

УДК 316.346.32-053.6

Хомякова Екатерина Ивановна, аспирант кафедры культурологии и социальной коммуникации гуманитарного факультета ТПУ.

E-mail: hom1@list.ru

Область научных интересов: особенности интеграции молодежи в социокультурные условия бытия.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЧУВСТВА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕФЛЕКСИЯ В РАМКАХ РОССИЙСКОЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

Е.И. Хомякова

Томский политехнический университет

E-mail: hom1@list.ru

Речь идет о проявлении социальных чувств современной молодежи в контексте общественно-политической действительности России. Рассмотрены формы рефлексии молодежной аудитории на фоне протестных настроений. Проанализированы каналы коммуникации и источники мотивации молодежи на участие в общественных акциях. Выявлены основные ха-

рактеристики поведения молодых людей в свете протестных настроений.

Ключевые слова:

Молодежь, социальные чувства, протест, митинг, формы спектакуляризации.

Современная российская общественно-политическая действительность во многом обусловлена околорыборными событиями 2011–2012 гг. Данные выборы (декабрь 2011 г. – выборы в Государственную Думу РФ; март 2012 г. – выборы президента РФ) повлекли за собой многочисленные протесты против фальсификаций и вызвали бурный резонанс российской общественности. В частности, протестные настроения преобладают среди молодежной части общественности крупных российских городов. Такое положение вещей представляется закономерным, поскольку именно эта аудитория де-факто является лакмусом общественных настроений. Безусловно, это оправдано и тем, что данная категория в силу возрастных характеристик является наиболее активной и мобильной. У молодежи есть важные качества для преодоления идеологических стереотипов: креативный характер мышления и деятельности, психологическая подвижность, открытость к восприятию новых знаний и желание реализовать систему новых ценностей.

Для анализа общественных настроений молодежи и их проявления посредством различных форм активности, необходимо изучить причины их возникновения. Для рассмотрения предпосылок общественных настроений молодых людей представляется логичным обратиться к анализу социальных чувств данной аудитории.

Прежде чем приступить к рассмотрению социальных чувств, испытываемых современной молодежью, определимся с формулировкой понятия. Альфред Адлер в своей книге «Понять природу человека» дает определение социальному чувству: «...это коллективный дух, чувство общечеловеческого братства и самоотождествления со всем человечеством, которое формирует позитивные социальные взаимоотношения. Социальное чувство начинается со способности отождествлять себя с себе подобным и ведет к стремлению построить идеальное общество» [1]. Представляет интерес мнение Адлера о том, что «...степень развития социального чувства у того или иного индивидуума – единственный критерий человеческих ценностей» [1]. Т. е. то, насколько серьезными ценностными ориентирами владеет человек, напрямую зависит от того, насколько глубокие социальные чувства он способен испытывать. Адлер в этом видит прямую психологическую зависимость. Кроме того, согласно его заключению «...социальное чувство настолько всеобъемлюще, что никто не способен начать ни одного действия, не свершившись предварительно с ним, ... а необходимость найти оправдание каждому поступку и мысли порождается нашим бессознательным ощущением общественного единства» [1]. По его мнению никто из людей не способен полностью игнорировать свое социальное чувство, и

именно поэтому социальное чувство, испытываемое значительной частью общества, является прямой предпосылкой того или иного общественного настроения.

На сегодняшний день у российской молодежи преобладают такие социальные чувства как социальная справедливость, ответственность, солидарность. Эти чувства вызваны недовольством результатами выборов, ощущением обманутости, разочарованием в действующей власти.

Для понимания этого вопроса в сложившейся ситуации необходим углубленный анализ общественного поведения современных молодых людей. В России эта тема исследовалась по заказу государственных структур организацией «Новое поколение» во главе с директором проекта, социологом Ларисой Паутовой. Целью проекта было выяснить, спровоцирует ли российская молодежь «оранжевую революцию» в России. Исследования показали, что такая вероятность исключена. Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), который в течение двух лет параллельно с «Новым поколением» проводил опрос молодых людей в возрасте 16–25 лет в 203 населенных пунктах 63 субъектов Российской Федерации (общий объем выборки: 1500 человек; использовалась всероссийская многоступенчатая стратифицированная территориальная маршрутная выборка, квотированная по полу и возрасту; опрос проводился методом личного интервью по месту жительства респондента) пришел к аналогичному выводу.

В 2010 г. ФОМ исследовал общероссийскую выборку, и объединяющим признаком представителей молодежной аудитории послужил факт абсолютной лояльности к власти. В соответствии с результатами исследования, рейтинги представителей действующей власти (В. Путина, Д. Медведева, партии «Единая Россия») были выше среднего. Так больше половины молодежи полагает, что президент Д. Медведев хорошо работает на своем посту (58 % против 13 % полагающих, что президент работает плохо), примерно такое же количество девушек и юношей положительно оценивают работу правительства (53 % против 19 % дающих ей отрицательную оценку). Опираясь на представленные данные, можно было сделать вывод, что современные молодые люди являются конформистами, что противоречит общепринятой гипотезе о том, что молодежь не может любить власть.

В противовес данным результатам, события конца 2011 – начала 2012 гг. создают прецедент обратной динамики. По сравнению с данными 2010 г., спустя два года начали происходить изменения, и лояльность молодежи начала сменяться протестным настроением. В основном такая тенденция на данном этапе четко прослеживается в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге. По словам Л. Паутовой «это было связано, прежде всего, с разочарованием молодежи в невозможности реализовать свою внутреннюю программу, нацеленную на быстрый успех» [2]. Присутствующая в последние годы лояльность к действующей власти Л. Паутова называет «конформизмом поневоле», обоснованным мнением «власть мне ничего плохого не сделала». Но в связи с вышеупомянутым разочарованием у поколения нулевых включилась рефлексия, и произошел резкий рост протестных настроений и лояльности к оппозиционной власти (например, сейчас наблюдается рост лояльности к партии ЛДПР, за которую сейчас готов проголосовать каждый пятый молодой человек). Создается мнение, что у поколения нулевых в данный момент времени происходит разрушение прежних установок, и фокус их внимания направлен на гражданскую активность. Таким образом, мы можем констатировать, что молодежи, живущей в современных российских реалиях свойственны такие социальные чувства как социальная справедливость, ответственность и солидарность.

При всех амбициозных планах современная молодежь не нацелена на трудовые подвиги. Им малопонятны как комсомольские подвиги, так и «офисные» подвиги карьерно-ориентированных тридцатилетних [3]. И хотя большинство молодых мало надеются на государство и полагают, что именно от их собственных усилий зависит их личное благополучие и процветание (72 %), существуют и такие статистические данные: отвечая на вопрос об «идеальном работодателе», 3 % респондентов называют органы власти, столько же участников опроса (3 %) упоминают правоохранительные или силовые структуры. Отметим также высокую популярность «Газпрома», крупнейшей компании в России, акционером которой является государство. В качестве «работодателя мечты» «Газпром» отметили 4 % молодых людей. Ни одна из компаний не обладает среди молодежи такой популярностью [3]. Это служит прямой

предпосылкой для снижения патриотизма. Оба данных тезиса указывают на меньшую степень проявления молодежью таких социальных чувств как патриотизм и трудовой энтузиазм.

Данные социальные чувства молодежи находят вполне закономерное проявление. Молодежь заявляет о своих чувствах открыто с помощью организации или участия в различных общественных акциях. Околовыборные события 2011–2012 гг. повлекли за собой череду различных общественных действий. Условно разделим их на три следующие категории:

1. Протесты. Этот вид общественной рефлексии вызван чувством социальной справедливости. Под протестом понимается относительно открытая реакция на общественную ситуацию: иногда в поддержку, но обычно против неё. Протесты против фальсификации выборов в России (2011–2012) – это многочисленные политические выступления граждан России, начавшиеся после выборов в Государственную думу, состоявшихся 4 декабря 2011 г. и продолжившиеся во время и после кампании по выборам Президента России, проведённым 4 марта 2012 г. К ярким примерам общественных протестов можно отнести акции движения «За честные выборы», или по-другому – «Белые ленточки». Наиболее масштабные акции движения: «Долой "мигалки!"» против автомобилей со спецсигналами, а также флэш-мобы «Белая площадь» и «За честную власть».
2. Митинги. Социальные чувства, побуждающие к данному виду общественной активности – это чувство долга, ответственности и солидарности. Митинг – это массовое собрание для обсуждения злободневных вопросов, в поддержку определённых требований либо для выражения солидарности или протеста, заканчивающееся принятием резолюции. Первый многотысячный митинг прошёл в Москве 5 декабря 2011 г. 10 декабря 2011 г. Митинги прошли в 99 городах страны и 42 городах за рубежом [4]. Московский оппозиционный митинг на Болотной площади стал самым массовым за последнее десятилетие [5]. 24 декабря состоялся ещё более масштабный митинг на проспекте Академика Сахарова в Москве и новые митинги в других городах России. 5 марта 2012 г. (на следующий день после выборов Президента России) в Москве прошёл митинг с числом участников от 14 до 30 тысяч человек.
3. Спектаклярные формы (перформансы, хэппенинги). Спектакляризация активизма является чертой новейшего времени, следствием развития информационных технологий и их влияния на повседневную жизнь. С середины 2000-х гг. разнообразные театрализованные формы протеста – флэш-мобы, хэппенинги, перформансы – получили в России широкое распространение, информация о них попадает даже в самые мейнстримные массмедиа. Медиа становятся его обязательным репрезентантом и сопроизводителем [6]. За пример спектаклярных форм протеста можно взять акции российской феминистской панк-рок группы «Pussy Riot», организующей свои выступления в формате нелегальных акций в нетрадиционных местах, например, таких как станции московского метро, крыши троллейбусов, следственный изолятор полиции, Красная площадь и Храм Христа Спасителя.

Творчество является важным трендом в современной молодежной культуре, тем более что современные технологии позволяют расширить рамки самовыражения: цифровая фотография, компьютерный дизайн, современные виды рукоделия и т. п. Поколение стремится быть креативным. Сегодняшние юноши и девушки отчетливо понимают, что умеют производить впечатление и зачастую делают это ярко и образно [3].

У спектаклярных акций, разворачиваемых в открытом публичном пространстве, есть ряд черт, делающих их эмблематичными для характеристики общественных трансформаций путинской России. *Во-первых*, они не предполагают получения разрешения со стороны властей. Поэтому при усилении репрессивных практик государства и свертывании возможностей легального протеста они дают возможность избежать контроля и репрессий, от которых страдают участники обычных митингов и демонстраций. *Во-вторых*, эти акции часто организованы людьми, не высказывающими свои политические пристрастия, что подчеркивает их аутентичность на фоне фикции «суверенной демократии» и карманных политических партий. *В-третьих*, в отличие от демонстраций, они рассчитаны не на массовость, а на медиа-эффективность – чем не выход для активизма при апатии и аполитичности большинства населения? И, наконец, они связаны с развитием информационных технологий как по способу организации (например, возникшие в 2003 г. флэш-мобы организуются через Интернет и смс-рассылки), так и по способу представления в СМИ. Роль последних выполняют, прежде всего,

«тактические медиа» – блоги, а также информационные сайты, содержание которых создается самими пользователями (user generated content), – часто они рассматриваются как последний «рубеж» политической свободы [6].

Целесообразно предполагать, что общественное поведение молодежи в свете предвыборных событий 2012 г. вылилось в реальность из интернета. По результатам опроса негосударственной исследовательской организации Левада-центра, из 791 человек, опрошенных на входе и выходе с проспекта Сахарова 24 декабря, 56 % опрошенных узнали о митинге на проспекте Сахарова из интернет-изданий. 33 % – из других источников в сети [7]. Таким образом, 89 % присутствующих узнали о готовящемся митинге из интернета. Именно через интернет молодежь впитала настроение гражданской активности, вследствие чего начала терять лояльность к власти. Такое положение вещей представляется закономерным, поскольку сегодня именно интернет является информационной площадкой, на которой зарождаются и развиваются разномастные события, берущие начало в обсуждениях и комментариях регулярно присоединяющихся к теме участников и в последствие оседают в онлайн-реальности в качестве разных форм: видео – Youtube.com, дискуссии – livejournal.com и т. д.

По мнению социологов Левада-центра, общество в целом сейчас начало отстаивать свои права и молодежь здесь скорее «в том числе». После предыдущей думской кампании, в декабре 2007 г., лишь 9 % россиян ставили под сомнение официальные данные ЦИКА, в январе 2012 г. количество скептиков выросло до 34 % [8]. «Совместные усилия гражданских активистов и независимых СМИ – при активном использовании социальных сетей и на фоне общего недоверия к институтам выборов, парламенту, политическим партиям, обостренного экономическим кризисом, – впервые привели к тому, что использование административного ресурса и фальсификации вызвали публичное осуждение» [8]. Так, мы получаем инструмент пробуждения протестных настроений молодежи, которая является активной аудиторией вышеперечисленных источников информации.

Несмотря на то, что, как показывают вышеприведенные результаты исследований, у современной российской молодежи в данный момент времени происходит разрушение прежних установок, всплеска гражданской активности не происходит среди всей молодежной аудитории. Локомотивной интеллектуальной группой в этом смысле является группа молодежи «21+». Их протестный пульс на данном этапе не отличается от взрослого поколения (35 % готовы выходить на акции протеста). В соответствии с исследованиями ФОМ, у современных молодых людей в России существует потенциал гражданской активности, которую уже начала демонстрировать молодежь Москвы и Санкт-Петербурга. Исследования показали, что молодежная аудитория готова демонстрировать волонтерские качества, но в основном через интернет и при условии, что ее поведут взрослые группы. Создается мнение, что молодежь в ближайшее время не будет в авангарде. Она, скорее, будет введена средним поколением. Такая гипотеза связана во многом с результатами исследований 2010 г., показывающими ориентированность молодежи на социальные лифты, а не революционные акции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Адлер Альфред. Понять природу человека / Пер. с англ. Е.А. Цыпина. – СПб.: Академический проект, 1997. – 256 с.
2. Паутова Л. Поколение XXI века: опыт социологического исследования. 2011. URL: <http://bd.fom.ru/pdf/prezzentria2.pdf> (дата обращения: 02.03.2012).
3. Исследование Фонда общественного мнения «Поколение-XXI: структура и «среды» достигательных стратегий».
4. Зайцева А. Спектаклярные формы протеста в современной России: между искусством и социальной терапией // Неприкосновенный запас. – 2010. – № 4. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/4/za4.html> (дата обращения: 03.03.2012).
5. Бенюмов К. До самых до окраин // Lenta.ru. 1999. URL: <http://lenta.ru/articles/2011/12/10/worldprotest/> (дата обращения: 10.12.2011).

6. PRAVDA. Оппозиционный митинг в Москве стал самым массовым за последнее десятилетие» // Киевская правда. 2011. URL: <http://kpravda.com/oppozicionnyj-miting-v-moskve-stal-samym-massovym-za-poslednee-desyatiletie/> (дата обращения: 10.12.2011).
7. «Левада-центр» составил портрет участников митинга на проспекте Сахарова // Левада-Центр. 2011. URL: www.levada.ru/26-12-2011/levada-tsentr-sostavil-portret-uchastnikov-mitinga-na-prospekte-sakharova (дата обращения: 26.12.2011).
8. Волков Д.А. Общественное движение как шанс выхода из политического кризиса // Независимая газета. 1997. URL: http://www.ng.ru/ideas/2012-03-02/5_new_search.html (дата обращения: 02.03.2012).

Поступила 09.09.2011 г.