and-social-capital (accessed 22 April 2020).

5. Полищук Л., Меняшев Р. Миф о социальном капитале России [Электронный ресурс] // Forbes. – 2010. – 10 авг. – URL: https://www.forbes.ru/-column/54307-mif-o-sotsialnom-kapitale-rossii (дата обращения: 22.04.2020).

6. Бурдьё П. Социология социального пространства / пер. с фр. Н.А. Шматко. – СПб.: Алетейя, 2013. – 288 с.

7. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция смысложизненных ценностей в культурном пространстве молодежи // Вестник Института социологии. – 2019. – Т. 10, № 4. – С. 164–186. DOI: https://doi.org/10.19181/vis.2019.31.4.614

8. Гендугова М.Н. Социальный капитал как фактор формирования гражданственности молодежи // Социология власти. – 2011. – № 4. – С. 117–124.

9. Кон И.С. В поисках себя. – М.: Политиздат, 1984. – 338 с.

10. Брушлинский А.В. Психология субъекта. – СПб.: Алетейя, 2003. – 272 с.

11. Социально ориентированные некоммерческие организации. – URL: https://minjust.ru/ru/node/286923 (дата обращения: 20.09.2019).

12. Boulianne Shelley, Theocharis Yannis. Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research // Social Science Computer Review. – 2018. – No. 38(2). – P. 111–127. DOI: 10.1177/0894439318814190

13. Козырьков В.П., Придатченко М.В., Кирина О.А. Раскрытие потенциала социальных сетей как направление современной культурной политики // Вестник Нижегородского университета Н.И. Лобачевского. Социальные науки. – 2018. – № 3. – С. 66–74.

14. Беляева Л.А. Социальные дистанции как характеристика социального пространства современной России // Вестник РУДН. Социология. – 2018. – № 1. – С. 58–72. DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-1-58-72

15. Масштабы и потенциал волонтерства [Электронный ресурс]. – URL: https://fom.ru/TSennosti/14303 (дата обращения: 02.04.2020).

16. Балог А.И. Социальная активность студенческой молодежи // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2015. – Т. 7, № 6, ч. 2. – С. 143–146.

17. Вишневский Ю.Р., Нархов Д.Ю., Сильчук Е.В. Новые явления в молодежной среде и актуальные задачи молодежной политики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2016. – № 4. – С. 8–17.

18. Козырьков В.П. Куда уходит детство из современной культуры? // Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике [Электронный ресурс]: материалы I Междунар. науч. конф.: в 4 ч. – Ч. 3. – Кемерово: ЮНИТИ, 2006. – С. 67–74. – URL: http://culturolog.ru/content/view/3472/ (дата обращения: 22.04.2020).

19. Волонтерство в России: сегодня и завтра. – URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9020 (дата обращения: 22.04.2020).

20. Милованова М.Ю. Социально ориентированные НКО сквозь призму гендера: социологический анализ // Женщина в российском обществе. – 2019. – № 4. – С. 66–79. DOI: 10.21064/WinRS.2019.4.6

References

1. Beliaeva L.A. Nematerial'nyi kapital: k metodologii issledovaniia [Non-material capital: On the research methodology]. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 2014, no. 10, pp. 36–44.

2. Bourdieu P. Forms of capital (Russ. ed.: Burd'e P. Formy kapitala. Ekonomicheskaia sotsiologiia, 2002, vol. 3, no. 5, pp. 60–74).

3. Coleman J. Social capital in the creation of human capital (Russ. ed.: Koulman Dzh. Kapital sotsial'nyi i chelovecheskii. Obshchestvennye nauki i sovremennost', 2001, no. 3, pp. 122–139).

4. Geraci A., Nardotto M., Reggiani T., Sabatini F. Broadband Internet and social capital. IZA Discussion Paper no. 11855, 2018, available at: https://www.iza.org/publications/dp/11855/broadband-internet-and-social-capital (accessed 22 April 2020).

5. Polishchuk L., Meniashev R. Mif o sotsial'nom kapitale Rossii [The myth of Russia's social capital]. *Forbes*, Aug. 10, 2010, available at: https://www.forbes.ru/-column/54307-mif-o-sotsialnom-kapitale-rossii (accessed 22 April 2020).

6. Bourdieu P. Sociologie de l`espace social (Russ. ed.: Burd'e P. Sotsiologiia sotsial'nogo prostranstva. St. Petersburg, Aleteiia, 2013, 288 p.).

7. Zubok Iu.A., Chuprov V.I. Samoreguliatsiia smyslozhiznennykh tsennostei v kul'turnom prostranstve molodezhi [Self-regulation of life purpose values in youth

cultural space]. *Vestnik Instituta sotsiologii*, 2019, vol. 10, no. 4, pp. 164–186. DOI: https://doi.org/10.19181/vis.2019.31.4.614.

8. Gendugova M.N. Sotsial'nyi kapital kak faktor formirovaniia grazhdanstvennosti molodezhi [Social capital as a factor of forming civic consciousness of youth]. *Sotsiologiia vlasti*, 2011, no. 4, pp. 117–124.

9. Kon I.S. V poiskakh sebia [In search for yourself]. Moscow, Politizdat, 1984, 338 p.

10. Brushlinskii A.V. Psikhologiia sub"ekta [Subject psychology]. St. Petersburg, Aleteiia, 2003, 272 p.

11. Sotsial'no orientirovannye nekommercheskie organizatsii [Socially oriented non-profit organizations]. Available at: https://minjust.ru/ru/node/286923 (accessed 20 September 2019).

12. Boulianne Shelley, Theocharis Yannis. Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 2018, no. 38(2), pp. 111–127. DOI: 10.1177/0894439318814190.

13. Kozyr'kov V.P., Pridatchenko M.V., Kirina O.A. Raskrytie potentsiala sotsial'nykh setei kak napravlenie sovremennoi kul'turnoi politiki [Unlocking the social network's potential as a trend of modern cultural policy]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta N.I. Lobachevskogo. Sotsial'nye nauki*, 2018, no. 3, pp. 66–74.

14. Beliaeva L.A. Sotsial'nye distantsii kak kharakteristika sotsial'nogo prostranstva sovremennoi Rossii [Social distances as a feature of the contemporary Russian social space]. *Vestnik RUDN. Sotsiologiia*, 2018, no. 1, pp. 58–72. DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-1-58-72.

15. Masshtaby i potentsial volonterstva [The extent and potential of volunteering]. Available at: https://fom.ru/TSennosti/14303 (accessed 02 April 2020).

16. Balog A.I. Sotsial'naia aktivnost' studencheskoi molodezhi [Social activity of student youth]. *Istoricheskaia i sotsial'no-obrazovatel'naia mysl'*, 2015, vol. 7, no. 6, part 2, pp. 143–146.

17. Vishnevskii Iu.R., Narkhov D.Iu., Sil'chuk E.V. Novye iavleniia v molodezhnoi srede i aktual'nye zadachi molodezhnoi politiki [The new phenomena in youth environment and topical issues of youth policy]. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*, 2016, no. 4, pp. 8–17.

18. Kozyr'kov V.P. Kuda ukhodit detstvo iz sovremennoi kul'tury? [Where does the childhood go from modern culture]. *Izmeniaiushchaiasia Rossiia: novye paradigmy i novye resheniia v lingvistike.* Proceedings of I Int. Sci. Conf. Aug. 29–31, 2006, part 3, Kemerovo, Iuniti, 2006, pp. 67–74, available at: http://culturolog.ru/content/view/3472/ (accessed 22 April 2020).

19. Volonterstvo v Rossii: segodnia i zavtra [Volunteering in Russia: Today and tomorrow]. Available at: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9020 (accessed 22 April 2020).

20. Milovanova M.Iu. Sotsial'no orientirovannye NKO skvoz' prizmu gendera: sotsiologicheskii analiz [Socially oriented non-profit organizations through the prism of gender: Sociological analysis]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, 2019, no. 4, pp. 66–79. DOI: 10.21064/WinRS.2019.4.6.

Оригинальность 86 %

Получено 01.05.2020 Принято 19.06.2020 Опубликовано 28.09.2020

V.P. Kozyrkov, E.L. Sitnikova

ATTITUDE OF STUDENTS TOWARDS THE ACTIVITIES OF SOCIALLY ORIENTED NON-PROFIT ORGANIZATIONS: AWARENESS AND DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE DIGITAL SOCIETY

The article analyzes the potential of socially oriented non-profit organizations (NPOs) in the development of human capital of students in the modern digital society. The present empirical study was conducted on a sample of the Kirov region students. An analysis of its results showed that the Internet is a leading source of information about NPOs. The dominance of this source, corresponding to the requirements of the digital society, changes a correlation of all other sources and their role in the formation of social and human capital of students. The data obtained testify to a partly awareness and low quality of information among students. This is confirmed by the fact that through participation in the activities of the organizations in question, only 1 out of 10 students is informed. The conclusion is that students, in general, are not willing to take responsibility for activities that they do not trust, and accumulate and realize their human capital in a different way, devoting themselves, first of all, to acquiring a future profession, work or part-time jobs, entertainment, sports, communicating with friends. Nevertheless, the data from the other studies reveal the existing potential of social partnership between students and socially oriented NPOs in the development of students' human potential in the digital society. This will be facilitated by an increased number of students aware of the NPOs activities, as well as a better quality of the information presented, the purpose of which should be to get a lively response from students.

Keywords: *student youth, socially oriented non-profit organizations, civil society, social capital, social partnership, human capital, digital society, awareness.*

Vladimir P. Kozyrkov – Doctor of Sociology, Professor, Department of Sectoral and Applied Sociology, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University, Nizhny Novgorod, Russia, e-mail: kozir3@yandex.ru.

Evgeniya L. Sitnikova – Candidate of Social Sciences, Senior Lecturer, Department of State and Municipal Administration, Vyatka State University, Kirov, Russia, e-mail: el_sitnikova@vyatsu.ru.

Received 01.05.2020 Accepted 19.06.2020 Published 28.09.2020