



МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Экономические и социальные перемены

№ 1 (149)
январь — февраль 2019

СОЦИОЛОГИЯ
ТРУДА



ГОСУДАРСТВО
И ОБЩЕСТВО

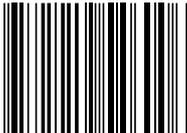


ГЕНДЕР
И СЕМЬЯ



СОЦИАЛЬНАЯ
ДИАГНОСТИКА

ISSN 2219-5467



9 772219 546006 >

Главный редактор журнала:

Федоров Валерий Валерьевич —
генеральный директор ВЦИОМ, кандидат политических наук,
профессор НИУ ВШЭ

Заместитель главного редактора:

Седова Наталья Николаевна —
помощник гендиректора по науке ВЦИОМ

Ответственный редактор:

Кулешова Анна Викторовна —
кандидат социологических наук, член российской
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) (Россия)

M77 Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. — М.: АО «ВЦИОМ», 2019. — № 1 (149). — 362 с.

ISSN 2219-5467

Объективная, точная, регулярная и свежая информация «Мониторинга» полезна всем, кто принимает управленческие решения, занимается прогнозированием и анализом развития общества. Наш журнал пригодится сотрудникам научных и аналитических центров, работникам органов управления, ученым, преподавателям, молодым исследователям, студентам и аспирантам, журналистам.

Тематика материалов охватывает широкий круг социальных, экономических, политических вопросов, основные рубрики посвящены теории, методам и методологии социологических исследований, вопросам взаимодействия государства и общества, социальной диагностике. Каждый номер журнала содержит двухмесячный дайджест основных результатов еженедельных общероссийских опросов ВЦИОМ.

Мы публикуем статьи специалистов, представляющих ведущие научные социологические центры, институты, организации, а также ВУЗы России и зарубежных стран. Широкая тематика журнала представляет возможность выступить на его страницах представителям смежных специальностей (политологам, историкам, экономистам и т.д.), опирающимся в своих исследованиях на эмпирические социологические данные.

Журнал издается с 1992 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРИГЛАШЕННОГО РЕДАКТОРА

Е. Л. Омельченко

Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик?..... 3

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

В. И. Ильин

Социальный серфинг как модель молодежного образа жизни28

С. Н. Чирун

Молодежное «АУЕ» как интегральный феномен российского постмодерна49

Э. М. Ариф

Потребление в среде молодых активистов66

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Мониторинг мнений: январь — февраль 201984

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

А. Н. Кравцова

От «НАШИХ» до своих: трансформация «гражданственности» в среде петербургских про- и пост «наших» активистов..... 107

Н. П. Попов

Сравнительный анализ социально-политических взглядов российской и американской молодежи..... 126

Т. С. Карабчук, А. А. Поплавская

Анализ динамики отношения молодежи стран постсоветского блока к интеграционным процессам между странами..... 153

ГЕНДЕР И СЕМЬЯ

Е. В. Онегина

Конфликты и солидарности ЛГБТК сцены в Санкт-Петербурге 179

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

С. С. Бразевич, Ж. С. Сафронова, Д. С. Бразевич, Д. В. Матюха

Исследование интересов молодежи через тематический репертуар общения в студенческой среде: кейс социальной сети «ВКонтакте»..... 193

З. К. Саламова
 Конструирование личных брендов в бьюти-влогах..... 212

Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Р. В. Пырма, А. В. Синяков, А. А. Азаров
 Влияние цифровых коммуникаций на формирование профессиональной культуры российской молодежи: результаты комплексного прикладного исследования 228

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА, ОРГАНИЗАЦИЙ И ПРОФЕССИИ

Е. Л. Лукьянова, Н. В. Гончарова
 Повседневный образ жизни рабочей молодежи в провинции 252

И. А. Симонова
 Аффективная сила вандализма: молодежные вандальные практики в контексте концепции аффективного труда 273

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

П. Ю. Крутских
 Скейтбординг как инструмент прочтения города 292

Ю. А. Кузовенкова
 Молодежные солидарности в граффити-туризме..... 311

ИДЕНТИЧНОСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Д. А. Литвина
 Что значит быть настоящим:
 молодежные культуры в поисках аутентичности 324

Н. А. Нартова, Я. Н. Крупец
 «Мне довольно-таки тяжело жить в городе»: локальные идентичности и сопричастность месту молодых сельских россиян 342

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРИГЛАШЕННОГО РЕДАКТОРА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.01

Правильная ссылка на статью:

Омельченко Е. Л. Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 3—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.01>.

For citation:

Omelchenko E. L. (2019) Is the Russian case of the transformation of youth cultural practices unique?. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 3—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.01>.



Е. Л. Омельченко УНИКАЛЕН ЛИ РОССИЙСКИЙ СЛУЧАЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК?

УНИКАЛЕН ЛИ РОССИЙСКИЙ СЛУЧАЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ
КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК?

IS THE RUSSIAN CASE OF THE TRANS-
FORMATION OF YOUTH CULTURAL PRACTI-
CES UNIQUE?

ОМЕЛЬЧЕНКО Елена Леонидовна — доктор социологических наук, профессор, директор Центра молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, E-MAIL: omelchenkoe@mail.ru <http://orcid.org/0000-0002-5951-3682>

*Elena L. OMELCHENKO¹ — Dr. Sci. (Soc.), Professor, Director of the Centre for Youth Studies
E-MAIL: omelchenkoe@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-5951-3682>*

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg.

Аннотация. Статья посвящена опыту исследований молодежных культурных практик и групповых идентичностей в России в постсоветское время. Обращение к 25-летнему периоду развития и трансформаций молодежного культурного пространства объясняется

Abstract. The article focused on the experience of studying youth cultural practices and group identities in Russia in the post-soviet era. The attention to 25 years period of the youth cultural space transformation could be explained not only with scientific interest and an attempt

не только научным интересом и попыткой осознать перемены, произошедшие в этот исторический промежуток, но и желанием проследить динамику теоретических идей и исследовательских решений НИЦ «Регион» (основан в 1995 г.) Ульяновского госуниверситета и центра молодежных исследований НИУ ВШЭ (основан в 2009 г.). Задача поместить в рамки одной статьи все полученные результаты — идея амбициозная и вряд ли полностью выполнимая. Поэтому внимание будет сконцентрировано на ключевых направлениях трансформации молодежных культурных практик, на определяющих сюжетах прямого или опосредованного влияния как глобальных трендов, так и локальных дискурсов. Важно разобраться: шли эти изменения вслед за глобальными трендами (Европа, Северная Америка, Австралия), широко задокументированными в ключевых работах исследователей молодежных культур и практик, или российский случай является исключением, выпадающим из «классической» картины? Основанием для анализа стали данные ключевых проектов наших центров, а также новые теоретические и методологические подходы к анализу меняющейся молодежной социальности в процессе трансформации политических режимов и социально-культурной атмосферы российского общества.

Ключевые слова: молодежные суб/культуры, солидарности, молодежные сцены, поколенческие профили

to understand the changes that have occurred in this historical period, but with the fact, that during these years the theoretical and practical findings and work of the Scientific Centre “Region”, Ulyanovsk State University (founded in 1995) and Centre for Youth Studies, Higher School of Economics, St. Petersburg (founded in 2009) were developed. The task to include in the frame of one article all our results is ambitious and perhaps could not be complete. That is why we will focus the main attention on the key directions of the transformation of youth cultural practices, on the crucial plots of the direct and mediated influence of global trends as well as local discourses. It is important to understand: did these changes follow the global tendencies (Europe, North America, and Australia) described in the key works of researchers of youth cultures and practices? Or is the Russian case an exception fallen out the ‘classical’ picture? The basis for the analysis is the data from key research projects of our Centers, as well as new theoretical and methodological approaches to the analysis of changing youth sociality in the frame of political and cultural transformations of Russian society.

Keywords: youth (sub)cultures, solidarities, youth scene, generation profiles

Точка отсчета

Вместе с молодежной реальностью менялись теории и интерпретативные схемы. В конце 1980-х — начале 1990-х годов, критически переосмысливался субкультурный подход [Hall, Jefferson 1976], появился целый корпус академических текстов, выполненных в так называемой постсубкультурной парадигме. Ранее мы

уже писали, что идеи авторов, вдохновленных резкими изменениями культурных молодежных ландшафтов, стали ответом на глубинные перемены в «обществе потребления позднего модерна, приведшие к возникновению «постмодерных субкультур» [Омельченко, 2011; см. также Bennett, 1999; Bennett, Kahn-Harris, 2004; Blackman, 2005; Muggleton, 2000; Redhead, 1995]. Долгое время дискуссия между суб- и постсубкультурными теоретиками оставалась вне фокуса внимания отечественных исследователей. С 2005—2007 гг. ситуация стала меняться: российские исследователи включились в глобальный академический дискурс.

Критика субкультурного подхода была направлена на исключительную роль классового происхождения субкультурных идентичностей и субкультурного выбора как символического сопротивления юношей и девушек родительской и через нее — доминирующей культуре общества. «Классические» субкультурные образцы требовали верности стилю и идеологии, цементирующей единство и проявляющейся в телесных перформансах, «особом прикиде», сленге, культурных симпатиях. Постсубкультурные теоретики настаивают на текучести и временности культурных привязанностей молодежи как реакции на существенные трансформации постмодернистских обществ. По их мнению, включение в те или иные субкультурные группы — это случайные и досуговые практики, микс самых разных культурных идентичностей, с одной стороны, впитавших в себя популярные поп-имиджи, с другой — их постоянно порождающие. Яркие идеи новой волны молодежных исследователей привели к возрождению интереса к новым формам молодежной социальности. Наравне с этим продолжают исследоваться: молодежная транзикация в контексте структурных условий взросления и их связи с молодежными культурами [Pilkington et al., 2002; Hodkinson, 2004; Nayak, 2003; MacDonald, Marsh, 2005], роль пространственных локаций, территорий и режимов реального времени, влияющих на жизненные траектории и культурные практики молодежи [Roberts, Pollock, 2009], особенности исследования маргинальных или периферийных мест, групп и практик [Pilkington, Johnson, 2003; Shildrick, Blackman, MacDonald, 2009], поколенческие различия, новые формы гражданского участия и вовлеченности, формирующиеся солидарности вокруг ценностно-стилевых противостояний на молодежных сценах [Omelchenko, Pilkington, 2013; Omelchenko, Sabirova, 2016]. Как соотносится этот «классический» багаж пост/субкультурного дискурса с нашим исследовательским опытом?

Где искать уникальность?

Молодежное культурное пространство современной России отличается конфликтностью и многоликостью. Новые молодежные активности формировались и развивались в контексте скачкообразных трансформаций, затрагивающих все стороны российской жизни. Кардинальные изменения в перестроечный период сменялись замедлением и стагнацией. Бум неформальной молодежной активности — публичными манифестациями участников прокремлевских движений. Отказ от цензуры и демократизация СМИ — запретами нелояльных власти культурных инициатив и идеологическими чистками. Новые молодежные активности могли совмещать в себе идеи и практики молодежного суб/контр/культурного бунта вместе с остатками идей и лозунгов формальных молодежных объединений советского времени. Полного освобождения от «родимых пятен» советской

социальности, несмотря на смену поколений, не произошло до сих пор. Особую роль в перегруппировке молодежных сцен играют государственный и медийный дискурсы вместе с воспитательными и пропагандистскими практиками продвижения государственной молодежной повестки.

Опираясь на значимые приметы времени, можно выделить три этапа реформатирования молодежных культурных сцен за последние 25 лет (не забывая, что любая периодизация условна, а формы молодежной социальности зачастую смешаны). Сконцентрирую ваше внимание на самых ярких чертах изменений.

Молодежные культурные практики в 1980-х — в начале 2000-х годов

Крайне тяжелая экономическая ситуация, меняющаяся политическая риторика, с трудом сдающая свои позиции советская повседневность, резкое снижение качества жизни у одних и повышение у других — эти и другие изменения формируют атмосферу социальной неопределенности и ценностно-нормативного вакуума. Важной приметой периода «перестройки, гласности и ускорения» было отсутствие молодежной политики и государственного регулирования молодежной активности, что приводило как к позитивным, так и негативным социальным эффектам: закрывались кружки при домах культуры, сворачивалась советская инфраструктура внешкольного образования и организации досуга, сходил на нет институт советского воспитательного патронажа в школах, институтах и университетах. В это же время выросла общественно-политическая активность «неформальных» объединений молодежи на фоне резкого снижения как репутации, так и численности членов ВЛКСМ. Монополизм ВЛКСМ и полная зависимость от партийного диктата привели к полному отчуждению аппарата от самой молодежи, засилье формально-бюрократического стиля организации — к социальной апатии и исключительно формальной включенности молодежи в организованные мероприятия.

На фоне ослабления государственного контроля появились низовые политические и культурные инициативы, общественные движения. В столичных городах и мегаполисах наблюдался субкультурный бум. Формирование рыночных отношений и усложнение структуры неравенств легитимировало тему социального неравенства и классового происхождения: говорить и писать о субкультурах стало не только можно, но и модно: «Распространившиеся на волне перестройки молодежные группы называли неформальными, это понятие использовали и сами участники молодежной сцены, хотя распад ВЛКСМ и радикальные реформы государственной сферы лишили неформальную идентичность первоначального смысла. Поиск свободных от политических коннотаций терминов привел ученых к понятию «тусовка», которое использовалось и самой молодежью. Тусовки стали заметным явлением в конце 1980-х годов в центральных частях российских городов. Это были аутентичные культурные молодежные компании, ядром групповой идентичности которой являлся стиль, альтернативный мейнстримному. Они отличались локализацией и коллективной замкнутостью на «свой круг» [Омельченко, 2011].

Отдельные виды субкультурных и неформальных активностей существовали и до перестройки (например, стиляги 1960-х, хиппи 1970-х, движение КСП) [Омельченко, 2013], но именно конец 1980-х и начало 1990-х отмечены

бумом неформальной активности [Pilkington 1994; Омельченко 2004]. Российская молодежь начала осваивать культурные молодежные сцены, используя стратегии включения как «классического», так и миксового формата [Омельченко, 2013]. «В конце 1990-х годов появились первые социологические публикации о российских молодежных «субкультурах» [Исламшина 1997; Костюшев 1999; Омельченко 2000; Щепанская 1993], где субкультурная идентичность представлялась в терминах выбора жизненного стиля, а не классовой принадлежности/происхождения, как это было характерно для западного дискурса.

Самые яркие приметы того времени зафиксированы в результатах совместного проекта «Глядя на Запад: принятие и сопротивление образам Запада провинциальной российской молодежи»¹. Анализ российских субкультурных идентичностей показал, что ключевым маркером, с помощью которого молодые люди определяли свою культурную ориентацию, было выделение «продвинутой» (иногда — прогрессивной, альтернативной) и «нормальной» (обычной) молодежи. Эта самоидентификация начинает нами использоваться для определения двух основных культурных стратегий, характерных для молодежи конца 1990-х» [Омельченко, 2011].

В ходе реализации данного проекта была проведена серия этнографических наблюдений в молодежных культурных и досуговых пространствах Ульяновска, Самары и Москвы. Во всех городах в этот период открывались клубы, появлялись аудитории с особыми музыкальными предпочтениями, формировались группы «клубников», посвященных в разделяемые участниками контексты. Эти места стали частью городских культурных инфраструктур и туристических маршрутов.

«Во всех трех городах «продвинутые» составляли меньшинство на молодежных сценах. Большая часть молодежи «зависала» по квартирам, во дворе дома или школы, слушала музыку, участвовала в спортивных, музыкальных и других мероприятиях. Они называли себя «нормальной» или «обычной» молодежью, что не говорило об отсутствии у них культурной активности. Их главным отличием от «продвинутых» была неопределенность музыкальной и стилевой идентичности, они не были «субкультурщиками», но и не все они были «гопниками». Антинеформалы-«гопники» считали себя выразителями «морального большинства», их агрессивность по отношению к «неформалам» была способом поддержания локального порядка. На момент проведения исследования «гопники» знали два вида культурной практики: они «били друг друга» и «наезжали на неформалов». Некоторые из них включились в доступные формы популярной молодежной культуры (рейв), часть ушла в организованную преступность. Развитие рыночных отношений освободило пространство «черного рынка», и в этой полулегальной экономической нише «гопники» выросли в новые фигуры на молодежной культурной сцене: в «братков» и «членов бригад»» [Омельченко, 2011].

Существовали ритуальные битвы и внутри «продвинутых» (субкультурных) групп. Так, например, «агрессия рэперов была направлена на скинхедов и рейверов. Движение скинов рэперами напрямую ассоциировалось с фашизмом и расизмом,

¹ Исследование проводилось в 1997—2000 гг. в Ульяновске, Самаре и Москве. Руководители: Хилари Пилкингтон и Елена Омельченко (при поддержке фонда «Leverhulme Trust», Великобритания). По результатам проекта опубликована книга «Looking West? Cultural Globalization and Russian Youth Cultures» [Pilkington et al., 2002] и ее русский перевод «Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры» [Пилкингтон и др., 2004].

считалось антирусским, близость рэперов к афроамериканской культуре хип-хопа придавала конфликту особый смысл.

Среди «продвинутых» культурных форм рэп располагался в ряду музыкальных и танцевальных движений, укорененных в хип-хоп-культуре уличных танцев, характерной для нью-йоркской сцены 1970-х годов. Эта культура улицы привлекала молодых россиян, выросших на городских окраинах, с их территориальными традициями и «гопническими» стратегиями: рэп соединял в себе стратегию локальности, близость к улице, «крутую» маскулинность и интерес к «альтернативной» музыке и стилю.

То, что рэперы и рейверы располагались между нормальной и продвинутой стратегиями, говорило о проницаемости границы между ними. Молодежь могла присваивать культурные формы как средство для перехода от одной стратегии к другой, но отделение продвинутой молодежи от нормальной было важным моментом индивидуально-групповой идентичности для всех, символическая борьба между ними шла за культурные сцены (клубы, дискотеки, кафе) через музыку, атмосферу.

Культурные стратегии «продвинутой» и «нормальной» молодежи отражали социальную дифференциацию в доступе к «глобальному» и способах участия в нем. Так, например, почти вся молодежь слушала и российскую, и западную музыку, но последняя считалась «музыкой для тела» (для танца или фоном для занятия чем-нибудь еще), в то время как российская (рок, авторская песня и даже поп) — «музыкой для души» [Омельченко, 2011].

Проект, посвященный образам Запада, был своего рода ответом на моральную панику по поводу американизации сознания российской молодежи. «Мы стремились понять, какие повседневные практики сопровождают реальную или мифическую вовлеченность молодежи, существует ли «слепое» следование западным образцам и что это за образцы. И, наконец, как в этой связи формируется образ России. Мы обнаружили, что Запада как целого в восприятии молодежи не существовало. Наиболее критичными к Западу были самые вовлеченные, менее критичными и более восторженными были те, кто строил образы Запада по фильмам, слухам и красочным поп-героям. Географически Запад мог располагаться как исключительно в Северной Америке или Старой Европе, так и в Японии. Его адрес и размеры менялись в зависимости от личного опыта общения, уровня образования, доступа к информации. Вместо образа привлекательного и манящего Запада мы обнаружили рост стихийного патриотизма, своего рода тоски по России вместе с обидой, что молодость проходит в стране, «где все не так». В качестве защитной системы формируется по-своему привлекательный образ России как зеркальное отражение того, что признавалось негативным на Западе: образ жизни, образование, культурный уровень, личные коммуникации описывались информантами как лишённые самых важных для российского человека качеств душевности, искренности, теплоты и открытости»².

Вместе с изменениями субкультурных ландшафтов городов изменялся и общий культурный фон молодежного пространства, этот же период стал своего рода колы-

² Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

белью так называемого русского рока. Существует достаточно обширный корпус как отечественной, так и зарубежной литературы в академическом и популярном формате, посвященной этому периоду развития российского андеграунда [Волков, Гурьев 2017].

В конце 1990-х — начале 2000-х годов появились отечественные рэперы, которые старались адаптировать проблемы американского «черного рэпа» к российским реалиям. Формирующееся в этом пространстве противостояние рэперов и металлистов было не столько музыкальным, сколько стилевым. Значение имела одежда, знание истории той или иной группы или направления, внешний вид. В стилевые разборки между рэперами и металлистами постоянно внедрялись панки, выступая на стороне то одной, то другой группы [Gololobov, Pilkington, Steinholt 2014].

В эти годы в городских домах культуры (домах творчества, домах пионеров и пр.) начали работать дискотеки с барами и мини-кафе. Их аудиторией была «обычная, нормальная» городская молодежь. Постепенно набирал обороты отечественный шоу-бизнес, пионерами которого стали первые поп-группы «нового» формата («Ласковый май», «Мираж», «НаНа», «Руки вверх» и др.). Для них был характерен новый чувственный, эпатажный язык и откровенно сексуализированные имиджи. Как и везде в мире, адресовалась эта музыка подросткам и школьникам.

Вместе со стремительным ростом спальных городских районов вокруг предприятий и заводов, активизировались молодежные группировки, объединявшие депривированную, часто криминализованную молодежь, ориентированную на агрессивный контроль своих локальных территорий. Для этих сообществ были характерны жесткая патриархальная маскулинность и культ физической силы. Участники группировок стали на достаточно долгий период своего рода «санитарами» городов, они устраивали облавы на места сбора и тусовок неформалов, психологически и физически боролись с «субкультурщиками», отстаивая свое право на центральные городские пространства [Stephenson, 2015]. Исследования того времени фиксируют сложные процессы переформатирования и реконфигурации, проникновения и взаимовлияния гопнических и неформальных культурных имиджей, стилей и идей. Появились гопнические субкультуры — например, бонхеды, гламурные панки и готы, субкультурные имитаторы и буферные культуры. Субкультурные сцены стали фрагментироваться, подгруппы отказывались от навязываемых поп-культурой имен. Начался поиск особых, аутентичных идентичностей внутри классических субкультурных сцен.

Рождение и публичное признание субкультурного субъекта непосредственно повлияло на политическую молодежную повестку. Дискурсивные линии «работы с молодежью» воспроизводили позднесоветский конструкт «молодежи как социальной проблемы» — субкультурная групповая идентичность рассматривалась как девиантная практика, требующая контроля и регулирования. Конец столетия был отмечен ростом наркотизации, волна передозировок затронула молодежь во многих городах России. В ряде алармистских реакций расширяющаяся вовлеченность молодежи напрямую связывалась с включенностью в субкультурные активности. Наши исследования рискованных форм молодежного потребления были нацелены на преодоление моральных паник, фактически закрывающих возможность конструктивной профилактической работы [Гончарова и др. 2005].

Активно конструировался российский молодежный потребитель, политико-идеологическое противостояние было заменено/вытеснено культурным. Субкультурный капитал превратился в экономико-потребительский ресурс, в товар, продвигаемый и продаваемый наряду с другими³.

На фоне усиления символической/реальной границы между «продвинутой» (неформальной, альтернативной, субкультурной) и «нормальной» (конвенциональной, крайнее крыло — гопников) молодежью сформировались буферные группы, участники которых заимствовали различные культурные элементы и смыслы, переопределяя и комбинируя их. Субкультурный капитал «перераспределялся» от неформалов к гопникам, что ослабляло субкультурное присутствие на молодежных сценах.

К началу 2000-х годов растущее неравенство населения по уровню жизни, социальному статусу, доступу к значимым ресурсам, по культурным стратегиям привело к широкому распространению ксенофобных и гомофобных настроений как в обществе в целом, так и в молодежной среде⁴.

Новое тысячелетие и новые поколенческие практики: первое десятилетие XXI века

Рубежом «нулевых» стал финансово-экономический кризис 2008 г. Вместе с трагическими событиями в начале века в США (атака 9/11), кризис спровоцировал очередной всплеск интереса к поколенческому подходу [Edmunds, Turner, 2002: 118; Omelchenko, 2012]. Рожденное в переходе от XX к XXI вв. медийное имя «миллениалы» до сих пор остается знаковым для анализа коренных изменений в молодежных практиках, групповых идентичностях и формах социальностей [Радаев, 2018].

Поводом для серьезных опасений стали события на Манежной площади в июне 2002 г., когда «футбольные фанаты и гопники устроили погром после поражения российской сборной в матче Россия — Япония. В ход пошли выражения о неуправляемой агрессивной массе, отсутствии моральных ограничений, опасности бессмысленных молодежных бунтов. О выходящих из-под контроля ксенофобных и экстремистских настроениях открыто заговорили после событий в Кондопоге в 2006 г.⁵ Отдельную тревогу вызывал рост скинхед-активности на всем пространстве постсоветской России [Pilkington, Omel'chenko, Garifzianova 2010]. Особые страхи были связаны с чередой цветных революций на постсоветском пространстве, одним из активных участников которых была признана молодежь. Интерес к молодежи как электоральному ресурсу и потенциально опасной массе канализировался в развитие широкомасштабных проектов молодежной мобилизации вместе с разработкой новых программ патриотического воспитания и публикацией новых учебников истории России»⁶.

³ Омельченко Е. Ритуальные битвы на российских молодежных сценах начала века, или как гопники вытесняют неформалов [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2006. URL: <http://www.polit.ru/article/2006/05/23/gopniki/> (дата обращения: 28.02.2019).

⁴ Омельченко Е. Ритуальные битвы на российских молодежных сценах начала века, или как гопники вытесняют неформалов [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2006. URL: <http://www.polit.ru/article/2006/05/23/gopniki/> (дата обращения: 28.02.2019).

⁵ Массовые беспорядки в Кондопоге (августа — сентябрь 2006 года) имели большой резонанс в СМИ, где молодежь фигурировала в качестве основного участника беспорядков [Омельченко, Пилкинтон, 2012].

⁶ Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

Государство берет молодежь в свои руки

В «лихие девяностые» внимание политиков к молодежи было ослаблено, процессы на молодежных культурных сценах разворачивались стихийно и вне особого контроля. С начала нового тысячелетия ситуация кардинально изменилась. Началась эра широкомасштабной молодежной мобилизации, яркой вехой которой стал знаменитый проект «Наши», инициированный президентской администрацией⁷. Идея массовой «уличной политики» с ее провокационным и новаторским форматом оказалась крайне успешной — «Наши» и их многочисленные последователи (как локальные, региональные мини-копии, так и всероссийские продолжатели) сыграли важную роль в переформатировании молодежного пространства. Они эффективно использовали механизмы административного ресурса, наработанные за советский период, активно продвигая актуальную политическую повестку. Проекты дополнялись программами патриотического воспитания, проведением массовых молодежных форумов и лагерей («Селигер»)⁸, где активистов-«комиссаров» готовили в качестве кадрового резерва для новой политической элиты и возрождения России. Смысл «новой молодежной политики» был не только в противодействии революциям. Участники проектов получали своего рода прививку лояльности и патриотизма, чувствовали причастность к высшему эшелону власти, были готовы в случае необходимости к быстрой мобилизации и борьбе с оппозицией и «неправильной» молодежью. Поддержка госбюджетом и официальными медиа, сопровождение массовок и демонстраций милицией (полицией) фактически легитимировали их достаточно агрессивные выступления и провокации. Позже В. Сурков назовет участников движения «Наши» «ликующей гопотой», официально проект закроется. Бывшие «комиссары» и последователи создали свои группы, продолжившие борьбу за «моральный порядок» в российских городах: «Хрюши против», «СтопХам», «Ешь российское», ЩИТ, «Лев против», «Чистый город» и др.⁹ Новые движения продолжают получать финансовую помощь и медийную поддержку, хотя уже не в таких масштабах [Кривонос 2015].

Финансово-экономический кризис и новые варианты поколенческих имен

Глобальное поколение начала XXI века было названо «поколением R» (рецессии), поскольку оно формируется в условиях мирового финансово-экономического кризиса. «Кризис объединил молодежь разных стран и социальных позиций, наде-

⁷ Российское молодежное движение «Идущие вместе», созданное в 2000 г., стало предшественником массовых молодежных движений «Наши», «Молодая гвардия», «Местные» и др. «Наши» — самый удачный и провокационный, открыто прокремлевский проект В. Суркова и В. Якеменко. К концу десятилетия в движении наступил кризис и оно официально закрылось.

⁸ Форматы «Селигера» активно используются на различных региональных форумах молодежи, наиболее популярный из которых — «Территория смысла», ориентированный на топ молодежных активистов самых разных направлений. Спикерами форума становятся ключевые политические, медийные и культурные фигуры, лояльные существующей власти.

⁹ Интересной приметой новых инициатив стал публичный отказ от наследия «Наших». Этот жест важен для активистов, чтобы отмежеваться от репутации проекта, созданного сверху и действовавшего под патронажем и контролем президентской администрации. В настоящий момент ЦМИ участвует в международном проекте, в рамках которого исследуются новые гражданские инициативы молодежи, в том числе и провластные. Исследование осуществляется в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2016—2018 гг. и реализуется в партнерстве с международным проектом «PROMoting youth Involvement and Social Engagement: Opportunities and challenges for 'conflicted' young people across Europe» (Horizon 2020, 2016—2019).

лив их мироощущение схожими переживаниями. Однако глобальное включение и унификация объективной ситуации не привели к унификации эффектов кризиса. В России — это усиление коррупции, усложнение доступа к высшему образованию¹⁰, значительное свертывание рынка труда высоких зарплат и статусов, что вызвало не только рост молодежной безработицы (который в РФ был менее заметен по сравнению с другими европейскими странами), но и новые стратегии реагирования, как, например, дауншифтинг. «Молодежь первого постсоветского поколения не застала пустых полок в магазинах, продуктовых талонов и «колбасных» поездов в столицу. Зато ей знакома проблема того, как сориентироваться в имеющемся изобилии. Шопинг становится особой культурной практикой, выполняющей важные социализирующие функции, «традиционная» шопинг-культура дополняется новыми формами аутентичного потребления. Трудовые стратегии молодежи не отличались постоянством, юноши и девушки предпочитали откладывать начало трудовой деятельности до тех пор, пока не найдут достойного, на их взгляд, места. Исследование того времени¹¹ показало на очевидные поколенческие приметы: рост безработицы (официальной и скрытой) на молодежном рынке труда, платное образование, усложнение социальных лифтов, расслоение между молодежью столичных (финансовых вампиров) и периферийных (депривированных) территорий, усиление и усложнение миграционных потоков. Другие приметы были спрятаны в повседневных практиках проживания, в особенностях жизненных стратегий и карьер, в определении новых смыслов жизни и представлений о жизненном успехе»¹².

Новые черты потребительских профилей и стилей

«Активно развивается индустрия детства — здравоохранение, юридическое сопровождение, защита прав ребенка, шоу-индустрия, детский туризм. Вместе с новыми потребительскими нишами и социальной группой «молодые родители» формируются новые типы исключений и социальной напряженности. На фоне государственной политики, продвигающей образцы многодетных молодых семей, растет расслоение между теми, кто имеет и не имеет доступа к ресурсам взросления — экология, государственный патронаж (ясли, садики, врачи, юристы), образование. Социальные сети молодых родителей становятся ресурсом солидаризации, их гражданская активность формируется вокруг базовых ценностей обслуживания и воспитания детей»¹³.

Молодежь в большей степени заботили не родительские трудности в обеспечении семьи продуктами питания, а сохранение привычного ритма досуга: ночной клуб, фитнес-центр, расценки на интернет и мобильный телефон. Отдельная роль в изменении культурных молодежных практик принадлежит широкой вовле-

¹⁰ Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

¹¹ Проект ЦМИ «Поколение R. Молодежь и экономический спад в сравнительной европейской перспективе» (поддержка ЦФИ НИУ ВШЭ 2009). URL: <https://spb.hse.ru/soc/youth/proekty> (дата обращения: 28.02.2019).

¹² Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

¹³ Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

ченности молодежи в социальные сети, которые стали диктовать свои правила коммуникации. На смену анонимности пришли индивидуальность, необычность, выросла популярность самопрезентаций, фото- и видеосессий, «распространились практики искренности и поддержки, гражданского участия, протестных и альтернативных рейтингов. Социальные сети существенно повлияли на потребительский рынок. В молодежной среде растет значимость немассовых продуктов. Модное и немодное, массовое и уникальное перемешиваются, принадлежность и непринадлежность формируются и завоевываются постоянно меняющимися путями¹⁴. Растет популярность фримаркетов, практик «отдам даром», модным становится переработка и трансформации (секонд-хенд, хенд-мейд, винтаж), непрофессиональное консультирование и экспертиза, распространяется обмен и продажа дорогих брендов. Формируются новые молодежные рынки, где соединяются практики производства и потребления — просьюмеризм, а также DIY-практики¹⁵,¹⁶.

«Продвижение новых потребительских медиа-имиджей влияет на быстрый рост в секторе коммерческих субкультурных рынков (от готических стилей до японских аниме), появление новых идентичностей, активно воспринимаемых и разыгрываемых частью мейнстримной молодежи. Хипстер (герой постгламура) становится модной фигурой молодежных сцен, политическим трендом и медиа-имиджем» [Омельченко, 2014]. Хипстеры презентуют себя в качестве основных пользователей интеллектуальных пространств (книжных кафе, баров, альтернативного кино и лофт-проектов) [Новикова, 2011].

Значимой приметой молодежных культурных сцен стала спортизация, что отразилось на внешнем виде городов. Движения, которые принято относить к постспортивным, частично воспринимают идеи нового русского патриотизма вместе с националистическими ценностями, как, например, ставшие популярными «Русские пробежки», «Русский бег», использующие лозунги ЗОЖ и «спасения русской нации» [Pilkington, Omelchenko, Perasović, 2018]. Широкое распространение получили такие спортивные практики, как паркур, бойцовские клубы, воркаут, основывающиеся на противостоянии коммерческого и натурального спорта, отказе от участия в спортивных корпоративах и от института тренеров [Зиновьев, 2014].

Развернулись движения в рамках городского активизма: от борцов за «моральный порядок», участников уличных протестов — до креативных флешмобов и заботы о чистоте дворов и улиц [Желнина, 2014; Krupets et al., 2017].

Стали появляться новые прочтения современной патриархальности в коммуникации различных молодежных групп — как часть новой протестной, индивидуально-приватной религиозности (например, в определенном возрождении субкультуры нью-эйджа и неоязычества), как продвижение идей потребительского аскетизма

¹⁴ Кризис усилил расслоение молодежного потребительского рынка на видимых и невидимых участников. Вне активной зоны потребления оказались молодые квалифицированные рабочие, молодые мамы, малоресурсные и исключенные группы — сельская молодежь, дети из семей с мигрантской историей, молодежь трижды НЕ: НЕработающая, НЕучащаяся и НЕвключенная в социальные программы [Варшавская, 2016].

¹⁵ Do It Yourself — не только молодежная практика, однако в молодежной среде она наделяется чертами знаковости и принадлежности к актуальному направлению активности: выход из-под рыночного контроля, управляющего потребительскими потребностями и формирующего массовые вкусы.

¹⁶ Омельченко Е. Молодежный вызов. Часть 1 [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2011. URL: <http://polit.ru/article/2011/04/07/lessons/> (дата обращения: 28.02.2019).

(антифа, анархо-ориентированные группы) с их вниманием к антикапиталистическим ценностям, как осмысленное потребление (вегетарианство, веганство), как помощь депривированным и отверженным группам: проекты «Ночлежка», «Еда вместо бомб»; движения эко- и зоозащитников.

Взросла роль гендерных режимов в молодежной среде. Принятие или отвержение женской и мужской «нормативности/нормальности», разделяемых сообществом, стало значимым для солидаризации или противостояния различных сцен дуг с другом и отдельных подгрупп внутри одной сцены и субкультуры. «Популярно экспериментирование и игра с полом (аниме), продвижение новых сценариев сексуальной свободы (хипстеры) и аскезы (стрейтэйджеры), борьба за отстаивание «правильной/нормативной» маскулинности и фемининности (готы, эмо, скинхеды, панки), актуализируются про- и антигомофобная риторика в символическом и реальном противостоянии различных солидарных групп.

Дискурсивное пространство становится все более конкурентным. Кроме наделенных формальной и административной властью, важную роль в мобилизации активностей играют альтернативные, внесистемные дискурсы вокруг активных акторов интернета — популярных блогеров, творцов видеоклипов, размещенных в youtube ресурсах, альтернативных литераторов и непрофессиональных ньюсмейкеров. Расширение горизонтов информационного пространства и рост высоко компетентных пользователей интернета, стимулирует формирование новых профессий и площадок для политической, экономической и культурной активностей молодежи.

К концу десятилетия отчетливее проявились основные векторы радикализации отдельных молодежных солидарностей. Их ценностными якорями становятся про- и антипатриотические, про- и антимигрантские настроения, отношение к нормативным или альтернативным гендерным режимам, принятие или отказ от монопартийных систем, разные прочтения идей справедливости и прав человека» [Омельченко, 2014].

Конец 2000-х годов — переходим к понятию солидарности

«Очевидные изменения форм молодежной социальности первого десятилетия XXI века повлияли на изменение нашей исследовательской оптики и критическое переосмысление привычных конструктов групповых молодежных идентичностей. Неформалы, субкультуры, клубная или барная культура, альтернатива недостаточно отражали новые формы коммуникаций на молодежных культурных сценах» [Омельченко, 2013]. К концу 2000-х годов наши исследования фиксировали появление новых молодежных солидарностей — прямого или опосредованного, событийного или временного, реального или виртуального объединения разной молодежи вокруг разделяемых ценностей, которые на тот момент стали значимыми для самоопределения и идентификации со своими и размежевания с «другими, чужими». Эти солидарности, с одной стороны, деформируют аутентичные групповые субкультурные идентичности, с другой стороны, ценностно консолидируют различные сегменты молодежи из субкультур, буферных групп и мейнстрима.

«Понятие солидарности используется нами не в качестве универсального или нормативного, а с целью распознать сквозные формы прямых или опосредованных

объединений, социальный смысл которых определяется особенностями конкретных общественных ситуаций (экономических, культурных и политических режимов). Солидарный подход помогает увидеть не только внутри групповые, но и межгрупповые коммуникации, описать «буферные» пространства перехода и выйти на ключевые линии ценностно-культурных напряжений в межгрупповых коммуникациях, сделать акцент на особенностях симпатий и вражды внутри молодежного пространства. Интенсивность притяжений и отталкиваний позволяет судить о ключевых ценностях и идеях, вокруг которых разворачивается символическая борьба. В этой борьбе отражаются поиски групповой и индивидуальной аутентичности вместе со степенью влияния дискурсивных практик (государственных, политических, медиа) на отдельных индивидов и группы в целом» [Омельченко, 2014].

Преимущества использования концепта «молодежных солидарностей» заключаются в следующем:

— Во-первых, этот концепт помогает увидеть особые типы взаимоотношений между мозаичным большинством (мейнстримом) и независимым меньшинством. Культурное производство, интеллектуальная рефлексия или политический протест экспериментирующего субкультурного меньшинства играют важную роль референции для мейнстримного большинства.

— Во-вторых, этот подход позволяет понять, что как «субкультурные», так и мейнстримные молодежные культуры и практики ограничены теми же социальными противоречиями и неравенством, что и общество в целом. Молодежные культурные практики играют центральную роль в формировании привязанностей и солидарностей, которые придают смысл жизни молодежи.

— В-третьих, это оказывается более мягким способом описания молодежной реальности, помогающим преодолевать субкультурные барьеры и позволяющим находить общие значимые векторы, вдоль которых с разной степенью интенсивности располагаются молодежные группы. Ряд ценностно-смысловых континуумов позволяет учитывать как полярные (жесткие) варианты принятия или отторжения ценностных позиций, так и периферийные, пограничные, диффузные формы» [Омельченко, 2014].

Рост протестных выступлений на большинстве территорий европейских государств на рубеже первого и второго десятилетия 2000-х годов вывел молодежные исследования в актуальную повестку дня. Популярность экзотических самопрезентаций, глобальных ссылок выводит молодежные солидарности за пределы отдельных государств и национальных образований. Меняется палитра актуальных (трендовых) политик идентичностей: от ироничной и стебной гламуризации публичных протестов, использующих гендерные перформансы (арт-группа «Война», украинское движение «Фемин», российское «Порву за Путина», эпатажные женские панк-группы) до национал-патриотически ориентированных новых спортивных движений, таких как «Русский бег» или «Бойцовский клуб Путина». Важный элемент новых молодежных солидарностей — не только достижение позитивного результата участия в протестных контр- и субкультурных активностях, но и получение удовольствия (гражданского, эстетического) [Омельченко, 2015].

«Мы зафиксировали рост популярности антикапиталистических настроений и практик как значимого стимула солидаризации молодежи, включенной в различ-

ные группы. Так, в рамках исследования анархосолидарности в Санкт Петербурге были обнаружены разные формы этих настроений: от культурно символических противостояний до активных протестных действий и выступлений¹⁷ [Литвина, Омельченко 2013]. Новые молодежные движения и солидарности стали ключевыми акторами развития сетевых взаимодействий и коммуникаций, формируя политические площадки, развивая языки сетевых мобилизаций, расширяя горизонты потребительских практик, отстаивая новые солидарные смыслы справедливости, искренности и доверия» [Омельченко, 2014]. Выросла популярность DIY-практик как альтернативы расширению массовых потребительских индустрий, включающих не только производство одежды и бытовых товаров, но и музыку, медиа, кино/видео и театральную сферы.

Активное включение молодежи в освоение города через спортивные практики связано с важными изменениями внутри культурных сцен, спровоцированными широким использованием рискованной экзотики. Исследования того периода помогли обратить внимание на роль чувственного, телесного включения в коллективное тело «своих», которое либо стимулирует участие, либо подталкивает к выходу из группы. Значимость удовольствия связана с возможностью получения уникального индивидуального опыта и приобретения новых навыков и компетенций. Включенность в сообщества — временная или постоянная — помогает молодежи создавать локальные и неформальные пространства автономии, характеризующиеся празднованием социальности и гедонизма. Чувство принадлежности к сообществу придает смысл участию, помогая испытать альтернативные субъективности, ориентированные не только на разделяемые группой культурные и политические ценности.

Мы зафиксировали также «рост контркультурных настроений как знак ценностного разрыва в общественных настроениях, свидетельствующих о крайней актуализации понятия социальной справедливости, межгруппового и межпоколенческого доверия. Расширяется пространство молодежных групп, ориентированных исключительно на постматериальные ценности. Подобные контркультурные, вне/антисистемные солидарности включают в себя разные протестные группы — молодежь среднего класса, представителей креативного, интеллектуального сектора, айтишников, активных блогеров и сетевиков, не обязательно идентифицирующих себя с оппозицией. К концу первого десятилетия нового тысячелетия отчетливее проявились основные векторы радикализации отдельных молодежных солидарностей. Их ценностными якорями становятся про- и антипатриотические, про- и антимигрантские настроения, отношение к нормативным или альтернативным гендерным режимам, принятие или отказ от монопартийных систем, разные прочтения идей справедливости и прав человека» [Омельченко, 2014].

¹⁷ Исследовательская команда ЦМИ принимала участие в широкомасштабном международном проекте MYPLACE («Memory, Youth, Political Legacy and Civic Engagement»), руководитель профессор Хилари Пилкингтон, с российской стороны — Елена Омельченко (2011—2015) (в рамках программы European commission FP7). URL: <http://www.fp7-myplace.eu/index.php> (дата обращения: 28.02.2019). В рамках российской части проекта было сделано три кейса: «Русский бег» (исследователь А. Зиновьев), анархо-сцена Санкт-Петербурга (исследовательница Д. Литвина), молодежное движение «Наши» (исследовательницы Н. Федорова, Н. Минькова, Д. Кривонос), снято три исследовательских фильма (реж. Д. Омельченко). URL: <https://spb.hse.ru/soc/youth/videos> (дата обращения: 28.02.2019).

Молодежный вопрос в современной России: рубеж первого и второго десятилетий 2000-х — по настоящее время

Современное состояние молодежного культурного пространства России чрезвычайно многослойно и с трудом поддается анализу в выбранном направлении. На публичные пространства выходит молодое поколение, вся жизнь которого прошла в «путинскую» эпоху. Его ключевое отличие от тех, кто вырос в 1990-е и 2000-е, в том, что они эти молодые люди не проживали советской социальности: ни в детстве, ни в подростковом возрасте, ни в ранней молодости. Правда, именно в этот период стали активно возрождаться советские практики военно-патриотического воспитания старших школьников и подростков¹⁸. Вместе с тем на старших из их когорты пришлись события 2011—2012 гг., которые могли стать поколенческой травмой и закрепиться в качестве поколенческого синдрома¹⁹: потеря чувства гражданской безопасности, осторожность при открытом высказывании личного мнения, отказ от критических оценок, конформистская лояльность. При сохранении высокого уровня доверия президенту страны содержание этого доверия изменилось. Молодежь, вовлеченная в культурные молодежные сцены, начала отходить от проимперского прочтения патриотической повестки, активно продвигаемой медийным дискурсом. Несмотря на общественную атмосферу вокруг и после событий в Украине и ситуации с Крымом, полной консолидации и солидаризации вокруг активного продвижения «крымнашей» идеи не случилось. Практически во всех молодежных группах, сообществах, суб/культурных и мейн-стримных молодежных сценах происходили серьезные конфликты, разделившие молодежь на «за» и «против».

Уже в начале 2010-х годов результаты масштабного исследования позволили нам сделать вывод о формировании особых поколенческих черт («поколение Крыма») со специфическими характеристиками пусть и не до конца оформленных, но разделяемых многими синдрома²⁰. Патриотические настроения в этот период получили множественные прочтения. Молодежь, включенная в более консервативные институции (например, военные училища), отчасти разделила продвигаемую властью версию с центровыми идеями о «необходимости защиты от врагов», «особом российском пути», «готовности к военной защите». Однако и в этой среде мы можем столкнуться скорее с прагматическими интерпретациями,

¹⁸ С 1 сентября 2016 г. начинает свою историю всероссийское военно-патриотическое движение «Юнармия», нацеленное на патриотическое воспитание школьников. Движение является прямым продолжателем советских программ. Реализуются программы по подготовке детей и подростков к военной службе, на базе воинских частей проходят конкурсы и соревнования, сборы и слеты. Юнармейцы имеют свою форму, в 2017 г. они впервые прошли по Красной площади на Параде Победы в Москве. На 21 февраля 2018 г. в Юнармии состояло почти 192,6 тыс. человек (URL: <http://yunarmy.ru>).

¹⁹ Протестные выступления в 2011—2012 гг. закончились жесткими задержаниями активистов и оппозиционеров. При этом по разные стороны баррикад (в прямом смысле слова) оказались юноши и девушки одной поколенческой когорты, но с противоположными политическим и идеологическими целями. С одной стороны — «Наши», с другой — представители среднего класса, которых журналисты назовут позже хипстерами и «рассерженными молодыми горожанами».

²⁰ Эти события стали толчком к общему поколенческому переживанию, продолжающему влиять на нынешних 20—25-летних: сложные переживания войны, близкой смерти и риска, возможности моментальных геополитических изменений — но еще и переживания особого патриотического бума, активно продвигаемого в рамках государственного дискурса. Подробнее об этом см.: Е. Омельченко «О поколении Крыма, прагматичном патриотизме и исчезновении готов» // The Village. 27.03.2015. URL: <https://spb.hse.ru/press/146967207.html> (дата обращения: 28.02.2019).

конформистской невключенностью в дискуссии и даже с творческим переопределением патриотических чувств и символов²¹. Интерпретации патриотизма молодежи, достаточно плотно включенной в разные формы молодежной кооперации (сообщества, субкультуры, движения, околополитические активности) становятся ближе к приватной, эмоционально окрашенной повседневной гражданственности так называемых малых дел. Юноши и девушки готовы включаться в инициативы, только если их поддерживают «свои», если они доверяют их участникам, разделяют ценности внутренней коммуникации. Особое значение приобрела (пусть и только потенциальная) гарантия изменений, «пользы» и результата. Травма прямого гражданского участия 2011—2012 гг. фактически закрыла дорогу для массовой публичной активности. Менее масштабные акции апреля 2017 г. подтвердили и усилили ощущение небезопасности и прямого риска для тех, кто решился выйти и открыто высказать свое мнение. Ключевыми моментами критики стали сюжеты, связанные с социальной несправедливостью и усиливающимся неравенством во всех сферах жизни, в том числе и в молодежной среде²².

В целом наше исследование зафиксировало спад националистических и антииммигрантских настроений. Мы видим, что бывшее очень популярным движение скинхедов еще в начале 2000-х годов сошло на нет, как ушло в прошлое и движение антифа, которые в определенной степени воспроизводили друг друга. Наиболее заметно ослабление ксенофобных и национал-окрашенных настроений в младшей молодежной когорте 16—19 лет, юноши и девушки которой оказались в наименьшей степени подвержены прямой пропаганде. Они практически не смотрят российские информационно аналитические ТВ-программы, предпочитая получать информацию из YouTube, Instagram и других сетевых источников. Они в большей степени ориентированы на интернационализм и в меньшей — на патриотизм в политическом смысле.

Несколько важных штрихов в отношении поколенческого профиля

Самой значимой приметой миллениалов признается полная включенность в цифровые коммуникации (Digital native) — в отличие от их старших сверстников, которых называют Digital migrants. Digital-native — это девушки и юноши, «рожденные с мобильным телефоном в руках», с раннего детства овладевшие исключительно новыми способами освоения мира и познания себя. Меняется характер внутри- и межгрупповой коммуникации, приметами которых становится акцент на эмоциональной, чувственной стороне взаимодействия: ожидание обратной связи, сформированной в онлайн-пространстве и закрепленной в опыте, оказывается определяющим для выстраивания отношений и самовосприятия. Частное и публичное пересекаются и проникают друг в друга, самопрезентации в чатах Instagram и других сетях становятся неким обязательным дополнением

²¹ Речь идет о резонансном видео, записанном курсантами Ульяновского института гражданской авиации (УИГА), в котором они танцуют под песню Satisfaction в общежитии училища. Это видео было пародией на видеоролик, снятый в 2013 г. солдатами британской армии. Первоначальной реакцией администрации института было требование уволить участников клипа, но после серии видео в формате широкого флешмоба в поддержку курсантов санкции были отменены.

²² Крутов М. Тихий бунт «поколения Z» // Радио Свобода. 29.03.2017. URL: <https://www.svoboda.org/a/28398182.html> (дата обращения: 28.02.2019).

имиджа и соответствующих ему навыков. Реакция, ответ на задаваемый вопрос, получение оценки в разных формах («лайки», комментарии, грамоты, медали, записи в школьных и студенческих портфолио) — важный компонент выстраивания идентичности. Сетевая включенность непосредственно влияет на выбор каналов коммуникации и на уровень информированности молодежи. Важными моментами стали используемый язык и визуальный контент, а также особенности реагирования «своей» среды (милые, сообщество, тусовка, суб/культурная группа) на сетевые вызовы.

В этот период интерес к новым поколенческим практикам заметно возрос и со стороны кадровых агентств и руководителей бизнес-структур разного рода, что связано с трудовым поведением миллениалов²³. Акцент делается на сложностях мотивации, непредсказуемости трудовых миграционных планов, завышенных требованиях к рабочему месту и атмосфере: непринятие жесткой дисциплины и четкого графика, принципов коллективной ответственности и коллективного поощрения, стремление совмещать рутинную работу с внесистемным «фаном» и другое. Наши исследования также фиксируют отсутствие жесткой привязки молодых людей 18—25 лет к одному месту и одной профессии, они стремятся комбинировать разные типы занятости (фриланс, дистанционная работа, бюджет и предпринимательство) в зависимости не только от материальных мотивов, но и от сферы интересов, карьерных амбиций и планов. Мы обратили внимание на то, что современные девушки и юноши плохо представляют свое будущее, сложно формулируют планы дальше трех–пяти лет.

Плотная сетевая включенность молодых миллениалов влияет и на характер их ценностных ориентаций. Чем моложе когортные группы, тем более они толерантны и восприимчивы к различиям и эксклюзивности разного рода. Вместе с тем эти же группы оказываются более тревожными, с высоким ощущением опасности; они более щепетильны в вопросах экологии, что может проявляться в отношении к уходу за своим телом, в выборе одежды, еды, воды, а также животным и их правильному содержанию. Развитые сетевые практики и онлайн-коммуникации могут сопровождаться ощущениями риска и потери приватности и безопасности. Одна из причин — онлайн-пространство стало еще одной площадкой для интернет-буллинга (издевательств, насмешек, провокаций).

Субкультуры, солидарности, культурные молодежные сцены

Политические вопросы стали крайне важными для переформатирования субкультурных и солидарных групп. Вместе с особенностями дискурсивного влияния на групповые молодежные идентичности внутри культурных сцен начинают формироваться сегменты, противостоящие друг другу вдоль таких конфликтных измерений, как: а) формальная (организованная сверху) и неформальная (низовая) вовлеченность в «политику малых дел», повседневную гражданственность; б) гендерные режимы, ориентированные на стремление к равенству и балансу мужского и женского в доступе и участию, и те, которые ориентированы на поддержку патриархально-властных отношений (в семье, в сообществе, в государстве);

²³ См, например: Исследование Сбербанка: 30 фактов о современной молодежи // Adindex.ru. 10.03.2017. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/10/158487.phtml> (дата обращения: 28.02.2019).

с) патриотизм, основанный на гражданственности, и патриотизм, основанный на национальности вместе с милитаризацией.

Эти напряжения стали одной из предпосылок моратория суб/культурной активности, в этот период мы отмечаем значительное сокращение (суб)культурных сцен. Субкультуры в классическом виде уходят на периферию. Начало этого процесса мы фиксировали с начала 2000-х годов и связывали его с прямым политическим давлением и «борьбой» с субкультурной вовлеченностью.

Результаты последнего проекта²⁴ демонстрируют расширение пространства буферных и миксовых форм культурных молодежных практик и идентичностей, что нашло отражение в широкой включенности молодежи в разные типы сообществ и групп, которые лишь в ограниченной степени могут быть соотнесены с субкультурными.

Компании становятся более смешанными в возрастном, гендерном, стилевом плане. Молодежь с успехом формирует микрогруппы, состоящие из бывших одноклассников, однокурсников, дворовых друзей, родственников, тех, кто имеет схожие увлечения. При этом семья и дворовые компании более значимы при формировании близких отношений и привязанностей для молодежи Махачкалы и Ульяновска, тогда как молодежь Санкт-Петербурга и Казани в большей степени ориентирована на встречи в публичных пространствах. Дворовая культура уходит в прошлое, сохраняясь в качестве отдельных редких зон в пространстве городских локальностей старого, советского типа, например, районах застройки типа «хрущевок».

Основные векторы социальности молодежи — городской спорт, компьютерные игры, интеллектуальные игры в закрытых, клубных пространствах, практики и сообщества, связанные со здоровым образом жизни. Для молодежи во четырех исследованных городах важно быть активным: интерпретации активности различны, они могут значимо различаться в зависимости от региональных, гендерных, классовых, этнорелигиозных смыслов. Формальная и низовая (самоорганизованная) вовлеченности, с одной стороны, значимо различаются, с другой — проникают друг в друга, что, например, демонстрирует этнография волонтерства в Ульяновске или поисковые практики казанских студентов, инициативных форм городского туризма в Санкт-Петербурге. Тренд аутентичности (в контексте разделяемых ценностей) присущ большинству молодежных сообществ, как «Instagram-девичество», так и участникам дарк-сцены Санкт-Петербурга. Разная молодежь (культурно, стилистически, классово, этнически) может разделять некие общие ценности — ЗОЖ, спорт, волонтерство, фанатство, компьютерные и настольные игры. Ценности гражданской ответственности, альтруизма и готовности к заботе об окружающих разделяют участники опроса во всех городах, вне зависимости от групповых идентичностей и культурных выборов. Заметное влияние на разделяемые смыслы групповых идентичностей оказывают так называемые традиционные ценности и патриотический настрой, что говорит о значимой роли политических дискурсов

²⁴ Проект «Созидательные поля межэтнического взаимодействия и молодежные культурные сцены российских городов» (проект финансировался Российским научным фондом, Номер проекта: 15-18-00078). Исследование проводилось в Санкт-Петербурге, Казани, Махачкале и Ульяновске. Полностью материалы исследования будут представлены в готовящейся к публикации книге «Молодежь в городе. Российский случай: культуры, сцены, солидарности».

в переформатировании пространства молодежного активизма и молодежных культурных сцен. Опрос зафиксировал заметное присутствие различных форм религиозного активизма, по убывающей: Махачкала, Казань, Ульяновск.

В последние годы стало популярно причислять себя к сторонникам здорового образа жизни. Эти практики могут реализоваться через аскетизм в потреблении — веганы, вегетарианцы, отказ от курения, употребления психоактивных веществ или через виртуальные ЗОЖ-сообщества, которые существуют только в социальных сетях («ВКонтакте», Instagram и др.), но формируют определенную повестку дня: что можно есть, как можно похудеть и как правильно провести выходные. Популярно и заниматься спортом, и быть активным болельщиком. Велосюбиты, воркаутеры, футбольные фанаты — именно с ними часто идентифицирует молодежь себя и своих друзей.

При достаточной схожести ключевых трендов молодежных социальностей, характерных для современной городской среды, полученные в опросе данные показывают значимые региональные различия. Ближе друг к другу по типам молодежной включенности оказались профили Санкт-Петербурга и Казани, с одной стороны, и Махачкалы и Ульяновска — с другой. В этом сходстве/различии проявилась разработанная нами идея о том, что культурные и локальные идентичности оказываются более значимыми, чем этнические или религиозные. Большое влияние на схожесть/различие региональных молодежных профилей могут оказывать гендерные и классовые основания молодежных формирований, а также пусть и опосредованное, но во многом социально и экономически обоснованное отнесение себя и своих компаний к центру (столице, в нашем случае — Санкт-Петербургу и Казани) или к периферии, провинции, что характерно для махачкалинской и ульяновской молодежи.

Картографирование молодежных групп во всех четырех городах показало, что, несмотря на вариации в их представленности, самые распространенные практики — одни и те же. При этом ключевыми измерениями солидаризации со «своими» и формирования внутригрупповой идентичности остаются: отношение к гендерным режимам (гендерное равенство или патриархат), уровень религиозности (от абсолютного принятия до атеизма и агностицизма), интерпретации границ сексуального выбора (сексуальная свобода или контроль за сексуальностью, толерантность к другим вариантам сексуальной ориентации или гомофобия).

Отсутствие адекватного социального запроса на гражданственность подталкивает часть молодежи не только к сопротивлению формальным ассоциациям, но и развитию низовых инициативных практик «горожанства» и локального патриотизма. Например, внутри институционально организованных движений — волонтерства, поисковых отрядов — могут образовываться независимые инициативы, участники которых переопределяют формальные правила и цели. Развиваются новые формы гражданственности «малых дел», общие солидарные инициативы внутри маленьких городских локальностей: свои кафе, парикмахерские, ветлечебницы, практики взаимной заботы и поддержки. К отдельным направлениям низовых гражданских практик «на уровне протянутой руки» можно отнести организацию альтернативных городских пространств, участники которых солидарно сопротивляются коммерциализации потребительских рынков

(массовизации и анонимизации потребления) через продвижение новых «антикапиталистических» форм. Сюда можно отнести популярность новых практик питания («осмысленное», экологическое потребление — веганство, вегетарианство и др.), DIY-рынки, практики заботы о группах, находящихся в сложной жизненной ситуации.

Заключение

Рассмотрение ключевых трансформаций молодежного пространства в России за 25 лет помогает понять роль и место изменений каждого этапа в формировании особых форм социальности российской молодежи, что дает возможность детально рассмотреть и зафиксировать уникальность российского молодежного опыта.

Первый период (1980—1990-е годы) стал временем рождения и признания культурного меньшинства и субкультурного субъекта в качестве значимого и включенного актора социальных трансформаций не только в рамках молодежной жизни, но и общества в целом. Ключевыми понятиями, с помощью которых концептуализировались происходившие изменения, стали субкультуры, тусовки, неформалы, «продвинутые» и «нормальные», группировки, гопники. Выбор молодежью «нормальной» или «продвинутой» культурной стратегии не был полностью добровольным, во многом определялся родительской и локальной (соседской) средой и культурой, географией (столица — провинция, центр — периферия), структурными условиями взросления (происхождение/класс, гендер, этничность, религиозность, дееспособность). Социально-экономическим и политическим фоном коренных изменений молодежной социальности стали глобальные изменения социального порядка, крайне слабая молодежная политика, разрушение материально-экономической инфраструктуры социальной поддержки и сопровождения взросления, что произвело как негативные, так и позитивные социальные эффекты. Отдельная роль в появлении новых форм групповых идентичностей принадлежит «образам Запада» как значимого «другого», принятие и сопротивление в отношении культурных продуктов которого выражается через разные социальные эффекты, в частности — формирование «обиженного» патриотизма.

Одним из определяющих факторов первого десятилетия XXI века стало государственное молодежное партстроительство, патриотическое воспитание, операции «неформал»²⁵, движения «комиссаров» и их последователей. Это время отмечено фрагментацией классических субкультур, расширением пространства буферных групп, появлением культурных миксов, политизацией молодежных сообществ. Начался отход субкультур на периферии городских пространств. Для понимания новых измерений молодежных социальностей мы разработали и ввели в научный анализ концепт «солидарности», использование которого позволяет рассмотреть и проанализировать ключевые векторы ценностных союзов и противостояний внутри и между различными молодежными формированиями. Возросло влияние властных дискурсов, которые проникли и в разной степени интенсивности повлияли на типы молодежной социальности.

²⁵ Операции «неформал» проводились во многих российских городах, в частности в Санкт-Петербурге. По школам, техникумам и ссузам рассылались рекомендации по выявлению молодежи, принадлежащей к субкультурам, для соответствующей профилактической работы.

К концу рубежа первого и второго десятилетия 2000-х годов по настоящее время молодежное пространство, вместе с широкой вовлеченностью молодежи в разнообразные формы социального и культурного участия в жизни общества, отличается еще большей маргинализацией и периферизацией субкультурных групп. Разные типы молодежных формирований (протосубкультур, солидарностей, культурных сцен, групп активисткой и гражданской направленности) обладают значимой для включенных участников аутентичностью (через особые гендерные режимы, разделяемую социальность, ценности и иерархии, формирующие границы сообществ). Состав этих групп максимально разнообразен, но они включают в себя модифицированные сущности (субстанции) субкультур — особый характер коммуникации (разделяемые смыслы сообщества: язык, юмор, культурные симпатии) и особую культурную чувствительность к распознаванию «своих». Реакции различных молодежных групп и солидарностей на давление властного дискурса крайне разнообразны: от некритичного принятия до сопротивления. Ключевыми факторами в выборе «своей» группы и последующей включенности в групповые ценности и смыслы становятся гендерный режим компаний, интерпретации гражданственности и общественной «пользы», уровень религиозности. Мы фиксируем рождение новых форм гражданственности, низовых практик «горожанства» и локального патриотизма: волонтерство и низовое добровольчество, поисковые практики, рэп-баттлы с острой политической повесткой, городские протестные выступления, виртуальные флешмобы, сетевая взаимопомощь. Этот период стал временем формирования гражданского молодежного субъекта. Коммерциализация потребительских рынков и практик стимулирует формирование альтернативных пространств сопротивления массовизации и анонимизации через антикапиталистические и антигламурные настроения и инициативы, популярность осмысленного потребления и особых практик питания, развитие DIY-рынков, потребительский аскетизм.

Меняющиеся формы молодежной социальности подталкивают искать новые способы концептуализации молодежных культурных практик [Омельченко, Поляков, 2017]. В рамках реализуемых проектов при анализе современных городских молодежных идентичностей и практик мы стремимся комбинировать различные идеи — как старые (пост/субкультуры), так и новые («солидарности» и «культурные молодежные сцены»).

Список литературы (References)

Варшавская Е. Российская NEET-молодежь: характеристики и типология // Социологические исследования. 2016. № 9. С. 31—39.

Varshavskaya E. (2016) NEET-youth in Russia: Characteristics and Typology. Sociological Studies. No. 9. P. 31—39. (In Russ.)

Волков А. С., Гурьев С. Журнал «КонтрКультУра». 1989—2002. Опыт креативного саморазрушения. М.: Сияние. 2017.

Volkov A. S., Guriev S. (2017) Journal “KontKultUra”. 1989—2002. Experience of creative self-destruction. Moscow: Siyanie. (In Russ.)

Гончарова Н., Доброштан О., Костерина И., Лукьянова Ж., Омельченко Е., Шарифуллина Э. Нормальная молодежь: пиво, тусовка, наркотики / под ред. Е. Омельченко. Ульяновск : Изд-во Ульяновского государственного университета. 2005.

Goncharova N., Dobroshtan O., Kosterina I., Lukyanova J., Omelchenko E., Sharifullina E. (2005) Normal Youth: Beer, Party, Drugs / Ed. by E. Omelchenko. Ulyanovsk: Publishing House of Ulyanovsk State University. (In Russ.)

Желнина А. А. «Политтусовка» — альтернативное публичное пространство в сфере молодежной политики. Социологические исследования. 2014. № 3. С. 80—88.

Zhel'nina A. A. (2014) «Polit-tusovka» — Alternative Public Space in Youth Politics Realm. *Sociological Studies*. No. 3. P. 80—88. (In Russ.)

Зиновьев А. А. Наш подарок этому миру: анализ специфики насилия в практиках бойцовского клуба Санкт-Петербурга // Этнографическое обозрение. № 1. 2014. С. 33—46.

Zinoviev A. A. (2014) “Our Gift to This World”: An Analysis of Specificities of Violence in Practices of a St. Petersburg Fight Club. *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review]*. No. 1. P. 33—46. (In Russ.)

Исламшина Т. Г. Молодежные субкультуры. Казань : КГТУ. 1997.

Islamshina T. G. (1997) Youth Subcultures. Kazan: KSTU. (In Russ.)

Костюшев В. В. Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга: социологический и антропологический анализ. СПб. : Норма. 1999.

Kostyushev V. V. (1999) Youth Movements and Subcultures of St. Petersburg: a Sociological and Anthropological Analysis. St. Petersburg: Norm. (In Russ.)

Кривонос Д. Жизнь после «Наших»: автономия, лояльность и искренность в молодежном движении «Сталь» // Этнографическое обозрение. 2015. № 1. P. 72—89.

Krivosnos D. S. (2015) Life after Nashi: Autonomy, Loyalty, and Sincerity in the Stal' Youth Movement. *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review]*. No. 1. P. 72—89. (In Russ.)

Литвина Д. А., Омельченко Е. Л. Риторика и повседневность информального образования анархистов. Вопросы образования. 2013. № 2. С. 133—153.

Litvina D., Omelchenko E. (2013) Rhetorical and Everyday Aspects of Anarchist Informal Education. *Educational Studies Moscow*. No. 2. P. 133—153. (In Russ.)

Новикова Л. Хипстеры: новые потребительские стратегии молодежи // Омельченко Е., Сабирова Г. Новые молодежные движения и солидарности России. Ульяновск : Ульяновский государственный университет. 2011. С. 127—144.

Novikova L. (2011) Hipsters: New Consumer Strategies for Youth. In: Omelchenko E., Sabirova G. *New youth movements and solidarities in Russia*. Ulyanovsk: Ulyanovsk State University Publisher. P. 127—144. (In Russ.)

Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. М. : ИС РАН. 2000.

Omelchenko E. (2000) Youth Cultures and Subcultures. Moscow: IS RUS. (In Russ.)

Омельченко Е. Молодежь: открытый вопрос. Ульяновск : Симбирская книга. 2004.

Omelchenko E. (2004) Youth: an open question. Ulyanovsk: Simbirskaiia Kniga. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Субкультуры и культурные стратегии на молодежной сцене конца XX века: кто кого? // Неприкосновенный запас. 2011. № 4 (36). С. 45—46.

Omelchenko E. L. (2011) Subcultures and Cultural Strategies on the Youth Scene of the End of the Twentieth Century: Who Wins? *Neprikosnovenny Zapas*. No. 4(36). С. 45—46. (In Russ.)

Омельченко Е., Пилкингтон Х. С чего начинается Родина: молодежь в лабиринтах патриотизма. Ульяновск: Ульяновский государственный университет. 2012.

Omelchenko E., Pilkington H. (2012) Where Homeland Begins: Youth in the Labyrinths of Patriotism. Ulianovsk: Ulianovsk State University. (In Russ.)

Омельченко Е. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52—61.

Omelchenko E. (2013) The Solidarities and Cultural Practices of Russia's Young People at the Beginning of the Twenty-First Century The Theoretical Context. *Sociological Studies*. No. 10. P. 52—61. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. От субкультур — к солидарностям и назад к субкультурам? Споры о терминах и этнография молодежной социальности // Этнографическое обозрение. 2014. № 1. С. 3—8.

Omelchenko E. L. (2014) From Subcultures to Solidarities and Back to Subcultures? Debates on Terms and the Ethnography of Youth Sociality. *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review]*. Vol. 1. P. 3—8. (In Russ.)

Омельченко Е. Риски и удовольствия на сценах молодежного активизма современной России // Пугачев М. Г., Филиппов А. Ф. Пути России. Альтернативы общественного развития. 2.0. М. : Новое литературное обозрение. 2015. С. 25—47.

Omelchenko E. (2015) Risks and Pleasures on Scenes of Youth Activism in Russia. In: Pugachev M. G., Filippov A. F. *Ways of Russia. Alternatives of Social Development*. 2.0. Moscow: New Literary Review. P. 25—47. (In Russ.)

Омельченко Е., Поляков С. Концепт культурной сцены как теоретическая перспектива и инструмент анализа городских молодежных сообществ. Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. № 2. С. 111—132.

Omel'chenko E., Poliakov S. (2017) The Concept of Cultural Scene as Theoretical Perspective and the Tool of Urban Communities Analysis. *Russian Sociological Review*. Vol. 16. No. 2. P. 111—132. (In Russ.)

Пилкингтон Х., Омельченко Е., Флинн М., Блюдина У., Старкова Е. Глядя на Запад / пер.: О. А. Оберемко, У. Блюдина. СПб. : Алетейя. 2004.

Pilkington H., Omelchenko E., Flynn M., Bliudina U., Starkova E. (2004) Looking West. Trans. by O. Oberemko, U. Bliudina. SPB: Aleteya. (In Russ.)

Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15—33. <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029>.

Radaev V. V. (2018) Millenials Compared to Previous Generations: an Empirical Analysis. *Sociological Studies*. No. 3. P. 15—33. (In Russ.) <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029>.

Щепанская Т. Б. 1993. Символика молодежной субкультуры. СПб. : Наука.

Scheranskaya T. B. (1993) The Symbolism of the Youth Subculture. SPB.: Science. (In Russ.)

Bennett A. (1999) Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology*. Vol. 33. No. 3. P. 599—617. <http://dx.doi.org/10.1017/S0038038599000371>.

Bennett A., KahnHarris K. (eds.) (2004) *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Blackman S. (2005) Youth Subcultural Theory: A Critical Engagement with the Concept, its Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism. *Journal of Youth Studies*. Vol. 8. No. 1. P. 1—20. <http://dx.doi.org/10.1080/13676260500063629>.

Edmunds J., Turner B. S. (2002) *Generations, Culture and Society*. Buckingham: Open University Press.

Gololobov I, Pilkington H., Steinholt Y. (2014) *Punk in Russia: Cultural Mutation from the “Useless” to the “Moronic”*. London: Routledge.

Hall S., Jefferson T. (eds.) (1976) *Resistance through Rituals: Youth Cultures in PostWar Britain*. London: Hutchinson.

Hodkinson P. (2004) The Goth Scene and (Sub) Cultural Substance. In: Bennett A., Kahn-Harris K. *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Baskingstoke: Palgrave Macmillan. P. 135—147.

Krupets Y., Morris J., Nartova N., Omelchenko E., Sabirova G. (2017) Imagining young adults' citizenship in Russia: from fatalism to affective ideas of belonging. *Journal of Youth Studies*. Vol. 20. No. 2. P. 252—267. <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2016.1206862>.

MacDonald R., Marsh J. (2005) *Disconnected Youth? Growing Up in Britain's Poor Neighbourhoods*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Muggleton D. (2000) *Inside subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg Publishers.

Nayak A. (2003) 'Ivory Lives', Economic Restructuring and the Making of Whiteness in a Post-Industrial Youth Community. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 6. No. 3. P. 305—325. <https://doi.org/10.1177/13675494030063003>.

Omelchenko E. (2012) Russian Youth from the 1990s until 2010: Generational Changes. In: *Generation X goes global: mapping youth culture in motion*. New York: Routledge. P. 248—268.

Omelchenko E. L., Sabirova G. (2016) Youth cultures in contemporary Russia: memory, politics, solidarities. In: *Eastern European Youth Cultures in a Global Context*. L.: Palgrave Macmillan. P. 253—270.

Omelchenko E., Pilkington H. (2013) Regrounding Youth Cultural Theory (in Post-Socialist Youth Cultural Practice). *Sociology Compass*. Vol. 7. No. 3. P. 208—224. <http://dx.doi.org/10.1111/soc4.12023>.

Pilkington H. (1994) *Russia's Youth and its Cultures: A Nation's Constructors and Constructed*. London and New York: Routledge.

Pilkington H., Johnson R. (2003) Peripheral Youth: Relations of Identity and Power in Global/Local Context. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 6. No. 3. P. 259—83. <https://doi.org/10.1177/13675494030063001>.

Pilkington H., Omel'chenko E., Garifzianova A. (2010) *Russia's Skinheads: Exploring and Rethinking Subcultural Lives*. London, New York: Routledge.

Pilkington H., Omelchenko E., Flynn M., Bliudina U., Starkova E. (2002) *Looking West? Cultural Globalization and Russian Youth Cultures*. University Park: The Pennsylvania State University Press.

Pilkington H., Omelchenko E., Perasović B. (2018) 'One Big Family': Emotion, Affect and Solidarity in Young People's Activism in Radical Right and Patriotic Movements. In: *Understanding Youth Participation Across Europe*. London: Palgrave Macmillan. P. 123—152.

Redhead S. (1995) *Unpopular Culture: The Birth of Law and Popular Culture*. Manchester: Manchester University Press.

Roberts K., Pollock G. (2009) New Class Divisions in the new Market Economies: Evidence from the Careers of Young Adults in Post-Soviet Armenia, Azerbaijan and Georgia. *Journal of Youth Studies*. Vol. 12. No. 5. P. 579—96. <https://doi.org/10.1080/13676260903081640>.

Shildrick T., Blackman S., MacDonald R. (2009) Young People, Class and Place. *Journal of Youth Studies*. Vol. 12. No. 5. P. 457—65. <https://doi.org/10.1080/13676260903114136>.

Stephenson S. (2015) *Gang in Russia: from the Streets to the Corridors of Power*. New York: Cornell University Press.

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.02

Правильная ссылка на статью:

Ильин В. И. Социальный серфинг как модель молодежного образа жизни // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 28—48. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.02>.

For citation:

Ilyin V. I. (2019) Social surfing as a model of youth lifestyle. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 28—48. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.02>.



В. И. Ильин СОЦИАЛЬНЫЙ СЕРФИНГ КАК МОДЕЛЬ МОЛОДЕЖНОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

СОЦИАЛЬНЫЙ СЕРФИНГ КАК МОДЕЛЬ МОЛОДЕЖНОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

ИЛЬИН Владимир Иванович — доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; ассоциированный сотрудник, Социологический институт РАН, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: ivi-2002@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3658-8112>

SOCIAL SURFING AS A MODEL OF YOUTH LIFESTYLE

Vladimir I. ILYIN^{1,2} — Dr. Sci. (Soc.), Professor of Sociology; Fellow Researcher
E-MAIL: ivi-2002@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3658-8112>

¹ St. Petersburg University, St. Petersburg, Russia

² Sociological Institute of Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

Аннотация. С опорой на идеи З. Баумана в данном эмпирическом исследовании предпринята попытка проанализировать структуры и логики формирования образа жизни, адекватного «текучей современности», возникающей и в современной России. Он описывается с помощью метафоры

Abstract. Inspired by Z. Bauman's ideas this empirical study attempts to analyze the structure and logic of a way of life corresponding to the "liquid modernity" emerging both in Western countries and modern Russia. It is described by the metaphor of social surfing. One of the key characteristics of this way of life,

социального серфинга. Одна из ключевых характеристик этого образа жизни, характерного в первую очередь для молодежи, — преодоление эффекта социальной инерции (жизненной колеи) во всех сферах: в образовании, на рынке труда, в профессиональной деятельности, в жилищной стратегии, досуге и личной жизни. На основе серии биографических полуструктурированных интервью с жителями крупных городов в возрасте от 17 до 35 лет на основе стратегии Grounded Theory строится модель социального серфинга как образа жизни. В теоретическую выборку включались преимущественно информанты, в той или иной мере демонстрирующие элементы изучаемого образа жизни. Такой характер выборки исключает обобщения, распространяющиеся на всю российскую молодежь.

Модель социального серфинга состоит из двух основных блоков: логики социального серфинга в разных сферах жизни и факторов, повышающих вероятность выбора такого образа жизни. Модель социального серфинга включает в себя несколько уровней, пронизывающих все сферы: 1) институциональные сдвиги макроуровня, 2) паттерны практик социальных серферов, 3) личностные особенности серфера.

Ключевые слова: образ и стиль жизни, жизненная колея, социальный сёрфинг, текучая реальность, флексibilизация образа жизни

mainly typical for young people, is overcoming the effect of social inertia (individual path dependency) in all spheres: education, labor market, professional activities, housing strategy, leisure, and private life. Following the logic of Grounded Theory and using a series of biographical semi-structured interviews with residents of large cities, mostly aged 17 to 35 years, the author constructs a model of social surfing as a way of life. The theoretical sample primarily consists of informants demonstrating the elements of the lifestyle under consideration (social surfers). Such a nature of the sample precludes generalizations applicable to the entire Russian youth. The social surfing model consists of two main blocks: (a) the logic of social surfing in different spheres of life, and (b) the factors that increase the probability of choosing such a lifestyle. The model of social surfing includes several levels that permeate all spheres: 1) macro-level institutional shifts (flexibilization of structures), 2) patterns of social surfers' practices, and 3) surfer's personal characteristics.

Keywords: way of life and lifestyle, path dependency, social surfing, liquid reality, lifestyle flexibilization

Становление текущей социокультурной реальности

Современная Россия переживает процесс флексибилизации социальной структуры. Часть его характеристик более или менее универсальны, другие несут ярко выраженный отпечаток национальных особенностей.

1. Капитализм по своей сути предполагает динамизм и нестабильность. Если для многих стран это феномен, уходящий корнями в давнюю историю, то для России это реальность, возникшая лишь в 1990-е годы.
2. Постсоветские реформы означали переход от жесткой реальности индустриального общества этатистского типа к пульсирующей в режиме цикличности реальности капитализма. Этот переход происходил в виде хаотичного разрушения старого и не менее хаотичного созидания нового из обломков старой системы.
3. Одновременно Россия (в основном крупные города) в определенной мере начала вписываться в процессы становления постиндустриального общества, характерные для Запада (цифровая экономика, экономика сервиса и впечатлений, флексибилизация занятости, развитие аутстаффинга и т. д.). З. Бауман [Бауман, 2008] обозначил этот процесс как возникновение текущей реальности, где процесс замены одного относительно жесткого образа жизни другим не менее жестким вытесняется динамикой форм, для которых текучесть является их нормальным состоянием. Адекватным методологическим инструментом изучения этой реальности, по-видимому, является парадигма мобильности, предложенная Дж. Урри [Урри, 2012а; 2012b].
4. Технологии менеджмента, ориентированные на снижение затрат на рабочую силу, издавна (со времен мануфактуры) использовали упрощение труда как рычаг усиления контроля работников. Г. Браверман показал масштабный процесс депрофессионализации, усиливающий текучесть рынка труда [Braverman, 1998].
5. Г. Стэндинг [Стэндинг, 2014] диагностировал масштабный процесс прекаризации образа жизни широких масс людей и формирование нового опасного класса — прекариата. Неустойчивость, непредсказуемость статуса его членов — не кризисное, а перманентное состояние. Исследования рынка труда показывают нарастающие процессы его флексибилизации: переход к краткосрочным контрактам, свертывание социальных гарантий, расширение аутсорсинга и аутстаффинга.
6. Р. Флорида [Флорида, 2011] дал анализ креативного класса как естественного порождения креативной экономики. Для этой экономики постоянное отрицание старых и создание новых форм товаров и услуг является способом ее существования. В относительно небольших масштабах очаги такой экономики возникают и в России.
7. Процессы флексибилизации захватывают и сферу морали, особенно сексуальной [Гидденс, 2004]. Во многих странах, в том числе и в России, происходит сдвиг от нарушения моральных норм к нормализации их относительного и неустойчивого характера.
8. Поколенческие исследования фиксируют формирование не только нового текущего социального контекста, но и адекватной ему личности.

Исследователи британской компании Ipsos MORI [Duffy et al., 2018] в отчете о «поколении Z» (рожденные после 1996 г.) констатируют, что его жизнь разворачивается в среде, которая становится все более текучей. Наблюдается расширение доступных вариантов выбора, частично стимулированное развитием технологий, разнообразие возможных стилей жизни, моделей отношения к окружающему миру и поведения, что ведет к разрушению однородности. В этом социальном контексте происходит коррозия личности модерна [Сеннет, 2004] как неадекватной новому времени и формируется новый тип личности, адаптированный к текучей реальности.

9. Эмпирические исследования в разных странах констатируют масштабный феномен «молодежи-NEET», исключенной из сферы занятости и образования (NEET — аббревиатура от англ. «Not in Employment, Education or Training») [Bridgin..., 1999; McIntyre, 2002; Mascherini et al., 2012; Bardak et al., 2015; Варшавская, 2016]. Ее неукоренность в институтах образования и занятости создает «жидкий» базис образа жизни, с ранних лет интегрируя в ряды прекариата. В России уже в 2014 г. каждый восьмой россиянин в возрасте 15—24 лет находился вне сферы занятости и образования, то есть не работал и не учился [Варшавская, 2016].

Разумеется, нет никаких оснований принимать тренд флексибилизации за уже завершившийся и охватывающий все общество процесс. Жесткая и текучая реальности сосуществуют в разных пропорциях, сильно колеблющихся в континууме «столица — деревня». В центре внимания данного исследования находится процесс возникновения индивидуального образа жизни, порождаемого процессам флексибилизации.

Жизненная колея и социальный серфинг как модели социальной мобильности

Жизненный путь индивида — это череда ситуаций, почти всегда имеющих форму перекрестка, где встают вечные, но в то же время и уникальные для каждого вопросы: «Быть или не быть?», «Как и кем быть?», «Куда идти?», «Уйти или остаться?» и т. п. (см. [Ильин, 2014, 2015а, 2015b, 2017]).

Бесчисленные жизненные перекрестки можно разделить на два типа.

1. Перекресток, через который проходит глубокая жизненная колея

Это ситуация наличия формального выбора при реальном его отсутствии. Есть несколько вариантов пути, но чтобы пойти по большинству из них, необходимо наличие дефицитных предпосылок. В то же время есть уже проторенный на предшествующих этапах путь (колея). Прошрое, в той или иной мере ставшее опытом, программирует настоящее и будущее. Следование этому опыту кажется самым простым вариантом, хотя не исключено, что этот путь ведет в тупик.

Элементом жизненной колеи является жизненная ловушка. Это социальная ситуация выбора, сделав который, индивид не может вернуться назад и исправить ошибку, так как ресурсы для этого иссякли («возраст уже не тот», «все, чему учили в школе, забыл», «как разводиться, если есть дети?», упущенные возможности вновь не появляются — «поезд ушел»), имевшиеся ранее знания (навыки) утраче-

ны, деньги и здоровье растрочены. Стабильность жизненной колеи базируется на серии таких ловушек. И уже ясно, что выбранная дорога тупиковая, но возврат к исходному перекрестку в лучшем случае пугает своей непредсказуемостью, а в худшем — становится объективным препятствием. Ловушки включают специфическую конфигурацию как внешних, так и личностных ресурсов: изменившийся индивид в новых обстоятельствах (и сам уже не может, и условия не позволяют).

2. Перекресток с набором (не обязательно большим) доступных вариантов выбора

С одной стороны, разные пути реально открыты, а с другой — индивид обладает личностным потенциалом, чтобы воспользоваться ими. Именно череда таких перекрестков делает возможным социальный серфинг как образ жизни.

Для формирования образа жизни серфера необходимы два качественно разнородных вида предпосылок: море, по которому регулярно бегут достаточно высокие волны, и люди, которые эти волны в состоянии ловить и систематически это делают. Аналогичным образом для формирования социального серфинга как образа жизни тоже нужны два вида предпосылок.

С одной стороны, это социальное пространство, существующее в хаотично пульсирующем режиме, где волны (тренды) неожиданно возникают и столь же неожиданно исчезают, теряя свою энергию. Здесь некогда долговечные и устойчивые структуры превращаются в краткосрочные, неустойчивые и относительные (что вчера было ценностью, сегодня стало мусором). Именно это пространство

3. Бауман описал с помощью метафоры текучей современности [Бауман, 2008]. С другой стороны, это люди, способные жить в этой неустойчивой и непредсказуемой реальности, не превращаясь в жертв. Текучая реальность формирует таких людей, но в то же время она может существовать только благодаря им — способным воспроизводить ее в своих практиках. Они превращают возможности в социальную реальность.

Разумеется, если поставить здесь точку, получится столь же романтическая, сколь и иллюзорная картина жизни в расширяющей свои масштабы текучей реальности. О серфере можно сказать словами М. Лермонтова: «А он, мятежный, просит бури / Как будто в буре есть покой». Однако такой романтизм доступен далеко не всем. Существенная, если не преобладающая часть людей, вынужденно оказывающихся в волнующейся пучине текучей реальности, не может с ней совладать, а потому встречает ее без восторга, а то и со страхом, порою переходящим в ужас. Этот процесс описывается с помощью категории прекарнизации. Люди этой категории являются пассивными ее плодами, часто жертвами. Они находятся во власти волн (трендов) социальной реальности. Распространенный термин «офисный планктон» — определение одного из сегментов этой категории. Социальный планктон обитает не только в офисах, но и в заводских цехах, торговых центрах и университетах. Люди из этой категории — жертвы колебаний спроса на рабочую силу, уровня реальных доходов, цен на товары и услуги, девальвации профессий, упадка городов и районов, культурных сдвигов, пертурбаций личной жизни, реформ и т. д. «Планктон» не ловит волну, он с ужасом попадает в нее, не понимая, куда она его вынесет.

Методология и методика полевого исследования

Целью данного эмпирического исследования является построение модели социального серфинга как образа жизни. Анализ глобальных и национальных процессов формирования текучей социальной реальности дает возможность определить общие контуры такой модели. Целью данного качественного эмпирического исследования является конструирование более конкретной модели, состоящей из частных механизмов и технологий преодоления жизненной колеи.

Основной метод сбора данных — биографическое интервью, сфокусированное на поведении индивидов в ситуации жизненного перекрестка. Этнографическое повествование является исходным материалом для анализа, который упорядочивается по двум осям — этапам биографии и сферам жизни. Затем этнографическое описание ситуаций принятия решений переводится на язык категориального анализа. Используя химическую метафору возгонки (дистилляции) спирта, можно сказать, что из достаточно хаотичного материала этнографических биографических интервью происходит «дистилляция» абстрактных мини-теорий.

Этот процесс проходит несколько этапов. (1) Проведение биографического интервью и транскрибирование аудиозаписи. (2) Нарративный анализ транскрипта путем его превращения в связное и логически упорядоченное повествование. (3) Кодирование транскрипта с помощью программы «ATLAsTi 8» по двум осям: периоды и сферы жизни. (4) Синтез с помощью этой программы данных разных интервью, помеченных одним кодом. На выходе получается тематический нарратив (например, выбор вуза после окончания школы), упорядоченный по трем осям: периоды, сферы жизни, типы (варианты) ситуаций, паттернов поведения. (5) Очистка логически упорядоченной этнографической картинки от деталей, ее «возгонка» до уровня абстрактной модели. (6) Интерпретация этой модели в контексте уже имеющихся теорий и эмпирических данных о процессах глобального, национального и регионального уровня.

Данные собраны с помощью гибкого гайда, который, с одной стороны, сохраняет общую логику проекта, упорядоченную вокруг трех осей (этапы биографии, сферы жизни, сравнение с другими с целью выявления максимального числа типов (вариантов)). С другой стороны, в зависимости от личной компетенции (опыта) информанта и/или фазы исследования фокус используемого гайда сдвигается в определенную сферу (например, выбор выпускниками дальнейшего жизненного пути, образ жизни таксистов, работающих с помощью агрегатора «Яндекс. Такси», институционализация романтических пар). По общему гибкому гайду проведено 77 интервью, по специализированному гайду в рамках раздела «Институционализация пар» (или «Романтическая биография») — 86. Исследование включило несколько биографических лонгитудов: с одним и тем же информантом проводилось несколько интервью, обычно с интервалом, колеблющимся от полугода или одного года до десятка лет. Это позволило более детально и по «свежим следам» собирать данные, избегая искажений памяти, а также добиваться более глубокого проникновения в логику и динамику интерпретации информантами своего жизненного пути. Разумеется, втиснуть в формат статьи все обоснование выводов по столь широкой теме не представляется возможным.

Объектом типизации являются не индивиды, а жизненные ситуации и паттерны поведения в них. Один и тот же индивид обычно в разных ситуациях прибегает к разным моделям поведения. Лишь немногие информанты приближаются к точке полного совпадения с идеальным типом серфера. Многие информанты, являющиеся серферами в одной сфере, склонны следовать колее в другой. Модель социального серфинга как образа жизни строится из блоков, часто проявляющихся автономно друг от друга. Индивид может быть серфером на рынке труда, но в то же время домоседом и примерным семьянином, или наоборот. Однако в то же время между ними нередко наблюдается логическая связь, взаимозависимость: серфинг в одной сфере повышает вероятность его проявления в другой. Это не жесткая зависимость элементов системы, а повышенная вероятность их сосуществования. И в ходе интервью особый акцент делался на выявлении наличия или отсутствия причинно-следственных связей между разными сферами образа жизни (например, творческой профессией и склонностью к креативному потреблению, семейными отношениями и стремлением искать себя в той или иной сфере, не страшась неопределенности).

Выборка в данном случае теоретическая. Она нацелена на поиск информантов, биография которых в той или иной мере включает ситуации преодоления и смены жизненной колеи, повышенной горизонтальной мобильности, социальной неукорененности. При построении выборки не было попыток поиска «типичных» людей, репрезентирующих население или молодежь. Выборка подчинена задаче выявления и анализа максимального числа ситуаций проявления социального серфинга.

Основная часть интервью была проведена в Санкт-Петербурге, но в выборке заметно присутствие тех, кто переехал в город из других регионов. В зависимости от специфических задач выборка в географическом пространстве смещалась. Некоторые интервью проведены в Москве, Омске и Сыктывкаре. В фокусе последних были проблемы миграции как формы преодоления притяжения места.

Феномен социального серфинга изучался и от обратного: а что мешает людям колеи ее преодолеть и жить в стиле социального серфинга? В силу этого и люди, образ жизни которых опирается на логику социальной колеи, включались в выборку с целью понять систему блокираторов процесса распространения социального серфинга.

Предметом исследования является социальный серфинг как молодежный образ жизни. Однако из этого не вытекают жесткие возрастные ограничения при отборе информантов. Молодежный образ жизни и образ жизни молодых людей — это далеко не одно и то же. Качественным признаком первого являются ситуации социального самоопределения в процессе социализации. «Молодой человек» как субъект такого образа жизни — это тот, кто находится в поисках своего места в жизни. У одних этот поиск затягивается, выходя далеко за демографические границы молодежи, у других он завершается очень рано. Поэтому одни кандидаты в информанты были уже «слишком стары» и в 20—25 лет, а другие, достигшие середины четвертого десятилетия, оказывались идеальными экспертами в области социального становления как смыслового ядра молодежного образа жизни.

Данное исследование опирается на предшествующий опыт изучения социальной структуризации образа жизни городской молодежи в условиях формирования общества потребления [Ильин, 2007].

Случаи приводятся в тексте в виде цитат или сжатого резюме. В скобках указывается код интервью или иного документа: первая цифра — его порядковый номер, вторая — год, буквенное обозначение пола, возраст (например, 5/18-ж-29л.).

Серфинг в разных сферах образа жизни

Школа

Школьные годы — это время, состоящее из длинной череды жизненных переключений тактического и стратегического масштаба. Из текстов интервью с этнографическим описанием школьной рутины прорисовывается модель формирования колеи как траектории, с одной стороны, существенно облегчающей учебу тем, кто следует ей, а с другой — затрудняющей попытки ее сменить. Предметы, которые легко даются, с большей вероятностью оказываются интересными и привлекательными, поэтому вероятность успеха в их изучении повышается. В то же время предметы, которые даются труднее, признаются скучными, что проявляется в низкой активности их изучения и, естественно, в относительно худших результатах. За такой дифференциацией прорисовываются два типа основных факторов: личные способности и качество преподавания конкретных предметов. Школьник ежедневно сталкивается с выбором: учить уроки или не учить? Какие предметы изучать всерьез, а какие только для получения аттестата? Колея часто закладывается на ранних этапах, когда ученик 5—6 класса решает, что ему математика (иностранная, химия и далее по учебному плану) не пригодится, а история (география, литература и т. д.) интересна, поэтому он будет уделять ей больше внимания.

И позитивные и негативные ресурсы в виде знаний и пробелов накапливаются, создавая эффект инерции (колеи), которую в случае появления осознанной необходимости сменить уже сложно. И когда к моменту окончания школы приходится выбирать будущую профессию, нередко оказывается, что необходима успешная сдача ЕГЭ по предметам, которые когда-то давно оказались в разряде второстепенных. Ловушка сработала, закрепляя колею. Надо возвращаться назад и наверстывать упущенное, однако далеко не всегда это возможно.

Преодолению колеи и созданию возможностей для серфинга способствуют две противоположные модели обучения.

1) Модель «ботаника», который добросовестно познает все, чему учат в школе.

«Я [говорит выпускница] на самом деле все предметы нахожу интересными» (126/18-ж-17л.).

Это позволяет к моменту выбора специальности в вузе иметь прочный фундамент для широкого маневра. «Ботаник» без проблем выбирает необходимый набор предметов для ЕГЭ или же сдает его с расчетом маневра при поступлении на разные направления (например, обществознание и физика).

2) Модель «разгильдяя», который проходит все школьные испытания у минимальной планки. За этим распространенным определением могут стоять разные объяснения — от нежелания учиться и неорганизованности до отсутствия необходимых способностей. На поведенческом уровне для наблюдателя, не стремящегося вникать в личность каждого ученика, эти причины сплетаются в порочный круг, в котором причина и следствие с трудом поддаются дифференциации (например, случаи отправки во вспомогательные школы «социально запущенных» детей).

«Разгильдяй» в равной мере не знает все предметы, поэтому после школы ему открывается перспектива серфинга в нише неквалифицированного труда (официант, охранник, продавец, курьер и т.д.) или платного образования в вузах с низким проходным баллом и пониженным уровнем требований. Разумеется, есть у него и перспективы специфической колеи, но это уже иная тема.

В сфере дополнительного образования школьник-серфер пробует себя в самых разных сферах, переходя из кружка в кружок. Нигде не достигает заметных успехов, но развивается разносторонне. Часто эти занятия никак не связаны с поддержкой будущего выбора профессии. Институциональную основу школьного серфинга в сфере внешкольного образования составляет имеющийся в больших городах широкий набор секций и кружков.

Окончание школы как жизненный перекресток

Выпускник школы оказывается на одном из важнейших перекрестков своей жизни. Человек колеи сделал выбор задолго до этого момента. У него остается только проблема реализации выбора через успешное поступление на избранный факультет.

У серфера ситуация принципиально иная. Здесь прослеживаются две противоположные модели поведения.

1) «Мне ничего не интересно». Выбор осуществляется по критерию доступности с высокой долей фактора случайности. Индивид идет туда, куда есть шанс поступить в контексте влияния разнообразных случайных факторов (близость к дому, выбор друзей, советы родителей, привлекательность города и т. д.).

«Как-то просто так задалось, что ли, но не тянуло меня к знаниям. <...> Выбирал специальность, где бы меня взяли без проблем каких-то (улыбается). Вот и пришлось пойти на музеологию» (147/18-м-27 л.).

Правда, вскоре он оттуда ушел, осознав ошибку.

2) «Мне многое интересно». Выпускник стоит на перекрестке, через который проходит много привлекательных дорог. И снова выбор осуществляется в контексте влияния совокупности случайных факторов, не имеющих прямого отношения к адекватности места обучения интересам и способностям индивида.

«Подала в пять вузов. Три из них — в Сибири, два — в Петербурге. <...> На филфак, на соцфак, на лингвистику» (112/18-ж-23 г.)

В обоих случаях непродуманность выбора часто объясняется и дефицитом информации о выбираемом будущем. Выпускник может иметь представление о предмете, который изучался в школе, но это имеет лишь косвенное отношение к профессии (любить историю и быть историком — далеко не одно и то же). Худший вариант, когда профессия выбирается без малейшего представления о ней. Самый осознанный шаг — это выбор профессии родителей или понравившегося учителя. Этот перекресток создает для многих крайне стрессовую ситуацию.

«Необходимость принимать решение очень давит на самом деле. <...> А я все никак не решаю, и это немножко нервирует, и даже не немножко. Страшно!» (117/18-ж-17 л.).

Университет

Университетская колея формируется чередой ловушек, сильно затрудняющих возвращение на перекресток для повторного выбора. Сам факт поступления

на определенный факультет конкретного вуза — ловушка. Когда индивид понимает, что выбрал то, что либо совершенно не нравится, либо у него нет необходимых способностей, возможности исправления ошибки уже ограничены. Перевод на другой факультет теоретически возможен, вакантные места там ограничены (если специальность пользуется спросом, то их обычно нет). Перевод предполагает в лучшем случае сдать большое количество новых дисциплин (чем длиннее уже пройденный путь, тем их больше), в худшем — пройти процедуру поступления заново со всем пакетом рисков. В силу этих обстоятельств совсем немногие, сделавшие ошибочный выбор, рискуют быстро исправить ошибку. Житейская мудрость, носителями которой в первую очередь выступают родители, гласит: «Дочись здесь, а потом посмотришь».

Неадекватность такой институционализации университетской колеи формированию текущего рынка труда и зыбкости личностных предпочтений очевидна давно. В результате ее запоздалого осознания стали появляться формы организации образования, расширяющие его гибкость.

Наиболее фундаментальное изменение — присоединение России в 2003 г. к Болонскому процессу, который предполагает разрыв прежде единого специалитета на бакалавриат и магистратуру. Индивид, осознавший ошибку на первом этапе, может исправить ее на втором, но в пределах пакета определенных специальностей. Существенная часть магистрантов в нашей выборке получили бакалаврскую степень по другой специальности. Эта реформа содействует и формированию личности серфера. Владелец бакалаврского диплома по журналистике может за два года получить диплом по совершенно иной специальности (например, социологии), но может ли он получить полноценное образование? Все преподаватели магистерских программ сталкиваются с вопросом: как дать высшее образование по своей специальности фактически за полтора года? Несоответствие реального личностного потенциала требованиям профессии толкает на путь депрофессионализации: индивид ищет рабочее место, где требуется диплом, но не образование, где служебные функции не выходят за рамки требований общекультурной компетенции или предполагают быстрое их освоение на рабочем месте.

Второе направление институциональной трансформации образования в духе требований текущей реальности — развитие гибких форм (кратковременных, узкоспециализированных курсов профессионального и общекультурного образования). В нашей выборке заметна группа информантов, которые регулярно посещают разного рода курсы и тренинги, особенно онлайн. На них индивид получает навыки и знания, требующиеся в специализированных нишах рынка труда или просто способствующие личностному росту. Кроме того, они открывают возможность постепенного преодоления профессиональной колеи и ухода в совершенно иную сферу. В этой ситуации возрождается скепсис относительно практического смысла университетского диплома. Точечное образование на курсах многим кажется более эффективной альтернативой.

В условиях нарастающей неустойчивости и неопределенности рынка труда значение глубокого профессионального образования локализуется в относительно узких нишах (например, медицина, наука), а в массовом сегменте рынка

труда на первый план выходят общекультурные навыки и компетенции: умение самостоятельно учиться, осваивать компьютерные программы и иностранные языки, общаться, находить и обрабатывать информацию и т. д. И успешный серфер лишь с усмешкой вспоминает, какой факультет он окончил, так как это не имеет никакого отношения к его нынешней карьере.

Рынок труда

Возможность социального серфинга на рынке труда создается трансформацией условий труда. Один из ее векторов — депрофессионализация существенной части рабочих мест, порождаемая целым рядом разнородных процессов. Одни уходят корнями в раннюю историю индустриального общества, другие — порождение современной эпохи.

1. Дробление сложного и цельного процесса труда на простейшие операции. Истоки этой технологии в создании мануфактуры, затем — конвейерного производства и научной организации труда, традиция которой заложена еще в первой четверти XX в. Ф. Тейлором.
2. Флексибилизация занятости (краткосрочные контракты, аутсорсинг и аутстаффинг, фриланс, гибкие системы оплаты труда и т. д.).
3. Революция в технологии производства (роботизация, компьютеризация), в результате которой усложнение орудий труда упрощает требования к обслуживающим его работникам.

В итоге возникает огромное число рабочих мест, обеспечивающих сложное производство с помощью использования рабочей силы с минимальной профессиональной подготовкой. Это позволяет, с одной стороны, работодателям быстро приводить количество рабочей силы в соответствие с текущими потребностями, нанимая работников в случае необходимости прямо «с улицы» и не инвестируя в их профессиональную подготовку. С другой стороны, это дает возможность работнику скользить по рынку труда в поисках более высокой оплаты и более интересной работы. При этом серфинг идет в двух плоскостях: а) смена рабочих мест (работодателей); б) смена сфер деятельности и трудовых функций. Значительная часть наших информантов меняют рабочее место каждый год, порой не по одному разу.

Кроме того, развитие экономики услуг формирует большое количество рабочих мест, не требующих серьезной профессиональной подготовки (офисные клерки, официанты, продавцы, менеджеры младшего звена, охранники, администраторы, массажистки, секс-работницы и т. д.). Чтобы справиться с трудовыми функциями, индивиду надо обладать только средним для данной среды культурным уровнем. Возникают ниши «быстрых денег»: сюда можно легко войти и легко выйти, получая относительно приличное вознаграждение без всякой специализации.

«Раньше люди сразу выбирали себе дело и занимались им всю жизнь, но сейчас или время иное, или этот путь просто не для меня. После школы училась на экономиста, но надоело. Поняла, что это не мое. Бросила. Года полтора работала в турфирме, но она разорилась. Работа нравилась, но не сложилось. А потом где я только не работала! Полгода была веб-моделью. Работали только на заграничных клиентов. Если бы уровень английского был выше, то можно было бы продолжать, а без него сложно и неинтересно. Нигде долго не задерживалась. Если нет перспектив — зачем оставаться?»

Занималась даже изготовлением макетов. Мне нравится мелкая работа. И сейчас, когда есть заказ, меня приглашают. Поступила в институт психоанализа, но не закончила. Занялась эротическим массажем, но через полгода бросила» (145/18-ж-29 л.).

Заметное место в этой нише занимают таксисты, работающие в предельно гибком режиме в агрегаторах наподобие «Яндекс.Такси» (в нашей выборке их около десятка). Для одних это возможность заработать быстрые деньги на период поиска «нормальной работы», для гастарбайтеров — простой путь закрепиться в России, для третьих — способ дополнительного заработка в свободное от основной работы время. Для тех, кто работает на своих машинах, начало рабочей смены определяется личным решением и одним нажатием кнопки. Массовая категория — офисные клерки, которые легко мигрируют из одной отрасли в другую, не ощущая дефицита профессионализма. Здесь важна общая культура.

Формирование информационного общества «размягчает» образ жизни и через создание рабочих мест, позволяющих трудиться дистанционно.

Например, Ю. работает в фирме, где руководство не требует от нее частого присутствия на рабочем месте, интересуясь только результатами, которые легко контролируются в дистанционном режиме. И Ю., накопив денег, регулярно уезжает в привлекательную страну, где, живя в хижине на берегу океана или в парижской комнатухе, продолжает исполнять свои служебные обязанности (108/17-ж-30).

В 1990-е годы притягательной моделью гибкого образа жизни было предпринимательство («челнок», посредник и т. д. стали героями того времени), однако в настоящее время возможности для начала своего дела и привлекательность этой перспективы упали. 77 % опрошенных россиян никак не рассматривают даже абстрактные перспективы своего социального успеха с бизнесом [Тихонова, 2018: 25]. В 2016 г. лишь 2,1 % россиян, не имеющих свой бизнес, думали его организовать в ближайшие три года [Верховская и др., 2017: 18]. В то же время заметная часть населения, в том числе молодежи, смотрят на госслужбу и работу в крупных фирмах как наиболее привлекательный путь к социальному успеху. В ходе опроса московских школьников 36 % отметили привлекательность работы в крупной международной компании, 23 % — в финансовом секторе, 15 % — на государственной службе¹.

В то же время есть заметный сегмент, где приоритет отдается ценностям свободы, гибкости образа жизни, креативности. Самозанятость, фриланс, эпизодическая занятость рассматриваются как нормальный и даже притягательный социальный статус.

Например, М1 и ее муж работают диджеями-фрилансерами (118/18-ж-29 л.); М2 в режиме фриланса снимает документальные фильмы (111/18-ж-34 г.); Е., бросив работу в офисе, стала коучем (122/18-ж-33 г.); Ю. категорически не приемлет перспективу постоянной занятости и жесткого графика работы, для нее идеальный вариант — в режиме фриланса делать переводы, писать свои литературные произведения, рецензии и т. д. (164/18-ж-37 л.).

Серфер ищет себя в пространстве профессий и видов занятости. В этом нет ничего нового. Люди всегда пытались найти место, адекватное своим способ-

¹ Кем хотят быть современные подростки // Мое образование. URL: https://moeobrazovanie.ru/publikacii/press_relizi/kem_hotjat_byt_sovremennye_podrostki.html (дата обращения: 17.01.2019).

ностям и интересам. Принципиальное отличие в том, что человек колеи, попав в нее в процессе поиска себя, склонен смириться с судьбой, даже если совершил ошибку: не начинать же все сначала. Серфер ошибку рассматривает как эпизод, от которого можно оттолкнуться и продолжить поиски. Он не боится покинуть едва наметившуюся профессиональную колею и начать все с нуля, так как на предыдущем месте он не успел уйти далеко от нулевой отметки. Мысль о том, чтобы смириться с ошибочным выбором, отбрасывается как нелепая.

В условиях такой мобильности формируется и специфическая трудовая этика. Серфер не озабочен формированием своей привлекательной репутации. Если ему надоедает работа, задание показалось слишком сложным или начальник — строгим, он просто уходит, не доделав работу и будучи уверенным, что в большом городе всегда найдется другая работа, а сюда не придется возвращаться и решать проблему испорченной репутации.

Проведенное исследование стало экспериментом по работе с молодежью, склонной к серфингу. Коллектив ежегодно обновлялся на 4/5, уже через пару месяцев после начала года формальный состав не совпадал со списочным, взятые обязательства часто тут же забывались. Такая трудовая этика серферов толкает к поиску адекватных форм менеджмента. Например, работодатель должен подстраховываться на случай внезапного ухода работника или его неготовности работать в полную силу, отказываться от рискованных инвестиций в его культурный капитал, сдвигать систему оплаты труда в сторону премиальных по итогам работы, что означает снижение текущей заработной платы и уменьшение мотивации работника держаться за данное рабочее место. Возникает порочный круг.

Важным фактором, влияющим на поведение серфера, являются семейные ресурсы (социальное положение родителей, супруга или партнера). По этому критерию можно выделить два типа серфинга.

1. Опора на фундамент семейных ресурсов. Этот вариант характерен для выходцев из состоятельных семей. Они ищут себя, имея средства к существованию. Родители, как правило, основательно попавшие в колею, во-первых, с пониманием относятся к поискам детей, не желая, чтобы они по их примеру становились жертвами жизненных ловушек, во-вторых, имеют средства финансировать такие поиски. Семейным ресурсом выступает и поддержка бойфренда (гораздо реже — женщины-партнера).

И. выбирала специальность по душе, ориентируясь только на платное образование. Желание работать по специальности «культурология» пропало еще в студенческие годы. После получения диплома жила, годами не имея стабильной работы, время от времени подрабатывала. Ее поиски себя финансировали родители, а затем и муж. После развода остались лишь первые. В момент интервью вела в достаточно расслабленном режиме занятия по йоге (160/18-ж-34 г.).

2. Опора на собственные силы. В этом случае серфер ловит волны, переживая штиты за счет мобилизации своих ресурсов, накоплений, экономии, выработки технологии подработок, приобретающих системный характер.

Х. умудряется уже достаточно много лет сочетать очень ограниченную помощь родителей с получением грантов на обучение, чередой разовых подработок, изощренной системой экономии повседневного бюджета (101/16-ж-34 г.).

Способность серфера преодолевать эффект колеи на рынке труда порождает парадоксальный феномен кристаллизации текучей колеи. В ней механизмы принуждения и ограничения надежно закамуфлированы иллюзией свободы. Однако на каком-то этапе серфер обнаруживает себя в колее, из которой сложно выбраться: с одной стороны, он уже не способен работать в рамках все еще доминирующих форм организации фабрики или офиса, а с другой — работодатели, зная об этом, избегают таких работников.

Транснациональный серфинг

Один из вариантов социального серфинга — это образ жизни, разворачивающийся в транснациональном пространстве. Его качественной особенностью является стремление преодолеть оковы национального государства и жить так, будто их нет. Для агентов этого образа жизни идеалом является положение «гражданина мира». Они не стремятся к эмиграции — это «смена одной клетки на другую». Серфер хочет не съездить за границу, а пожить в разных странах. И каждая страна — это относительно кратковременный проект, который оставляют после его исчерпания.

Тренд к флексибилизации образа жизни в географическом пространстве достигает своего апогея в типе современного кочевника (номада). Научная модель этого образа жизни, вероятно, впервые была предложена Жаком Аттали [Аттали, 1993]. Однако частные варианты были знакомы давно. Например, Джек Керуак создал впечатляющие образы битников в романе «На дороге»² (написан в 1951 г., издан в 1957 г.). Правда, там речь шла о серфинге в пределах национальных границ США. Заметным явлением в 1960-е годы стали хиппи.

Разумеется, тип транснационального серфера не является массовым, однако он уже заметен. Его значение определяется не количеством приверженцев, а тем, что он задает ориентиры устремлений для большого количества людей, мечтающих о жизни в путешествиях, не втиснутых в рамки туристического тура. Такой образ жизни включает два компонента: объективные возможности перемещаться в мире и наличие субъективной энергетики, обеспечивающей превращение возможности в действительность.

Развитие мира идет по пути развертывания системы транснациональных мобильностей. Как отмечает Дж. Урри, «Системы позволяют повторить движение предсказуемым образом и относительно без риска. Системы делают повторение возможным» [Урри, 2012а: 83]. Россияне начали постепенно втягиваться в такую систему после развала СССР. Вот лишь некоторые ее элементы.

1. Право свободного выезда из страны, ограниченное только необходимостью получения виз во многие государства.
2. Относительно развитая инфраструктура выездного туризма.
3. Система академических обменов, достигшая пика в начале XXI в. и пошедшая по нисходящей линии в условиях ухудшившейся международной обстановки.
4. Индивидуальная экономическая активность в транснациональном пространстве, начавшаяся в 1990-е годы в форме шоп-туров «челноков» и переросшая в шоп-туры потребителей.

² Керуак Дж. На дороге. Мэгги Кэсиди. Эссе. М.: Просодия. 2002. 608 с.

5. Система индивидуального поиска и бронирования жилья за границей.
6. Система международных банковских расчетов, позволяющих в большинстве стран мира пользоваться домашней банковской картой, не прибегая к обмену валюты.
7. Превращение знания английского языка в атрибут современного человека.
8. Возможности зарубежных поездок на своем автомобиле или аренды транспорта за границей.
9. Наличие системы экономных путешествий, доступной для тех, кто постиг ее технологии. Это позволило не только состоятельным слоям населения, но и грамотной молодежи с минимальными экономическими ресурсами включиться в активное освоение мира.
10. Образование за границей за счет как семейных ресурсов, так и зарубежных грантов.
11. Формирование за границей плацдарма для временного или постоянного проживания (приобретение недвижимости, вида на жительство и второго гражданства).
12. Формирование в социальной структуре России слоя с уровнем доходов, позволяющим воспользоваться структурными сдвигами в системе международной мобильности.
13. Возможность двойного гражданства.

Образ жизни транснационального серфера может вписываться в самые разные графики. На одном полюсе краткосрочный эксперимент. Например, после окончания университета К. отправилась на год в Индию, попутно подавая заявки на продолжение обучения в разных странах мира (176/18-ж-24 г.). Популярный вариант — выезд по академическому обмену на обучение за границей на один-два семестра, поездка на работу в летние каникулы. На другом полюсе — серфинг, растянувшийся на продолжительное время. Ю., В. и П. втянулись в систематические поездки по миру еще в студенческие годы. Сейчас первым двум около 40, третьему — 45, но серфинг не прекращается (164/18-ж-37 л.; 165/18—39 л.; 175/18—45 л.).

Экономическая основа образа жизни серфера может принимать разные формы. Правда, даже простая их каталогизация выходит за рамки возможностей жанра статьи. Выделим только некоторые типы, представленные в нашей выборке: 1) рантье; 2) организатор туристических туров; 3) студент; 4) предприниматель; 5) гастарбайтер; 6) странствующая путана.

П. после окончания университета некоторое время работал в научном учреждении, но бросил, так как этот образ жизни не подходил ему. Сначала он занялся организацией автобусных туров по Европе, удовлетворяя таким образом свой интерес к путешествиям. Получив в наследство трехкомнатную квартиру в Санкт-Петербурге, он сдал ее индийцам, а сам уехал на несколько лет в Индию, где пожил в нескольких городах, попутно выезжая в соседние страны Азии — и ради интереса, и для соблюдения визовых правил. Доходов от квартиры вполне хватало и на аренду комнаты, и на скромную жизнь. Потом П. таким же образом перебрался в Таиланд, затем на Бали. Нашел подработку преподавателем английского языка для детей в Китае и уехал туда, однако работа оказалась слишком тяжелой, поэтому он ее бросил, несмотря на приличную

оплату. Интервью с ним проводилось уже в Сеуле, куда он прибыл для поиска нового проекта (175/18—45 л.).

Ю. после окончания университета в Санкт-Петербурге выиграла грант на обучение в магистратуре британского университета, потом получила грант на написание там же докторской диссертации. Попутно она научилась получать гранты на стажировки и на участие в летних школах в разных странах. Обучение затянулось, за одной отсрочкой шла очередная отсрочка. Жизнь в Петербурге сочеталась с регулярными выездами за границу. После защиты диссертации в Англии была получена новая годовая виза. Попутно одна за другой готовились заявки на гранты в США и Европе. Были наработаны технологии экономной жизни и путешествий. Тему своего последнего интервью Ю. назвала так: «Как бесплатно прожить в Лондоне год и посетить там сотню концертов» (164/18-ж-37л.).

Особый вариант базиса транснационального образа жизни — дистанционная занятость.

У В. свой небольшой бизнес в сфере международной оптовой торговли. Бизнес был создан вскоре после завершения обучения в университете и существует уже более 15 лет. Офис небольшой фирмы расположен в Санкт-Петербурге, однако налаженная логистика и система контроля позволяют хозяину почти каждый месяц выезжать на одну-две недели за границу — и по делам, и просто посмотреть новые места (165/18—39л.).

В. и С. в индивидуальном формате предоставляют сексуальные услуги на коммерческой основе. Периодически зарубежные клиенты приглашают их к себе пожить или попутешествовать. В. попутно освоила рынок сексуальных услуг курортных зон Европейского союза. Поначалу она выезжала туда в разгар сезона, но постепенно ее возвращения в Россию становились все реже (167/18-ж-27л.; 85/16-ж-27л.).

Серферы, глубоко включившиеся в мобильную непрофессиональную жизнь в международном пространстве, в какой-то момент сталкиваются с ситуацией новой колеи, когда пути назад уже нет. Опыт бродяги не пользуется спросом в мире крупных организаций. Исключением являются кочевники, ведущие этот образ жизни в профессиональном пространстве и набиравшие соответствующий культурный капитал, с которым можно не только летать по миру, но и осесть в выбранном месте.

Романтические и брачные траектории

Флексибилизация образа жизни в интимной сфере проявляется в размывании традиционной колеи — короткого романа, перерастающего в брак на всю жизнь. Формирование социального серфинга в этой сфере проявляется в превращении интимной биографии в серию автономных проектов с разными партнерами. Эта тенденция четко проявляется в серии наших интервью, предметом которых является романтическая биография.

Брачная ориентация при формировании романтической пары у серферов уходит на периферию, а на первое место выходит гедонистическая мотивация: с этим человеком здесь и сейчас комфортно, приятно и удобно. Но это только здесь и сейчас. Разговор о будущем наивен. Жизнь в паре определяется как сугубо частное дело двух индивидов. Ни родственникам, ни друзьям и тем более

государству не должно быть до них дела, поэтому формальный брак воспринимается как вынужденный анахронизм, к которому стоит прибегать только в случае рождения ребенка.

Такая пара опирается на зыбкий базис чувств, варьирующихся от страстной любви до простого сексуального влечения: они вместе, пока пылают от страсти или в крайнем случае согреваются от огня взаимной любви. Как только чувства охлаждаются, нет причин быть вместе и воздерживаться от поиска нового романтического проекта. Отказ от планов иметь детей логично вытекает из системы образа жизни серферов: высокая мобильность, повышенный социальный риск, непредсказуемость будущего создают контекст, в котором рождение ребенка воспринимается и как бремя, подрывающее возможность такого образа жизни, и как безответственность перед возможным малышом. Правда, степень категоричности следования этому принципу может сильно различаться. На одном полюсе — абсолютизация принципа «никогда и ни за что — это не для меня!» Однако часто его декларация сопровождается оговоркой: «пока еще рано». Граница наступления периода, когда «уже пора», индивидуальна и привязана к разным моментам биографии и разнообразным аргументам в пользу смены принципа. Чем старше индивид, тем сильнее вероятность отказа от принципа бездетности. Однако и появление ребенка настоящий серфер не рассматривает как причину для перехода в режим колеи. Маркером семейного серфера является ребенок в рюкзаке. Его с первых месяцев жизни берут в путешествия, таская в рюкзаке по горным тропам, в детском автомобильном сидении по дорогам дальних стран.

Принцип моногамности становится относительным, принимая форму серийной моногамности (один партнер в конкретный момент времени, порою сокращающийся до одного часа) или вообще уступая место полиаморности.

С., перепробовав разные виды работы, в конечном счете поняла, что за маленькие деньги она не готова ходить каждый день на работу, а большие деньги ей никто не предлагал ввиду отсутствия не только высокой, но и просто квалификации. Компромиссом оказалась секс-работа в индивидуальном режиме на дому. Один из случайных клиентов стал сначала клиентом постоянным, а потом и постоянным сожителем. Роман длится уже два года и никак не мешает С. почти ежедневно принимать других мужчин. Поскольку партнер — студент и не может взять на себя поддержание потребительских стандартов своей спутницы, то вопрос о моногамии всерьез не обсуждается (167/17-ж-27л.).

Серфер в интимной сфере в какой-то момент своей биографии обнаруживает, что его образ жизни отлился в текучую форму колеи. С одной стороны, серфер со стажем часто оказывается неспособным интегрироваться в долгосрочные отношения на принципах моногамности, а с другой — окружающие остерегаются партнеров с такой биографией, обоснованно опасаясь, что сложившийся габитус уже не позволит начать новую жизнь.

Вместо заключения: обобщающая модель социального серфинга как образа жизни

Эмпирически фиксируемые противоречивые и неустойчивые тренды, будучи доведенными до логического конца и очищенными от многочисленных внешних

факторов («если X, то Y»), формируют каркас теоретической модели социального серфинга. Она включает два блока: с одной стороны, структуру этого образа жизни, а с другой — факторы, стимулирующие его формирование или препятствующие ему.

Основные элементы образа жизни включают объективный и субъективный компоненты. Объективный компонент — это процессы флексибилизации структур во всех сферах жизни: ресурсы теряют былые смыслы и значимость, нормы быстро меняются, утрачивают признак абсолютности, становятся все более относительными и условными. Стиль жизни стремится к подмене образа жизни. Субъективный компонент состоит в формировании личности серфера, воспринимающего как нормальную жизнь в условиях текучей реальности, выживание в которой предполагает способность ловить неожиданно возникающие волны и вовремя с них соскальзывать.

На стыке объективных и субъективных компонентов формируется парадоксальная колея серфера: с одной стороны, сила привычки делает его неспособным вести иной образ жизни и вписаться в мейнстрим, а с другой стороны, среда мейнстрима исключает серфера во всех сферах как малопригодного для «нормальной» жизни. Возникает механизм двойного исключения из логики стабильного образа жизни.

В пространстве образа жизни серфера происходит внутренняя стратификация по нескольким основаниям. (А) Сильный хочет и может поймать и «оседлать» большую волну в момент ее подъема (например, только что возникающий, но перспективно масштабный тренд). Слабый ловит жизненные шансы на ряби мелководья. (Б) Сильный способен, поймав волну, присвоить себе ее энергию (например, «снять сливки» с вовремя использованной рыночной конъюнктуры). Слабый пытается делать то же самое, но безуспешно. Его попытки серфинга превращаются в пассивное подчинение волнам социальной стихии, с которой он не в состоянии совладать. Он становится жертвой процессов прекаризации.

Успешный серфер поначалу упивается своим образом жизни. Однако такая жизнь предполагает большие затраты сил, нервов, поэтому вполне закономерно наступает усталость, вынуждающая серфера думать о возможности сократить свою зависимость от непредсказуемых волн текучей реальности. Серфер, не успевший вовремя создать базу на берегу, попадает в своих и чужих глазах в категорию неудачников, у которых молодость незаметно трансформировалась в инфантильность: продолжающийся безрезультатный поиск себя в условиях все нарастающего дефицита оставшихся возможностей. Это иной ракурс образа жизни серфера: критически важно не только вовремя поймать волну (тренд), но и вовремя соскользнуть с нее. Это относится к образу жизни серфера в целом.

«Отсутствие представлений относительно карьеры, семьи и будущего сейчас считаются символами гибкости и беспрецедентной свободы, которую я выбрала, чтобы не испытывать давление колеи, где рутина становится апогеем моего существования. Я хочу жить повседневным творчеством. Но эта суматошная жизнь, вгоняющая меня в депрессию в гораздо большей мере, чем я готова принять, возможно, покажется моим потомкам счастливой или революционной. <...> Если подумать, я это чуть-чуть вынужденно делаю. Вы думаете, я рада, что у меня нет ни семьи, ни мужа, ни детей? Нет. Я рада, что меня никто не зовет на постоянную работу? Нет. Так получилось» (164/18-ж-37 л.).

Затянувшаяся социальная молодость столь же обременительна, как и преждевременная социальная старость.

Список литературы (References)

Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия. Победители и проигравшие наступающего мирового порядка. М. : Международные отношения. 1993. 132 с.
Attali J. (1993) Millennium: winners and losers in the coming world order. Moscow: International Relations. 132 p. (In Russ.)

Бауман З. Текущая современность / пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. СПб. : Питер. 2008. 240 с.

Bauman Z. (2008) Liquid Modernity / Trans. from English under the editorship by Yu. V. Asochakov. Saint Petersburg: Piter. 240 p. (In Russ.)

Варшавская Е. Российская НЕЕТ-молодежь: характеристики и типология // Социологические исследования. 2016. № 9. С. 31—39.

Varshavskaya E. (2016) Russian NEET-youth: its Characteristics and Typology. *Sociological Studies*. No. 9. P. 31—39. (In Russ.)

Верховская О. Р., Александрова Е. А., Богатырева К. А., Джелепова М. В., Шмелева Э. В. Национальный отчет. Предпринимательство России. 2016/2017. СПб. : Высшая школа менеджмента СПбГУ. 2017. 66 с.

Verhovskaya O. R., Aleksandrova E. A., Bogatyreva K. A., Dzhelapova M. V., Shmeleva A. V. (2017) National Report. Entrepreneurship of Russia. 2016/2017. Saint Petersburg: High School of Management of Saint Petersburg State University. 66 p. (In Russ.)

Гидденс Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах. СПб. : Питер. 2004. 208 с.

Giddens A. (2004) The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. Saint Petersburg: Piter. 208 p. (In Russ.)

Ильин В. И. Быт и бытие молодежи российского мегаполиса: социальная структура повседневности общества потребления. СПб. : Интерсоцис. 2007. 388 с.

Ilyin V. I. (2007) Life and Being of the Youth of the Russian Megalopolis: the Social Structuration of the Everyday Life of a Consumer Society. Saint Petersburg: Intersocis. 388 p. (In Russ.)

Ильин В. И. Индивидуальная жизненная колея: деятельностно-конструктивистский подход к изучению молодежи // Сборник материалов. Девятые Ковалевские чтения. Социология и социологическое образование в России. СПб. : Скифия-принт. 2014. С. 1168—1170. URL: http://soc.spbu.ru/nauka/publications/k9_4r.pdf (дата обращения: 16.01.2019).

Ilyin V. I. (2014) Individual Life Gauge: an Activity-Constructivist Approach to the Study of Young People. In: *Materials of IX Kovalyov Readings. Sociology and sociological education in Russia*. SPb.: Skifia-Print. P. 1168—1170. URL: http://soc.spbu.ru/nauka/publications/k9_4r.pdf (accessed: 16.01.2019). (In Russ.)

Ильин В. И. Дауншифтинг как восходящая социальная мобильность // *SocioTime* / Социальное время. 2015а. № 1. С. 78—91.

Ilyin V. I. (2015a) Daushifting how upward social mobility³. *SocioTime*. No. 1. P. 78—91. (In Russ.)

Ильин В. И. Профессия как индивидуальная жизненная колея: концептуализация категории // *Журнал исследований социальной политики*. 2015b. Т. 13. № 4. С. 515—528.

Ilyin V. I. (2015b) The Profession as an Individual Life Path Dependency: A Conceptualization of the Category. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 13. No. 4. P. 515—528. (In Russ.)

Ильин В. И. Жизненная колея и социальный серфинг как модели социальной мобильности // *Социальное время*. 2017. № 2 (10). С. 66—81.

Ilyin V. I. (2017) Individual Path Dependency and Social Surfing as Models of Social Mobility. *SocioTime*. Vol. 2 (10). P. 66—81 (In Russ.)

Сеннетт Р. Коррозия характера. Новосибирск, М. : Тренды. 2004. 296 с.

Sennett R. (2004) The Corrosion of Character. Novosibirsk, Moscow: Trends. 296 p. (In Russ.)

Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М. : Ad Marginem. 2014. 328 с.

Standing G. (2014) The Precariat. The New Dangerous Class. Moscow: Ad Marginem. 328 p. (In Russ.)

Тихонова Н. Е. Факторы жизненного успеха и социального и социального статуса в сознании россиян // *Вестник института социологии*. 2018. № 27. С. 11—43. <https://doi.org/10.19181/vis.2018.27.4.536>.

Tikhonova N. E. (2018) Life Success and Social Status Factors in the Minds of Russian. *Bulletin of the Institute of Sociology*. № 27. P. 11—43. <https://doi.org/10.19181/vis.2018.27.4.536>. (In Russ.)

Урри Дж. Мобильности. М. : Праксис. 2012а. 576 с.

Urry J. (2012a). *Mobilities*. Moscow: Praxis. 576 p. (In Russ.)

Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. М. : Издательский дом Высшей школы экономики. 2012b.

Urry J. (2012b). *Sociology beyond Societies. Mobilities for the Twenty-First Century*. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI. 2011. 432 с.

Florida R. (2011) *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Moscow: Klassika-XXI. 432 p. (In Russ.)

Bardak U., Maseda M. R., Rosso F. (2015). *Young People Not in Employment, Education or Training (NEET)*. Turin: European Training Foundation. URL: https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/BFEBA10DD412271C1257EED0035457E_NEETs.pdf (accessed: 16.01.2019).

³ Название статьи приводится согласно переводу, выполненному самим журналом «SocioTime». — *Примеч. ред.*

Braverman H. (1998) Labor and monopoly capital: the degradation of work in the twentieth century. N.Y.: Monthly Review Press. 465 p.

Bridging the gap: New opportunities for 16—18 year olds not in education, employment or training. Report by the Social Exclusion Unit. (1999) URL: <https://dera.ioe.ac.uk/15119/2/bridging-the-gap.pdf> (accessed: 16.01.2019).

Duffy B., Shrimpton H., Clemence M. et al. (2018) Ipsos Thinks. Beyondbinary. The Lives and Choices of Generation Z. 70 p. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018—07/ipsos-thinks-beyond-binary-lives-loves-generation-z.pdf> (accessed: 16.01.2019).

McIntyre A. (2002) People Leaving Economic Inactivity: Characteristics and Flows. *Labour Market trends*. Vol. 110. No. 4. P. 187—194.

Mascherini M., Salvatore L., Meierkord A., Jungblut J-M. (2012) NEETs — Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. <https://doi.org/10.2806/41578>.

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.03

Правильная ссылка на статью:

Чирун С. Н. Молодежное «АУЕ» как интегральный феномен российского постмодерна // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 49—65. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.03>.

For citation:

Chirun S. N. (2019) AUE youth organization as an integrated phenomenon of the Russian postmodernity. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 49—65. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.03>.



С. Н. Чирун МОЛОДЕЖНОЕ «АУЕ» КАК ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН РОССИЙСКОГО ПОСТМОДЕРНА

МОЛОДЕЖНОЕ «АУЕ» КАК
ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН
РОССИЙСКОГО ПОСТМОДЕРНА

AUE YOUTH ORGANIZATION AS AN IN-
TEGRATED PHENOMENON OF THE RUS-
SIAN POSTMODERNITY

ЧИРУН Сергей Николаевич — доктор политических наук, доцент кафедры философии и политологии, Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия
E-MAIL: Sergii-Tsch@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0001-7422-8030>

Sergey N. CHIRUN¹ — Dr. Sci. (Polit.), Associate Professor
E-MAIL: Sergii-Tsch@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0001-7422-8030>

¹ Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Аннотация. В статье проводится анализ неформального молодежного объединения АУЕ («арестантский уклад един») на примере Сибирского федерального округа. Автор опирается преимущественно на неинституциональный и постструктуралистский подходы, поэтому рассматривает неформальные

Abstract. The article is devoted to the analysis of the AUE phenomenon (Convict's Codex is Unified) using a Siberian Federal District case study. The author bases the analysis primarily on neo-institutional and post-structuralist approaches. The paper considers non-formal aspects of the AUE institution functioning

аспекты функционирования институции АУЕ, сопряженные с отношениями между узлами, формирующими различные формы и модели сетевых интеракций. Исследование обусловлено потребностью в научном анализе и интерпретации, а также выработке путей превенции и локализации данного феномена. Проблема исследования — противоречие между существующими подходами к объяснению феномена АУЕ и невозможностью на их основе выстроить эффективную молодежную политику по превенции данного явления.

Теоретическая база исследования подкреплена эмпирическим материалом, собранным на территории Сибирского федерального округа под руководством автора в сотрудничестве с Фондом «Сибирская политика» в период с 2017 по начало 2018 гг. Эмпирическая часть включает в себя девять фокус-групп, социологический опрос учащихся старших классов ($N = 920$ чел.); фокусированное интервью; экспертный опрос.

Автор аргументирует положение, согласно которому в архитектуре АУЕ присутствуют характеристики сразу трех частично пересекающихся феноменов: криминальной молодежной субкультуры, ризомного молодежного движения, криминальной молодежной организации. Вместе с тем на основе собранных данных, автор доказывает, что феномен АУЕ не может быть полностью отождествлен ни с одним из них.

Ключевые слова: молодежная субкультура, молодежное движение, пост-молодежь, криминальная субкультура, патримониализм, постмодерн, политическая культура, клиентела

related to the relationships between the nodes forming various forms and models of network interactions. The purpose of the study is the need for scientific analysis and interpretation as well as the importance to design ways to prevent and detect this phenomenon. The research problem is the contradiction between today's approaches towards interpretation of the AUE phenomenon and inability to create effective youth policies to prevent it.

The study is founded on empirical material gathered by the author in Siberian Federal District in cooperation with the "Siberian Politics" Foundation in 2017 - early 2018. The empirical part includes 9 focus groups, a survey of high school students (920 respondents), a focused interview and an expert survey.

The author argues that the AUE structure includes three partly overlapping phenomena: criminal youth subculture, rhizomatous youth movement, and criminal youth organization. However, the author proves that the AUE phenomenon cannot be fully identified with any of them.

Keywords: youth subculture, youth movement, post-youth, criminal subculture, patrimonialism, postmodernity, political culture, clientele

Введение

Одной из наиболее острых и общественно значимых проблем, стоящих перед государственной молодежной политикой (ГМП) на уровне регионов Сибири и Дальнего Востока, является проблема молодежной преступности. Установка на изоляцию, социальная пассивность, низкий уровень доверия, жесткая граница между своими и чужими, доминирование в восприятии мира образа «врага» — следствие неприятия сложившейся системы ценностей, а также основных социальных и политических институтов общества.

К числу основных причин, способствующих генезису, идеологизации и институционализации региональной молодежной преступности в формате АУЕ, можно отнести развитую систему пенитенциарных учреждений в Сибири; низкую эффективность ГМП и дефицит информационной безопасности молодежи; системные проблемы в экономике страны; низкий социально-экономический уровень развития большинства регионов Сибири и Дальнего Востока; проблемы молодежной занятости; отсутствие/неэффективность социальных лифтов для молодежи; гибридный характер политического режима.

Среда генезиса и распространения АУЕ

В российской провинции институциональный порядок значительно фрагментирован, публичное пространство характеризуется слабостью институтов социального взаимодействия, низким институциональным доверием и отсутствием практик публичного диалога. Поэтому в разных сегментах социальной системы «проявляются контрастные практики и правила интеракции» [Волков, 2017: 23].

У исследователей возникает все больше оснований для сопоставления реалий российских регионов с институтами феодальных обществ. Например, С. Г. Кордонский исследует сословный характер российского общества [Кордонский, 2008], поместный характер федеративных отношений [Кордонский, 2010], синкретизм политического и экономического [Кордонский, 2007] и другие черты, традиционно приписываемые феодальному типу отношений.

Отечественный корпоративизм характеризуется преобладанием патрон-клиентарных отношений и колоссальным влиянием корпоративных традиций на экономическую и политическую сферы. Это ведет к развитию неформальных практик и институтов. Неоинституционалисты [Олсон, 2012] предложили трактовку института как относительно устойчивого набора правил и организованных практик, инвариантных по отношению к индивидам и устойчивых перед специфическими предпочтениями и ожиданиями. Это конституирующие правила и практики, предписывающие соответствующее поведение для индивидов в тех или иных ситуациях [Панов, 2015]. Таким образом, неоинституционализм ставит в центр внимания практики и инварианты действия, а не формально установленные законодательством нормы. Данное понимание политических институтов отождествляет их с правилами игры как общепринятыми и воспроизводимыми нормами и практиками, помогающими политическим акторам упорядочивать взаимодействия. Тем самым неоинституционализм позволяет сформировать баланс формальных и неформальных норм политического взаимодействия [Мельников, 2018].

Отметим, что с позиции неoinституционализма сама российская гибридная политическая система представляет собой не временное, переходное состояние системы, являющееся следствием ситуации политического транзита, а завершённый этап становления особой конструкции власти, внутри которой могут складываться самые причудливые конфигурации институциональных и внеинституциональных структур и отношений, где неформальные практики образуют институциональное ядро политического порядка, а формальные практики реализуют лишь его внешние проявления [Халилов, 2016: 114—116].

Такого рода процессы неизбежно выводят из национальной экономики значительные финансовые ресурсы, а институционализация «рассеивания» ренты ограничивает способности властей в реализации стратегических целей молодежной политики.

С. В. Патрушев использует термин «клика», под которым понимает неформальное сообщество, объединяющее частных лиц в круг «своих людей», невзирая на их официальные статусы и должности, готовых пренебречь ради данного статуса моральными и правовыми нормами [Патрушев, 2012: 279—296]. Клики делятся на *полутеневые структуры*, в целом действующие в рамках правового поля, но избирательно использующие эти нормы для достижения своих целей и зачастую переступающие через морально-этические ограничения, насаждая традиции, которые укрепляют приоритет негласных принципов и отношений в политическом пространстве; *теневые структуры*, которые действуют за рамками правового пространства, отчетливо демонстрируя свою криминальную природу.

К типичным практикам последних можно отнести рейдерство; захват властных диспозиций в системе государственного управления (покупку депутатских мандатов, ответственных постов); «распил» или возмездное распределение бюджетных средств (выведение государственных средств в офшоры); устранение (в том числе физическое) политических/экономических конкурентов; «крышевание» (негласное патронирование нелегальных секторов экономики).

Российские клики более сильны, чем декларируемые в законодательстве и идеологиях официальные институты [Мартьянов, 2016]. Усиление клик ведет к воспроизводству «институциональных ловушек» — ситуаций, в которых закрепляются равновесные, устойчивые, но нерациональные нормы поведения (не исключая сотрудничество с полукриминальными структурами как реальными игроками на экономических или социальных площадках).

Таким образом, в России сформировалась благоприятная почва для криминализации сознания молодежи. Характерное для современных российских условий рентоориентированное поведение является результатом институционализации полукриминальных экономических отношений, следствием превалирования неформальных практик и игнорирования официальных норм, что в равной мере обусловлено как несовершенством законодательных и правовых норм (сформировавшихся под влиянием заинтересованных игроков), так и морально-этическими характеристиками правящего класса [Мартьянов, 2017].

Искусственно созданный для миллионов молодых россиян дефицит легальных возможностей не просто стал «доходным» способом бюрократически-теневоего управления, но и содействовал криминализации молодежного сознания, поскольку

ку «теневой порядок» вырастает из социально-экономических практик — промыслов [Кордонский, 2007] и закрепляется в обычае.

АУЕ — ризомное движение

Как показывают данные исследований¹, в российских регионах, и в первую очередь регионах Сибири и Дальнего Востока, все большую популярность приобретает сетевое молодежное движение «АУЕ», расшифровывающееся как «арестантский уклад един» или «арестантское уркаганское единство».

В. А. Луков определил молодежное движение как «способ самостоятельного участия молодежи в процессе смены и преемственности поколений, освоения и реализации своей социальной субъектности в соответствии с реальным или желаемым социальным статусом» [Луков, 2012: 443]. Мы же рассматриваем молодежное движение как вид общественного движения, состоящего из молодых активистов, разделяющих общие ценности и цели движения, но не имеющих, как правило, формально закрепленного членства.

Органы власти обратили внимание на АУЕ лишь после совершения воспитанниками коррекционной школы-интерната в Забайкальском крае вооруженного нападения на здание полиции 2 февраля 2016 г.² Развитие криминальных молодежных движений, несущих явно асоциальный и деструктивный посыл, оказывает крайне негативное влияние на социализацию детей и молодежи. Однако сотрудники силовых ведомств склонны скорее недооценивать проблему, они характеризуют движение АУЕ как «модную тенденцию» и «нездоровую романтичность тюремного образа жизни»³. Так, пресс-служба УМВД по Забайкальскому краю заявляет: «С учетом того, что нет организаторов, лидеров АУЕ, нет никакой финансовой поддержки, нет устава... мы делаем вывод о том, что АУЕ как движения не существует»⁴.

Однако известно, что постмодернистские молодежные движения отличает «отсутствие аналогов в стабильных организационно-институциональных элементах политической системы; отсутствие устойчивой структурной зависимости от институтов государственной власти и публичной политики; соотносимость с ризоматическими формами; преобладание сетевых принципов, технологий, методов организации и функционирования» [Чирун, 2016: 20]. Значимым индикатором ситуации постмодерна выступает ризома, представляющая собой матричную общественно-политическую структуру, лишённую жесткой иерархии, ядра и чрезвычайно устойчивую к враждебному воздействию. Молодежные ризомные структуры способны перманентно реорганизовываться и изменять деятельностный вектор,

¹ Проблемы противодействия криминальной субкультуре: сборник статей (материалы Всероссийской научно-практической конференции, состоявшейся 8 декабря 2017 г.) / науч. ред. Ю. В. Хармаев, Э. Л. Раднаева. М.: Юриспруденция, 2018. 296 с. URL: <http://www.jurisizdat.ru/new/intro/CrimSub.pdf> (дата обращения: 01.02.2019).

² Суд ужесточил наказание подросткам, напавшим на отдел полиции в Хилке. URL: <https://www.hilok.ru/index.php/zerkalo-novostej/35-sud-uzhestochil-nakazanie-podrostkam-napavshim-na-otdel-politsii-v-hilke> (дата обращения: 01.02.2019).

³ Прокуратура края назвала деятельность субкультуры АУЕ умеренной. URL: https://zab.ru/news/94451-prokuratura_kraya_nazvala_deyatelnost_subkultury_aue_umerennojekstra (дата обращения: 01.02.2019).

⁴ Тарасов А. Страна из трех букв. АУЕ: Кто стоит за криминализацией подростков, вводит их в преступное пространство, или хроники новой пионерии // Новая газета. 16 июня 2017 г. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/16/72816-strana-iz-treh-bukv> (дата обращения: 01.02.2019).

мимикрируя под актуальные социально-политические тренды, подстраиваясь под специфику политической ситуации и ее динамику.

Ризомная структура отличается от традиционных организационных структур тем, что она децентрализована и неиерархична. Если традиционная организация предполагает централизованную систему управления, то ризомная структура состоит из узлов (хабов), между которыми выстраиваются горизонтальные сетевые связи. В этом случае даже управляемое разрушение узлов движения незначительно отразится на его текущем функционале, который через непродолжительный период полностью восстановится. Последнее значительно снижает эффективность воздействия на ризомное движение посредством пенитенциарных инструментов надзора и наказания [Foucault, 1979: 26—27].

Сетевые структуры, формирующиеся в условиях гетерархии постмодерна, представляют собой наиболее перспективный тренд в политике XXI века, когда в качестве общественных акторов все настойчивее действуют индивиды, неформально взаимодействующие в горизонтальных сетевых структурах [Ирхин, 2014: 20]. Последнее представляет собой механизм децентрализованных, неиерархических взаимодействий, интегрирующих интересы и подходы участников взаимодействия, обменивающихся ресурсами в процессе реализации общей цели.

Сети воспринимаются в данном подходе как неформальные институты, которые регулируют внутрисетевые и государственно-общественные взаимодействия.

Отметим, что институты постмодерна — это не застывшая статичная, а динамичная система взаимодействий, формальных и неформальных правил, норм и практик, соответствующих актуальной политической реальности, в которой исследователи отмечают актуальные риски трансформации социальных связей молодежи, связанные с множественными поведенческими девиациями [Козырева, Зверькова, 2017].

В сетевом обществе [Castells, 2009] АУЕ приобрел черты постмодернистского мема — означающего что-то грозное и тайное, прорастающее там, где его совсем не ожидают, и очень устойчивое (вследствие своей ризомной структуры) к распространенным формам борьбы с социальными девиациями.

Идеологической основой сетевого движения АУЕ стал свод неформальных норм [Румянцева, 2017]. Его участники формируют романтическую мифологию преступного мира, агрессивно навязывают свое мировоззрение сверстникам, насаждают в учебных заведениях уголовную идеологию, проецируют во взаимоотношения с окружающими тюремные поведенческие схемы, когда изначальные игровые установки претерпевают трансформацию в процессе их последующей институционализации.

АУЕ — криминальная организация

Несмотря на то, что многие характеристики АУЕ соотносятся с молодежным движением, АУЕ не является в полной мере молодежным движением. Для подтверждения этого тезиса можно использовать следующие аргументы:

1. наиболее статусные позиции в АУЕ занимают те, кто, как правило, уже преодолел границу молодежного возраста (постмолодежь), следовательно, движение не является исключительно молодежным, хотя молодежь в нем статистически преобладает;

2. в АУЕ приняты собственные нормы поведения и ценностные ориентиры, довольно жесткая организационная иерархия, реализация отдельными участниками функций лидера и распределение социальных ролей, также наличие высокоформализованной системы ритуализированных правил и регламентов, что в целом не характерно как для молодежных, так и для любых других движений;
3. формальное вступление в АУЕ нередко является вынужденным, а выход крайне затруднителен и сопряжен с опасностями, что плохо соотносится с представлениями о релятивности границ большинства молодежных движений;
4. участие в организационных структурах АУЕ предполагает фиксацию членства и обязательную «уплату членских взносов» в общак, что также скорее соответствует организации, чем движению.

В АУЕ, как свидетельствуют данные проведенных нами опросов среди экспертов Сибирского федерального округа⁵, значительная часть вовлеченных подростков имеет перманентные контакты с деструктивными агентами социализации — организованными группами, которые учат детей совершать преступления и информируют об отсутствии для них уголовной ответственности. В Кемеровской области, как показали результаты наших фокус-групп, данная технология активно используется для вербовки малолетних наркодилеров-закладчиков. Однако правоохранные органы склонны существенно преуменьшать масштабы проблемы⁶.

Журналист А. Тарасов наглядно демонстрирует технологию вербовки в организацию, используемую активистами АУЕ: «К ребенку, если он достиг возраста пятого-шестого класса, подходят. Обычно их двое, они старше. Заводят разговор... Начинают приветливо, и в то же время напористо... Воровское аргументы придумано как раз для того, чтобы загнать в ловушку, обмануть и запугать... Старшие обирают младших, те — еще более младших или тащат из дома. Дальше — по накатанной: совершая преступление, подросток идет в спецшколы, воспитательные колонии, там окончательно заражается...»⁷

Наши данные по Кемеровской области показывают, что подростки из депрессивных территорий Кузбасса часто попадают на эту технологию вербовки во многом потому, что не видят для себя в родном регионе реальных возможностей и перспектив⁸.

⁵ Экспертные опросы (а также фокус-группы, социологический опрос учащихся старших классов и фокусированные интервью) проведены в Сибирском федеральном округе под руководством автора в сотрудничестве с Фондом «Сибирская политика» в период с 2017 по начало 2018 гг.

⁶ Федеральная служба исполнения наказаний / Официальный сайт УФСИН России по Забайкальскому краю. URL: <http://www.75.fsin.su/history/istoriya-ufsin/> (дата обращения: 01.02.2019).

⁷ Тарасов А. Страна из трех букв. АУЕ: Кто стоит за криминализацией подростков, вводит их в преступное пространство, или хроники новой пионерии // Новая газета № 63 от 16 июня 2017 г. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/16/72816-strana-iz-treh-bukv> (дата обращения: 01.02.2019).

⁸ Анкетный опрос (920 респондентов) проводился среди школьников старших классов (9—11 классы) в городах: Анжеро-Судженск, Белово, Березовский, Калтан, Кемерово, Киселевск, Мариинск, Новокузнецк, Прокопьевск, Тайга, Юрга, в муниципальных районах: Ижморском, Крапивинском, Промышленновском, Таштагольском, Тисульском, Тяжинском, Чебулинском, Яшкинском, а также среди учащихся колледжей, техникумов и училищ в городах Кемерово и Новокузнецке. Расчет ошибки выборки показал, что она не превышает 5% при доверительной вероятности 96%.

В постсоветской России не сформировался свободный конкурентный рынок, а социальные группы образуют систему неравенств по признаку возможностей для рентного доступа, иерархически распределяемого государством [Барсукова, 2015: 33—34]. Критерием иерархии «рентных групп» являются параметры доступа, а также роли и статус в перераспределении национальных ресурсов. Данные проведенных эмпирических исследований свидетельствуют о региональной фрагментации «административного общества» и правовом нигилизме молодежи. Такая ситуация ведет к патрон-клиентарным отношениям, складыванию клиентел, к упованию на «твердый порядок» и к персонификации региональной власти.

Я. В. Ланtratова, ответственный секретарь СПЧ⁹, проводила исследование российских регионов на предмет присутствия в них АУЕ. На основании полученных данных она подготовила доклад для президента РФ по теме: «Работа по профилактике и борьбе с криминализацией подростковой среды», где указала 18 российских регионов, представляющих наибольшую криминогенную опасность для молодежи¹⁰. В обращении к президенту она сообщила, что многие детские учреждения в России уже находятся под влиянием криминальной организации АУЕ¹¹. Особую озабоченность вызывает степень организованности АУЕ, наличие системы управления и активная пропаганда идеологии АУЕ. При этом руководитель региональной АУЕ часто находится в местах заключения, но через своих «менеджеров среднего звена» — «смотрящих» организует неформальные институты управления в школах, детских домах, колледжах и других общеобразовательных учреждениях.

Данные, полученные Фондом «Сибирская Политика» с использованием метода фокус-групп, а также анкетного опроса старших школьников и учащихся ССУЗов, показали, что в этих технологиях квазипрозелитизма значительная роль отводится неформальному институту «вписки», или «посвящения» (посвят), получившему широкое распространение в молодежной среде и активно популяризируемому в социальных сетях.

Во многих образовательных учреждениях институциональные структуры АУЕ осуществляют поборы денег с воспитанников, используя технологии запугивания, провокаций и шантажа. В частности, один их идеологов АУЕ, так называемый вор в законе Георгий Омарович Углава (Тахи), был публично обвинен Дмитрием Ведерниковым, лидером другой ОПГ, в поборах со школьников посредством деятельности региональной системы АУЕ¹².

Проведенные нами исследования показали, что учащиеся, которые относят себя к АУЕ, стараются устанавливать жесткую иерархию и криминальные порядки в учебных заведениях. Явной функцией (целью) такого криминального порядка является

⁹ Совет при Президенте Российской Федерации по развитию гражданского общества и правам человека.

¹⁰ Ответсек совета при президенте России Яна Ланtratова — о развитии гражданского общества в Архангельской области. URL: <https://region29.ru/2017/11/15/5a0ca38612f17bd87841c0c2.html> (дата обращения: 02.03.2019) Ланtratова об АУЕ: Молчать об этом перед главой государства — преступление. URL: <https://www.chita.ru/news/95595/> (дата обращения: 02.03.2019).

¹¹ Михайлов И. Детский омбудсмен включилась в борьбу с АУЕ субкультурой. URL: <http://uralpress.ru/news/federaciya/detskiy-ombudsmen-anna-kuznecova-vklyuchilas-v-borbu-s-ae-subkulturoy> (дата обращения: 01.02.2019).

¹² Тарасов А. Страна из трех букв. АУЕ: Кто стоит за криминализацией подростков, вводит их в преступное пространство, или хроники новой пионерии // Новая газета. 16 июня 2017 г. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/16/72816-strana-iz-treh-bukv> (дата обращения: 01.02.2019).

сбор денежных средств в «общак». Но наблюдаются и латентные функции, которые тоже крайне деструктивны и наносят серьезнейший вред психике учащихся.

Существуют и определенные аргументы в пользу признания этого явления тоталитарной сектой. Например, режим АУЕ исключает свободу мнения активистов. Для АУЕ характерны неприемлемость чужих взглядов и агрессивное навязывание своих.

Таким образом, наиболее общественно опасная интегральная составляющая АУЕ представляет собой сложную систему, преступную организацию со своей иерархией, стратегией развития, денежным потоком и другими признаками. Система сборов в «общак» функционирует следующим образом: молодые приверженцы платят ежедневные или ежемесячные взносы, предназначенные для людей, отбывающих наказание сейчас, так что когда они сами попадут в тюрьму, им будут платить деньги такие же российские школьники, каждый из которых хотя бы раз сталкивался с той или иной формой насилия [Сизова, 2016].

Политико-управленческие предпосылки молодежной субкультуры АУЕ

Молодежные субкультуры стали привычным культурным явлением, и общество успело к ним адаптироваться. Сегодня наблюдается рост символической криминализации массового сознания, что находит отражение в молодежной среде и способствует росту молодежной преступности. Однако излишняя концентрация внимания СМИ на медийных субкультурных общностях затрудняет понимание все более усложняющихся взаимоотношений между культурным меньшинством и большинством [Омельченко, 2013: 58].

Наиболее массовое интегральное проявление АУЕ на сегодняшний день представляет собой сформированную молодежную (и частично постмолодежную) субкультуру, особенно популярную в среде старших школьников и учащихся колледжей. Ведь АУЕ — это не только название (аббревиатура), но в первую очередь это маркер, который разделяет своих и чужих, являясь инструментом формирования групповой идентичности. Среди молодежи провинциальных депрессивных городов Сибири и Дальнего Востока принадлежать к субкультуре АУЕ становится «модным трендом», как некогда к хиппи, байкерам и другим субкультурам, существовавшим еще в СССР.

Молодежную субкультуру можно интерпретировать как культуру молодых людей, направленную на их интеграцию в неформальное объединение, с собственными правилами и системой идентичности; частичную культурную систему внутри базовой культуры общества, определяющую стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет ее носителей [Левикова, 2006].

Воровские законы и понятия из взрослых криминальных субкультур транслируются в молодежную субкультуру под видом некой постмодернистской «игры», в которой процесс игры становится основной категорией действительности.

Таким образом, по своей сути самая массовая часть АУЕ — это молодежная постмодернистская криминальная субкультура, ориентирующаяся на «понятия воровской жизни». В значительной мере ее популяризацию среди молодежи можно связать с общим кризисом культуры постмодерна, проявляющимся в отсутствии достойных образцов для подражания.

Вместе с тем довольно сложно идентифицировать АУЕ, опираясь лишь на традиционный концепт молодежной субкультуры, поскольку складывающиеся в рамках АУЕ коммуникативные взаимодействия, не будучи жестко прикреплены к универсальному стилистическому нарративу, развиваются вокруг культурных инноваций и практик, могут охватывать стилистически, символически или идеологически разные молодежные группы через приверженность к общим криминальным ценностям, формируя между ними особые отношения солидарности.

С учетом масштабов распространения криминальной молодежной субкультуры проблема приобретает федеральный характер. И здесь отдельного внимания требует роль «тюремного уклада» в формировании социальных норм и культурных традиций социума.

Дело не только в том, что в постсовременной России популярна «тюремная романтика», тиражируемая посредством транслирующих шансон радиостанций и популярных фильмов про заключенных, преступников, воров в законе, в которых облагораживается и пропагандируется криминал. Среди последних такие фильмы, как «Бригада», «NEXT», «Глухарь», «Карпов», «Ментовские войны» и др. Сюда же можно отнести «тюремную» лексику отдельных представителей власти. Вносят свой вклад журналисты и технологи, использующие уголовный жаргон в репортажах, а также на страницах в социальных сетях: «зашквар», «стукач», «западло»¹³. Формируются административно-управленческие предпосылки криминализации молодежного сознания.

По утверждению Х. Арендт, фанатическая преданность какому-либо тоталитарному учению, которая дает подростку ощущение стабильности, является следствием социальной изоляции и неспособности формировать нормальные человеческие отношения [Арендт, 1996: 422]. Соответственно, криминальное сознание содержит в себе зачатки авторитаризма (который способствует разрушению общественных институтов и социальных связей).

Авторитарная ментальность характерна не только для маргинальной части российской молодежи, но и для значительной части взрослых россиян, радикально настроенных в отношении к субкультурным инновациям, стремящихся в ситуации неопределенности общественных трансформаций держаться за мифические «скрепы» и продолжающих рассматривать молодежь и молодежную политику с позиций ресурсного подхода. Доминирование такого подхода уводит государственную молодежную политику от реальных проблем молодежи, «связанных с расширением бедности, незащищенности, исключением ее из реальных секторов общественной жизни» [Омельченко, 2007: 85].

Криминальную субкультуру отличают типичные авторитарные черты: восприятие общества как системы бинарных оппозиций, потребность в жестких правилах, патологическая нетерпимость к инакомыслию, перекалывание вины на другого и т. д. Субкультура АУЕ опасна не только криминализацией молодежной среды, но и подменой базовых общественных принципов. Например, в среде АУЕ не приветствуются высшее образование и мотивация к восходящей социальной

¹³ Данилин Павел. Запись на личной странице в социальной сети Facebook 12.06.2018. URL: <https://www.facebook.com/danilin.pavel.50/posts/10215660143963899> (дата обращения: 12.06.2018). (На момент публикации статьи контент не доступен. — Примеч. ред.)

мобильности и карьерному росту. Напротив, пропагандируется приобретение профессионального жизненного опыта через пребывание в тюрьме.

Парадоксальным образом идеология АУЕ в этом вопросе солидаризируется с позицией ряда российских чиновников, считающих, что массовизация высшего образования вредна для экономики страны [Бессуднов, Куракин, Малик, 2017: 84]. Тем самым государство не использует в полной мере молодежный ресурс как значимый потенциал инновационного развития [Шмелева, 2018].

Согласно той же логике, многие управленческие решения принимаются исходя не из приоритета права и действующего законодательства, а из принципа «целесообразности» [Моляренко, 2016], а судебная власть активно используется как в конкурентной борьбе номенклатурно-олигархических группировок, так и в качестве защитного механизма, ограждающего президентскую и исполнительную власть от социальных и политических протестов [Нисневич, 2014: 96]. Например, российские суды не заинтересованы в вынесении оправдательных приговоров, поскольку это может поставить под сомнение компетентность работы следственных органов и правомерность доказательной базы. Такая ситуация уже стала причиной того, что фактически сведены на нет оправдательные приговоры.

С точки зрения нового институционализма демократия зависит не только от экономических и социальных условий, но и от дизайна политических институтов. В неонституционализме категориями анализа выступают не только институты, но и акторы, их ресурсы, взаимодействия и стратегии. Так, политическая система создает институциональные механизмы трансформации общественной власти во власть государственную. В данном контексте в государстве формируются публичные общественно-политические сети, но одновременно сохраняются и причины для формирования структур криминального («теневое») характера, которые пытаются использовать легальные формы гражданских объединений для продвижения своих целей и распределения ресурсов [Панов, 2015].

В связи с этим представляет интерес сама типология политического порядка постсоветской России. Так, А. Д. Хлопин разработал концепцию «социума клик» [Хлопин, 2011], на основе которой С. В. Патрушев аргументировал кликократический тип российского политического порядка [Патрушев, 2012: 287]. В данном контексте важно отметить, что правящий режим способен выстраивать модель «ручного управления», при которой роль формальных институтов и практик значительно снижается, как и интерес к традиционной политической активности [Омельченко, 2014: 4].

К инструментам «ручного управления» можно отнести:

- системы взаимодействий между патроном и клиентами, не ограниченные лишь формально-институциональными моделями;
- теневые формы управления, обусловленные заинтересованностью в искусственном снижении уровня легальной конкуренции;
- институционально нормативную неопределенность, обуславливающую потребность в заполнении правовых лагун;
- реализацию теневых форм ротации и кооптации в аппарат управления; использование административной ренты, конвертацию административно-управленческих ресурсов в ресурсы экономические;

— избирательное (телефонное) правоприменение и двоякое толкование законов.

В рамках правящего режима сетевое взаимодействие политико-управленческого типа, сопряженное со слабыми возможностями гражданского (институционального) контроля, в основном ориентировано на интересы доминирующих элитарных коалиций. Бенефициаром в данном случае выступает правящий режим. Гибридный характер политического режима предполагает использование как формальных, так и неформальных институтов в качестве инструмента легитимации и удержания властных позиций авторитарным лидером [Морозова, Мирошниченко, Рябченко, 2017: 7].

В этих условиях реальная власть поделена между кланами и кликами, которые представляют сети межличностных коммуникаций, сформированных как на семейно-родственной основе, так и на основе дружественных связей, иногда даже не связанных со служебными отношениями. Примечательно, что среди факторов достижения успеха молодые респонденты, участвующие в социологическом опросе, указали прежде всего именно полезные связи [Вишневский, Нархов, 2017: 42]. Кланы скрываются за публичными политическими институтами, на деле оказываясь реальной движущей силой в принятии политических решений в силу необходимой ресурсной обеспеченности, что позволяет им выступать опорой правящего режима на региональном и федеральном уровнях.

В ходе исследования нам доводилось сталкиваться с гипотетическим мнением отдельных экспертов о высоком протестном потенциале криминальной субкультуры. Они утверждали, что склонность к неприятию системы власти якобы способна привести молодых людей, идентифицирующих себя как АУЕ, к политическому протесту. Как известно, «в любом обществе молодые всегда рассматривались радикальнее других возрастных групп» [Омельченко, Андреева, 2015: 25]. Однако в целом наши исследования свидетельствуют, что, несмотря на крайнюю асоциальность криминальной субкультуры АУЕ, она не является асистемной (по отношению к политической системе) и настроена враждебно как раз к оппозиционным молодежным движениям и «протестным» группам.

Наши данные по Кемеровской области подтверждают мнение исследователей, считающих, что повстанческий потенциал отсутствует у криминальных групп. Более того, многие из них имеют склонность к сотрудничеству с силовыми структурами, что особенно отчетливо проявляется при наличии в «силовой среде» коррумпированных элементов. Такое взаимодействие нередко используется криминалом, чтобы иметь возможность утвердиться в качестве экономического игрока и продолжать преступную деятельность без помех [Hazen, 2010]. Также, согласно нашим исследованиям, в Кузбассе активисты и сторонники АУЕ в большинстве случаев деполитизированы, меньшинство же разделяется на сторонников В. Путина (но не «Единой России») и В. Жириновского.

Таким образом, если молодые сторонники АУЕ и готовы поддержать какие-либо политические силы, то это будет консервативно-охранительный экстремизм, направленный на сохранение авторитарных (гибридных) институтов. В этом случае экспансия маргинального образа жизни объясняется самой общественной структурой [Олейник, 2017]. В ситуации, когда даже имитационная демократия ста-

новится избыточной и чреватой рисками, ускоряется превращение властвующих групп в сословие — закрытое и находящееся вне зоны действия правовой системы.

В такой ситуации наличие криминализированного консервативного большинства, поддерживающего курс правящего гибридного режима, находится в общем поле воздействия «рентной экономики», выстроенный механизм которого генерирует атмосферу «рентного конформизма» — источника той парадоксальной стабильности, которая служит социальной опорой российской государственной власти.

Список литературы (References)

Арендт Х. Истоки тоталитаризма. М. : ЦентрКом. 1996. 672 с.

Arendt H. (1996) *The Origins of Totalitarianism*. Moscow: TsentrKom. 672 p. (In Russ.)

Барсукова С. Ю. Развитая неформальность в развивающихся странах // Эссе о неформальной экономике, или 16 оттенков серого. М. : Изд. дом Высшей школы экономики. 2015. С. 22—36. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1549-5>.

Barsukova S. Yu. (2015) Developed Informality in Developing Countries. In: *Essays on Informal Economy, or Sixteen Shades of Grey*. M.: Publishing House of HSE. P. 22—36. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1549-5>.

Бессуднов А. Р., Куракин Д. Ю., Малик В. М. Как возник и что скрывает миф о всеобщем высшем образовании // Вопросы образования / Educational Studies. 2017. № 3. С. 83—109. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2017-3-83-109>.

Bessudnov A. R., Kurakin D. Yu., Malik V.M (2017) The Myth about Universal Higher Education: Russia in the International Context. *Voprosy obrazovaniya / Educational Studies Moscow*. No. 3. С. 83—109. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2017-3-83-109>.

Вишневецкий Ю. Р., Нархов Д. Ю. Какое общество является справедливым: мнение свердловских студентов // Социологические исследования. 2017. № 5. С. 35—46. Vishnevsky Yu. R., Narkhov D. Yu. (2017) What Society is Just: Views of Sverdlovsk Region Students. *Sociological Studies*. No. 5. P. 35—46. (In Russ.)

Волков Ю. Г. Приватное пространство: опыт социологической рефлексии солидаристского потенциала новой социальной реальности // Социологические исследования. 2017. № 12. С. 20—29. <https://doi.org/10.7868/S0132162517120030>. Volkov Yu. G. (2017) Private Space as a Research Problem of Sociological Reflection of the Solidarist Potential for New Social Reality. *Sociological Studies*. No. 12. P. 20—29. (In Russ.) <https://doi.org/10.7868/S0132162517120030>.

Ирхин Ю. В. Постмодернистская методология анализа и проектирования политики // Вестник РГГУ. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки». № 1 (123). 2014. С. 13—26.

Irkhin Yu. V. (2014) Postmodernist Methodology of Analyzing and Projecting Politics. *RSUH/RGGU Bulletin. Series: Political Science. Social and Communicative Studies*. No. 1(123). P. 13—26. (In Russ.)

Козырева Л. Д., Зверькова С. А. Трансформация социальных связей молодежи в информационном обществе // Социодинамика. 2017. № 4. С. 94—104. <https://doi.org/10.7256/2409-7144.2017.4.22732>.

Kozyreva L. D., Zverkova S. A. (2017) Transformation of the Social Ties of Youth in Information Society. *Sociodynamics*. No. 4. P. 94—104. (In Russ.) <https://doi.org/10.7256/2409-7144.2017.4.22732>.

Кордонский С. Г. Ресурсное государство : сб. статей. М. : REGNUM. 2007. 108 с.
Kordonsky S. G. (2007) Resource State: a Collection of Articles. Moscow: REGNUM. 108 p. (In Russ.)

Кордонский С. Г. Сословная структура постсоветской России. М. : Институт Фонда «Общественное мнение». 2008. 216 с.

Kordonsky S. G. (2008) The Estate Structure of the Post-Soviet Russia. Moscow: Public Opinion Foundation. 216 p. (In Russ.)

Кордонский С. Г. Россия. Поместная федерация. М. : Европа. 2010. 312 с.

Kordonsky S. G. (2010) Russia. The Local Federation. Moscow: Europe. 312 p. (In Russ.)

Левикова С. И. О готах, готике и больном российском обществе // Общественные науки и современность. 2006. № 4. С. 155—166.

Levikova S. I. (2006) About the Goths, Gothic and Sick Russian Society. *Social Sciences and Contemporary World*. No. 4. P. 155—166. (In Russ.)

Луков Вал. А. Теории молодежи: Междисциплинарный анализ: науч. монография. М.: Канон, 2012. 528 с.

Lukov Val. A. (2012) Youth Theories: Interdisciplinary Analysis: Scientific. monograph. Moscow: Canon. 528 p. (In Russ.)

Мартьянов В. С. Российский политический порядок в рентно-сословной перспективе // Полис. 2016. № 4. С. 81—99. <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.04.08>.

Martianov V.S (2016) Russian Political Regime in the Rent-estate Perspective. *Polis. Political Studies*. No 4. P. 81—99. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.04.08>.

Мартьянов В. С. Наше рентное будущее: глобальные контуры общества без труда? // Социологические исследования. 2017. № 5. С. 141—153.

Martianov V. S. (2017) Our Rental Future: Global Outlines OF A Labourless Society? // *Sociological Studies*. No. 5. P. 141—153. (In Russ.)

Мельников К. В. Неопатримониализм: классификация как способ преодоления концептных натяжек // Полис. Политические исследования. 2018. № 2. С. 68—81. <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.02.06>.

Melnikov K. V. (2018) Neopatrimonialism: Classification as a Way of Overcoming the Conceptual Stretching. *Polis. Political Studies*. No. 2. P. 68—81. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.02.06>.

Моляренко О. А. Теневое государственное и муниципальное управление // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 3. С. 120—133. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.06>.

Molyarenko O. A. (2016) Shadow Public Administration. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 120—133. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.06>.

Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Рябченко Н. А. Гибридные институты и неформальные политические практики // Человек. Сообщество. Управление. 2015. № 4. С. 6—26.

Morozova E. V. Miroshnichenko I. V., Ryabchenko N. A. (2015.) Hybrid Political Institutions: Revisiting the Issue of Typologization. *Human. Community. Management*. No. 4. P. 6—26. (In Russ.)

Нисневич Ю. А. Правящая номенклатура сегодня: «захват государства» // Общественные науки и современность. 2014. № 5. С. 88—97.

Nisnevich Yu. A. (2014) The Ruling Nomenclature Today: The Seizure of the State. *Social Sciences and Contemporary World*. No. 5. P. 88—97. (In Russ.)

Олейник А. Н. Тюремная субкультура в России: от повседневной жизни до государственной власти. М.: Инфра-М. 2001. 418 с.

Oleynik A. N. (2001) Prison Subculture in Russia: from Everyday Life to State Power. Moscow: Infra—M. 418 p. (In Russ.)

Олсон М. Власть и процветание: перерастая коммунистические и капиталистические диктатуры. М.: Новое издательство. 2012. 212 с.

Olson M. (2012) Power and Prosperity: Outgrowing Communist and Capitalist Dictatorships. Moscow: New Publishing House. 212 p. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Молодежь России: из XX в XXI век // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2007. № 3 (8). С. 82—87.

Omelchenko E. L. (2007) Russian Youth: from the 20th to the 21st Century. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences*. No. 3 (8). P. 82—87. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52—61.

Omelchenko E. L. (2013) Solidarity and Cultural Practices of Youth in the Early Twenty First Century: Theoretical Context. *Sociological Studies*. No. 10. P. 52—61. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. От субкультур — к солидарностям и назад к субкультурам? Споры о терминах и этнография молодежной социальности // Этнографическое обозрение. 2014. № 1. С. 3—7.

Omelchenko E. L. (2014) From Subcultures to Solidarities and Back to Subcultures? Debates on Terms and the Ethnography of Youth Sociality. *Etnograficheskoe obozrenie*. No. 1. С. 3—7. (In Russ.)

Омельченко Е. Л., Андреева Ю. В. Солидарный подход к анализу радикально настроенных молодежных групп // Образование личности. 2015. № 1. С. 20—27.

Omelchenko E. L., Andreeva Yu. V. (2015) A Joint Approach to the Analysis of Radical Youth. *Personality Formation*. No. 1. P. 20—27. (In Russ.)

Панов П. В. Институционализм(ы): объяснительные модели и причинность // Полис. Политические исследования. 2015. № 3. С. 39—55. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>.

Panov P. V. (2015) Institutionalism (s): Explanatory Models and Causality. *Polis. Political Studies*. No. 3. P. 39—55. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>.

Патрушев С. В. Кликократия как институциональная проблема российской модернизации // Власть и политика: институциональные вызовы XXI века. Политическая наука: Ежегодник 2012 / Российская ассоциация политической науки ; гл. ред. А. И. Соловьев. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 2012. С. 279—296.

Patrushev S. V. (2012) Klykokratiya as an institutional problem of Russian modernization // Power and Politics: Institutional Challenges of the 21st Century. Political Science: Yearbook 2012 / Russian Association of Political Science; Ch. Ed. A. I. Soloviev. Moscow: The Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN). P. 279—296. (In Russ.)

Румянцева Е. Е. Пробелы российского антикоррупционного законодательства и негласные правила борьбы с коррупцией // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2017. № 3. С. 116—127. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.3.08>.

Rumyantseva E. E. (2017) Gaps in the Russian anti-corruption legislation and unspoken rules for fighting corruption. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Change*. No. 3. P. 116—127. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.3.08>.

Сизова И. Л. Социокультурные факторы эскалации насилия в российской школе // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 185—192. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.2.11>.

Sizova I. L. (2016.) Sociocultural Factors of the Escalation of Violence in the Russian School. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 185—192. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.2.11>.

Халилов Т. А. Баланс формальных и неформальных практик политического взаимодействия власти и бизнеса в постсоциалистической России // Власть. 2016. № 9. С. 114—116.

Khalilov T. A. (2016.) The Balance of Formal and Informal Practices of Political Interaction between Power and Business in Post-Socialist Russia. *The Power*. No. 9. P. 114—116. (In Russ.)

Хлопин А. Д. Социум клик как российский тип социальной организации // Граждане и политические практики в современной России: воспроизводство и трансформация институционального порядка. М. : Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 2011. С. 68—76.

Khlopin A. D. (2011.) Social click as a Russian type of social organization. In: *Citizens and political practices in modern Russia: the reproduction and transformation of the institutional order*. Moscow: RAPS, ROSSPEN. P. 68—76. (In Russ.)

Чирун С. Н. Молодежная политика в состоянии постмодерна: государство, власть, общество : дис. ... д-ра. полит. наук : 23.00.02. Казань : Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ). 2016. 430 с.

Chirun S. N. (2016) Youth policy in a postmodern state: the state, power, society: dis. ... dr. polit. sciences: 23.00.02. Kazan: Kazan (Privolzhsky) Federal University. 430 p. (In Russ.)

Шмелева Е. В. Одаренная молодежь и развитие новых образовательных технологий как политическая проблема // Полис. Политические исследования. 2018. № 2. С. 29—36. <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.02.03>.

Shmeleva E. V. (2018) The Gifted Youth, and Development of New Educational Technologies as a Political Problem. *Policy. Political Studies*. No. 2. P. 29—36. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.02.03>.

Hazen J. (2010) Understanding Gangs as Armed Groups. *International Review of the Red Cross*. No. 8. P. 369—386. <https://doi.org/10.1017/S1816383110000378>.

Foucault M. (1979) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. N.Y.: Vintage Books. 333 p.

Castells M. (2009) *The Rise of the Network Society. Information Age*. Vol. 1. 2nd Edition with a New Preface edition. Malden, MA; Oxford, UK: Wiley-Blackwell. 656 p.

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.04

Правильная ссылка на статью:

Ариф Э. М. Потребление в среде молодых активистов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 66—83. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.04>.

For citation:

Arif E. M. (2019) Consumption among young activists. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 66—83. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.04>.



Э. М. Ариф

ПОТРЕБЛЕНИЕ В СРЕДЕ МОЛОДЫХ АКТИВИСТОВ

ПОТРЕБЛЕНИЕ В СРЕДЕ МОЛОДЫХ АКТИВИСТОВ

АРИФ Эльвира Маратовна — научный сотрудник, старший преподаватель, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: elvira.arif@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-1512-5338>

Аннотация. Потребление в среде молодежи изучают в рамках двух основных направлений. В первом его рассматривают на примере группы людей определенного возраста, которая отличается от групп людей других возрастов. Здесь не учитываются культурные различия. В рамках второго подхода внимание фокусируется на потреблении как на одном из структурообразующих элементов молодежных сообществ или

CONSUMPTION AMONG YOUNG ACTIVISTS

Elvira M. ARIF¹ — Research Fellow, Senior Lecturer
E-MAIL: elvira.arif@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-1512-5338>

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

Abstract. There are two main approaches to study youth consumption. The first one considers consumption as viewed by a group of people of a certain age who differ from other age groups. Cultural differences are not taken into account. In the second approach consumption is seen as one of structure-forming elements of youth communities and practices. In that case, researchers study subcultures and youth leisure activities. However, those

практик. В этом случае ученые изучают субкультуры и формы молодежного досуга. Однако молодежь, не включенная в субкультуры и не отличающаяся потреблением как осевой практикой групповой идентичности, оказывается малоизученной. В статье на примере анализа значения потребления в среде молодых активистов рассматриваются идейные векторы молодежной солидарности, вокруг которых консолидируется молодежь. База данных состоит из 28 биографических интервью с молодыми активистами г. Санкт-Петербурга. В фокусе внимания — ценностные приоритеты молодых активистов и значения, которые они вкладывают в труд. Таким образом, значение потребления рассматривается в контексте ценностей и труда с помощью категории «культурный репертуар потребления». По результатам работы с интервью выделено пять репертуаров: антиперепотребительский, этический, просоветский, антипотребительский и политизированный. Отдельно рассмотрена реинтерпретация молодыми активистами эксклюзивности в рамках доминирующего дискурса потребления. Проведенный анализ дает основания к пересмотру содержания вектора солидарности и замены его направленности с «потребительства — аскетизма» на «критическое — интериоризированное потребление».

Ключевые слова: молодежь, активизм, потребление, гражданственность

Благодарность. Автор выражает благодарность за предоставленные материалы директору ЦМИ НИУ ВШЭ Омельченко Елене Леонидовне и координатору проекта Крупец Яне Николаевне. Отдельное спасибо всем кол-

young people who are not engaged in subcultures and whose consumption patterns do not define their group identities are poorly studied. The article analyzes the importance of consumption among young persons and examines the ideological vectors of youth solidarity. The database consists of 28 biographical interviews with young activists from St Petersburg. The emphasis is placed on value priorities and the significance of labor for young activists. Thus, the meaning of consumption is considered through the prism of values and labor using the notion of “cultural repertoire of consumption”. Based on the interview results, five repertoires were singled out: anti-reconsumption, ethical, pro-Soviet, anti-consumption and politicized repertoires. Special attention is given to young activists’ reinterpretation of exclusiveness within the dominant consumption discourse. The analysis provides the grounds for reviewing the content of the solidarity vector and the substitution of “consumption—asceticism” direction for the “critical—internalized consumption”.

Keywords: youth, activism, consumption, citizenship

Acknowledgments. The author expresses gratitude to Elena L. Omelchenko, director of NRU HSE Center for Youth Studies, and Yana N. Krupets, project manager, for the provided materials. Special thanks go to all the colleagues

легам, участвовавшим в разработке инструментария, сборе, обсуждении и анализе данных.

who took part in the tool design and data collection, discussion and analysis.

Отличительной чертой 2010-х годов можно назвать тренд критического потребления, который строится на концепции устойчивого развития и идее циркулярной экономики [Ghisellini, Cialani, Ulgiati, 2016]. Этот дискурс выражается в реализации движений, направлений, деятельности и практик в самых разных формах и сферах: движение «Fashion Revolution», переход глобальной сети магазинов «ИКЕА» на бумажные пакеты и предоставление экоуслуг на своей территории, прием ношенных вещей брендами одежды «Uniqlo» и «H&M», сертифицированный по программе справедливой торговли кофе в кофейне «Starbucks», год экологии в России, развитие вег-инфраструктуры и так далее. Таким образом, современная молодежь социализируется в обществе, для которого характерны два этоса: гедонистического и экологического, этического потребления [Davies, Harre, 1990], формирующих дискурсы потребления — институционализированные языки и лингвистические системы знаков [Аутио, Хейсканен, Хейнонен, 2014]. Власть дискурса при этом я определяю вслед за Л. П. Мориной как «продуктивную силу, конституирующую знание, субъекта, отношения между ними и задающую параметры/позиции субъектности» [Морина, 2015: 135].

Потребление молодежи социологи изучают в рамках двух подходов. Первый подход определяет молодежь как отдельную группу на основании возраста. Потребление молодых россиян рассматривается учеными как основание для выделения когорты, отличающее потребительские ожидания молодых от взрослых [Ибрагимова, 2014]. Потребительское поведение молодых исследуется на примере рынка продовольственных товаров [Немкова, 2008], сферы досуга [Рощина, 2007], потребления алкоголя [Мартыненко, Рощина, 2014], рынка кредитования [Сутормин, 2007], рынка медицинских услуг [Савельева, 2011].

Описывая потребительское поведение молодежи, ученые предлагают разного рода типологизации, в которых возраст дополняется другими характеристиками: образованием, занятостью и т. д., формируя потребительские типы. Молодежь сегментируется на «массу», «умников», «продвинутых», «реальных пацанов» и «новых бедных» [Паутова, 2010], а также на «продвинутых», «транжир», «социалистических», «альтернативных» и «традиционных» потребителей на основании выбора торгового формата, значения шоппинга и потребительских практик, связанных с выбором и покупкой одежды [Гурова, 2011]. В фокусе внимания исследователей оказывается и анализ группы, задающей тренды в потребительском поведении, примером чего могут выступать «социальные инноваторы», их культурное поведение и досуговые практики [Абрамов, Зудина, 2012].

В рамках изучения молодежного потребления анализируется роль, которую оно играет в процессе социализации. Исследователи обращаются к анализу опыта разных потребительских практик: развлечение молодежи в ночном клубе [Шугальский, 2013], стили потребления в спорте [Харченко, Гурова, 2010].

Однако в рамках этого подхода не рассматриваются культурные различия в среде молодежи.

Роль потребления в рамках второго направления анализируется в контексте изучения субкультур и сфер досуга. Примером первого можно назвать исследование скинхедов [Pilkington, Omelchenko, Garifzianova, 2010], примером второго — анализ сцен потребителей музыки [Трещев, 2014]. Под субкультурами в данной работе понимаются культурные образцы поведения и ценности различных молодежных меньшинств в пределах плюралистических обществ [Омельченко, 2000].

Флюидность (текучесть) современных молодежных сообществ рассматривается через категорию Е. Омельченко «солидарности». По мнению исследователя, солидарные формирования «могут охватывать различные молодежные группы в офлайн и онлайн, быть реальными или воображаемыми, временными и более постоянными, включать в себя различные субкультуры или не иметь к субкультурам отношения. Самым значимым для такого рода групповых идентичностей становится практикуемый жизненный стиль (включая потребление, но к нему не сводящийся), а также солидарные представления о группах- антиподах» [Омельченко, Сабилова, 2013: 13]. В рамках солидарностного подхода в качестве одного из идейных векторов, вокруг которых консолидируется молодежь, указывается «потребительство — аскетизм».

Эмпирическим наполнением содержания вектора «потребительство — аскетизм» концепта солидарности могут стать исследования двух молодежных сообществ, где отношение к потреблению является одним из базовых элементов принадлежности к группе: хипстеров и анархистов. Как считают исследователи, потребление стало осевым элементом конструирования групповой идентичности хипстеров, выстраивающих свою солидарность за счет схожих вкусов в культурном и материальном потреблении: стиле одежды, любимом кино и т. д. [Новикова, 2011]. Противоположная сторона континуума представлена сообществом анархо-ориентированной молодежи, она реализуется в «постпотребительских практиках, смысл которых заключается в отказе от гедонистического (нацеленного на получение удовольствия) потребления в пользу политизированного» [Литвина, 2014: 52]. Идеей, формирующей их солидарность, становится антикапитализм, представленный различными практиками потребительского сопротивления, призванными сформировать культурное пространство, нивелирующее ценность денег. При этом автор подчеркивает, что мейнстримное потребление в этом сообществе практикуется в форме китча — ироничного дистанцирования. Последнее также характерно для российских хипстеров, практикующих «сочетание массовой, высокой моды и потребления товаров б/у и DIY» [Новикова, 2011: 143]. И если «в западной хипстерской культуре сами вещи и их история ценятся больше, то в России наряду с оригинальностью и непохожестью все-таки разворачивается игра в гламур» [Новикова, 2011: 140]. Такой подход продуктивен, однако за рамками внимания остаются молодые люди, не включенные в субкультуры, а также объединенные не по принципу потребления. Данная статья призвана восполнить этот пробел. В фокусе внимания работы — молодые активисты, рассматривающиеся как пример молодежной солидарности.

По мнению У. Бека, молодежь в условиях общества риска относительно самостоятельно конструирует собственные «стили жизни», будучи вовлеченной в широкий выбор на глобальном рынке. Успешная социализация молодых людей,

использующих индивидуалистические стратегии, достигается, по мнению ученого, не через усвоение и адаптацию существующих норм, а через приобретение навыков самообеспечения и организации жизни как «открытого процесса» [Beck, 1994]. Молодые люди сами творят (создают) идентичности — не опираясь на «реальные» сообщества (класс, локальность, этничность, раса), а присоединяясь к отдельным стилевым солидарностям, потребительские практики которых не зависят от коллективного регулирования. Множественность моделей поведения, отличающих людей друг от друга, называется жизненными стилями [Chaney, 1996]. Их разнообразие помогает представить культурные практики молодежи в поздней современности в качестве набора самопрезентаций и публичных артикуляций идентичностей. П. Уиллис в контексте символического капитала П. Бурдьё и материальной культуры развивает идеи молодежной стилистики. По его мнению, молодые люди творчески используют расширяющееся пространство материальной культуры, трансформируя политику потребления на свой манер: они не покупают потребительские блага пассивно или некритично, а обязательно трансформируют, приспособливают и реконтекстуализируют их значения [Willis, 1990].

Потребление оказывается неотъемлемой составляющей стилового супермаркета, обращение к которому — «lifestyle shopping» — предоставляет юношам и девушкам возможность конструировать свой индивидуальный стиль [Shields, 2003]. Е. Омельченко в книге «Молодежь: открытый вопрос» подчеркивает, что свобода выбора возможна не для всех и зависит от доступа к ресурсам [Омельченко, 2004]. Однако, несмотря на это, потребление помогает молодым людям удовлетворить свои амбиции, а возможность сделать выбор позволяет им испытать новую свободу, независимость.

Один из последних актуальных сюжетов исследования молодежного потребления — политический консьюмеризм, изучение потребительской этики в контексте гражданских активностей [Ward, Claes de Vreese, 2011]. Утверждается, что это явление приобретает все более массовый характер, в частности обсуждение вопросов осознанного (гражданского) потребления в онлайн-среде связывается с политической офлайн-активностью, а идея пассивного (несознательного) потребления заменяется просьюмеризмом, молодежь все чаще требует право голоса и участия в том, что продается и как продается [Salzman, 2000]. Деятельность потребителя при этом рассматривается как сфера власти и ответственности, реализация которой улучшает или разрушает мир. «Политический консьюмеризм», «зеленое»/«эко»/«ответственное»/«сознательное»/«этичное» потребление связывают с социально-политической ответственностью [Гурова, Толкачева, 2014]. Вместе с тем, по мнению ученых, осознанное потребление имеет в России не политическое, а бытовое измерение и прочитывается как вынужденная приватная реакция на сложившуюся экономическую ситуацию, отражающаяся в тенденции к постепенному сокращению потребляемых товаров и услуг [Omelchenko et al., 2016]. Поддержание адекватного уровня потребления становится необходимостью, контролируемой чувством вины, и подкрепляется моральной аргументацией. С одной стороны, осознанное потребление — способ решения социальных и экологических проблем. С другой стороны, оно приводит к возникновению новых форм социального неравенства, когда, например, одни группы имеют привилегированный

доступ к этичному потреблению, а другие, не имея его, маргинализуются. Все эти дискурсы потребления формируют социальный контекст, в рамках которого молодые активисты производят значения своего потребления. Они будут рассмотрены в статье с учетом ценностей и значения труда молодых активистов.

Методы сбора данных, описание базы данных и методология анализа

В данной работе использованы результаты проекта «Продвижение молодежного участия и социального включения: возможности и вызовы в контексте межпоколенческих отношений», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2016 г. Всего было собрано 28 биографических интервью с молодежью, проживающих в Санкт-Петербурге. Это молодежь в возрасте 18—26 лет, с опытом проявления социальной (гражданской) активности, направленной на изменение социального порядка (в широком смысле). В рамках исследования было принято решение отбирать «рядовых» активистов, для которых социальная активность является повседневной и сопряжена с другой деятельностью (работой, обучением). Поскольку активизм молодежи может быть самым разнообразным и, как показали исследования, зачастую фигурирующим за пределами институционализированной политики, было принято решение отбирать молодежь, активную в разных сферах для получения максимально широкой картины. Всего было выделено четыре сферы активизма:

1) политический активизм — здесь понимание активизма максимально приближено к участию в формальной институционализированной политике: принадлежность к партии или ее поддержка, получение финансирования от государства, участие в митингах (оппозиционных или поддерживающих власть);

2) социальный активизм — активизм, направленный на продвижение в обществе определенных ценностей, а также социальная помощь отдельным группам населения;

3) активизм среды обитания — предполагается какая-либо активность за сохранение окружающей природной или городской среды (экологи, активисты в защиту городских памятников, активисты на уровне двора и др.);

4) креативный активизм — креативная деятельность, направленная на изменение окружающей среды через создание культурных и интеллектуальных продуктов.

Информанты приблизительно в равной степени распределены по разным сферам активизма (политический активизм — восемь интервью, социальный активизм — семь, креативный активизм — шесть, активизм среды обитания — семь). По гендерному составу в выборке в небольшой степени преобладают женщины (17), мужчин, соответственно, 11. Из молодых активистов 10 человек (треть выборки) — студенты высших учебных заведений (при этом половина из них нигде дополнительно не работает, а половина подрабатывает на фрилансе или на постоянной работе), двое получают среднее профессиональное образование, девять человек уже получили высшее образование (в том числе окончили магистратуру), четверо отучились в средних профессиональных учреждениях (колледжах, техникумах). Двое молодых информантов на каком-то этапе бросили обучение в вузе и не продолжили его в другом месте (неоконченное высшее). Практически без профессионального образования оказался один информант (бросил кадетский

корпус), но в ближайшее время планирует поступить в вуз. Все информанты, не обучающиеся в данный момент, работают или наемными работниками, или имеют свой собственный бизнес (три человека). При этом важно, что у большинства работа отличается от социальной, гражданской активности, которую они реализуют в свободное время. Только один информант, закончив обучение в колледже, не пошел работать, а посвятил всего себя активизму (стал работать в социальном театре).

Для описания значения потребления в среде молодых активистов будет использоваться категория *культурный репертуар потребления* — широкий спектр потребительских практик, идей и привычек. По мнению исследователей, смысл потребительского репертуара и аргументация его выбора отбираются из элементов более широкой культуры, конструируя границы внутри сообщества и между сообществом и другими группами [Johnston, Szabo, Rodney, 2011]. Под более широкой культурой понимаются дискурсы потребления.

Результаты анализа сформированы в конкретном российском мегаполисе и отражают значение потребления исследованных молодых активистов на момент проведения исследования. Цель эмпирической части — проанализировать место работы и потребления в контексте ценностей, актуальных для активистской молодежи Санкт-Петербурга. Так, в первой части внимание сосредоточено на описании ценностей и видов деятельности, в которых они, по мнению информантов, проявляются. Во второй части анализ материалов интервью строится вокруг профессиональной деятельности. Третья часть раскрывает собственно значение потребления для активистской молодежи через выделение культурных репертуаров потребления.

1. Ценностные приоритеты молодых активистов

Говоря о том, что для них значимо в жизни, информанты выделяют ключевую значимость осознания смысла жизни и самореализации: «Ну, в первую очередь реализация лично для меня важна. Чтобы ты понимал, что ты делаешь, и для кого ты это делаешь, вот» (инт. № 22, жен., 20 лет, волонтер).

При этом важно не только придать жизни и своей деятельности значение, но и находиться в процессе поиска:

«Интервьюер: Что для тебя значимо в жизни?»

Респондент: (смеется) Такая смена (смеется). После экзамена по философии (смеется). Вообще это очень хороший вопрос, на который я пытаюсь себе дать ответ в течение, наверное, года, но как-то пока сложно. Вот, наверное, значимо дать себе ответ на этот вопрос (смеется)» (инт. № 2, жен., 20 лет, волонтер).

Для представителей активистской молодежи интенция наполненной смыслом жизни оказывается конституирующей характеристикой групповой идентичности.

Анализ интервью позволяет сделать акцент на ценностных приоритетах. Рассматриваемые далее виды деятельности, которые активная молодежь выделяет в качестве ключевых для самореализации, будут описаны через связываемые с ними ценности.

Во-первых, информанты говорят об общей необходимости расширять «производство добра». Эта деятельность реализуется:

1) в развитии идеи мира без насилия и в пацифизме: «Я за мир, добро и за отсутствие несчастности у людей на этой земле» (инт. № 3, жен., 21 год, ЛГБТ-активистка);

2) в конкретных проектах: «самое важное — участие во всяких фестивалях, в кооперативах, для меня это присутствие общности, чувство какого-то объединения вокруг хорошей, доброй идеи, цели, конструктивной, полезной, потому что в нашем мире испытывают чувство общности и единения, но зачастую не вокруг чего-то светлого и обещающего будущее, а приходят на футбол, начинают бить друг друга, или смотрят телевизор и испытывают чувство единения, идентификации с чем-то, что происходит в нашей стране в новостях. Вот это само ощущение, когда ты делаешь вместе с другими людьми что-то, что тебе кажется необходимым вообще делать, полезным, не приносящим разрушение в этот мир» (инт. № 24, жен., 24 года, анархистка).

В данном случае важна ценность общности, когда поддерживается не столько абстрактная идея добра, сколько ее коллективная реализация вместе с единомышленниками. Не в последнюю очередь это выводит на ценность альтруизма, важную и в следующем виде деятельности (см. ниже).

Во-вторых, молодые активисты самореализуются в практиках помощи: «Чтобы, возможно, оставить свой след и, возможно, помочь людям окружающим, друзьям, тем, которые окружают, чтобы, так скажем, прожить эту жизнь, помогая им. Ну, в общем, прожить эту жизнь хорошим человеком» (инт. № 18, муж., 18 лет, граффитист).

В данном направлении деятельности на первый план выходит не столько общность действий с единомышленниками, сколько возможность влиять на общество, когда результаты деятельности видимы и признаны другими. В этом находит отражение ценность созидания и влияния на социальные изменения.

Третьим направлением деятельности в среде активисткой молодежи можно назвать создание и развитие самых разных альтернативных проектов и практик: «Ну... создание альтернативы всему, что есть, что не нравится по тем или иным причинам» (инт. № 24, жен., 24 года, анархистка).

В этом случае можно говорить о комплексе всевозможных действий и позиций, отражающих актуальную реакцию на условия российской современности. Здесь наблюдается ценность проактивности, то есть причиной действия становятся личные представления человека, а не реакция на внешние раздражители.

В-четвертых, важным направлением самореализации активисты называют общение: «Общение с людьми занимает такую значимую роль в жизни, то есть я — человек такой очень сильно социальный, у меня очень много знакомых, друзей, каких-то там малознакомых... в связи с тем, что я много где вообще побывала — ну, в плане путешествий, не только в плане путешествий, но и там работы волонтерской в разных коммерческих структурах. У меня очень много людей вокруг, и в принципе для меня это значимо — ну, друзья, семья, какие-то отношения» (инт. № 5, жен., 22 года, волонтер).

Подчеркнем, что общение в среде молодежи выступает структурообразующим элементом сообществ и групп [Omelchenko, Sabirova, 2016]. В информационном обществе умение обращаться с информацией (кому, что, в какой ситуации и как говорить) становится важной коммуникационной компетенцией. За этой компетенцией можно проследить ценность эмпатии в рамках активистского сообщества.

Пятым направлением самореализации активисты называют проявления разных форм патриотизма и собственно реализацию любви к Родине: *«Сделать нашу страну лучше. Как это ни банально звучит»* (инт. № 7, муж., 20 лет, донор).

В этом случае речь идет не о патриотизме как таковом, а о субъективных и групповых разделяемых интерпретациях понимания условий современности России и направлений улучшения общей ситуации, которая, имея общую направленность, содержательно варьируется от сообщества к сообществу петербургских активистов. Упомянутый континуум можно обозначить двумя крайними позициями. На одном конце молодежь участвует в проектах, созданных и развиваемых «взрослыми», а любовь к Родине выражается в воспроизводстве публичного дискурса. На противоположном — активизм самоорганизованных молодежных сообществ, придерживающихся альтернативных представлений о любви к Родине и возможностях реализации действий в этом направлении. За пониманием любви к Родине и действиями, направленными на ее выражение, можно видеть ценность веры, в данном случае веры в возможность позитивных изменений.

Анализ интервью с активисткой молодежью Санкт-Петербурга позволяет выделить в качестве ценностного контекста значимость самореализации в осмысленной деятельности или ее поиск. Направлениями для самореализации активисты называют «производство добра», помощь, создание и развитие альтернативных проектов, общение, проявления любви к Родине, креатив. С ними связаны ценности солидарности, альтруизма, созидания, проактивности, эмпатии, веры. Осмысленное включение и самореализация в одном из этих направлений или варианты их сочетания имеют целью, в зависимости от опыта участия в прогосударственной или неформальной молодежной активности, воспроизводство или изменение существующего социального порядка.

2. Значение труда в среде активистской молодежи Санкт-Петербурга

Как уже было сказано выше, самореализация в осмысленной деятельности является одной из ключевых ценностей в среде активистской молодежи Санкт-Петербурга. Эта ценностная установка сказывается на восприятии работы, которая должна нравиться: *«...Как говорил Конфуций — найдите ту работу, которая вам по душе, и вы не будете работать ни дня в своей жизни... Меня воспитали немножко иначе, и я считаю, как и моя мама, нужно работать там, где тебе нравится, [где] то, что ты любишь, и ни в коем случае то, что ты не любишь. Иначе это будет мука для тебя и для всех, кто рядом с тобой находится...»* (инт. № 9, жен., 20 лет, молодежная коллегия).

Любимая работа, с одной стороны, воспринимается как показатель успешной осмысленной деятельности по самореализации. С другой — несет в себе освободительный потенциал, так как удовлетворенность от труда не может быть отчуждена, и индивид, оставаясь в профессиональном поле, чувствует себя не объектом капиталистического производства, но субъектом, совершающим выбор.

Важно отметить, что выбор работы в данных условиях оказывается одним из ключевых выборов на пути к зрелости и независимости: *«С определенного времени я поняла, что мне, видимо, нужно перестать уже делать то, что от меня все вокруг ждут, и сделать то, что самой хотелось. И поэтому я стала искать работу,*

ну, мониторила *headhunter* и прочие группы во «ВКонтакте» про работу, ну, где всякие ресурсы, в основном в интернете» (инт. № 5, жен., 22 года, волонтер).

Подчеркну, что восприятие работы как любимой рассматривается в морально-этических категориях: «Вот, например, как говорят, люди сходят с ума, потому что на работе они вынуждены играть одну роль, дома вторую, в обществе друзей третью, где-нибудь в интернете четвертую, и у них начинает потихоньку съезжать шифер на голове, и так лучше не делать. Это для себя я так решил еще в классе десятом, наверно» (инт. № 20, муж., 26 лет, креативная благотворительность).

Развивая тему любимой работы, стоит проанализировать различные интерпретации категории «нравится». В нарративах информантов можно выделить три основных направления понимания оснований любви к работе.

Во-первых, работа воспринимается как любимая, если становится профессионализацией хобби или увлечения. Важно подчеркнуть, что интерес реализуется в рамках индивидуальной проектной деятельности, не предполагающей руководства, то есть свободу в управлении и прямой контакт с потребителями. Последнее, в свою очередь, позволяет получать непосредственную оценку результатов своей профессиональной деятельности.

Во-вторых, работа может нравиться, если приносит удовольствие. При этом важно, что удовольствие двунаправлено. Речь идет об удовольствии как внутреннем процессе, который переживает работник в процессе реализации профессиональной деятельности. В то же время значимо, чтобы процесс работы и ее результаты приносили удовольствие тем, на кого направлены.

В-третьих, для восприятия работы как любимой важна ее полезность. Инвестирование времени своей жизни в полезность профессиональной деятельности как один из ее результатов. При этом такое инвестирование должно носить не разовый характер, а быть протяженным по времени. При соотнесении этого понимания с ценностными установками активисткой молодежи Санкт-Петербурга можно говорить, что осмысленность профессиональной деятельности в идеале выходит за рамки биографического проекта, находя продолжение и после его завершения.

Любимая работа не только должна нравиться, но и не должна быть сопряжена с потерями в других важных аспектах, например, в здоровье: «А почему она не должна стоять на первом месте, потому что ты работаешь, горишь свое здоровье ради денег и потом этими же деньгами ты пытаешься восстановить свое здоровье, и зачем это надо?» (инт. № 1, жен., 20 лет, «Хрюши против»).

Отказ от жертвенности в данном контексте можно рассматривать как одну из ключевых установок в восприятии профессиональной деятельности активистской молодежи Санкт-Петербурга. В том числе и поэтому значимость денег уходит на второй план и рассматривается как эффект процесса, а не его конечная цель: «Ну, я сейчас работаю в благотворительной организации, которая помогает детям и взрослым с тяжелыми нарушениями развития. И, собственно говоря, так я нашла выход: что я люблю делать и что мне нравится делать, что я могу делать, что у меня получается, за что мне платят» (инт. № 5, жен., 22 года, волонтер).

В контексте ценности самореализации в профессиональной сфере для активистской молодежи существует установка на работу, которая должна нравиться,

то есть быть интересной, доставляющей удовольствие, полезной. Доход от нее рассматривается как побочный результат успешной самореализации. Стоит подчеркнуть, что самореализация в профессиональной деятельности приносит счастье, если собственные интересы активиста сочетаются с ориентацией на других и их благо.

3. Значение потребления в среде активистской молодежи Санкт-Петербурга

Ценность самореализации в осмысленной деятельности активистской молодежи Санкт-Петербурга находит отражение в установках на потребление.

Включение в активизм предполагает знакомство с опытом преодоления постоянного давления окружения в той или иной сфере реализации трансформационных практик. Молодых активистов объединяют идея переосмысления социальности и опыт сопротивления доминирующему социальному порядку в рамках своего направления. Это становится основанием солидарности молодежной группы, однако результаты переосмысления различаются, образуя разные репертуары потребления.

Антипотребительский репертуар

В рамках этого репертуара молодые активисты воспроизводят антикапиталистический дискурс, смысловое ядро которого представляет собой сопротивление капиталистической экономической модели. В этом случае деньги нивелируются как маркер успеха: *«Если были бы деньги, то социальное в приоритете, потом уже шли деньги. Деньги — это просто бумажки, которые нужно, чтоб они были. Если бы не было бы в них необходимости, то да, вообще отринул бы как социальные...»* (инт. № 7, муж., 20 лет, донор).

В антипотребительском репертуаре молодые активисты сопротивляются доминирующему дискурсу общества потребления, переопределяя ценность носимой вещи, и практикуют вторичное потребление: *«То есть обычно я это делаю либо в секунд-хендах каких-то, либо на Удельной, либо еще что-то. Ну, то есть могу в магазине купить, но одежду даже и не помню, когда в последний раз в магазине покупала. Я уже даже не уверена, что вот там есть какая-то идеологическая составляющая. Просто я давно этого не делаю, уже совсем отвыкла. Наверное, когда я начинала, что-то в этом было, какой-то там отказ от потребления, что-то еще. Сейчас уже это просто часть меня, я вот так вот живу»* (№ 4, жен., 22 года, веган).

Отличительной особенностью этого репертуара можно назвать критическое отношение к гринвошингу (*greenwashing* — введение потребителя в заблуждение по поводу экологичности товара путем использования средств маркетинга). В частности, знание о рекламных средствах манипуляции желанием покупателей становится аргументом в пользу отказа от пула товаров и услуг: *«А, не знаю, если там два одинаковых предмета — на одном написано «без ГМО», а на другом — «с ГМО», принципиально куплю с ГМО, потому что как человек с инженерным складом (улыбается) прекрасно понимаю — там сахар с ГМО, сахар без ГМО, типа чуваки, если вы пишете: «без ГМО», то вы большие, я у вас не буду покупать»* (инт. № 13, муж., 24 года, политический активист).

Просоветский репертуар

В официальном дискурсе нередко обсуждается духовно-нравственный кризис современной молодежи. Консюмеризм в частности и потребление в целом признаются факторами, разлагающими социально-нравственные и ценностно-нормативные ориентиры молодежи: «...Я не говорю, что мне нужна там, шестикомнатная квартира, гигантский дом какой-то. Вот это все навязанное. Это потому что в первую очередь тебе надо быть удовлетворенным духовно. Ты должен быть гармоничен, тогда у тебя все будет» (инт. № 20, муж., 26 лет, креативная благотворительность).

Этот дискурс построен из элементов советского дискурса потребления и воспроизводит его в противопоставлении социалистического индивида, работающего на благо общества, и капиталистического, ориентированного на блага для себя. Для первого потребление не должно представлять ценности, а для второго — быть главным мотивирующим фактором. В рамках просоветского репертуара воспроизводится вышеописанный дискурс. В частности, вещь не рассматривается как средство самовыражения и показатель статуса: «...Я как-то не особо, наверное, не настолько смелый человек, чтобы свои какие-то убеждения выражать вовне, вот поэтому... я стараюсь... одеваться, не выпендриваться. Ну, не то чтобы привлекать внимание, ну, просто для меня то, что внутри меня, оно внутри меня и есть, и не хочется вываливать наружу» (инт. № 5, жен., 22 года, волонтер).

Этический репертуар

В этом репертуаре (вос)производятся элементы этического дискурса, в рамках которого люди приобретают и используют товары и ресурсы не только в соответствии с личным удовлетворением, но и с нравственными представлениями о том, что правильно и хорошо потреблять, а что неправильно и плохо [Starr, 2009]. Здесь на первый план выходит забота о разных акторах, включенных в процесс производства товаров и услуг, — животных, работников: «Ну, в повседневной жизни я руководствуюсь тем, чтобы выбрать, допустим, какие-то товары, если есть такая возможность, в производстве которых использовано меньше насилия» (инт. № 24, жен., 24 года, анархистка).

Также этический репертуар отличает отказ от потребления на основании эксплуатации по гендерному основанию: «Если я вижу какую-то рекламу, которая, например, объективизирует женщин, но рекламирует хорошую услугу, то я эту услугу стараюсь не покупать. То есть я стараюсь выстраивать свои покупки, опираясь на идеологию» (инт. № 3, жен., 21 год, ЛГБТ-активистка).

Антиперепотребительский репертуар

В этом репертуаре воспроизводится дискурс «добровольной простоты», в рамках которого критикуется перепотребление, а ядром становится умеренность [Овруцкий, 2011]. Современный тренд на минимализм как стиль жизни является одной из форм этого дискурса. Молодые активисты демонстрируют спокойные отношение к предметам потребления: «Нет у меня такой привязанности к вещам» (инт. № 12, муж., 18 лет, политический активист).

При этом практики потребления рассматривают компетенции в самоограничении как достоинство или предполагают демонстрацию нормализованной

неудовлетворенности уровнем своего потребления, то есть знание о необходимости сокращать потребление: «Ну, и так получается, что [шкаф] может быть забит одеждой, у меня на одной вешалке висит две рубашки. Ну, и из-за этого тоже постоянно критикуют, но я действительно — мне это дело нравится все. У меня традиция — после каждой сессии я дарю сам себе галстук. Ну, тоже нравится, и выбирать рубашки, обувь больше, штаны, может быть, пореже, наверное» (инт. № 15, муж., 21 год, политический активист).

Политизированный репертуар

В эту группу входит молодежь, практикующая потребительский выбор на политических основаниях. Здесь можно говорить о воспроизводстве актуальных на момент включения в практику дискурсов СМИ, в которых освещается то или иное политическое событие. Речь ведется о двух направлениях. Первое — бойкот определенных политически маркированных брендов: «А было, что вот было там «Ив Роше» против Навального, и как-то так принципиально — типа давайте ничего в «Ив Роше» не покупать — давайте. Было такое» (инт. № 13, муж., 24 года, политический активист).

Второе — выбор локальной продукции. Он не связан с критикой корпораций, тогда это был бы антипотребительский репертуар, а призван поддержать отечественного производителя: «Важно, я стараюсь все-таки смотреть. Ну, то же молоко лучше купить то, которое поближе, например, к нам. У нас близко Ломоносов находится, Ломоносовский район, и мы покупаем в гостиницах, получается, продукты. Здорово, когда у тебя есть производство свое, ты понимаешь, что продукт привезли свежий» (инт. № 28, жен., 20 лет, блогер).

Сюда же можно отнести демонстративно-патриотическое потребление, когда знаки государственности на одежде могут использоваться для маркирования патриотической позиции: «Вот как-то, ну, мне очень нравится, у меня есть несколько маек с нашим гербом... и флагом, мне очень нравится, у меня есть несколько маек» (инт. № 9, жен., 20 лет, молодежная коллегия).

Завершая описание репертуаров, важно отметить, что молодые активисты вносят новые интерпретации и смыслы в доминирующий дискурс потребления. В этом случае вещь рассматривается как средство самовыражения. Так, один из показателей интериоризации доминирующего дискурса потребления — ценность новой вещи и позитивная эмоциональная оценка ее приобретения: «Ну, я не могу сказать, что мне не нравится совершать покупки (смеется). Просто, наверное, это не главное для меня в жизни, я бы сказала так. То есть... есть необходимость в чем-то, ты идешь покупаешь — в принципе, нельзя сказать, что это процесс, который никак не затрагивает, там не знаю, приобретение новой какой-то вещи, новое всегда связано в принципе с положительными эмоциями» (инт. № 23, жен., 26 лет, экологический театр).

Новые интерпретации связаны с тем, что эксклюзивность вещи создается за счет не бренда, а других оснований, делающих ее недостижимой в силу малодоступности или уникальности. Это может быть винтажная одежда, приобретаемая за пределами России: «Обычно покупаю в каких-нибудь секонд-хендах, и они не в России» (инт. № 22, жен., 20 лет, волонтер). Или новые вещи, покупаемые

за границей: «Если я что-то покупаю, то обычно я это делаю за границей. У нас как-то это совсем наводит тоску, не знаю, почему так. Но то ли здесь времени нету, ну, то есть когда я еду куда-то — да, естественно, что у меня там нет дел, и поэтому можно походить по магазинам» (инт. № 2, жен., 20 лет, волонтер).

Итак, самореализация, осмысленная деятельность и ее поиск формируют ценностное ядро сообщества молодых активистов. Это находит отражение в работе, которую смысл делает интересной, доставляющей удовольствие, а в сочетании с общественной пользой приводит индивида к счастью. В результате исследования потребления молодых активистов было описано пять репертуаров потребления: антиперепотребительский, этический, просоветский, антипотребительский и политизированный. Также были рассмотрены реинтерпретации потребления в рамках доминирующего дискурса потребления.

В странах с развитой экономикой «общество потребления возникло с развитием капитализма, сопровождаемым активным экономическим и техническим прогрессом, а также социальными изменениями: ростом доходов, увеличением количества свободного времени, размыванием классовой структуры, индивидуализацией потребления» [Кофтункин, 2011]. В России рост потребления связывают не с развитием рыночных отношений, а с увеличением импорта всех категорий товаров. Насыщение рынка вещами происходило быстрее, чем формирование текстовой и символической составляющей потребления. Однако в ситуации «потребительской революции» соответствие российского общества западным стандартам потребления «распространяется лишь на некоторые российские территории, формируя незначительные очаги практики «реального потребления»» [Вторушина, 2011: 259]. К таким местам можно отнести российские мегаполисы, в частности Санкт-Петербург и Москву, где возникает пространство для «shopping about западного типа» [Ильин, 2005: 31]. Таким образом, общество потребления можно рассматривать как контекст понимания молодежи Санкт-Петербурга. Обращение к активистам, одной из наиболее рефлексивных молодежных групп, позволяет посмотреть на изучение молодежных солидарностей под другим углом.

Выбранная методология на первый план выдвигает активную позицию информантов как потребителей, совершающих свой выбор, осмысляя разные дискурсы потребления. При этом осмысленное включение и самореализация в профессиональной деятельности и потреблении направлены, в зависимости от опыта участия в прогосударственной или неформальной молодежной активности, на воспроизводство или изменение существующего социального порядка. Эти интерпретации позволяют пересмотреть содержание вектора солидарности, вокруг которого консолидируется молодежь, и заменить его направленность с «потребительства — аскетизма» на «критическое — интериоризированное потребление», учитывая, что критическое потребление основано на информированности о циркулирующих дискурсах потребления и является результатом аргументированного выбора. В то время как интериоризированный дискурс представляет собой (вос)производство доминирующего дискурса общества потребления, в рамках которого именно потребительские практики являются главной формой самовыражения и средством позиционирования социальной успешности индивида.

Список литературы (References)

- Абрамов Р. Н., Зудина А. А. Культурное потребление и досуговые практики «социальных инноваторов»: социологический анализ // Вестник Удмуртского университета. 2012. № 3—1. С. 52—64.
- Abramov R. N., Zudina A. A. (2012) Cultural consumption and leisure practices of «social innovators»: Sociological analysis. *Bulletin of Udmurt University*. No. 3—1. P. 52—64. (In Russ.)
- Аутио М., Хейсканен Е., Хейнонен В. Нарративы «зеленых» потребителей: антигерой, экогерой и анархист // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. С. 19—34.
- Autio M., Heiskanen E., Heinonen V. (2014) Narratives of «Green» Consumers — the Antihero, the Environmental Hero and the Anarchist. *Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies*. No. 2. P. 19—34. (In Russ.)
- Вторушина А. В. Региональные особенности становления общества потребления в России: анализ структуры питания // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 252—259.
- Vtorushina A. V. (2011) Regional Differences of the Consumer Society in Russia: Analysis of the Nourishment Structure. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 14. No. 5. P. 252—259. (In Russ.)
- Гурова О. Ю. Шопинг, одежда и типология потребителей в Санкт-Петербурге // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 129—141.
- Gourova O. Yu. Shopping for Clothes and Typology of Consumers in St. Petersburg. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 11. No. 5. P. 129—141. (In Russ.)
- Гурова О. Ю., Толкачева А. Н. Критический подход к потреблению // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. С. 4—8.
- Gurova O. Yu., Tolkacheva A. N. A critical approach to consumption // *Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies*. 2014. No. 2. P. 4—8. (In Russ.)
- Ибрагимова Д. Х. Потребительские ожидания населения России (1996—2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст // Экономическая социология. 2014. Т. 15. № 3. С. 24—70.
- Ibragimova D. (2014) Consumer Expectations of Russian Population (1996—2009): How are Cohort, Generation and Age Related? *Economic Sociology*. Vol. 15. No. 3. P. 24—70. (In Russ.)
- Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. Т. 14. № 2. С. 3—40.
- Ilyin V. I. (2005) Consumer Society: Theoretical Model And Russian Reality. *Universe of Russia*. Vol. 14. No. 2. P. 3—40. (In Russ.)
- Кoftункин Д. Э. Развитие общества потребления в России: кредитный фактор // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 99—107.
- Koftunkin D. (2011) The Development of Consumer Society in Russia: Consumer Lending. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 14. No. 5. P. 99—107. (In Russ.)

Литвина Д. А. (Без)денежное потребление в среде антикапиталистически настроенной молодежи: опыт полевого исследования анархистов // Этнографическое обозрение. 2014. № 1. С. 47—60.

Litvina D. A. (2014) Non-monetary Consumption in Anti-Capitalist Youth Milieu: An Experience of Field Study of Anarchists. *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review]*. No. 1. P. 47—60. (In Russ.)

Мартыненко П. А., Рощина Я. М. Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах // Экономическая социология. 2014. Т. 15. № 1. С. 20—43.

Martynenko P., Roshchina Ya. (2014) Patterns of Alcohol Consumption as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities. *Economic Sociology*. Vol. 15. No. 1. P. 20—43. (In Russ.)

Морина Л. П. Концепт «политическое» в современных дискурс-аналитических исследованиях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 17. Философия и конфликтология. 2015. Т. 3. № 4. С. 134—141.

Morina L. P. (2015) Concept «the Political» in Contemporary Discourse Analyses. *Vestnik of Saint Petersburg University. Ser. 17. Philosophy and Conflict Studies*. Vol. 3. No. 4. P. 134—141. (In Russ.)

Немкова Е. В. Факторы и типы потребительского поведения на рынке продовольственных товаров // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 5. С. 68—85.

Nemkova E. V. (2008) Factors and Types of Consumer Behaviour in the Food Market. *Economic Sociology*. Vol. 9. No. 5. P. 68—85. (In Russ.)

Новикова Л. Хипстеры: новые потребительские стратегии молодежи // Новые молодежные движения и солидарности России / под ред. Омельченко Е. Л., Сабировой Г. А. Ульяновск : Издательство Ульяновского государственного университета. 2011. С. 127—145.

Novikova L. (2011) Hipsters: New Consumer Strategies for Young People. In: *New Youth Movements and Solidarities in Russia*. Ed. by E. L. Omelchenko, G. A. Sabirova. Ulyanovsk: Publishing House of the Ulyanovsk State University. (In Russ.)

Овруцкий А. В. Морфология антиконсьюмеристских движений: источники, направления, практики // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 89—98.

Ovrutsky A. V. (2011) The Morphology of Anti-consumerism Movements: Sources, Directions, Practices. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 14. No. 5. P. 89—98. (In Russ.)

Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. М. : Ин-т социологии РАН. 2000. Omelchenko E. (2000) Youth Culture and Subcultures. Moscow: Institute of Sociology of Russian Academy of Sciences. (In Russ.)

Омельченко Е. Молодежь: открытый вопрос. Ульяновск : Изд-во «Симбирская книга». 2004.

Omelchenko E. (2004) Youth: open question. Ulyanovsk: Publishing house «Simbirsk book». (In Russ.)

Омельченко Е. Л., Сабирова Г. А. Молодежный вопрос: смена оптики. От субкультур — к солидарностям // Новые молодежные движения и солидарности России / под ред. Омельченко Е. Л., Сабировой Г. А. Ульяновск : Изд-во Ульяновского гос. ун-та. 2011. С. 5—21.

Omelchenko E. L., Sabirova G. A. (2011) Youth Issue: Changing Optics. From Subcultures — to Solidarity. In: *New Youth Movements and Solidarities in Russia*. Ed. by E. L. Omelchenko, G. A. Sabirova. Ulyanovsk: Publishing House of the Ulyanovsk State University. P. 5—21. (In Russ.)

Паутова Л. А. Молодежная сегментация: опыт Фонда «Общественное мнение» // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2010. № 5 (99). С. 26—39.

Pautova L. A. (2010) Youth Segmentation: Public Opinion Foundation Experience. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 26—39. (In Russ.)

Рощина Я. М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 4. С. 23—42.

Roshchina Y. (2007) Differentiation of Leisure Lifestyles of Russians. *Economic Sociology*. Vol. 8. No. 4. P. 23—42. (In Russ.)

Савельева Ж. В. Потребление медицинских услуг или оказание медицинской помощи: конструирование образов платной и бесплатной медицины средствами массовой коммуникации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 347—356.

Savelyeva Zh. V. (2011) Consumption of Medical Services or Medical Care: Constructing Images of Paid and Free Medicine in the Media. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 14. No. 5. P. 347—356. (In Russ.)

Сутормин М. Роль символического капитала на российском рынке потребительского кредитования // Экономическая социология 2007. Т. 8. № 4. С. 73—101.

Sutormin M. (2007) The Role of Symbolic Capital in the Russian Consumer Credit Market. *Economic Sociology*. Vol. 8. No. 4. P. 73—101. (In Russ.)

Трещев В. В. Российская DIY культура и музыкальное потребление // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. С. 137—147. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Labirint/2014_2/Treshhev.pdf (дата обращения: 17.01.2019).

Treshchev V. (2014) Russian Do-It-Yourself Culture and Music Consumption. *Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies*. No. 2. P. 137—147. (In Russ.) URL: http://www.intelros.ru/pdf/Labirint/2014_2/Treshhev.pdf (accessed: 17.01.2019).

Харченко Ю. В., Гурова О. Ю. Спортивный спорт, досуг и стили потребления в современной России // Экономическая социология. 2010. Т. 11. № 2. С. 73—90.

Harchenko J., Gourova O. (2010) Sporting Clays: Sport, Leisure, and Styles of Consumption. *Economic Sociology*. Vol. 11. No. 2. P. 73—90. (In Russ.)

Шугальский С. С. Социальные практики развлечений молодежи в ночном клубе // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 1. С. 268—272.

Shugalskiy S. S. (2013) The Social Practices of Youth Entertainment in Night Club. *Knowledge. Understanding. Skill*. No. 1. P. 268—272. (In Russ.)

Beck U. (1994) *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Chaney D. (1996) *Lifestyles*. London: Routledge.

Davies B., Harre R. (1990) Positioning: The Discursive Production of Selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*. Vol. 20. No. 1. P. 43—63. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x>.

Ghisellini P., Cialani C., Ulgiati S. (2016). A Review on Circular Economy: the Expected Transition to a Balanced Interplay of Environmental and Economic Systems. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 114. P. 11—32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.007>.

Johnston J., Szabo M., Rodney A. (2011) Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of ethical eating. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 11. No. 3. P. 293—318. <https://doi.org/10.1177/1469540511417996>.

Omelchenko E. L., Andreeva J. V., Arif E., Polyakov S. (2016) Where Do Time and All the Money Go? Consumer Strategies of Two Urban Youth Generations Employed in Different Fields. *Economics and Sociology*. Vol. 9. No. 4. P. 176—190. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2016/9-4/11>.

Omelchenko E., Sabirova G. (2016) Youth Cultures in Contemporary Russia: Memory, Politics, Solidarities. In: *Eastern European Youth Cultures in a Global Context*. L.: Palgrave Macmillan. P. 253—270. <https://doi.org/10.1057/9781137385130>.

Pilkington H., Omelchenko E. L., Garifzianova A. (2010) *Russia's Skinheads: Exploring and Rethinking Subcultural Lives*. London: Routledge.

Shields R. (2003) *Lifestyle Shopping: the Subject of Consumption*. London, New York: Routledge.

Salzman M. (2000) Rise of the Prosumer. *Marketing*. Vol. 54. No. 6. P. 141—153.

Starr M.A. (2009) The Social Economics of Ethical Consumption: Theoretical Considerations and Empirical Evidence. *Journal of Socio-Economics*. Vol. 38. No. 6. P. 916—925. <http://dx.doi.org/10.1016/j.socec.2009.07.006>.

Ward J., Claes de Vreese (2011) Political Consumerism, Young Citizens and the Internet Media. *Culture Society*. Vol. 33. No. 3. P. 399—413. <https://doi.org/10.1177/0163443710394900>.

Willis P.E. et al. (1990) *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*. Milton Keynes: Open University Press.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): январь — февраль 2019 // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 84—106.

For citation:

Public opinion poll (VCIOM): January — February 2019. (2019) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 84—106.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: ЯНВАРЬ — ФЕВРАЛЬ 2019

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ—Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1200 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 3,5%.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

КРИЗИС В ВЕНЕСУЭЛЕ: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?	85
«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ВОПРОС» НА РОССИЙСКО-ЯПОНСКИХ ПЕРЕГОВОРАХ: МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВОВ	87

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: ФОРМА, ЦЕЛИ И ПОСЛЕДСТВИЯ	90
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПЛАНЫ — 2019	93
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН, БАРЬЕРЫ	94

ОБРАЗ ЖИЗНИ

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ — 2019: ПОДВОДИМ ИТОГИ	98
ОДАРЕННЫЕ ДЕТИ: КТО ОНИ И ЧТО ИХ ЖДЕТ?	100
ДЕНЬ СТУДЕНТА: ЗАЧЕМ ИДТИ УЧИТЬСЯ?	104
ГРАЖДАНИН И ЛИДЕР: ГЛАВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И КАЧЕСТВА	105

ПОЛИТИКА

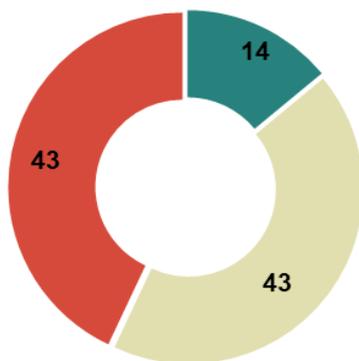
КРИЗИС В ВЕНЕСУЭЛЕ: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ? 85

«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ВОПРОС» НА РОССИЙСКО-ЯПОНСКИХ ПЕРЕГОВОРАХ: МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВОВ 87

КРИЗИС В ВЕНЕСУЭЛЕ: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?

30 января 2019 г.

Более половины (57 %) россиян интересуются происходящими в Венесуэле событиями. Наши сограждане оценивают происходящие события скорее как следствие провокаций со стороны других стран, в частности, США (20%). По отношению к протестующим в Венесуэле респонденты испытывают скорее негативные эмоции: о недоверии сказали 12 % участников опроса, об осуждении — 11 %.



- Регулярно интересуюсь, внимательно слежу за ситуацией в Венесуэле
- Время от времени интересуюсь, но постоянно за ситуацией не слежу
- Вообще не интересуюсь происходящим в Венесуэле

Рисунок 1. Вы лично интересуетесь происходящим сейчас в Венесуэле или нет? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рисунок 2. Как бы Вы охарактеризовали то, что в настоящее время происходит в Венесуэле? (открытый вопрос, не более трех ответов, % от тех, кто интересуется ситуацией в Венесуэле)

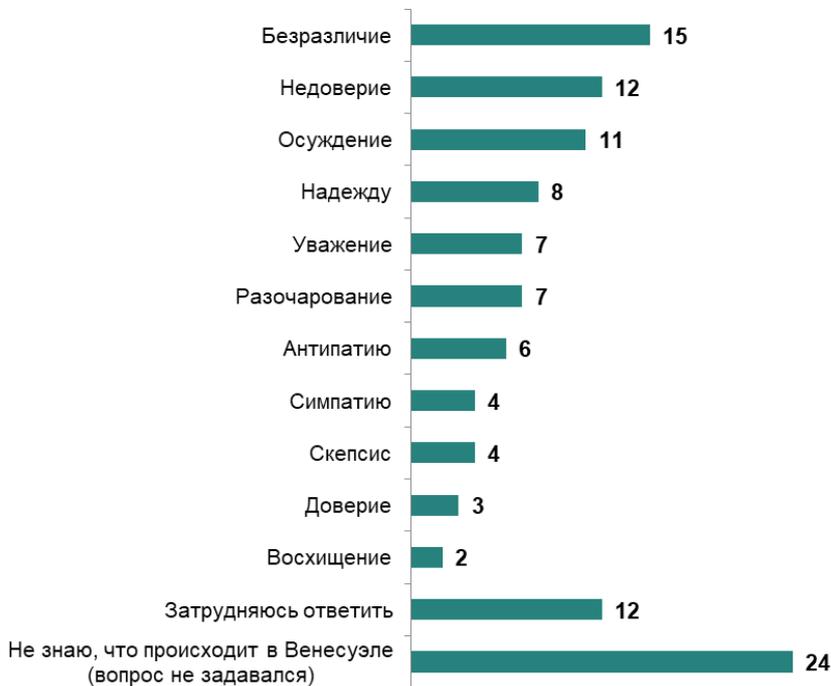


Рисунок 3. Какие чувства, эмоции Вы испытываете по отношению к протестующим? (закрытый вопрос, до двух ответов, % от всех опрошенных)

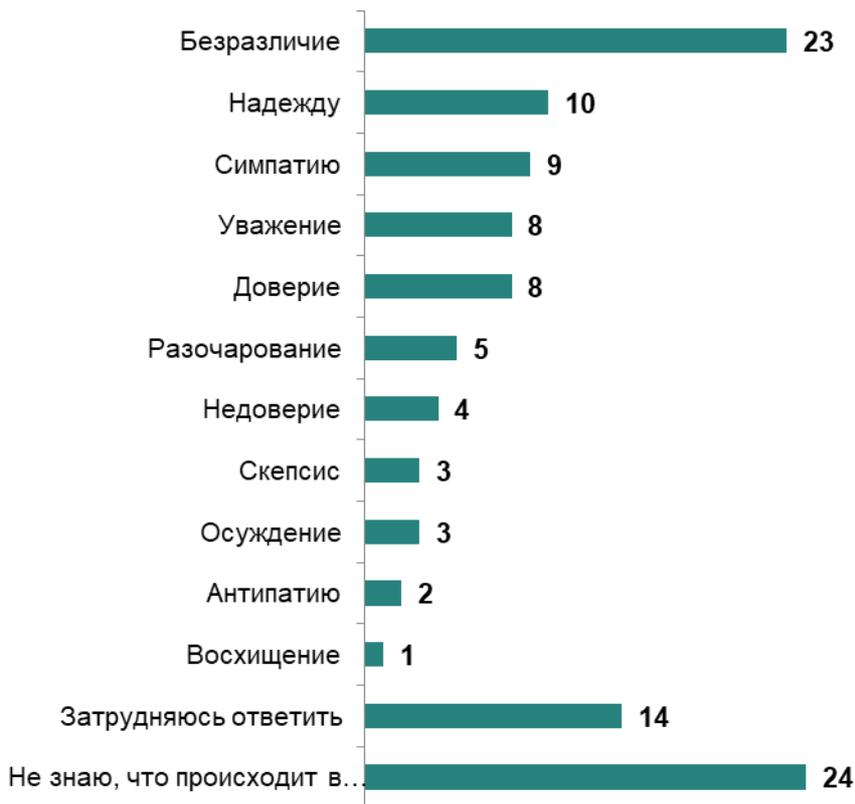


Рисунок 4. Какие чувства, эмоции Вы испытываете по отношению к властям Венесуэлы и Президенту Мадуро? (закрытый вопрос, до двух ответов, % от всех опрошенных)

«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ВОПРОС» НА РОССИЙСКО-ЯПОНСКИХ ПЕРЕГОВОРАХ: МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВОВ

29 января 2019 г.

В опросе принимали участие жители Курильских островов в возрасте от 18 лет. Метод опроса — телефонное интервью по случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 207 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории Курильских островов. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 6,8 %.

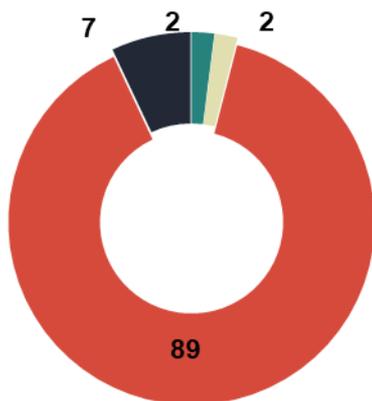
О требовании вернуть Японии южные острова Курильской гряды знают 99% жителей Курил. Большинство опрошенных (93%) выступают против передачи островов Японии. 86% респондентов считают, что продолжать переговоры с Японией незачем.



Рисунок 5. Как Вы считаете, стоит или не стоит передать Японии южные острова Курильской гряды ради заключения мирного договора и развития отношений с Японией? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных — население Курильских островов)



Рисунок 6. Как Вы полагаете, России следует продолжать обсуждать с Японией вопрос о том, кому должны принадлежать южные острова Курильской гряды, или Вы считаете, что это давно решенный вопрос, который незачем обсуждать? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



- Передать Японии 4 острова Курильской гряды
- Передать Японии только 2 из 4 островов Курильской гряды
- Не передавать Японии ни один из спорных островов Курильской гряды
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 7. Как, по Вашему мнению, должны поступить российские власти в сложившихся условиях?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: ФОРМА, ЦЕЛИ И ПОСЛЕДСТВИЯ 90

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПЛАНЫ — 2019 93

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН, БАРЬЕРЫ 94

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: ФОРМА, ЦЕЛИ И ПОСЛЕДСТВИЯ

23 января 2019 г.

76 % россиян знают о Евразийском экономическом союзе. ЕАЭС в первую очередь хотят видеть совершенно новым объединением со своей формой и принципами работы (39 %). Основной интерес в создании ЕАЭС — торгово-экономический (51 %).

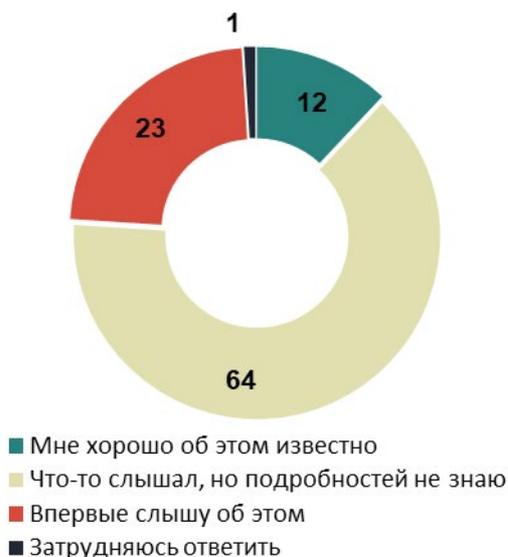
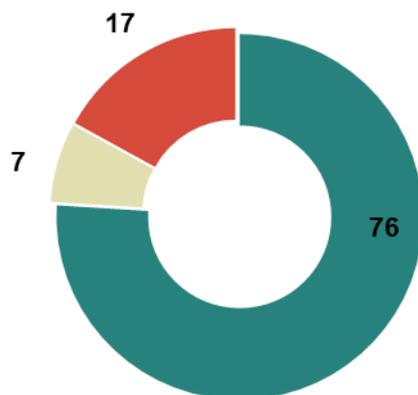
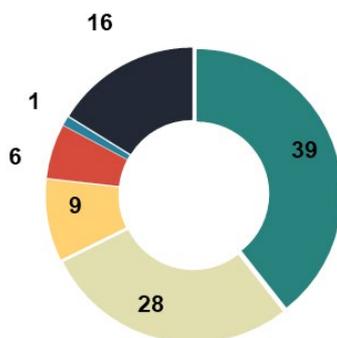


Рисунок 1. Вы лично знаете, слышали или сейчас слышите впервые о Евразийском экономическом союзе? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



■ Скорее положительно ■ Скорее отрицательно ■ Затрудняюсь ответить

Рисунок 2. В 2014 году в столице Казахстана Астане был подписан Договор о создании Евразийского экономического союза, Россия стала членом Евразийского экономического союза. Как Вы относитесь к созданию такого Союза? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



■ Совершенно новым объединением, у которого будет своя форма и принципы работы
 ■ Восстановление СССР в новой форме, при политической независимости стран-участниц
 ■ Евразийским аналогом Европейского союза
 ■ Считаю, что Евразийский экономический союз России не нужен
 ■ Другое
 ■ Затрудняюсь ответить

Рисунок 3. Скажите, каким Вы хотели бы видеть Евразийский экономический союз?
 (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

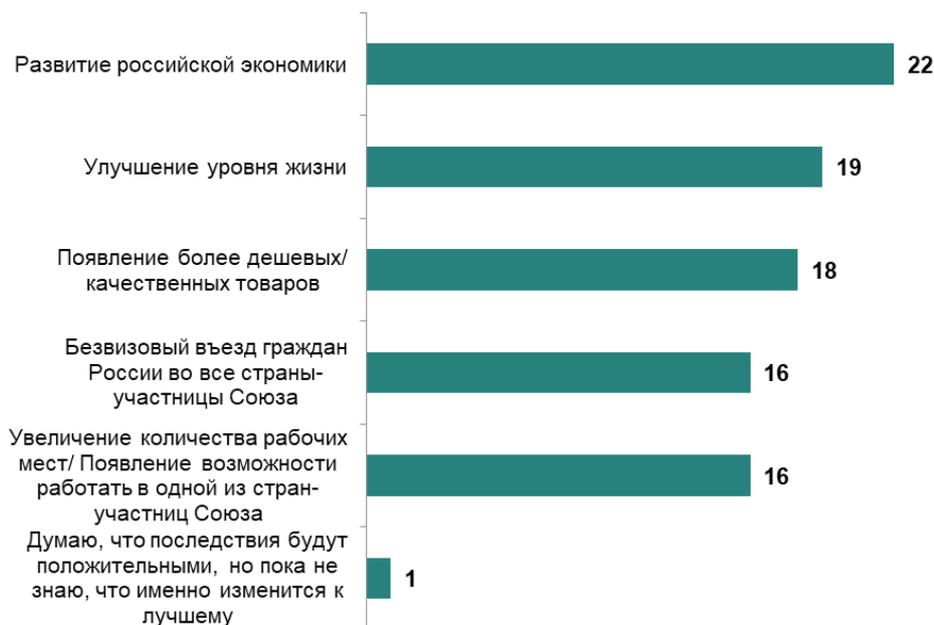


Рисунок 4. Как Вы считаете, деятельность Евразийского экономического союза будет иметь какие-либо последствия для Вас лично и Ваших близких, или нет? Если да, то положительные или отрицательные? Если положительные, то какие именно? (закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто считает, что ЕАЭС будет иметь положительные последствия — 40%)



Рисунок 5. По Вашему мнению, для достижения каких целей был создан Евразийский экономический союз? (закрытый вопрос, до трех ответов, % от всех опрошенных)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПЛАНЫ — 2019

23 января 2019 г.

28% россиян в 2018 г. купили мобильный телефон, каждый десятый (9%) — автомобиль. Топ планов по приобретению товаров и услуг в 2019 г.: ремонт (26%), турпутевка (22%), плата за обучение — свое или детей (12%).



Рисунок 6. Перечислите, пожалуйста, что из следующего списка товаров/услуг Вы приобрели для себя, своей семьи в 2018 году? (закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных)



Рисунок 7. Перечислите, пожалуйста, что из следующего списка товаров/услуг Вы планируете приобрести для себя, своей семьи в 2019-м? (закрытый вопрос, любое число ответов, представлены содержательные ответы респондентов, планировавших приобрести что-либо из приведенного списка, % от всех опрошенных)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН, БАРЬЕРЫ

16 февраля 2019 г.

89% россиян положительно относятся к частным предпринимателям. 62% граждан считают, что вести честный бизнес в нашей стране невозможно. Основными барьерами при открытии бизнеса россияне называют высокие налоги (25%) и бюрократию (22%).

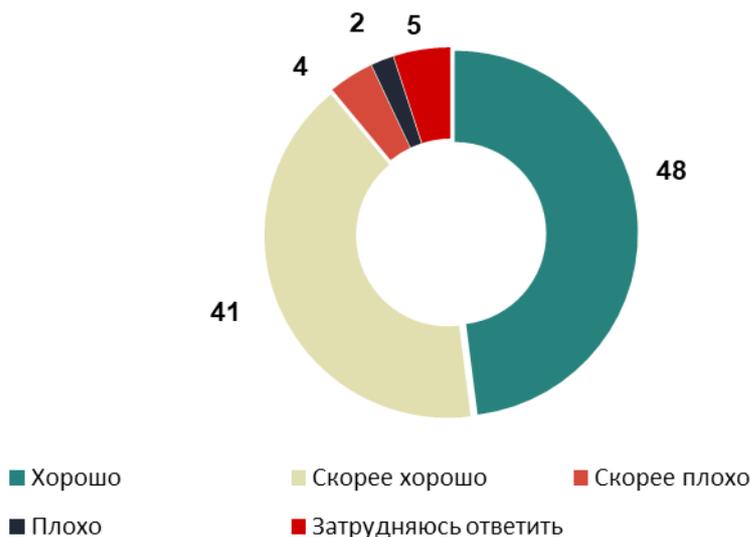


Рисунок 8. Как Вы в целом относитесь к людям, которые занимаются частным предпринимательством (мелким и средним бизнесом)?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

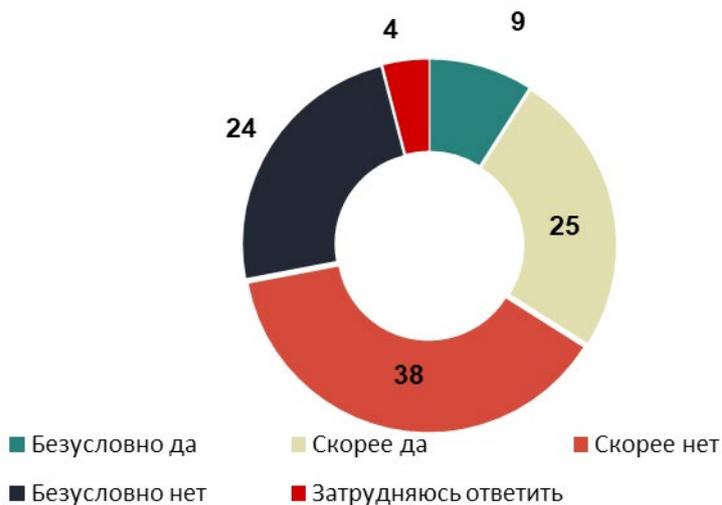


Рисунок 9. Как Вы думаете, можно ли сегодня в России вести честный бизнес, ничего не скрывая и никого не обманывая? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рисунок 10. Каковы, по Вашему мнению, главные трудности, с которыми сталкиваются люди, открывающие свое дело, бизнес? (открытый вопрос, не более пяти ответов, % от всех опрошенных, представлены ответы, названные не менее 2% респондентов)



Рисунок 11. Хотели ли Вы когда-либо иметь собственный бизнес, стать предпринимателем?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ОБРАЗ ЖИЗНИ

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ — 2019: ПОДВОДИМ ИТОГИ	98
ОДАРЕННЫЕ ДЕТИ: КТО ОНИ И ЧТО ИХ ЖДЕТ?	100
ДЕНЬ СТУДЕНТА: ЗАЧЕМ ИДТИ УЧИТЬСЯ?	104
ГРАЖДАНИН И ЛИДЕР: ГЛАВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И КАЧЕСТВА	105

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ — 2019: ПОДВОДИМ ИТОГИ

11 января 2019 г.

Праздничная новогодняя неделя в этом году порадовала две трети россиян (69%). Вместе с тем идеальный зимний отдых 32% граждан связывают с катанием на лыжах/коньках и пр., 22% — с посещением исторических мест и экскурсиями, 21% — с пляжем и солнцем. Еще 21% хотели бы провести время с родственниками. Сумма средних расходов на празднование в 2019 г. составила 13 870 руб. — немного меньше, чем в 2018 г. (14 195 руб.). Подарки во многом превзошли ожидания: конфеты / спиртные напитки / деликатесы получили на Новый Год 27% опрошенных, парфюмерию / косметику / бижутерию — 24%, сувениры — 17%.

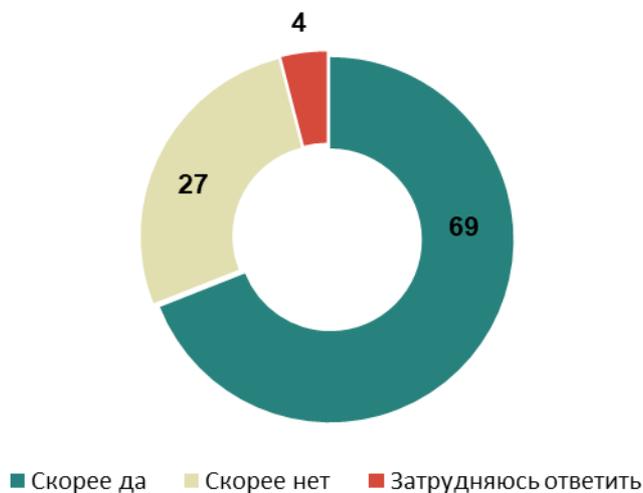


Рисунок 1. Удовлетворены ли Вы тем, как провели новогодние и рождественские каникулы или нет? (закрытый вопрос, один ответ, %)



Рисунок 2. Что из ниже перечисленного Вы делали в новогодние и рождественские каникулы? (закрытый вопрос, любое число ответов, %)



Рисунок 3. Представьте свой идеальный зимний отдых. Какими видами зимнего отдыха Вы хотели бы заняться? (закрытый вопрос, любое число ответов, %)

Таблица 1. Сколько примерно денег Вы потратили на празднование Нового года?
(открытый вопрос, один ответ, средняя сумма расходов, в рублях, по ответам тех, кто совершал соответствующие траты, прогнозируемые и фактические новогодние траты)

	На новогодний стол	На подарки близким и родным	Другие расходы (елки для детей, туристические поездки, посещение театров, ресторанов и т.д.)	Всего
Планировали потратить, 12.2017	4596	5301	4402	14299
Потратили, 01.2018	4764	5459	3972	14195
Планировали потратить, 12.2018	4413	5007	4335	13755
Потратили, 01.2019	4592	5375	3903	13870



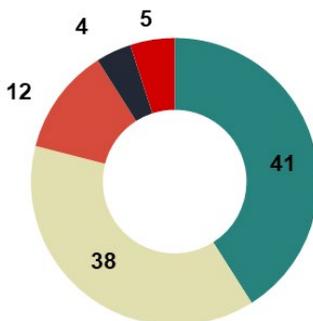
Рисунок 4. Что Вы лично получили в подарок на Новый год от своих друзей и близких?
(закрытый вопрос, любое число ответов, %)

ОДАРЕННЫЕ ДЕТИ: КТО ОНИ И ЧТО ИХ ЖДЕТ?

14 января 2019 г.

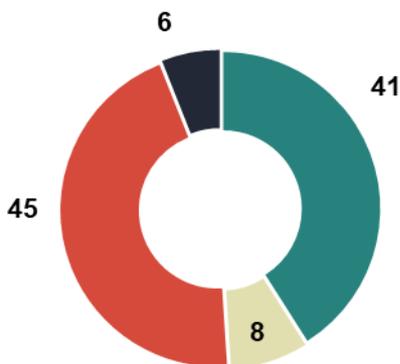
На сегодняшний день в российском обществе не сложилось единого мнения о том, каких детей можно назвать одаренными: 41% опрошенных утверждают, что это те дети, у кого с рождения есть данные природой уникальные качества и таланты, а 38% придерживаются мнения, что это дети, чьи способности целенаправленно и усиленно развивались родителями и педагогами. В общении со сверстниками у одаренных детей возникает больше трудностей, считают 41% россиян, хотя 45% опрошенных утверждают, что трудностей примерно столько же.

В обществе преобладает мнение, что учителя, тренеры и другие педагоги должны относиться к одаренным детям так же, как ко всем остальным (64 %).



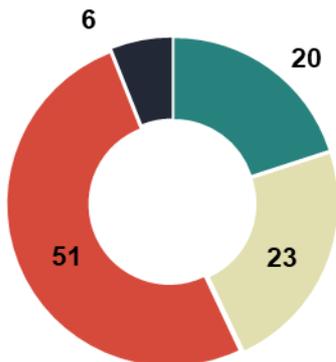
- Тех, у кого с рождения есть данные природой уникальные качества, таланты
- У кого способности целенаправленно и усиленно развивались родителями и педагогами
- Кому в жизни повезло, их способности случайно заметили окружающие
- Другое
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 5. По Вашему мнению, каких детей можно назвать одаренными?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



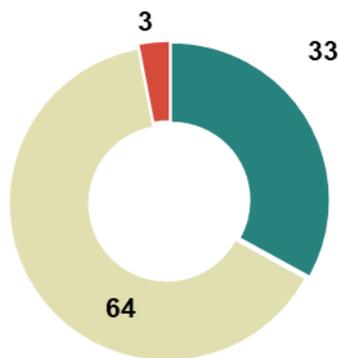
- Трудностей больше
- Трудностей примерно столько же
- Трудностей меньше
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 6. У некоторых детей возникают трудности в общении с другими детьми из-за разницы интересов, воспитания, характера. Как Вы считаете, у одаренных детей этих трудностей с общением со сверстниками больше или меньше, чем у обычных детей?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



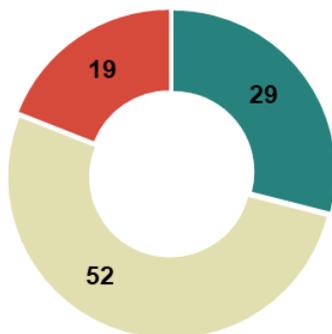
- Трудностей больше
- Трудностей меньше
- Трудностей примерно столько же
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 7. У некоторых детей также возникают трудности в общении со взрослыми. Как Вы считаете, у одаренных детей этих трудностей с общением со взрослыми больше или меньше, чем у обычных детей? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



- Скорее должны проявлять особенное внимание к одаренным детям
- Скорее должны относиться к ним, как и ко всем остальным детям
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 8. Как Вы считаете, по отношению к одаренным детям школьные учителя, тренеры, преподаватели, другие педагоги должны проявлять особенное внимание или они должны относиться к ним, как и ко всем остальным детям? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



- В современной России одаренные дети вырастают в одаренных взрослых, их таланты и дальше проявляются, и развиваются
- В современной России одаренные дети со временем становятся обычными взрослыми, их таланты обычно мало проявляются во взрослой жизни
- Затрудняюсь ответить

Рисунок 9. С каким из следующих утверждений Вы в большей степени согласны?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ДЕНЬ СТУДЕНТА: ЗАЧЕМ ИДТИ УЧИТЬСЯ?

21 января 2019 г.

Хорошо учиться и стать профессионалом — вот, по мнению россиян, самая важная задача во время обучения в вузе (62%), причем среди 18—24-летних эта доля достигает 70%. 55% опрошенных считают, что выпускникам вузов удастся найти работу с большим трудом.



Рисунок 10. Что, по Вашему мнению, самое важное во время учебы в ВУЗе?
(закрытый вопрос, до двух ответов, % от всех опрошенных)



Рисунок 11. Как Вы считаете, насколько сложно выпускникам вузов найти работу после окончания обучения?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ГРАЖДАНИН И ЛИДЕР: ГЛАВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И КАЧЕСТВА

19 февраля 2019 г.

Самыми ценными качествами человека россияне назвали честность, трудолюбие и доброту. Общественный лидер в первую очередь должен быть честным и уметь слушать людей.

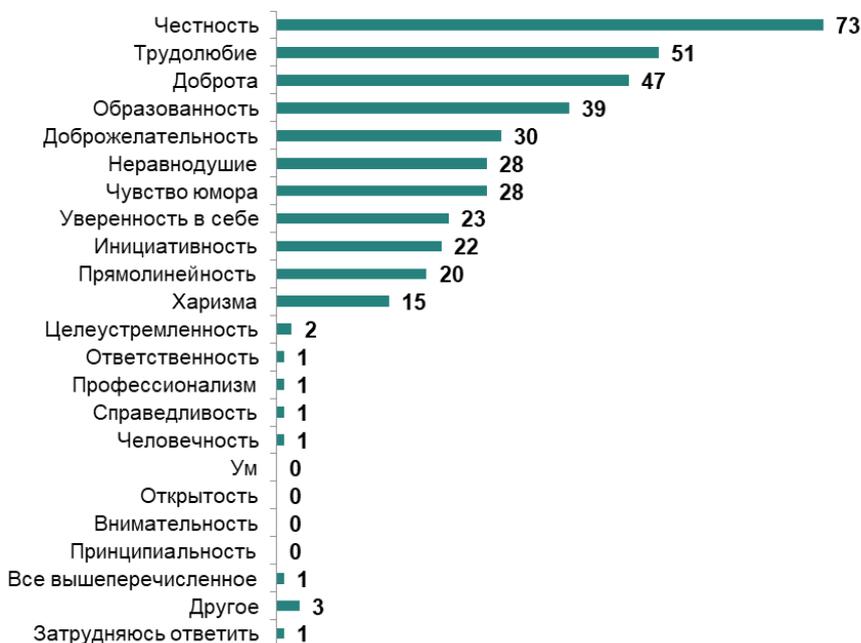


Рисунок 12. Сейчас я перечислю Вам список качеств, а Вы скажите, пожалуйста, какие из них являются для Вас наиболее ценными в людях?
(закрытый вопрос, до пяти ответов, % от всех опрошенных)

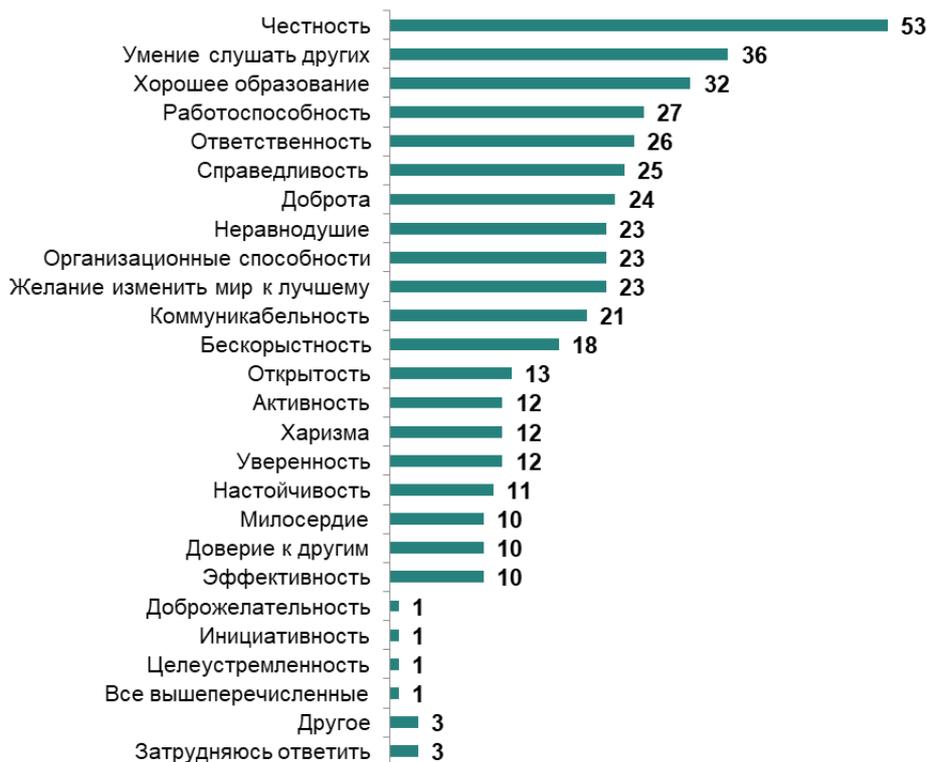


Рисунок 13. Скажите, пожалуйста, какими качествами должен обладать общественный лидер, лидер организации, занимающейся общественно полезной деятельностью?
(закрытый вопрос, до шести ответов, % от всех опрошенных)

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.05

Правильная ссылка на статью:

Кравцова А. Н. От «НАШИХ» до своих: трансформация «гражданственности» в среде петербургских про- и пост «наших» активистов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 107—125. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.05>.

For citation:

Kravtsova A. N. (2019) Transformation of "citizenship" among pro- and post-NASHI activists in St Petersburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 107—125. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.05>.



А. Н. Кравцова

ОТ «НАШИХ» ДО СВОИХ: ТРАНСФОРМАЦИЯ «ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ» В СРЕДЕ ПЕТЕРБУРГСКИХ ПРО- И ПОСТ «НАШИХ» АКТИВИСТОВ

ОТ «НАШИХ» ДО СВОИХ: ТРАНСФОРМАЦИЯ «ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ» В СРЕДЕ ПЕТЕРБУРГСКИХ ПРО- И ПОСТ «НАШИХ» АКТИВИСТОВ

TRANSFORMATION OF "CITIZENSHIP" AMONG PRO- AND POST-NASHI ACTIVISTS IN ST PETERSBURG

*КРАВЦОВА Алена Николаевна — младший научный сотрудник, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики в Санкт-Петербурге,
E-MAIL: akravtcova@hse.ru
<http://orcid.org/0000-0003-3912-3123>*

*Alena N. KRAVTSOVA¹ — Junior Research Fellow
E-MAIL: akravtcova@hse.ru
<http://orcid.org/0000-0003-3912-3123>*

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Статья посвящена анализу понимания гражданственности молодежью, включающего самоопределение молодыми горожанами себя как граждан, специфику молодежных интерпретаций понятия «гражданин»

Abstract. The paper is devoted to the analysis of youth's understanding of citizenship which includes young people's self-identification as citizens, peculiarities of youth interpretations of the notion of citizen and the practices of citizenship

и практик реализации гражданственности. В статье предлагается описание трансформаций понимания гражданства в молодежной среде через анализ установок и предпочтений молодых горожан, практик их социального участия и вовлеченности в активистские сообщества, отношение к происходящим событиям в городе, стране и мире, а также мотивы включения в молодежные движения/сообщества. Эмпирической базой анализа стали материалы нескольких проектов Центра молодежных исследований, реализованных с 2011 по 2017 гг. В рамках каждого из них исследователи ЦМИ изучали особенности трансформаций солидарных молодежных сообществ — «прокремлевских» движений, используя качественную методологию: преимущественно включенное наблюдение и глубинные биографические интервью, а также, частично, метод кейс-стади.

Ключевые слова: активизм, гражданственность, молодежное участие, социальное участие, моральный порядок

implementation. The article describes transformations of the understanding of citizenship in youth environment through the analysis of young people's settings, preferences, social participation practices and involvement in activist communities, perceptions of events which happen in their city, country or in the world, as well as motives of their engagement with youth movements. The empirical basis of the study is the data of several projects conducted by the Center for Youth Studies from 2011 to 2017. Each of these projects aimed at studying specific transformations of solidarity youth movements - pro-Kremlin movements, using qualitative methods, namely overt observation, in-depth biographical interviewing and partly the case-study method.

Keywords: activism, citizenship, youth participation, social participation, moral order

Актуальность темы

За последние два года молодежь стала активным участником протестных митингов. Очередное событие, заинтересовавшее исследователей и журналистов, произошло 26 марта 2017 г., когда на улицы городов вышли не просто молодые люди от 18 до 30 лет, но и школьники, готовые открыто высказывать свою гражданскую позицию. Митинги прошли в большинстве городов России накануне выборов президента России. Участие молодежи в этих мероприятиях вызвало множество дискуссий среди социологов и политологов, исследователи заговорили об «омоложении» участников митингов, что стало ключевым фокусом последующих исследований и дискуссий. Главный вопрос, волновавший не только ученых, но и журналистов: почему молодежь вышла на улицы, что стало главным стимулом их участия? Когда на повестке дня оказались «помолодевшие» митинги, в Центр молодежных исследований НИУ ВШЭ поступало по несколько звонков в день — журналисты просили объяснить ситуацию, дать экспертные оценки. Эта тема оставалась крайне актуальной и на протяжении последующих месяцев.

Среди тех, кто интересовался результатами исследований по молодежной тематике, были и чиновники. Их волновало, как молодежь определяет *гражданство*, *патриотизм*, *социальное участие* и какие смыслы вкладывает в эти понятия, почему выходит на митинги. Также ставился вопрос, где сейчас другая молодежь — лояльная власти. Какие формы социального участия выбирают те, кто не имеет оппозиционных политических взглядов или апатичен к политике? Так, еще в 2012 г. можно было наблюдать противостояние между поддерживающими партию власти и действующего президента, которые «топтали портреты политических оппонентов власти, насаживали на колья головы манекенов, изображающих известных оппозиционеров»¹, и их оппонентами, надеявшимися на смену лидера страны. Вопрос о том, где сейчас последователи широкомасштабных национальных политических проектов по политической мобилизации молодежи и партийному молодежному строительству, в каких формах происходит их сегодняшняя активность, продолжает волновать не только чиновников, занимающихся молодежной политикой, но и исследователей.

Особенно интересными эти вопросы видятся в контексте биографии бывшей активной участницы движения «Наши» (комиссара) Марии Дроковой, получившей американскую грин-карту и переехавшей жить в США. До 2017 г. она успешно строила карьеру, старт этому во многом был обеспечен участием в прокремлевской организации. Целью сформированного сверху движения, в которое рекрутировали не только раннюю молодежь, но и подростков, было активное продвижение идеи и практики «правильного» патриотизма. Позже Дрокова вышла из движения, но благодаря новости о полученной грин-карте вновь привлекла к себе внимание СМИ, а вместе с этим — и к вопросу о том, где теперь бывшие «главные патриоты страны»².

Участие молодежи в социальных, в том числе политических, событиях представляется особенно важным и интересным с точки зрения динамики развития молодежи, ее взглядов, политических предпочтений, целей и мотивов участия в различных акциях (протестных, оппозиционных или лояльных власти). Также большое значение имеют институциональные изменения, в том числе опыт коммуникации молодых людей с организациями, политиками, наставниками. Большой интерес со стороны исследователей и практиков обращен к солидарностям в молодежной среде, ключевым трендам, характерным для различных молодежных групп, понимание которых должно помочь эффективному диалогу с молодежью. В статье внимание будет сфокусировано на специфике молодежных интерпретаций понятия «гражданин» и практиках реализации гражданственности.

Материалами для анализа стали кейсы шести движений, существовавших в период с 2005 по 2017 гг., которые были исследованы сотрудниками Центра молодежных исследований (ЦМИ) НИУ ВШЭ. В настоящее время в коллекции данных ЦМИ содержатся биографические интервью активистов — от комиссаров «Наших» до участников последних пост-«наших» инициатив, таких как «Лев против», от участ-

¹ Давай, до свидания, Василия Якеменко отправили в отставку [Электронный ресурс] // Лента.Ру. URL: <https://lenta.ru/articles/2012/06/13/vasya/> (дата обращения: 19.09.2018)

² Девушка, поцеловавшая Путина, обеспокоена подъемом национализма [Электронный ресурс] // ИНОСМИ.РУ. URL: https://inosmi.ru/country_russia/20160108/234995049.html (дата обращения: 20.01.2019).

ников митингов 2011—2012 гг. до юношей и девушек, вышедших на протестные акции 26 марта 2017 г. Для статьи были отобраны интервью с наиболее вовлеченными в прокремлевские движения, а также в другие лояльные власти инициативы³.

Хронология развития прокремлевских проектов

В фокусе статьи — молодежные формирования, организованные «сверху» («Наших» курировали глава Росмолодежи В. Якеменко и заместитель главы Администрации Президента РФ В. Сурков). Журналисты и исследователи часто называют такие движения прокремлевскими. Далее будут описаны истории создания каждого из них в хронологической последовательности, начиная с 2005 г.⁴

«Наши» — молодежное политическое движение, образованное Администрацией Президента РФ в 2005 г. (распущено в 2013 г.) с целью «противостояния цветным революциям» [Krivonos, 2016: 103]. Несмотря на то, что это было жестко структурированное и организованное движение (иерархия, правила), главной идеологией для самих молодых участников «Наших» стала возможность проявить свою активность — возможность действовать как альтернатива пассивному и бездеятельному существованию. К такому результату пришли исследователи ЦМИ после нескольких месяцев наблюдения за участниками сообщества⁵.

На закате существования «Наших», в связи с уменьшением количества участников, а также необходимостью ребрендинга, у движения появился продолжатель в виде молодежного патриотического движения «Сталь», созданного изначально для формирования устойчивого позитивного образа России. Впоследствии движение разрослось и приняло большие масштабы в связи с приближавшимися президентскими и парламентскими выборами. Несмотря на ребрендинг, участники в большинстве своем остались прежними (за исключением тех, кто пришел после создания «Стали», а не перешел из движения «Наши») и продолжали мыслить себя под брендом «Наши». «Сталь» не была федеральной сетью и отличалась от предшественника большей автономностью [Кривонос, 2015].

В период существования этих движений региональные и федеральные комитеты по молодежной политике массово собирали студентов по всей России для участия в акциях, направленных на поддержку действующей власти. Не все пытались разобраться в том, кто и зачем организует эти массовые мероприятия. Часть участников отнеслись к мероприятиям прагматично, усматривая в них собственную выгоду (прежде всего мобильность, полезные знакомства). После 2010 г. среди молодежи стали популярны движения, которые вместо политических целей заявляли о необходимости реализации задач «гражданского характера» и были направлены на улучшение окружающей среды — двора, района, города. Как правило, такие движения были инициированы рядовыми участниками и лидерами «Наших» (их называли комиссарами) и «Стали» в виде социально значимых проектов, которые они представляли на форуме «Селигер».

³ «Наши», «Сталь», «Все дома», «Лев против», «Чистый Петербург», «Трезвый Петербург».

⁴ До 2005 г. среди крупных движений выделяется «Идущие вместе», после прекращения его существования начали появляться новые движения.

⁵ Исследование проводилось в рамках международного проекта MYPLACE: Memory, Youth, Political Legacy And Civic Engagement (FP7-266831, www.fp7-myplace.eu).

Этот форум был образован как площадка для встречи активной молодежи (участников «Наших», «Стали») и известных политиков, медийных личностей. В рамках форума был организован конвейер проектов, где любой участник мог получить грантовую поддержку (финансовое поощрение) на продвижение своего проекта. Одна из инициатив — проект «Все дома», вовлекающий молодежь в социальную практику содействия реформированию системы жилищно-коммунального хозяйства, популяризирующий в молодежной среде идеи жилищного самоуправления и привлекающий молодых людей к добровольческому труду в регионах России в сфере управления и обслуживания многоквартирных домов⁶. Среди наиболее популярных проектов — «Хрюши против», «СтопХам»⁷, каждый из них существует до сих пор в том или ином виде.

Далее будут описаны движения, которые условно можно отнести ко «второму поколению» активистов. «Лев против» — еще один из пост-«наших» последователей, его инициатором признается бывший активист движения «СтопХам» Михаил (Лев) Лазутин. Проект получил первый грант от Росмолодежи в 2014 г. Деятельность участников этой группы направлена на запрет курения и распития спиртных напитков в общественных местах. Активисты собираются один-два раза в неделю и ходят в составе от трех до десяти человек. Они следят за тем, чтобы прохожие не нарушали административный кодекс, в котором определены места для курения⁸. Нарушителей просят затушить сигарету, отойти в положенное для курения место, если человек распивает спиртной напиток, то активисты просят вылить или спрятать напиток, чтобы емкость, где находится алкоголь, не было видно. Совместно с правоохранительными органами активисты проводят контрольные закупки на предмет выявления торговых точек, реализующих алкогольную продукцию незаконно. Изначально проект был организован в Москве, позже появились региональные отделения движения, в том числе в Санкт-Петербурге («Лев против — Санкт-Петербург»).

Гражданские инициативы «Чистый Петербург» и «Трезвый Петербург» не связаны напрямую с пост-«нашими», однако реализуют похожие задачи. «Чистый Петербург» был создан в 2015 г. с конкретной целью — убрать с улиц города объявления с предложением воспользоваться услугами секс-работниц (на них были написаны: услуга, стоимость и телефон сутенера). Участники движения собирались один-два раза в неделю и срывали листовки, закрашивали надписи на тротуарах, а на картонках размещали рекламу ЗОЖ. Несколько раз активистам удавалось ловить расклейщиков объявлений и передавать их полиции.

Участники движения «Трезвый Петербург» борются за «отрезвление» общества. Они организуют пикеты, размещают таблички с рекламой трезвости, пытаются ввести законопроекты, пишут жалобы в правоохранительные органы на магазины,

⁶ Брошюра Росмолодежи «Как подготовиться к конвейеру молодежных проектов». Электронный ресурс. URL: <http://www.medorbital.ru/wp-content/uploads/2015/03/Как-подготовиться-к-Конвейеру-молод.проектов.pdf> (дата обращения: 03.02.2019).

⁷ Данные кейсы также были объектом исследования для сотрудников ЦМИ в рамках международного проекта MYPLACE. Во время реализации проекта создан документальный фильм «Наши бывшие «Наши»». Режиссер Дмитрий Омельченко.

⁸ Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

в которых продают алкоголь в неположенное время или лицам до 18 лет, проводят контрольные закупки.

Во время появления «второго поколения» активистов на смену «Селигеру» пришли другие федеральные форумы: «Территория смыслов», «Таврида» и прочие. В каждом субъекте России организовывается свой местный форум. На эти площадки приглашаются знаменитые гости — политики и звезды шоу-бизнеса. В рамках форумов организуется конвейер проектов, где любой может получить грант на продвижение своего проекта, как это было и на «Селигере». В отличие от «Селигера», на новые форумы могут попасть не только представители прокремлевских движений, но совершенно разные люди. Важно отметить, что форумы уже перестали быть главными площадками для «раздачи грантов», поскольку «второе поколение» активистов уже имеет другое представление о необходимости форумов и не стремится в них участвовать, в отличие от своих предшественников, которые постоянно принимали участие в «Селигере».

Далее проанализируем часть этих движений в контексте определения основных мотивов участия молодых людей в таких проектах: рассмотрим, что молодые люди говорят о своей гражданской позиции, социальном участии и как объясняют свою активистскую деятельность и мотивы включения в нее, считают ли они себя активистами, а свою деятельность — проявлением гражданского потенциала.

Эмпирическая база

В фокусе статьи — прокремлевские движения «Наши», «Сталь», «Все дома», а также более актуальные «Лев против» и связанные с ним «Чистый Петербург» и «Трезвый Петербург». Эмпирические данные были собраны в рамках трех проектов⁹, реализованных ЦМИ НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург при исследовании молодежного политического, гражданского и социального участия, вовлеченности молодежи в социальные изменения в 2011—2012 гг. и 2016—2017. Теоретико-методологическими основаниями выступали солидарный подход к исследованиям молодежи, концепция человеческого капитала и инновационного потенциала, адаптированные для исследования молодежных солидарностей и активизма, а также концепция молодежного гражданства.

В 2011—2012 гг. сотрудники Центра интервьюировали участников движения «Наши» (собрано десять биографических интервью с пятью мужчинами и пятью женщинами, в возрасте от 20 до 30 лет), а также проводили включенные наблюдения на форуме «Селигер» и других мероприятиях движения. В итоге для анализа были использованы 13 наблюдений: десять с форума «Селигер», одно — с акции «Велопробег по Дороге жизни», одно — с организационного собрания и одно — с федеральной акции в Москве, посвященной поддержке Владимира Путина

⁹ 1. Международный проект MYPLACE: Memory, Youth, Political Legacy And Civic Engagement (FP7-266831 www.fp7-myplace.eu).

2. Исследование в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г. «Инновационный потенциал российской молодежи: солидарности, активизм, гражданская ответственность» (2012, Центр фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, Москва).

3. Исследование в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2017 г. «Продвижение молодежного участия и социального включения: анализ молодежных активистских инициатив и сообществ Санкт-Петербурга» (2017, Центр фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, Москва).

во время президентских выборов. Все эти материалы послужили эмпирической базой для описания каждого кейса в виде отчетов, которые используются здесь для вторичного анализа¹⁰.

В 2012 г. фокус внимания исследователей Центра сместился на проекты «Сталь» и «Все дома»¹¹. Исследователи собрали десять интервью с участниками проекта «Все дома», все они также являлись участниками движения «Наши» (шесть женщин и четыре мужчины в возрасте от 20 до 30 лет). А также пять интервью с участниками проекта «Сталь» (четыре мужчины и одна женщина в возрасте от 19 до 23 лет). Эти данные также составили эмпирическую базу для анализа в рамках данной статьи.

С 2016 г. я изучала молодежные сообщества гражданских активистов Санкт-Петербурга, цель которых — контроль за соблюдением «морального порядка», в соответствии с пониманием которого активисты боролись с курением и распитием спиртных напитков на улицах и в запрещенных законом местах, рекламой проституции и борделей. Ключевые сообщества в рамках этого кейса — «Лев против — Санкт-Петербург», «Чистый Петербург» и «Трезвый Петербург». Эмпирическую базу исследования этого кейса составили 14 глубинных биографических интервью с мужчинами и женщинами в возрасте от 18 до 39 лет. Интервью проводились параллельно с включенным наблюдением (с октября 2016 г. по март 2017 г.), всего написано 16 дневников наблюдения.

Все вышеперечисленные эмпирические материалы используются для анализа каждого сообщества с целью обнаружения различий и сходств в представлениях их участников о своей гражданской деятельности, социальном участии и понимании собственного гражданства. Важным аспектом при анализе являются мотивы участия в движениях, главная цель которых заключается в борьбе за изменение существующего порядка в городе.

Концепция гражданства

Молодежное гражданство в рамках классических исследований рассматривалось в первую очередь как наличие политических, экономических и социальных прав и обязанностей у молодых жителей национальных государств [Marshall, 1950]. В более поздний период исследователи стали чаще обращаться к значимости культурного [Stevenson, 2003] и повседневного [Harris et al., 2007] понимания гражданства. В контексте молодежных исследований можно выделить два подхода к рассмотрению молодежного гражданства: 1) рассмотрение молодежи как не до конца состоявшихся граждан (некий объект в обществе, которым управляют «взрослые»); 2) молодежь как субъект, принимающий решения и готовый на преобразования/изменения в обществе посредством собственных сил и ресурсов [France, 1998; Thomson et al., 2004; Hall et al., 1999; Lister et al., 2003].

Оба подхода не противоречат друг другу, если рассматривать их с точки зрения того, что именно исследователи понимают в качестве действий, которые можно отнести к «проявлению гражданства». Так, те исследователи, которые говорят

¹⁰ Сбор эмпирических данных по кейсу «НАШИ» проводили исследователи ЦМИ Н. Федорова, А. Минькова.

¹¹ Сбор эмпирических данных по кейсу «Сталь» проводили исследователи ЦМИ Д. Кривонос, А. Минькова.

Сбор эмпирических данных по кейсу «Все дома» проводили исследователи ЦМИ Н. Федорова, А. Минькова.

о молодежи как объекте, обращаются к анализу участия молодежи в традиционных формах проявления гражданства (выборы, членство в партиях). Другие наблюдают рост активности молодежи в ином формате [Lister et al., 2003; Harris et al., 2010; Henn et al., 2002], предлагая переключить внимание с традиционного участия молодежи в политике и в общественной жизни и перейти к анализу ее новых форм включения [Harris, 2007; Krupets et al., 2017]. Принципиально важное значение здесь имеет распространение интернета, позволяющее молодым людям отслеживать глобальные тренды и включаться в них [Shirky, 2009; Bennett, 2003].

Российские исследователи также отмечают переход молодежи России от «традиционного» участия к «новому» участию в организациях (общественных, экологических и т. д.), продвижению низовых инициатив. Особая роль отводится флешмобам и перфомансам, целью которых часто становится демонстрация равнодушия к происходящему в городе, стране и мире. Эта тенденция связывается рядом исследователей со снижением доверия к институтам формальной политики [Петухов и др., 2014: 12].

Результаты некоторых количественных исследований показывают, что молодежь становится апатичной, аполитичной [Меркулов и др., 2015: 143], в то время как другие говорят об изменении самого формата гражданского участия [Петухов и др., 2014: 13; Поливаева, Беленикин, 2016: 86; Касамара, Сорокина, 2012; Krupets et al., 2017; Желнина, 2014]. Результаты исследований, выполненных в парадигме качественной социологии, акцентируют новые, уникальные формы молодежного участия, включая и новые вопросы актуальных для молодежи повесток и способов решения значимых проблем, что часто может не совпадать с заданными ориентирами, предлагаемыми «взрослыми» представителями общества.

В данной статье представлен анализ, построенный на базе полевых материалов, собранных в рамках качественной парадигмы: интервью, фокус-группы, включенные наблюдения. В каждом из цитируемых проектов (2011, 2012, 2017 гг.) участникам молодежных групп предлагалось описать свой опыт включения в политические, гражданские инициативы и свою деятельность в их рамках. Информанты часто не оперировали терминами «гражданство», «гражданское участие», а рассказывали про мотивы своего выбора тех или иных инициатив и своем опыте участия в них.

Представления о «гражданственности» в кейсах 2011—2012 гг.: участники протекремлевских проектов «Наши», «Сталь», «Все дома»

Начнем с анализа нарративов участников указанных проектов, существовавших в 2011—2012 гг. Для активистов этих движений, особенно для тех, кто состоял сначала в «Наших», а затем в «Стали», грань между проектами стиралась. Одни и те же люди переходили из одного движения в другое в рамках общей протекремлевской мобилизации молодежи. Однако есть серьезное различие: лидеры «Стали» рассматривали свое участие как шанс на продвижение собственных идей и, соответственно, своей выгоды. Здесь «гражданский» потенциал проявлялся в большей степени в потребительском ключе — посредством реализации собственного проекта получение определенных преференций для себя. «Гражданские»

активности могли восприниматься участниками движения как определенная цена за те ресурсы, которые они смогут получить спустя некоторое время.

Такая самостоятельность и ориентированность на собственные проекты в определенной степени могла быть спровоцирована стигматизацией участников движений со стороны ближайшего окружения (друзей, знакомых). Участники «Наших» были подвержены стигматизации после некоторых скандальных акций и критических репортажей про движение в целом и его участников в СМИ. В интервью информанты признавались, что привыкли к негативному отношению к себе части общества, журналистов, а также оппозиции.

*«Я там ладно, Нашист, там Путинские детишки, петушки, кремлевские бл*ди, то есть по-разному. Да пускай называют, как хотят! То, что там за кремлевские деньги, знаешь, там... Нас там знаешь, как называют — вы тупая шмаль, которую гонят на акции, чтобы показать какую-то массовость. Я с этим не согласен» (муж., 21, «Наши»).*

Ярлык «нашиста» стал своего рода ругательством, поэтому участники стремились оправдать причастность к движениям и находили различные мотивы для включенности в проекты, в том числе собственное развитие, продвижение локальных, низовых инициатив. При этом участники движений отчетливо понимали, что лояльность к власти и административный ресурс обеспечивают достижение целей их активностей. Поддержка различных структур, которые знали, кто такие «Наши», а также конкретные материальные поощрения в виде грантов, зарплаты за участие в форуме (волонтеры «Селигера» отмечали, что за свою работу на форуме в качестве волонтеров получали зарплату) — все это было важной частью их мотивации.

Для многих активистов участие в проектах «Наши» и «Сталь» стало важным шагом в построении карьеры: *«Я делаю себе карьеру. Я сам себя развиваю. Я, грубо говоря, по максимуму стараюсь чего-то добиться. И если там, знаешь, московское руководство, я им не понравлюсь, они посчитают, что это все неправильно, через них я уже дальше никуда не поднимусь» (муж., 21, «Сталь»).* При этом активисты не скрывают, что для достижения своих целей они должны не только усиленно работать в направлении продвижения своего проекта, но и принять, хотя бы формально, идеологию, которой придерживаются все участники «Наших» и других пост-«наших» движений. Напомню, движения создавались и активизировались в предвыборные периоды, активисты поддерживали президента Владимира Путина и выступали против цветных революций в России. Идентификация участников движения изменилась, когда появилась «Сталь». В то время как «Наши» не стеснялись открыто заявлять о поддержке первого лица государства и критиковать тех, кого они считали «врагами Родины», участники «Стали» позиционировали себя как гражданских активистов, дистанцируясь от административных ресурсов и политики.

Участники «Наших» понимали свою роль в стране (противодействие оппозиции), открыто поддерживая и восхваляя персону В. Путина. Однако в движении «Сталь» многие активисты пересмотрели свои политические взгляды и, несмотря на возможные изменения в политических предпочтениях, стали искать способы адаптации своего несогласия к системным требованиям. Так, отношения представителей власти и лидеров «Стали» скорее можно охарактеризовать как отношение друг

к другу с точки зрения источников ресурсов. Исследователи ЦМИ охарактеризовали эту ситуацию как социальный цинизм, когда молодые люди демонстрируют свою лояльность, не рассчитывая при этом на поддержку власти и не ощущая ее¹². Также прослеживается двойная риторика лидеров движения, когда в интервью доминирующим нарративом были служение общественной пользе и поддержка существующего политического режима, в то же время на «Селигере» активисты вкладывали в свою деятельность другие смыслы.

«Витя не скрывает, что использует риторику победы в том числе, чтобы пробиться, продвинуть себя. Не скрывает, что не очень хорошо относится к Путину. Да там вообще все шутят по поводу того, «неужели и Путин правда думает, что все эти люди его поддерживают?! Да он смотрит на них во время митингов как царь-батюшка, не зная, что все приезжают сюда на халяву, а организаторам дают айфоны». Это как-то раз сказал Костя, я даже подумала, что сейчас начнется конфликт, т. к. сказано это было в присутствии Светы и Саша (лидеров движения), но они просто продолжили его мысль: «Да он вообще не знает, кто такие Сталь, кто такие Хрюши Против, ему же вообще нет до этого дела»» (Дневник наблюдения, 31.07.12, автор ДН Федорова Н.).

Участники проекта «Сталь» шли на своего рода взаимовыгодный обмен с властными структурами. С одной стороны, они имели возможность участвовать в форуме «Селигер» (участниками могли стать только члены и активисты одного из прокремлевских проектов), соответственно, у них был шанс получить средства на развитие собственной инициативы, стать медийными персонажами. С другой стороны, они тратили свое время, использовали свою «репутацию» для того, чтобы создавать массовость на мероприятиях, видимость поддержки лидера страны и правящей партии. В отличие от активистов «Наших», участники проекта «Сталь» были менее подвержены идеологической обработке. Если «Наши» искренне верили в то, что спасают Отечество, то молодежь «Стали» опиралась на личные интересы, свое развитие и продвижение. Их мнение могло не совпадать с генеральной линией, которую демонстрировало руководство, и в этом случае они либо подвергались репрессиям, либо были вынуждены искать оправдание внутри себя.

Постепенно на смену масштабным проектам пришли локальные, участники которых ставили перед собой уже не столь глобальные цели, критично отзывались об амбициях крупных прокремлевских движений, участниками которых они в свое время сами являлись и, вероятно, верили в общие идеи и возможность реализации общих замыслов.

«У «Все дома» была какая-то определенная цель, а у «Наши», на мой взгляд, просто постоянно ругаться с оппозиционерами. Там до драк доходило дело. Какой-то определенной цели, кроме как восславлять Путина, у них не было» (жен., 20, «Все дома»).

В рамках новых движений активисты настаивали на своей отстраненности от политики и предпочитали говорить о себе как о гражданских активистах. Они высказывали свое недоверие политикам, рассматривая свою деятельность как дополнение, а часто и как альтернативу, противовес деятельности власти,

¹² Отчет ЦМИ по проекту «Молодежные солидарности в локальном и глобальном контексте: экономика, политика, культура», выполненному в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2011 году (не опубликован).

которая, на их взгляд, вовсе не настолько направлена на благо общества, как та заявляет.

«Мне все равно, что они говорят и что они делают, потому что политики — это кто? Которые говорят и ничего не делают. Кто такие общественники? Которые делают. И делают, и говорят. Они идут от общества» (жен., 20 лет, «Все дома»).

Таким образом, за семь лет существования проекта «Наши» и его приемников «Стали» и «Все дома» участники движений начинали по-новому интерпретировать роль и место своего гражданского участия. После того как участие в мероприятиях «Наших» стало непрестижным и даже постыдным, активисты движения под предлогом собственного развития и продвижения заинтересовались индивидуальными проектами, которые были полезны не столько обществу или окружающим, сколько личному продвижению. Этому способствовали опыт организатора или волонтера, полученный в ходе мероприятий «Наших», связи, приобретенные на таких площадках, как «Селигер», всеобщая административная поддержка, спровоцированная известностью бренда «Наши», которой хватило до 2013 г. — того момента, когда движение уже фактически перестало существовать. Росмолодежь в это время создавала благоприятные условия (гранты, возможность участвовать в форумах и мероприятиях, приобретение полезных для дальнейшей карьеры связей) для взаимодействия с молодежью и сохранения ее в рядах «лояльных к власти». Лояльность здесь проявилась не столько в абсолютном согласии с первым лицом государства и партией власти и их поддержке, сколько в отказе от открытого противостояния им и их критике.

Проект «Все дома» проиллюстрировал новое понимание активистами своего гражданского потенциала. Информанты, участвовавшие в этом исследовании, говорили уже о целенаправленном социальном участии в рамках нового движения. Активисты фокусировали внимание на реальных действиях, которые они предпринимали, чтобы влиять на окружающее их городское пространство (дом, двор, район). Участие в проектах, поддержанных Росмолодежью, стало не только престижным или непрестижным, но и рассматривалось с точки зрения полезности и эффективности при решении конкретных проблем, затрагивающих самих активистов в повседневной жизни.

Представления о «гражданственности» в кейсах 2016—2017 гг.: участники гражданских инициатив «Чистый Петербург», «Трезвый Петербург», «Лев против»

Перейдем к анализу молодежных групп Санкт-Петербурга, внимание которых обращено к контролю над соблюдением «морального порядка». Участники этих сообществ борются с теми, кто, в их представлении, нарушает моральные нормы и правила. Таким образом, в фокусе анализа — молодые юноши и девушки, которые следят за порядком в общественных местах, особенно за такими нарушениями, как курение и распитие спиртных напитков на улицах города, в запрещенных законом местах. Законность своих действий и факт нарушения общественного порядка со стороны петербуржцев и гостей города активисты подтверждают нормативно-правовыми актами, в том числе цитированием статей из Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия

окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»¹³. Также они борются против рекламы проституции и борделей, которая появилась на улицах Санкт-Петербурга в 2015 г.

Методы борьбы зависят от городской ситуации (будничные дни или выходные, праздничные мероприятия) и могут варьироваться от порицания в адрес «нарушителей», отслеживания и устранения нарушений до применения физической силы к нарушителям. Участники этих движений мотивируют свои действия моральной ответственностью и чувством долга, считая себя вправе заниматься подобной «черновой» работой, и борются за определенное физическое и моральное состояние общества и, соответственно, членов этого общества.

Участники этих движений имеют разные истории вхождения в эти группы. Проект «Лев против» появился в Москве в 2014 г. как продолжение традиции освоения грантов Росмолодежи. Основатель движения участвовал в проекте «СтопХам» (проект против неправильной парковки). В 2014 г. проект «Лев против» выиграл грант на реализацию своей деятельности. На сайте президентских грантов дано следующее описание проекта: «это популярный и эффективный формат работы социальных активистов совместно с органами власти и правопорядка в области профилактики нарушений «Закона о курении». Проект способствует изменению ситуации к лучшему в борьбе с нарушителями «Закона о курении», путем общественного контроля и порицания нарушителей. Проект повышает культурный уровень взаимодействия среди курящих и некурящих граждан»¹⁴.

Изначально движение «Лев против — Санкт-Петербург» позиционировало себя как региональное представительство федерального проекта «Лев против», но в связи с конфликтами между официальным проектом и его региональными представительствами, питерское движение уже в 2017 г. не связывало свою деятельность с московским движением, которое получало гранты от Росмолодежи. Активисты «Лев против — Санкт-Петербург» настаивают на общественных началах своей деятельности и отрицают финансовую поддержку из каких-либо источников (в том числе через монетизацию на YouTube). Через активистов «Лев против — Санкт-Петербург» я узнала о других движениях. Все они объединяют, с одной стороны, бывших участников движений пост-«наших» (например, «Лев против — Санкт-Петербург»), с другой стороны, участников ЗОЖ-движений (последователей «Русской пробежки»). Таким образом, объектами исследования оказа-

¹³ Самая популярная в деятельности активистов статья 12 ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», п. 1, п. п. 4:

«1. Для предотвращения воздействия окружающего табачного дыма на здоровье человека запрещается курение табака (за исключением случаев, установленных частью 2 настоящей статьи):

4) на воздушных судах, на всех видах общественного транспорта (транспорта общего пользования) городского и пригородного сообщения (в том числе на судах при перевозках пассажиров по внутригородским и пригородным маршрутам), в местах на открытом воздухе на расстоянии менее чем пятнадцать метров от входов в помещения железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских портов, речных портов, станций метрополитенов, а также на станциях метрополитенов, в помещениях железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских портов, речных портов, предназначенных для оказания услуг по перевозкам пассажиров». См.: Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142515/1e069557f3bc904d8b3f6a62d5ccbe3ddae6edfd/#dst100108 (дата обращения: 03.02.2019).

¹⁴ Сайт «Фонд президентских грантов» (на данный момент текст выдается только через поисковую систему; можно посмотреть сохраненную копию (21.01.2019)).

лись участники трех групп: «Лев против — Санкт-Петербург», «Чистый Петербург», «Трезвый Петербург».

Активисты имели разный опыт и срок участия в этой деятельности. Однако все они пришли в нее по своим личным мотивам. Причина их участия в движениях, которую можно разглядеть во многих нарративах, — это несправедливость в обществе и их неготовность с ней мириться. Многие информанты лично столкнулись с негативными тенденциями в обществе. Этот опыт спровоцировал их на действия по решению проблем (коррупция, преступления, нападки со стороны людей под алкогольным или наркотическим опьянением, несправедливость или бездействие полиции и т. д.). Именно тяга к справедливости и «здоровому» обществу (здоровое информанты понимают по-разному) спровоцировала активистов на социальное участие и конкретные действия.

В нарративах информантов прослеживается яркая деталь, в интервью и дневниках наблюдений они говорят о будущих поколениях, о связи поколений и что именно их небезразличие сегодня к проблемам в обществе «спасет» подрастающее поколение и их детей (детей информантов) от кризиса в обществе. Под последним информанты понимают широкое распространение наркотиков, алкоголя и сигарет, разврат, связанный прежде всего с распущенностью девушек, тесная связь с Западом, как следствие — «плохой генофонд», большие дети (физически и психологически).

«Ее муж видит в рекламе секс-работы разврат и считает, что это является пропагандой проституции, которую необходимо погасить. Тем самым показывать хороший пример детям. Это такая, получается, своеобразная «закулисная» техника воспитания нового поколения, когда люди, в том числе они, показывают детям хороший пример. Муж информантки часто упоминал про детей и про ту огромную роль, которая лежит на конкретно его плечах и плечах его сверстников по воспитанию нового поколения» (дневник наблюдения, 15.12.2016, автор ДН Кравцова А.).

Также информанты часто отмечают, что существуют «простые» люди — среднестатистические жертвы рынка и рекламы. Эти люди в глазах информантов выглядят жертвами манипуляции, не способными самостоятельно отказаться от привычек покупать и потреблять «ненужное» (со слов информантов: алкоголь, табак, наркотики). Активисты противопоставляют себя таким среднестатистическим людям, так как себя и своих соратников воспринимают как тех, кто смог разглядеть «ненормальность» такого поведения и, более того, «смог пойти против системы»¹⁵ тем, что отказались от алкоголя и сигарет и в целом ведут моральный образ жизни (в противовес аморальному). Таким образом, их стремление к «правильному обществу» базируется на чувстве собственного превосходства как осознанном и осмысленном понимании пагубности употребления «вредных» веществ. Активисты считают своим долгом помочь остальным людям освободиться от различных зависимостей. Причем не поощряется даже нечастое употребление — активисты солидарны только с теми, кто никогда не употребляет алкоголь и негативно относится к курению.

¹⁵ Эти слова часто встречаются в интервью и дневниках наблюдения именно в контексте того, что участники поля смогли преодолеть манипуляцию, которую используют недоброжелатели России, чтобы «испортить генофонд россиян».

«Парень задел такие темы, как «Кризис трезвости», «Кризис матриархата», он выступает за возрождение нравственности и духовных ценностей. Отрывок из его речи: «Пообщаешься с людьми, которые периодически пьют и курят, и думаешь, слава богу... Вот у них реально, как день сурка, у них никакого долгосрочного планирования, они сегодняшним днем живут. Если в их узкий круг эта информация не входит, то все» (дневник наблюдения, 18.02.2017, автор ДН Кравцова А.).

К этим установкам можно добавить еще одну — многие участники движений говорили о ведущей роли патриархата. По словам информантов, только в обществе, где женщина «подчиняется» мужчине, возможны гармония и здоровые дети. Женщины в нарративах информантов часто выступают как существа, способные только рожать и удовлетворять мужчин.

«У девушки нет своей точки зрения в 99 % случаев, на какие-то политические или какие-то такие ситуации в стране. Она примет видение своего молодого человека, я в этом уверен на все 100 %, практика об этом говорит» (муж., 19, «Чистый Петербург»).

«Также активист сравнивал секс-работниц с обычными особями, которые включены в цепочку жизни на земле, и исключать их нельзя, как и любых других обитателей земли, т. к. все они находятся на своих местах, тем более, что их можно использовать для вымещения своей злости» (дневник наблюдения, 16.12.2016, автор ДН Кравцова А. Н.).

Информанты отмечали, что для них важно ориентироваться только на себя, у них нет кумиров, или их кумиры — это они сами и те, кто смог пойти против системы и начал выстраивать собственную. Участники отстаивают свою уникальность, они утверждают, что сами строят свое будущее, занимают активную позицию в обществе, меняют это общество, на данном этапе эти изменения происходят с их близким окружением (друзья, семья, коллеги), но также они стремятся распространить свою деятельность на более широкие массы, например, периодически проводят лекции о вреде курения и алкоголя в школах.

Многие информанты отмечают, что занялись этой деятельностью из-за личного столкновения с людьми, находящимися, например, в состоянии алкогольного опьянения. С другими информантами такие ситуации возникали в детстве (некоторые были из семей, где родители злоупотребляли алкоголем). Другие активисты, напротив, росли в благополучной среде, в их семьях одной из центральных идей воспитания был ЗОЖ. В движение они пришли с конкретными целями — избавить общество от людей, находящихся в состоянии алкогольного опьянения или курящих в неположенных местах. Многие их действия направлены на изменение ситуации в своем дворе или районе, информанты пытаются точно искоренять проблему.

«Да, потому что я решил, я переехал в новый дом, пришел сюда и я увидел пьющих... Я не хотел разговаривать с ними, я подошел и сбросил их в реку, как бы там не глубоко, они ползли, пока не вышли. Я выкинул весь алкоголь, потому что здесь мамы гуляют с маленькими детьми, женщины гуляют с колясками, и постоянно сидят бездомные, не бездомные, а алкоголики, они стягиваются и сидят в роще» (муж., 23, «Лев против»).

Здесь также стоит отметить, что не все активисты приходили в движение с целью «спасти общество» или освободить свой дом, двор, район от негативных последствий алкоголя и прочего. Активисты также не отрицали, что в своем участии видят пользу для себя еще и в другом формате, а именно практикуют общение с разными людьми. В каждом рейде участникам движения приходится вступать

в коммуникацию с совершенно незнакомыми людьми. Они это расценивают как определенный навык, который может быть полезен в будущем. Бывали ситуации, когда из-за такого навязанного общения возникали скандалы, драки, особенно это касается движения «Лев против — Санкт-Петербург». Некоторые участники групп от своей деятельности получают новые полезные знакомства и определенную популярность в среде «своих».

Относительно своих политических предпочтений активисты предпочитают молчать. Правило не говорить и не спорить на тему политики закреплено во всех трех сообществах (новые участники об этом узнают сразу, чтобы избежать конфликтных ситуаций). Эта необходимость продиктована тем, что в группах собрались люди с разными политическими установками и предпочтениями, зачастую любое упоминание о политике заканчивается спорами и конфликтами в движениях.

Активисты движения «Лев против — Санкт-Петербург» несмотря на то, что никогда не получали материальную или административную поддержку от Росмолодежи и других государственных органов, пользуются поддержкой со стороны местной полиции. Здесь происходит взаимный обмен ресурсами, при столкновении с нарушителями общественного порядка участники «Льва» обращаются в полицию, и сотрудники полиции помогают активистам и, напротив, когда сотрудникам необходимо провести контрольную закупку в магазине с нелегальной алкогольной продукцией, они приглашают активистов для участия в этом мероприятии.

«Вот один раз шли даже по следу — видим, что новые объявления появляются, и там идем, идем, здесь как раз на [ст. м. в спальном р-не Петербурга]. И оп! видим, что женщина увидела нас и она, наверное, испугалась че-то, взяла запрыгнула в машину такси. Мы перекрыли дорогу, чтобы таксист не уехал, ну он был припаркован, он уже не планировал в принципе уезжать. Вот мы ему сказали, что данная гражданка нарушила закон в Санкт-Петербурге, не могли бы вы не уезжать. Он говорит, что да, хорошо, там рядом был сотрудник ДПС, который тоже попросил машину не уезжать, дама чего-то боялась, поэтому тоже не хотела выходить из машины (муж., 21, «Лев против»).

Активисты «Чистого Петербурга» и «Трезвого Петербурга» в большей степени ориентированы на административные ресурсы и карьеру в государственных органах, однако при наблюдении было отмечено, что участники «Чистого Петербурга» чувствуют дискриминацию со стороны полиции, их полиция воспринимает скорее как угрозу, сравнивая с националистами.

«INF: Думаю, ну, в общем, есть такое дело, что ну, может быть около 70-ти процентов борделей держит просто полиция сама. Поэтому... INT: А, то есть они дали команду и снова все расклеилось? Пока они уезжали. INF: Да. Может быть, и так. INT: А как же? Они же там так рвались, чтобы кого-нибудь взять [расклещика]. INF: Ну, я сказала об этом для того, чтобы просто никого, ну, не напрягала. Потому что они [полиция] воспринимают нашу акцию почему-то как митинг, который надо охранять. И если сказать людям типа вот — нас охраняют как митинг, меня, я побоялась, что, ну, люди напрягутся и разбегутся после этого. Вот потом мне позвонили и попросили, чтобы я говорила обо всех наших «митингах»» (жен., 22, «Чистый Петербург»).

Участники «Трезвого Петербурга» самостоятельно проводят контрольные закупки алкоголя, читают лекции о вреде алкоголя в школах, скандалы от их деятель-

ности — это редкость. Однако особой поддержки со стороны правоохранительных органов они не получают, скорее равнодушие.

«Пишешь в прокуратуру — вот Роспотребнадзор мне ответил вот так вот, прокуратура пишет — хорошо, мы все проверим, мы все закроем. Вот ты пишешь снова в прокуратуру — меня не устраивает, что проверим, что закроем, отправьте мне отчет. Они пишут — все проверили, все закрыли. Выходишь из дома, переходишь улицу — все работает, как было. Вот...» (муж., 27, «Трезвый Петербург»).

Отношение полиции к группам противоположное, хотя их состав не статичен, и участники, например, из «Лев против — Санкт-Петербург» могут участвовать в мероприятиях «Чистого Петербурга», и наоборот. Таким образом, можно предположить, что образ прокремлевского проекта не ушел и продолжает оказывать влияние на участников подобных инициатив.

В результате анализа нарративов активистов «за моральный порядок» было выявлено особое отношение к своему социальному участию как к определенному образу жизни и миссии. Первопричину своего участия активисты объясняют несправедливостью в обществе и страхом за будущие поколения и Россию в целом. Себя они называют не активистами, а «гражданами», которые имеют определенную гражданскую позицию и могут не только о ней заявить, но и сделать замечание другим людям, а если это необходимо, то применить силу для исправления нарушения «морального порядка» в обществе. Несмотря на то, что эти движения локализованы в конкретных местах и имеют в приоритете цель исправить ситуацию в городе и районе, активисты рассчитывают и получают поддержку из других городов и стран. У «Лев против — Санкт-Петербург» есть соратники в других городах, у движения «Трезвый Петербург» также есть коллеги по всей России и в других странах. Специфика движения «Чистый Петербург» в том, что реклама, с которой оно борется, есть только в Петербурге (впервые она появилась в Москве, но там быстро справились с этой проблемой).

Заключение

В нарративах участников движений «Наши», «Сталь», «Все дома» прослеживаются следующие сценарии. Многие приходили в движения в связи с тем, что видели выгоду от включенности в прогосударственные движения большого масштаба. Другие начинали активистскую деятельность, поскольку это была всеобщая мобилизация через государственные институты (школы, вузы), иногда без уточнения целей нового участника движения. Некоторым активистам важно было участвовать в общей «движухе» и быть причастным к группе, Дарья Кривонос называет сценарий такого участия «аффективной солидарностью» [Krivonos, 2016: 111]. В кейсах 2016—2017 гг. информантов с похожей историей не было, здесь основной причиной вступления в движения были личные мотивы, сложности, с которыми активисты столкнулись в детстве или, наоборот, воспитание, которое им дали родители.

Для активистов 2011—2012 гг. было характерно «работать» на поддержку конкретной персоны и партии, ориентироваться на авторитетов. Активисты «второго поколения», напротив, отмечают свою исключительность и не верят в кумиров, не видят авторитетов, на которых стоит равняться. Более того, в отличие от своих

предшественников, они пытаются отстраниться от участия в политике и ее обсуждения, так как в рядах активистов сконцентрированы люди с совершенно разными политическими, идеологическими, религиозными предпочтениями. Таким образом, для активистов новых движений не характерна публичная поддержка политических акторов, они уверены, что вне зависимости от своих предпочтений продолжат заниматься своей, с их точки зрения, общественно полезной и важной деятельностью. В сообществах «второго поколения» не приняты споры на политические темы. Напротив, в кейсах 2011—2012 гг. тема политики была ключевой, и только с появлением инициатив по типу «Все дома» активисты стали переключаться на тему гражданства и своего социального участия.

В 2008—2012 гг. для всех желающих принять участие в волонтерской деятельности, либо в другой активистской деятельности был форум «Селигер» — главная площадка не только «Наших», но и тех, кто хотел приобрести те ресурсы, которые организаторы раздавали на этом форуме. Напротив, никто из информантов в 2016—2017 гг. не имел опыта поездки на подобные крупные форумы, которые к тому моменту пришли на смену «Селигеру» и также были предназначены для раздачи грантов, полезных знакомств и продвижения собственных инициатив.

Отличительной чертой между двумя поколениями активистов является ориентированность, с одной стороны, на масштаб (первая волна активистов), с другой стороны, на желание решить конкретную проблему и в конкретном месте. Произошел полный переход от масштабных проектов к локальным. Активисты ориентированы на решение проблемы в своем доме, подъезде, районе, они эмоциональнее относятся к своей гражданской работе, рассматривая ее не просто как «работу» для получения материальной выгоды, а как образ жизни, который готовы продвигать в своей повседневности (практики потребления, альтруизм, лоббирование ЗОЖ).

Можно сделать вывод, что участники новых движений, в отличие от своих предшественников, перешли к неформальным практикам в реализации своего гражданского потенциала, стремясь справиться с главной проблемой — «ненормативным» потреблением, будучи заинтересованы в первую очередь в изменении ситуации в своем районе, городе. При этом в долгосрочной перспективе они демонстрируют веру в возможность объединения всех своих соратников, что может стать основой для более глобальных изменений.

Список литературы (References)

Желнина А. А. «Политтусовка» — альтернативное публичное пространство в сфере молодежной политики // Социс. 2014. № 3. С. 80—88.

Zhel'nina A. A. (2014) «Polit-tusovka» — Alternative Public Space in Youth Politics Realm. *Sociological Studies*. No. 3. P. 80—88. (In Russ.)

Касамара В., Сорокина А. Российские студенты: взгляды на протестную активность и гражданское общество // Россия и Германия. Общество и государство: исторический опыт взаимодействия. М.: РОССПЭН. 2012. С. 309—332.

Kasamara V., Sorokina A. (2012) Russian Students: Views on Protest Activity and Civil Society. In: *Russia and Germany. Society and Bltate: Historical Experience of Interaction*. M.: ROSSPEN. P. 309—332. (In Russ.)

Кривонос Д. С. Жизнь после «Наших»: автономия, лояльность и искренность в молодежном движении «Сталь» // Этнографическое обозрение. 2015. № 1. С. 72—89. Krivonos D. S. (2015) Life after Nashi: Autonomy, Loyalty, and Sincerity in the Stal' Youth Movement. *Etnograficheskoe obozrenie* [Ethnographic Review]. No. 1. P. 72—89. (In Russ.)

Меркулов П. А., Малик Е. Н., Бударина К. А. Институционализация молодежных организаций и ассоциаций современной России: проблемы и перспективы // Власть. 2015. № 4. С. 140—144.

Merkulov P. A., Malik E. N., Budarina K. A. (2015) Institutionalization of The Youth Organizations And Associations in Modern Russia: Problems And Prospects. *Power*. No. 4. P. 140—144. (In Russ.)

Петухов В. В., Бараш Р. Э., Седова Н. Н., Петухов Р. В. Гражданский активизм в России: мотивация, ценности и формы участия // Власть. 2014. № 9. С. 11—19. Petuhov V. V., Barash R. J., Sedova N. N., Petuhov R. V. (2014) Civic Activism In Russia: Motivation, Values And Forms Of Participation. *Power*. No. 9. P. 11—19. (In Russ.)

Поливаева Н. П., Беленикин Р. О. Особенности российской молодежи как субъекта гражданского общества // Власть. 2016. № 3. С. 83—87.

Polivaeva N. P., Belenikin R. O. (2016) Features of the Russian Youth as a Subject of Civil Society. *Power*. No. 3. P. 83—87. (In Russ.)

Bennett W. (2003) Communicating global activism. *Information, Communication & Society*. Vol. 6. No. 2. P. 143—168. <https://doi.org/10.1080/1369118032000093860a>.

France A. (1998) “Why Should We Care?": Young People, Citizenship and Questions of Social Responsibility. *Journal of Youth Studies*. Vol. 1. No. 1. P. 97—111. <https://doi.org/10.1080/13676261.1998.10592997>.

Harris A., Wyn J., Younes S. (2007) Young People and Citizenship. *Youth Studies Australia*. Vol. 26. No. 3. P. 19—27.

Harris A., Wyn J., Younes S. (2010) Beyond Apathetic or Activist Youth. “Ordinary” Young People and Contemporary Forms of Participation. *Young*. Vol. 18. No. 1. P. 9—32. <https://doi.org/10.1177/110330880901800103>.

Hall T., Coffey A., Williamson H. (1999) Self, Space and Place: Youth Identities and Citizenship. *British Journal of Sociology of Education*. Vol. 20. No. 4. P. 501—513. <https://doi.org/10.1080/01425699995236>.

Henn M., Weinstein M., Wring D. (2002) A Generation Apart? Youth and Political Participation in Britain. *The British Journal of Politics & International Relations*. Vol. 4. No. 2. P. 167—192. <https://doi.org/10.1111/1467-856X.t01-1-00001>.

Krivonos D. (2016) And After That We All became Like Brothers: Emotions, Affectivity and Communication in a Pro-governmental Youth Movement in Russia. *Young*. Vol. 24. No. 2. С. 102—117. <https://doi.org/10.1177/1103308815611324>.

Krupets Y., Morris J., Nartova N., Omelchenko E., Sabirova G. (2017) Imagining Young Adults' Citizenship in Russia: from Fatalism to Affective Ideas of Belonging. *Journal*

of *Youth Studies*. Vol. 20. No. 2. P. 252—267. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1206862>.

Lister R. et al. (2003) Young People Talk about Citizenship: Empirical Perspectives on Theoretical and Political Debates. *Citizenship Studies*. Vol. 7. No. 2. P. 235—253. <https://doi.org/10.1080/1362102032000065991>.

Marshall T. H. (1950) *Citizenship and social class*. New York: Cambridge University Press.

Stevenson N. (2003) Cultural Citizenship in the “Cultural” Society: a Cosmopolitan Approach. *Citizenship Studies*. Vol. 7. No. 3. P. 331—348. <https://doi.org/10.1080/1362102032000098904>.

Shirky C. (2009) *Here Comes Everybody: How Change Happens when People Come Together*. London, NY: Penguin.

Thomson R. et al. (2004) Inventing Adulthood: a Biographical Approach to Understanding Youth Citizenship. *The Sociological Review*. Vol. 52. No. 2. P. 218—239. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2004.00466.x>.

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.06

Правильная ссылка на статью:

Попов Н. П. Сравнительный анализ социально-политических взглядов российской и американской молодёжи // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 126—152. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.06>.

For citation:

Popov N. P. (2019) Comparative analysis of social and political views of Russian and American youth. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 126—152. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.06>.



Н. П. Попов

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ РОССИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ РОССИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL AND POLITICAL VIEWS OF RUSSIAN AND AMERICAN YOUTH

ПОПОВ Николай Петрович — доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник, Институт США и Канады РАН, Москва, Россия
E-MAIL: popovnpkm@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2168-2157>

Nikolay P. POPOV¹ — Dr. Sci. (Hist.), Leading Research Fellow
E-MAIL: popovnpkm@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2168-2157>

¹ Institute for US and Canadian Studies, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. В России и в Америке все больший вес набирает поколение молодежи, которой от 18 до 35 лет, к которому относятся миллениалы и постмиллениалы — молодые люди, выросшие в условиях бурного развития компьютеров и других электронных гаджетов, интернета, социальных се-

Abstract. The generation of adults aged 18 to 35 is gaining popularity in Russia and America. They are often referred to as Millennials or post-Millennials and have been greatly influenced by the computer boom and electronic gadgets, Internet and social media. This digital environment has significantly changed

тей. Это «цифровое» окружение значительно изменило потребление ими информации, их интересы, формы общения со сверстниками и внешним миром. Учителя, психологи и социологи считают, что изменилась их психология и жизненные ценности, и это делает их ближе к сверстникам во всем мире, чем к старшим поколениям в своей стране. Если это так, то следует ожидать изменения в характере отношений между странами (особенно когда представители этих поколений придут во власть), снижения конфликтности в мире, если новые лидеры будут лучше понимать друг друга, принадлежа к поколению с общими ценностями. В работе проводится сравнительный анализ социально-политических взглядов молодых поколений США и России, который показывает как многие сходные черты их социальной психологии, системы ценностей, так и различий, унаследованных из традиций политической культуры своих стран, традиций социализации, стереотипов мышления.

Ключевые слова: молодежь, социально-политические взгляды, миллениалы, система ценностей

their information consumption, interests, forms of communication with peers and the outside world. Teachers, psychologists and sociologists believe that their psychology and life values have also changed, which brings them closer to their peers around the world than to the older generations in their country. If so, then we should expect changes in the nature of relations between countries (especially when these generations come to power) and a decline in conflict around the world, if new leaders are able to better understand each other sharing common values. The paper provides a comparative analysis of social and political views of younger generations in the United States and Russia. The analysis reveals both numerous common features of their social psychology and value system and differences inherited from the traditions of political culture in their countries, modes of socialization, and stereotypes of thinking.

Keywords: youth, sociopolitical views, Millennials, value system

Принято считать, что взгляды людей, их ценности и нормы в разных странах становятся все более похожими в силу глобализации и новых коммуникативных возможностей — компьютеризации, интернета и социальных сетей. Особенно это затрагивает молодые поколения, широко освоившие интернет. Это сближение, очевидно, распространилось и на российскую и американскую молодежь, о чем свидетельствуют материалы прессы и наблюдения педагогов, психологов и социологов. В то же время социологические исследования показывают существенные различия в представлениях молодых людей двух стран, в оценках их собственной жизни, положения в своих странах и российско-американских отношений.

Сравнительный анализ взглядов и настроений молодежи США и России желательнее проводить на основе параллельных, одновременных опросов в двух странах по единой или сопоставимой анкете. К сожалению, такие исследования удавалось проводить крайне редко в силу политических, организационных

и финансовых трудностей. В качестве примера можно привести исследование школьников старших классов обеих стран по проблемам угрозы ядерной войны и взаимоотношений двух стран 1986 г., организованное Гарвардским и Мэрилендским университетами и Институтом США и Канады и Институтом социологии АН СССР. Другой, более поздний пример — исследование роли телевидения в обществе, проведенное ВЦИОМ и Университетом Джорджии при поддержке Картеровского Центра в 1992 г. В постсоветское время молодежь изучали ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», другие исследовательские центры. Полученные ими результаты можно сопоставлять с результатами американских исследований молодежи, в частности, с NBC News-GenForward — the University of Chicago Survey, Quinipiac University poll, Pew Research Center Surveys и другими.

Поскольку во всех последних исследованиях взглядов возрастных когорт, поколений используются их названия, пришедшие из американских работ, в частности, Н. Хоува и У. Штрауса, необходимо привести периодизацию поколений. Следует иметь в виду, что в различных схемах периодизации поколений применяются разные подходы — одни считают поколение от года рождения, другие берут за основу период социализации возрастной когорты. Так, «рожденные революцией» — это не те, кто родились в 1917—1918 гг., а те, чья социализация и формирование личности пришлось на эти годы. Это подход Ю. А. Левады, которому следует и автор данной статьи.

Для того чтобы сориентировать в описании отличий и сходств взглядов поколений, приведем три шкалы периодизации поколений — шкалу Ю. А. Левады (см. табл. 1), адаптированную автором [Попов, 2018], американскую (У. Хоува и Н. Штрауса, см. табл. 2), используемую Pew Research Center (см. табл. 3).

Таблица 1. **Временные рамки социализации «значимых» поколений (по Ю. А. Леваде)**

Название поколения	Временные рамки	Годы рождения поколенческой группы	Условия формирования, социализации
Революционный перелом	1905—1930	90-е годы XIX века	Войны, революции, Серебряный век российской культуры, «территория кровавого фанатизма»
«Сталинская» мобилизационная система	1930—1941	Около 1910 г.	Формирование монолитного тоталитарного общества — раскрестьянивание, урбанизация, массовый террор, массовое образование, принудительное единообразие и единомыслие
Военный и послевоенный период	1941—1953	1920—1928	Вопрос выживания тоталитарного режима, создание основ холодной войны, политические чистки (высылки целых народов), продолжение репрессий,
«Оттепель»	1953—1964	1929—1943	XX съезд КПСС, обличение «культы» Сталина; формируется первое в советской истории поколение (поколенческая группа), свободное от массового страха и надеющееся на гуманизацию социализма.

Название поколения	Временные рамки	Годы рождения поколенческой группы	Условия формирования, социализации
«Застой»	1964—1985	1944—1968	Попытка стабилизировать партийно-советский режим при отказе от массовых репрессий и реформ, разрядка с США; ориентации массового потребительства, рост коррупции, возникновение либеральных, демократических, диссидентских национальных групп и движений, «шестидесятников».
«Перестройка» и «реформы»	1985—1999	Конец 1960-х годов	«В активную жизнь вошло новое поколение, не знавшее переломов и исканий»

Источник: [Левада, 2006].

Таблица 2. Периодизация поколений США Н. Хоуа и У. Штрауса

Названия поколений	Годы рождения	События в США и в мире
«Поколение GI», «поколение победителей»	1900—1923	Первая мировая война и конец американского изоляционизма
«Молчаливое поколение», «потерянное поколение»	1923—1943	Великая депрессия, начало Второй мировой войны
Поколение «беби-бумеров», «трудоголики»	1943—1963	Окончание Второй мировой войны и послевоенная экспансия, холодная война, Карибский кризис, начало войны во Вьетнаме
«Поколение X», «неизвестное поколение»	1963—1983	Окончание войны во Вьетнаме, кризис власти, мировой кризис и разрядка
«Поколение Y», «поколение Миллениума», «сетевое поколение», «эхо-бумеры»	1983—2003	Окончание холодной войны, мировое лидерство США, теракты 11 сентября 2001 г.
«Поколение Z», «цифровое поколение», «поколение XD» (Digital children of Generation X)	2003+	Вторжение войск международной коалиции в Ирак, мировой финансовый кризис

Источник: [Howe, Strauss, 1991].

Pew Research Center в течение долгого времени использовал несколько другую периодизацию поколений, сходную со шкалой Бюро статистики, которая также достаточно близка к временным периодам, используемым в социологических опросах (см. табл. 3).

Таблица 3. Периодизация поколений исследовательской организации Pew Research Center

Названия поколений	Годы рождения	Возраст в 2018 г.	Доля во взрослом населении США
«Постмиллениалы»	1997 и позже	18—21	5 %
«Миллениалы»	1981—1996	22—37	28 %
«Поколение X»	1965—1980	38—53	26 %

Названия поколений	Годы рождения	Возраст в 2018 г.	Доля во взрослом населении США
«Беби-бумерс»	1946—1964	54—72	29%
«Молчаливое»	1928—1945	73—90	11%
«Поколение победителей»	1901—1927	91 и старше	1%

Источник: Pew Research Center tabulations of the 2017 Current Population Survey Annual Social and Economic Supplement (ASEC) from the Integrated Public Use Microdata Series (IPUMS). URL: <http://www.people-press.org/2018/03/01/the-generation-gap-in-american-politics/> (accessed: 05.01.2019).

В демографических и социологических исследованиях для удобства обработки данных используются градации возрастных когорт, кратные пяти или десяти годам — 25—29 лет, или 25—34 года, что не вполне совпадает с уже принятыми возрастными рамками «поколений». Кроме того, в политологическом анализе и в прессе часто используются обобщающие, описательные термины — «молодежь», «молодые избиратели», «молодое поколение» и др. В российской социологии, исследованиях общественного мнения с начала 1990-х годов эмпирические данные показали, что по большинству проблем и ценностей проходит заметная разделительная линия между людьми младше и старше 35 лет. Это позволяет в данной работе в большинстве случаев под «молодежью» понимать людей от 18 до 34 лет, называемых «миллениалами».

В российских исследованиях все чаще отмечается, что «постмиллениалы», в опросах выделяемые демографической графой «18—24 года», будучи «детьми эпохи интернета», все больше отличаются от остальных поколений и могут получить какое-то особое название, например «поколение Путина», поскольку большинство из них родилось и выросло в период правления В. В. Путина. Однако их пока еще слишком мало, чтобы формировать целое «поколение». В США те, кому 18—21 год, составляют 5% взрослого населения, в России в группе 18—24 года — 7%, по взглядам они близки более старшему поколению «миллениалов» и радикально отличаются от более старших поколений. К тому же, как показала их недавняя политическая активность, их также можно назвать «поколением Навального».

В настоящей работе рассматриваются в основном четыре поколения: «миллениалы» (включающие «постмиллениалов», которым сейчас 18—24 года), «поколение X», которым 35—54 года, «беби-бумеры» — 55—75 лет, «молчаливое поколение» — 75—90 лет. Возрастные рамки поколений условны, поскольку в разных исследованиях используются различные временные градации.

1. Основные проблемы, волнующие молодежь

В российских и американских исследованиях регулярно замеряется рейтинг важности проблем для различных слоев общества, в том числе для разных когорт, поколений молодежи. Они показывают существенные различия в оценках важности проблем, степень обеспокоенности ими в личном и социальном плане. Российская иерархия проблем для всего населения выглядит следующим образом (см. табл. 4).

Таблица 4. Ответы на вопрос: «Какие из следующих проблем нашего общества тревожат Вас больше всего, и Вы считаете их самыми острыми?», респондентам показывалась карточка, и они могли выбрать более одного ответа и/или назвать свой; ранжировано по убыванию по августу 2018 г., Россия, %

Проблема	Июль 1998	Июль 2000	Июль 2005	Июнь 2008	Август 2013	Август 2014	Август 2016	Август 2017	Август 2018
Рост цен	40	83	71	82	69	71	72	61	72
Бедность, обнищание большинства населения	.*	–	53	45	55	40	47	45	52
Рост безработицы	65	51	39	25	36	26	37	33	48
Коррупция, взяточничество	32	30	24	27	39	26	31	33	33
Недоступность многих видов медицинского обслуживания	–	–	29	31	23	23	22	26	31
Кризис в экономике, спад производства в промышленности и сельском хозяйстве	57	39	33	29	29	28	31	28	30
Резкое расслоение на богатых и бедных, несправедливое распределение доходов	41	38	27	35	33	30	26	25	30
Ухудшение состояния окружающей среды	24	22	17	23	19	14	11	14	25
Кризис морали, культуры, нравственности	26	26	22	26	30	18	16	15	21
Рост платности, недоступность образования	–	–	27	26	20	16	16	13	21
Рост наркомании	–	–	29	29	22	14	14	12	18
Рост числа уголовных преступлений	50	53	29	27	15	8	8	8	15
Засилье, произвол чиновников	–	–	9	10	14	12	11	12	14
Наплыв приезжих, мигрантов	–	–	7	12	27	24	11	10	10
Слабость государственной власти	37	16	11	9	9	6	9	10	9
Невозможность добиться правды в суде	–	–	5	7	7	6	6	8	9
Рост национализма, ухудшение межнациональных отношений	13	13	4	5	10	11	6	7	7
Грубость, жестокость работников полиции	–	–	6	9	5	5	5	6	7
Задержки в выплате заработной платы, пенсий, пособий и т. п.	67	19	4	4	3	4	6	6	7
Угроза взрывов и других террористических актов в том месте, где Вы живете	–	16	15	4	5	6	8	12	7
Ограничение гражданских прав, демократических свобод (свободы слова, печати)	–	–	2	2	3	3	3	4	6

Проблема	Июль 1998	Июль 2000	Июль 2005	Июнь 2008	Август 2013	Август 2014	Август 2016	Август 2017	Август 2018
Рост заболеваемости СПИДом	–	–	6	7	2	2	–	–	4
Конфликты между различными ветвями власти на различных уровнях	12	6	3	2	2	3	–	–	3
Теракты в Чечне и на Северном Кавказе	–	–	–	2	3	2	–	–	3
Другие	2	1	2	3	2	2	2	3	3
Затруднились ответить	2	1	1	1	2	3	2	2	1

* Вариант не был включен в список возможных ответов.

Источник: Тревожащие проблемы // Левада-Центр. 06.09.2018. URL: <http://www.levada.ru/2018/09/06/trevozhashhie-problemy/> (дата обращения: 05.01.2019).

Иерархия проблем молодежи сходна: бедность, низкие зарплаты; проблемы занятости; образование; социальная защищенность, пенсионная реформа; медицинское обслуживание.

Две трети населения и молодежи считают, что главная причина трудностей экономического характера состоит в том, что российское общество устроено несправедливо. 54 % молодежи (18—30 лет) полагают, что в этом плане страны Западной Европы устроены лучше, 24 % — что российское общество справедливее. По мнению большинства, «советское общество в 70—80-е годы» было устроено более справедливо, чем нынешнее (58 % против 22 %). Ответственными за справедливость большинство молодых людей (57 %) считают власти, и лишь 29 % возлагают ответственность на граждан. Соответственно, отвечая на вопрос: «Что следует делать гражданам, чтобы российское общество стало более справедливым?», лишь 13 % всего населения ответили: «Отстаивать свои права, участвовать в митингах, акциях протеста»; 7 % полагают, что «ничего нельзя сделать», и 7 % — что надо сменить власть¹.

По мнению 66 % молодежи, несправедливо, что и богатые и бедные платят одинаковый подоходный налог. Две трети всего населения и молодежи полагают, что доходы «от национальных природных богатств — нефти, газа, угля» распределяются несправедливо, и относительное большинство молодежи в 42 % считает, что справедливость повысилась бы, если бы предприятия добывающих отраслей принадлежали государству².

В США молодежь также часто говорит о несправедливости устройства общества, которое не дает людям различных слоев равные права на достойную жизнь (см. табл. 5).

¹ О справедливости. Что устроено справедливо, а что — несправедливо в современном российском обществе? // ФОМ. 05.09.2018. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14099> (дата обращения: 05.01.2019).

² Там же.

Таблица 5. Социальные оценки миллениалов — сторонников Х. Клинтон и Д. Трампа во время избирательной кампании 2016 г., США, %

	Сторонники Х. Клинтон	Сторонники Д. Трампа
Расовая дискриминация — одна из основ жизни США	65	23
Один процент самых богатых обладает слишком большой политической властью	79	54
Успех в жизни — это результат удачи и связей	43	24

Источник: Millennials After 2016: Post-Election Poll Analysis. CIRACLE. The Center for Information & Research on Civic Learning & Engagement. 2016. URL: <https://civicyouth.org/wp-content/uploads/2017/03/Millennials-after-2016-Post-Election-Poll-Analysis.pdf> (дата обращения: 20.01.2019).

Говоря о коррупции, 25 % российского населения полагают, что «реальных результатов нет, все остается как было», 13 % считают, что коррупция усиливается, 43 % — что «результаты есть, но они не слишком значительны», и лишь 12 % отмечают, что «в стране делается много для борьбы с коррупцией»³. При этом 50 % молодежи (18—34 года) видят причину отсутствия прогресса в борьбе с коррупцией в том, что аресты отдельных чиновников и политиков — это «всего лишь показательные акции, сведение счетов или конфликт конкурирующих кланов»; 37 % молодежи считают, что это «свидетельство борьбы властей с коррупцией», еще 13 % затруднились дать оценку⁴.

В США оценка молодежью основных проблем общества существенно отличается от оценок российской молодежи. Зондажи основных беспокоящих избирателей проблем давно используются в исследованиях общественного мнения, начиная с опросов Дж. Гэллапа. В частности, результаты детального исследования молодежи приводят агентство Associated Press и Национальный центр изучения общественного мнения Чикагского университета. Ранжирование наиболее важных проблем представлено в табл. 6.

Таблица 6. Основные проблемы, стоящие перед страной (названные более чем 15 % респондентов), США, %

Проблема	Вся молодежь 18—30 лет
Терроризм и безопасность	26
Расизм	24
Образование	23
Здравоохранение	22
Иммиграция	19
Контроль оружия	19
Национальный долг	17
Охрана окружающей среды и изменения климата	17
Неравенство в доходах	17
Экономический рост	16

³ Коррупция в России: мониторинг. Пресс-выпуск // ВЦИОМ. 01.06.2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9139> (дата обращения: 05.01.2019).

⁴ Там же.

Проблема	Вся молодежь 18—30 лет
Бедность	15
Безработица	15

Источник: GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

В исследовании детально выявляются значительные различия во взглядах представителей разных расово-этнических групп молодежи (см. табл. 7).

Таблица 7. **Ответы на вопрос: «Каковы, на Ваш взгляд, три основные проблемы, стоящие сегодня перед нашей страной?», респонденты 18—30 лет, США, %**

Проблема	Афро-американцы	Жители азиатского происхождения	Латиноамериканцы	Белые американцы	Вся молодежь
Аборты	3	2	3	5	4
Национальный долг	7	11	15	20	17
Охрана окружающей среды и изменения климата	8	11	12	20	17
Права геев	6	2	5	3	4
Контроль оружия	25	24	26	14	19
Здравоохранение	17	25	15	26	22
Иммиграция	5	15	36	14	19
Бедность	18	10	15	15	15
Неравенство в доходах	14	18	14	18	17
Безработица	23	27	15	13	15
Экономический рост	10	18	12	19	16
Военная мощь	1	5	1	5	4
Мораль и религия в обществе	2	2	4	5	4
Расизм	43	24	28	16	24
Социальное страхование	6	6	3	3	4
Налоги	8	9	9	11	10
Права женщин	6	6	2	5	5
Преступность	14	5	9	11	11
Внешняя политика	2	12	6	12	9
Образование	25	29	21	22	23
Терроризм и безопасность	12	17	30	30	26
Жестокость полиции	38	14	14	8	14

Источник: GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

Эти данные показывают отличия основных забот молодых россиян и американцев. Россиян больше всего беспокоят ухудшение материального положения и бедность. В сумме беспокойство и тревога по поводу экономических проблем превышают 60 % всех забот. Как отмечается в отчете «Левада-Центра», в 2018 г. «респонденты стали чаще, чем в 2017 г., высказывать озабоченность в первую очередь проблемами, связанными с благосостоянием и доходами граждан: ростом цен и безработицы, бедностью, расслоением на богатых и бедных, ростом платности и недоступности образования»⁵. При этом среди экономических проблем особо выделяются именно «бедность, обнищание большинства населения», о которых говорит почти половина населения. Коррупция в качестве главной проблемы стоит на втором месте после экономических забот. Угрозу терроризма назвала в качестве главной проблемы лишь десятая часть молодежи.

Американские молодые люди на первое место ставят терроризм и в целом безопасность. Далее следуют расизм и проблемы дороговизны образования и здравоохранения. Естественно, расизм больше всего волнует темнокожее население, но и в других расовых и этнических группах молодежи озабоченность им высока. Более того — население, и особенно молодежь, волнуют все формы дискриминации: на основе расы, этнической принадлежности, пола, религии, иммиграционного статуса. От половины до трех четвертей респондентов полагают, что за последний год дискриминация различных социальных групп возросла.

Кроме того, некоторые проблемы имеют «расовую» окраску. Так, преступность больше волнует чернокожее население. Частые случаи, когда полицейские по первому подозрению стреляют в жителей бедных черных кварталов, привели к тому, что «жестокость полиции» ставится на второе место по обеспокоенности среди афроамериканской молодежи.

2. Гражданские права и ценности молодежи

Большинство российской молодежи, как и всего населения в целом, отмечают, что права человека в стране соблюдаются плохо. При этом они считают, что эти права им гарантированы конституцией. В табл. 8 представлены первые пять прав, названные наибольшим числом респондентов.

Таблица 8. **Ответ на вопрос: «Конституция гарантирует гражданам России перечисленные права и свободы. Какие из них являются для Вас наиболее важными, значимыми?», Россия, %**

Право	Все	18—30 лет
На бесплатную медицинскую помощь	78	76
На бесплатное образование	62	66
На жилище и его справедливую оплату	53	41
На личную свободу и неприкосновенность	47	58
На труд и его справедливую оплату	46	48

Источник: Гражданские права и свободы. Ситуация с соблюдением прав человека, самые важные права и свободы // ФОМ. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14053> (дата обращения: 05.01.2018).

⁵ Тревожащие проблемы // Левада-Центр. 06.09.2018. URL: <http://www.levada.ru/2018/09/06/trevozhashhie-problemy/> (дата обращения: 15.01.2019).

Хуже всего обстоит дело с самыми важными для молодежи правами: право на труд и его справедливую оплату 16 % сочли хорошо соблюдаемым, а 40 % — плохо; право на бесплатное образование — 24 % и 41 % соответственно; право на бесплатную медицинскую помощь — 19 % и 43 %.

Большинство молодых людей, как и всего населения, считают, что в Европе права человека соблюдаются лучше, чем в России, а в Советском Союзе они соблюдались лучше, чем в сегодняшней России (43 % и 18 %). Лишь 22 % молодежи полагают, что права всех граждан защищены в равной степени, а 66 % — что «права некоторых людей или групп нарушаются чаще». К таким группам молодежь относит «бедных, малоимущих», «простых, обычных людей», «рабочих», «пенсионеров, пожилых людей». В то же время лишь 1 % считает, что права нарушаются «по национальному или религиозному признаку»⁶.

В целом две трети российской молодежи считают, что российское общество устроено несправедливо, в том числе из-за социального неравенства и несоблюдения гражданских прав и свобод.

Среди американской молодежи также широко распространены представления о несправедливости социального устройства, отсутствии равноправия, особенно на основе расовой принадлежности. При этом в качестве главной проблемы общества рассматривается расовое неравенство, а не экономические трудности, как это имеет место у российской молодежи.

Мнения различных расово-этнических слоев молодежи об источниках конфликтов и дискриминации в американском обществе показаны в табл. 9.

Таблица 9. **Ответы на вопрос: «Что является сегодня основным источником раскола в Америке?», США, респонденты 18—34 лет, %**

	Афро-американцы	Жители азиатского происхождения	Латиноамериканцы	Белые американцы	Вся молодежь
Раса	53	29	34	25	31
Класс	18	25	24	25	24
Идеология	13	21	12	18	16
Партийная принадлежность	4	17	7	19	14
Религия	3	2	9	7	7
Пол	5	1	1	2	2
Другое	4	4	10	3	5
Затруднились ответить	—	1	3	-	1

Источник: NBC News/GenForward. University of Chicago. January 2018.

⁶ Там же.

72% представителей молодежи (18—24 лет) отмечают распространение дискриминации в отношении афроамериканцев. При этом о дискриминации против них говорят 89% чернокожих американцев, а также 87% молодежи азиатского происхождения, 80% испаноговорящих и 64% белой молодежи. Молодые белые мужчины заметно меньше женщин отмечают дискриминацию чернокожих — 57% и 72% соответственно, хотя эти оценки среди белой молодежи выше, чем такие оценки среди белого населения в целом — 53% и 45%.

Сходные различия существуют в оценках дискриминации латиноамериканцев: ее отмечают 78% чернокожих, 74% молодежи азиатского происхождения, 72% испаноговорящей молодежи и лишь 54% белых молодых людей. 84% молодежи в целом также считают, что растущей дискриминации подвергаются мусульмане⁷.

Дискриминация по гендерному признаку, в основном это касается женщин, указывается американской молодежью в меньшей степени, чем расовая. В целом 45% населения страны полагают, что в отношении женщин в стране существует дискриминация. В том числе так считают 44% белой молодежи. Более солидарны с женщинами испаноговорящие американцы (62%), азиаты по происхождению (69%) и чернокожие (70%), которые отмечают распространенную дискриминацию женщин⁸.

Отношение к людям нетрадиционной сексуальной ориентации также признается дискриминационным. 79% молодежи отмечают дискриминацию в отношении транссексуалов, 72% — в отношении геев и лесбиянок⁹.

Прямое сравнение с российской молодежью здесь затруднено, поскольку гендерные исследования в России редки. Проблемы равноправия женщин вообще не упоминаются в российских опросах, в то время как в американских исследованиях они занимают заметное место — их назвали в качестве одной из важнейших проблем 5% молодежи. В российских исследованиях часто присутствует вопрос о чертах, которые больше всего ценятся в мужчинах или в женщинах. В большинстве случаев ответы содержат традиционные гендерные стереотипы отношения к женщинам в соответствии с традицией «Kinder, Kueche, Kirche», о чем свидетельствуют ответы на соответствующий вопрос (см. табл. 10).

Таблица 10. Ответы на вопрос: «Что Вы больше всего цените в женщинах?», Россия, качества ранжированы по алфавиту

	Мужчины			Женщины		
	18—30	31—45	46+	18—30	31—45	46+
Верность	35	34	35	24	22	27
Заботливость	33	34	34	29	31	32
Легкий характер	21	15	21	25	18	17
Независимость	1	3	2	10	6	6
Организованность	4	3	7	7	13	10
Порядочность	20	25	26	22	24	28

⁷ PRRI/MTV 2017 National Youth Survey. URL: <https://www.prii.org/research/mtv-culture-and-religion/> (дата обращения: 5.01.2019).

⁸ Там же.

⁹ Там же.

	Мужчины			Женщины		
	18—30	31—45	46+	18—30	31—45	46+
Сексапильность	19	16	10	11	8	4
Способность соперничать	13	11	13	13	14	18
Стремление к успеху	2	3	4	11	8	4
Темперамент	15	10	6	9	4	3
Ум	17	19	24	30	28	30
Умение заработать	5	3	3	4	5	5
Умение сопротивляться невзгодам	5	6	9	9	12	12
Хозяйственность	39	50	50	37	43	50
Хорошая внешность	39	38	33	43	29	21

Источник: Гендерные стереотипы // Левада-Центр. 29.03.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/03/29/gendernye-steriotipy/> (дата обращения: 05.01.2018).

Как видно из результатов опроса, и среди «современного», постсоветского молодого поколения больше всего в женщинах ценятся «традиционные» черты — «хорошая внешность», «хозяйственность», «верность» и «заботливость» — то есть идеал домохозяйки и матери. Даже молодежь отказывает женщинам в «стремлении к успеху» и «умении заработать». При этом молодые женщины поддерживают тот же идеал женщины, что и мужчины, с единственной разницей — существенно выше они ценят в себе наличие «ума» — 30 % по сравнению с 17 % оценки этого качества молодыми мужчинами.

В Америке такое отношение к женщинам назвали бы сексизмом, неполиткорректным отношением, не принятым в современном обществе. Здесь уже третье десятилетие активно ведется борьба за равноправие женщин, против «мужского шовинизма», при этом часто она приобретает формы, малопонятные в российском обществе. Попытка уступить женщине место в транспорте, открывание дверей, плата за партнершу в ресторане или кафе рассматриваются как неуместные действия, забота о «слабом поле» может восприниматься как оскорбление или как форма сексуального домогательства (sexual harassment).

Нельзя сказать, что в американском обществе люди не знакомы с «традиционными» женскими или мужскими чертами. И хотя эти стереотипы энергично разрушаются современной культурой, многие, в том числе среди молодежи, считают, что американские мужчины испытывают влияние «традиционных представлений о мужественности». Особенно это свойственно небелой молодежи: 47 % молодых афроамериканок, 46 % испаноговорящих молодых женщин и 38 % молодых чернокожих говорят о значительном давлении в их социальном окружении относительно традиционного, «ожидаемого» поведения мужчин¹⁰.

Кроме того, в США 79 % полагают, что лица нетрадиционной сексуальной ориентации (транссексуалы, геи и лесбиянки) подвергаются большой дискриминации. Следует отметить, что в обществе растет терпимость к этим группам людей (см. табл. 11), и большинство считает, что люди нетрадиционной сексуальной ориентации должны быть признаны обществом, на равных пользоваться всеми правами.

¹⁰ PRRI/MTV 2017 National Youth Survey. URL: <https://www.prii.org/research/mtv-culture-and-religion/> (дата обращения: 05.01.2019).

Таблица 11. **Отношение к гомосексуальности в обществе, США**

	Гомосексуальность должна быть признана обществом	Гомосексуальность должна отвергаться обществом	Ни то, ни другое	Затруднились ответить
Все население	63	28	5	4
Миллениалы	74	19	4	3
Старшие поколения	58	32	6	5
Все христиане	57	34	5	4
Миллениалы	68	25	5	3
Старшие поколения	53	37	5	5
Все мусульмане	52	33	8	7
Миллениалы	60	27	5	8
Старшие поколения	44	39	11	6

Источник: U.S. Muslims concerned about their place in society, but continue to believe in the American dream // Pew Research Report. October 26, 2017. URL: <http://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/7/2017/07/U.S.-MUSLIMS-FULL-REPORT.pdf> (дата обращения: 05.01.2019).

В целом, по мнению американской молодежи, наибольшую дискриминацию испытывают сейчас мусульмане. Так считают 84%, 79% полагают, что большую дискриминацию испытывают трансгендеры, 72% называют афроамериканцев и 72% — геев и лесбиянок. Это группы, подвергающиеся наибольшей дискриминации, по мнению возрастной когорты 15—24 года¹¹.

В России отношение к представителям «сексуальных меньшинств» крайне отрицательное, причем за последние три десятилетия их неприятие усилилось. Более терпимо относится к сексуальным меньшинствам молодежь (см. табл. 12).

Таблица 12. **Ответы на вопрос: «Как Вы лично относитесь к представителям сексуальных меньшинств — с осуждением или без осуждения?», Россия, %**

	С осуждением	Без осуждения	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 17—34 года	47	45	8
17—23 года, не студенты	41	53	6
17—23 года, студенты	34	61	5
24—28 лет	48	45	7
29—34 года	53	37	10
Мужчины (всех возрастов)	55	36	9
Женщины	39	54	7

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13288> (дата обращения: 5.01.2019).

¹¹ Ibidem.

Причина столь негативного отношения к сексуальным меньшинствам отчасти состоит в том, что в официальной пропаганде и СМИ явно или неявно распространяется идея, что нетрадиционная сексуальная ориентация есть продукт деятельности неких внешних сил, стремящихся разрушить русскую православную культуру, традиционную систему ценностей. Как показывают опросы общественного мнения, эта точка зрения достаточно широко распространена, хотя в меньшей степени среди молодежи (см. табл. 13).

Таблица 13. **Ответы на вопрос: «С каким утверждением Вы в большей степени согласны?», Россия, закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных**

	Все опрошенные	18—24 года	25—34 года	35—44 года	45—59 лет	60 лет и старше
Существует группа лиц, стремящихся разрушить духовные ценности, сформированные у россиян, с помощью пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений	63	44	56	67	69	67
Никакой пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений в России не существует. Люди, выступающие в защиту прав представителей сексуальных меньшинств в России, не преследуют разрушительных целей	24	48	28	21	21	18
Затрудняюсь ответить	13	8	16	12	10	15

Источник: Теория заговора против России. Пресс-выпуск № 3740 // ВЦИОМ. 20.08.2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9259> (дата обращения: 15.01.2019).

3. Интерес к политике, осведомленность, участие в выборах

Высказываются противоречивые оценки интереса российской молодежи к политике, делам всего общества, проблемам государства. Многие опросы показывают аполитичность молодых, учителя говорят об их заинтересованности только личной жизнью. Действительно, общению в интернете, социальных сетях самые молодые (до 25 лет) посвящают часы практически каждый день. Ответы на прямой вопрос, интересуются ли они политикой, колеблются в зависимости от ситуации «на улице», но в целом интересуются около трети (см. табл. 14).

Таблица 14. **Ответы на вопрос: «Одни люди интересуются политикой, а другие не интересуются. А лично Вы интересуетесь или не интересуетесь политикой?», Россия, %**

	Интересуюсь	Не интересуюсь	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 18—30 лет	34	60	6
18—22 года	29	64	6
23—27 лет	35	59	6
28—30 лет	38	55	7

Источник: Политические взгляды и протестный потенциал молодежи. Как россияне оценивают действия властей? // ФОМ. 25.10.2016. URL: <http://fom.ru/Politika/13045> (дата обращения: 15.01.2019).

С возрастом интерес к политике растет, в том числе потому, что, взрослея, люди осознают, что «политика влияет на жизнь мою и моих близких, на жизнь других людей». Так, по данным «Левада-Центра», лишь 23% молодых людей в возрасте 18—24 года «следят за текущими событиями в стране и мире», по сравнению с 49% среди людей старше 65 лет. «Регулярно обсуждают политические темы с друзьями и коллегами» 14% и 35% соответственно; считают, что «хорошо разбираются в происходящем», — 18% и 29%¹².

Сильно преувеличена оценка, что молодежь не смотрит телевизор — все узнает из интернета, из социальных сетей, с их «тлетворным влиянием». Телевидение, в том числе государственное, остается мощным каналом формирования мнений, особенно во время избирательных кампаний.

Таблица 15. Ответы на вопрос: «Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях, событиях из жизни Вашего региона, страны, мира? (Можно выбрать не более двух ответов)», Россия, % от групп

	Молодежь (17—34)	17—23 года, не студенты	17—23 года, студенты	24—28 лет	29—34 года
Телевидение	54	44	43	52	63
Форумы, блоги, социальные сети	44	61	65	45	31
Новостные сайты	34	27	37	35	37
Родственники, друзья, знакомые, коллеги	25	32	29	24	21
Радио	10	6	6	11	13
Газеты, журналы	6	5	3	7	6
Другое	1	<1	<1	1	1
Затрудняюсь ответить	<1	<1	0	<1	<1

Источник: Интерес молодежи к политике // ФОМ. 18.04.2017. URL: <https://fom.ru/posts/13285> (дата обращения: 15.01.2019).

Следует отметить, что при невысоком интересе к политике российская молодежь и голосует недостаточно активно: на последних выборах губернатора своего региона проголосовали лишь 23% молодежи от 18 до 24 лет, по сравнению с 49% избирателей 65 лет и старше; на выборах в Думу — 25% и 70%; на выборах президента в 2018 г. — 41% и 83%¹³.

Американская молодежь в целом больше интересуется политикой и новостями о событиях в стране, чем российская. Процесс политизации населения усилился с 1960-х годов в связи с драматическими событиями внутренней и внешней политики — движением за равноправие чернокожего населения, Вьетнамской войной, студенческими волнениями. Во время президентской избирательной кампании 2016 г. интересовались новостями о событиях в стране 63% молодых сторонников Х. Клинтон и 52% сторонников Д. Трампа, следили за политическими

¹² Волков Д. Кто они — люди поколения Z? Доклад, Фонд Гайдара. Октябрь, 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LAQuTHhGUv8> (дата обращения: 05.01.2019).

¹³ Там же.

событиями и деятельностью правительства 46 % и 40 % соответственно¹⁴. В России в этот же период следили за ходом избирательных кампаний лишь 36 % молодежи 17—34 лет¹⁵.

Среди молодых американских избирателей (18—30 лет) 47 % говорят в опросах, что они «всегда» или «почти всегда» участвуют в выборах; и 37 % — что участвовали в прошлых выборах «иногда», «редко» или «никогда»; остальные не участвовали по возрасту¹⁶.

Значительно активнее американские миллениалы участвуют в различных формах общественной и политической деятельности, особенно во время избирательных кампаний. Так, во время кампании 2016 г. 8 % сторонников Д. Трампа и 9 % сторонников Клинтон участвовали в кампании в качестве добровольцев; 8 % и 17 %, соответственно, вносили деньги в фонд кампании; 11 % и 15 % участвовали в митингах и шествиях; 18 % и 18 % вывешивали плакаты в поддержку кандидата; 21 % и 23 % следили за ходом кампании в социальных сетях; 37 % и 49 % подписывали петиции в поддержку кандидата; 10 % и 12 % участвовали в бойкоте; 6 % и 11 % ходили на демонстрации; 3 % и 2 % выдвигались кандидатами на какой-либо пост. Многие активисты кампаний продолжили или выразили готовность принимать участие в добровольных действиях и общественных организациях на местном уровне и после кампании — таких среди сторонников Д. Трампа было 58 % и среди избирателей Х. Клинтон — 76 %¹⁷.

В то время как российская молодежь не видит смысла участвовать в выборах, многие американские молодые люди (63 %) придерживаются мнения, что, участвуя в политике, могут что-то изменить. В результате участие молодежи в промежуточных выборах 2018 г. выросло в полтора раза по сравнению с прошлыми промежуточными выборами 2014 г.¹⁸

4. Либералы и консерваторы

В Соединенных Штатах политические взгляды традиционно относят к либеральным или консервативным, при этом содержание этих понятий менялось со временем в зависимости от характера политической жизни в стране и в мире. Но в целом под либерализмом понимают выборный парламентаризм, свободу прессы, отмену привилегий, в том числе классовых, обязанность государства обеспечивать благосостояние народа, свободу международной торговли. Консерваторы в большей степени поддерживают свободный рыночный капитализм, минимальное вмешательство государства в экономику, сохранение существующих институтов и традиций. Современное наполнение этих понятий в применении к массовым взглядам рассмотрено ниже.

¹⁴ CIRCLE. Millennials After 2016: Post-ElectionPoll Analysis. URL: www.civicyouth.org (дата обращения: 15.01.2019).

¹⁵ Отношение молодежи к выборам и электоральному законодательству. О честности выборов, графе «против всех» и женщинах на президентском посту // ФОМ. 24.04.2017. URL: <https://fom.ru/Politica/13299> (дата обращения: 15.01.2019).

¹⁶ GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

¹⁷ CIRCLE. Millennials After 2016: Post-ElectionPoll Analysis. URL: www.civicyouth.org (дата обращения: 15.01.2019).

¹⁸ NBC News/GenForward. University of Chicago. January 2018.

В России после ликвидации советского строя общество оказалось без государственной идеологии, что закреплено и в Конституции, а население в значительной мере не представляет, какой образ мышления, набор политических ценностей «правильный», «государственный». В силу этого для многих представляет большую сложность причислить себя к какой-либо идеологической или политической категории. Тем не менее в опросах общественного мнения предпринимаются попытки как-то выявить идейную или политическую самоидентификацию людей, в том числе молодежи. Исследование Фонда «Общественное мнение» дало следующую структуру политических взглядов молодежи (см. табл. 16).

Таблица 16. Ответы на вопрос: «Какие политические взгляды, убеждения Вам ближе: социалистические, либеральные, консервативные, анархические или какие-то другие?», Россия, данные в% от групп

	Молодежь (17—34)	17—23 года, не студенты	17—23 года, студенты	24—28 лет	29—34 года
Социалистические	28	35	28	28	25
Либеральные	20	23	33	20	17
Консервативные	13	7	12	14	15
Анархические	2	3	2	2	2
Другие	9	7	8	7	11
Затрудняюсь ответить	28	24	17	29	31

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13288> (дата обращения: 15.01.2019).

Массовые опросы не дают возможности определить, что понимают российские респонденты под термином «консерватор» или «либерал», и почему они отнесли себя к той или иной идейной категории. Тем более что термин «либерал» в массовой печати часто используется с негативной окраской — как реакционная «западная» идеология, обслуживающая монополистический капитал, направленная против интересов народа, против России, инспирируемая правящими кругами США.

Несколько иная структура политической самоидентификации получается в опросах «Левада-Центра» (см. табл. 17).

Таблица 17. Политическая самоидентификация самой младшей и самой старшей возрастных групп, Россия, %

Возрастные группы	Демократы, либералы	За Путина и «Единую Россию»	Социалисты, коммунисты	Патриоты	ЛДПР, «либеральные демократы»	Монархисты, консерваторы	Аполитичны, нет политических предпочтений
Постмиллениалы, 18—24 года	13	8	2	1	2	1	73
65+	6	11	19	3	1	4	56

Источник: Волков Д. Кто они — люди поколения Z? Доклад, Фонд Гайдара. Октябрь, 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LAQuTHhGUv8> (дата обращения: 05.01.2019).

Здесь предложено большее разнообразие политических направлений, включая «за Путина и «Единую Россию»», но и лидирующая партия при всей кажущейся привлекательности для населения не смогла привлечь значительное число сторонников, и большинство не смогли определиться и выбрать себе идеологию.

В США население в целом и молодежь, в частности, под либерализмом в самом общем виде понимают развитие демократии и равноправия, а также заботу государства о группах, находящихся в неблагоприятных условиях, в том числе бедных, небелом населении. Соответственно, консерваторы — в большей степени сторонники традиционного капитализма, частной инициативы, меньшего вмешательства государства в жизнь людей, особенно бизнеса.

В целом в последние два десятилетия в Америке усиливается либеральная тенденция и растет число людей, считающих себя либералами, при всей размытости содержания этого понятия. Для более объективной оценки реальных взглядов и представлений населения по социально-политическим и экономическим проблемам Pew Research Center с 1994 г. использует шкалу из десяти индикаторов взглядов и оценок людей по важным проблемам общества, позволяющим оценить реальную степень либеральных или консервативных ориентаций людей и отнести их к либеральному или консервативному «лагерю» вне зависимости от их самоидентификации (см. табл. 18).

Таблица 18. **Шкала идеологической последовательности (непротиворечивости) (Ideological Consistency Scale)**

Консервативная позиция	Либеральная позиция
Правительство почти всегда расточительно и неэффективно	Правительство часто делает лучшую работу, чем люди ее оценивают
Государственное регулирование бизнеса обычно приносит больше вреда, чем пользы	Государственное регулирование бизнеса необходимо в интересах всего общества
Бедным людям сегодня легко, потому что они могут получать государственные пособия, ничего не делая взамен	У бедных людей тяжелая жизнь, потому что государственные льготы не настолько велики, чтобы обеспечить им приличное существование
Сегодня правительство не может позволить себе сделать гораздо больше, чтобы помочь нуждающимся	Правительство должно сделать больше, чтобы помочь нуждающимся американцам, даже если это означает увеличение государственных долгов
Чернокожие американцы, которые не могут продвигаться в нашей стране, в основном сами ответственны за свое собственное положение	Расовая дискриминация является основной причиной, по которой сегодня многие чернокожие американцы не могут продвинуться
Иммигранты сегодня являются обузой для нашей страны, потому что они занимают наши рабочие места, жилье и здравоохранение	Иммигранты сегодня укрепляют нашу страну благодаря своему труду и талантам
Лучший способ обеспечить мир — это военная мощь	Хорошая дипломатия — лучший способ обеспечить мир
Большинство корпораций получают справедливую и умеренную прибыль	Бизнес-корпорации получают слишком большую прибыль
Более строгие экологические законы и правила приведут к большому увеличению трудовых затрат и наносят ущерб экономике	Более строгие экологические законы и нормативные акты в конечном счете окупаются
Общество должно противодействовать гомосексуализму	Гомосексуализм должен быть принят обществом

Источник: Pew Research Center, June, 2014, «Political Polarization in the American Public». URL: <http://www.people-press.org/2014/06/12/political-polarization-in-the-american-public/> (дата обращения: 5.01.2019).

По всем десяти позициям американское поколение миллениалов значительно либеральнее старших поколений. Например, «беби-бумеров», которым сейчас 54—72 года¹⁹. В целом молодежь (57 %) выступает за «большое» правительство, обеспечивающее больше социальных программ, в то время как 37 % поддерживают «меньшее» правительство с меньшим объемом услуг. Лишь 30 % представителей старшего поколения поддерживают идею «большого» правительства. Большинство среди молодежи (66 %) США считают, что экономическая система страны действует в интересах мощных влиятельных кругов, в частности, большого бизнеса; лишь 30 % полагают, что она справедлива в отношении большинства американцев. При этом подавляющее число молодежи (84 %) в экономическом неравенстве видят проблему для страны (для 51 % это «очень большая проблема»). По мнению 56 % молодого поколения, правительство должно больше помогать нуждающимся американцам, даже за счет увеличения государственного долга, по сравнению с 40 % среди старшего поколения. И 56 % в сравнении с 50 % полагают, что государственные льготы недостаточны, чтобы обеспечить бедным приличное существование. Две трети молодежи считают, что государство обязано обеспечить медицинское страхование всем американцам; среди пожилых это требование поддерживают 52 %. Под давлением этих настроений в стране Д. Трампу не удалось отменить достижение администрации Б. Обамы в области расширения государственного медицинского страхования.

По поводу положения афроамериканцев 52 % представителей молодого поколения считают, что главная причина того, что чернокожие не могут пробиться в жизни, состоит в расовой дискриминации²⁰. Среди старшего поколения так думают лишь 36 %. Соответственно, 68 % молодежи считают, что страна должна меняться, чтобы обеспечить чернокожему населению равные права с белыми; среди старших поколений так полагают 50 %. По мнению 79 % молодежи, иммигранты укрепляют страну благодаря своему труду и талантам; среди старших так думают 56 %. 72 % миллениалов против строительства стены на границе с Мексикой и 82 % поддерживают легализацию иммигрантов, которые нелегально попали в страну, когда были детьми. По поводу роли Америки в мире лишь 18 % миллениалов считают, что США — самая выдающаяся страна, а 59 % — что одна из великих стран, наряду с другими. Среди «молчаливого» поколения соотношение оценок — 46 % и 46 %. И больше других поколений (77 %) миллениалы считают, что лучший путь сохранения мира — это «хорошая дипломатия», а не «военная сила»; среди «молчаливого» поколения эту точку зрения поддерживают только 43 %. Лишь 29 % молодежи считают, что Америка должна поступать в соответствии со своими национальными интересами, даже если ее союзников это не устраивает. 66 %, напротив, думают, что надо учитывать интересы союзников, даже идя на компромиссы. У старших соотношение между этими позициями — 43 % и 48 %.

Большинство молодежи выступают за более строгий контроль за сохранением окружающей среды, ограничение выбросов вредных веществ, усиление ответ-

¹⁹ URL: <http://www.people-press.org/2018/03/01/the-generation-gap-in-american-politics/> (дата обращения: 05.01.2019).

²⁰ Ibidem.

ственности компаний, нарушающих экологическое законодательство. Также они осуждают решение Д. Трампа выйти из Парижского соглашения по климату.

Как отмечено выше, большинство молодежи за то, чтобы гомосексуалы были признаны обществом, прекратилась их дискриминация. Среди миллениалов 73 % поддерживают официальное разрешение однополых браков, по сравнению с 41 % среди самого старшего поколения²¹.

Анализ взглядов американцев в соответствии с указанной шкалой и кодировкой ответов в баллах позволил определить взгляды каждого поколения как «последовательно либеральные», «в основном либеральные», «смешанные», «последовательно консервативные» и «в основном консервативные». Распределение этих групп среди поколений показано в табл. 19.

Таблица 19. **Распределение либеральных и консервативных взглядов в поколениях, США, % (июнь-июль 2017)**

Характеристика взглядов	«Миллениалы»	«Поколение X»	«Беби-бумеры»	«Молчаливое Поколение»
Последовательно консервативные	2	7	13	15
В основном консервативные	10	16	19	24
Смешанные	31	34	28	32
В основном либеральные	32	27	22	16
Последовательно либеральные	25	16	17	12

Источник: Survey of U.S. adults conducted June 8–18 and June 27–July 9, 2017. URL: <http://www.people.press.org/2018/03/01/the-generation-gap-in-american-politics/> (дата обращения: 05.01.2019).

Следует отметить, что такое детальное ранжирование взглядов людей по конкретным социально-экономическим, политическим и моральным проблемам весьма важно, чтобы не зависеть лишь от самоидентификации граждан, которые и в России и в Америке не вполне понимают, что сегодня либерально, а что консервативно, или даже реакционно. Так, в указанном исследовании 65 % тех, кого исследователи отнесли к последовательно или в основном либеральным, сами себя также считают либералами, однако треть относят себя к «умеренным» или «консерваторам».

Усиление либеральных взглядов в США за последние два-три десятилетия, и особенно среди молодежи, дало основание многим исследователям и политикам говорить и об укреплении социалистических взглядов, которые во многом близки к либерализму. В частности, исследования Института Гэллапа показывают следующую динамику отношений американцев к терминам «капитализм» и «социализм» без разъяснений содержания этих понятий — как люди сами их понимают (табл. 20).

²¹ Ibidem.

Таблица 20. Оценки понятий «капитализм» и «социализм», США

	Положительная оценка капитализма	Положительная оценка социализма
Демократы, скорее демократы	47	57
Республиканцы, скорее республиканцы	71	16
Возраст 18—29 лет	45	51
Возраст 50—64 года	60	30

Источник: Gallup Polls. Democrats more positive about socialism than capitalism. Politics. August 13, 2018. URL: <https://news.gallup.com/poll/240725/democrats-positive-socialism-capitalism.aspx> (дата обращения: 5.01.2019).

Эти оценки привлекательности социализма для американского электората и, в частности, молодежного, отразились в поддержке молодежью кандидатуры Берни Сандерса в президентской кампании 2016 г. Отвечая на вопрос: «Кого Вы поддерживали как кандидата во время избирательной кампании этого года?», 37% молодежи в возрасте 18—30 лет назвали Б. Сандерса, 16% — Х. Клинтон и 11% — Д. Трампа²². В кампании 2018 г. популярность социалистических идей проявилась в успехах некоторых социалистических кандидатов, в частности, Александрии Окасио-Кортес в Нью-Йорке.

Следует отметить, что во времена Ф. Рузвельта и опросов Дж. Гэллага 1940-х годов социализм в Америке понимали именно в марксистской интерпретации как прежде всего общественную собственность на средства производства, или правительственную собственность на предприятия, заводы. Сейчас «социализм» в Америке трактуется и воспринимается населением скорее как государственное обеспечение нужд населения в медицинском обслуживании, образовании, занятости и жилищах, то есть примерно так, как понимают в России конституционные обязанности государства. Здесь российская и американская молодежь нашли бы много общего в своих представлениях о роли государства.

Однако в России молодежь трактует «социализм» скорее именно в марксовом понимании — как замену крупной частной собственности на государственную (см. табл. 21).

Таблица 21. Ответы на вопрос: «Как Вы думаете, что лучше для развития страны: чтобы большая часть крупных предприятий находилась в государственной собственности или в частной собственности?», Россия, %

	В государственной собственности	В частной собственности	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 17—34 года	73	17	10
17—23 года, не студенты	67	26	7
17—23 года, студенты	65	29	6

²² GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

	В государственной собственности	В частной собственности	Затрудняюсь ответить
24—28 лет	73	15	12
29—34 года	78	12	10

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13288> (дата обращения: 05.01.2019).

Эти оценки фактически повторяют взгляды российского народа на приватизацию на заре перестройки в конце 1980-х годов, когда большинство населения, приветствуя демократические реформы, в экономике предпочитало оставить в руках государства крупную промышленность, разрешив приватизировать лишь мелкие производства, торговлю и обслуживание.

Интересно, что эти взгляды разделяют не только люди, характеризующие свои взгляды как «социалистические», но и «либералы», и «консерваторы» и «анархисты» (см. табл. 22).

Таблица 22. Ответы на вопрос: «Как Вы думаете, что лучше для развития страны: чтобы большая часть крупных предприятий находилась в государственной собственности или в частной собственности?», Россия, %

Политические взгляды респондентов	В государственной собственности	В частной собственности	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 17—34 года	73	17	10
Люди, считающие себя:			
— социалистами	80	14	6
— либералами	66	26	8
— консерваторами	72	20	8
— аАнархистами	59	34	7

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13288> (дата обращения: 05.01.2019).

Некоторые представления россиян о роли государства в обществе близки к современным американским либеральным взглядам (см. табл. 23).

Таблица 23. Ответы на вопрос: «Как Вы думаете, как должны складываться отношения между государством и его гражданами?» (респондентам предлагалась карточка, и они могли выбрать один ответ), Россия

	Январь 2001	Март 2006	Октябрь 2007	Октябрь 2009	Октябрь 2011	Декабрь 2013	Март 2015	Ноябрь 2016	Июль 2018
Государство должно заботиться обо всех своих гражданах, обеспечивая им достойный уровень жизни	71	66	66	63	58	53	49	52	62

	Январь 2001	Март 2006	Октябрь 2007	Октябрь 2009	Октябрь 2011	Декабрь 2013	Март 2015	Ноябрь 2016	Июль 2018
Государство должно устанавливать единые для всех “правила игры” и следить за тем, чтобы они не нарушались	19	24	24	28	34	35	41	35	30
Государство должно как можно меньше вмешиваться в жизнь и экономическую активность своих граждан	6	6	7	6	5	6	7	11	6
Затруднились ответить	4	4	3	3	3	7	3	2	2

Источник: Граждане и государство // Левада-Центр. 23.08.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/23/grazhdane-i-gosudarstvo-2/> (дата обращения: 05.01.2019).

Таким образом, и в России, и в Америке взгляды о социальной справедливости и равных правах для всех уживаются с представлениями о важности свободы и частной инициативы. И там и здесь люди к правительству относятся критически. Вот как уже в демократической России оценивают власть, «свое» правительство (см. табл. 24).

Таблица 24. Ответы на вопрос: «Какое из следующих высказываний о руководстве страны ближе всего к Вашей точке зрения?», респондентам предлагалась карточка, и они могли выбрать один ответ, Россия

	Июль 1998	Декабрь 2007	Май 2014	Май 2015	Ноябрь 2016	Ноябрь 2017	Июль 2018
Люди, которых мы выбираем в органы власти, быстро забывают о наших проблемах, теряют внимание к интересам народа	45	60	54	55	58	62	58
Руководство — это особая группа людей, элита, которая живет только своими интересами; до нас им нет дела	29	26	25	26	27	24	28
Наши органы власти — народные, у них те же интересы, что и у простых людей	15	8	11	9	10	7	9
Затруднились ответить	11	6	11	10	6	7	6

Источник: Граждане и государство // Левада-Центр. 23.08.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/23/grazhdane-i-gosudarstvo-2/> (дата обращения: 05.01.2019).

Сходные оценки распространены и среди американской молодежи. 85 % полагают, что «правительство в значительной степени управляется несколькими крупными интересами, заботящимися о себе и своих друзьях»; полностью согласны — 41 %, частично согласны — 44 %²³. 82 % считают, что «богатые» и 69 % — что «большой бизнес» обладают слишком большой властью и влиянием в Вашингтоне, в то время как у «простых людей» слишком мало влияния на принятие решений, на законодателей — полагают 75 % респондентов²⁴.

5. Страна идет в правильном направлении, величие страны

Оценки положения дел в стране и своей собственной жизни традиционно значительно различались в обеих странах; в частности, сравнение стало возможным, когда в Советском Союзе начались замеры общественного мнения. Различия кроются не только в значительной разнице уровня экономического развития двух стран и благосостояния граждан, но и в исторически сложившемся менталитете населения, различии между коллективистским, общинным российским мышлением и индивидуалистическим американским.

В Америке традиционно, особенно начиная с послевоенного времени, люди говорили: страна может катиться под откос, но у меня все в порядке, «I'm OK». В СССР, России логика обратная: у меня, моей семьи дела идут неважно, но в стране все хорошо, идет рост. Опросы стабильно фиксируют этот «государственный» оптимизм, в том числе разных слоев молодежи (см. табл. 25).

Таблица 25. Ответы на вопрос: «Если говорить в целом, Россия сейчас движется в правильном или неправильном направлении?», Россия, %

	В правильном	В неправильном	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 17—34 года	69	18	13
17—23 года, не студенты	72	18	10
17—23 года, студенты	70	18	12
24—28 лет	67	20	13
29—34 года	70	16	14

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSenosti/13288> (дата обращения: 05.01.2019).

Положительно оценивают развитие страны и люди, испытывающие материальные трудности, даже те, кому не хватает денег на питание (см. табл. 26).

²³ NBC News/GenForward. University of Chicago. January 2018.

²⁴ Can You Say Oligarchy? 75% of Americans Think Wealthiest Have “Too Much” Power // Common Dreams/ July 2017. URL: <https://www.commondreams.org/news/2017/07/13/can-you-say-oligarchy-75-americans-think-wealthiest-have-too-much-power> (дата обращения: 27.01.2019).

Таблица 26. Ответы на вопрос: «Если говорить в целом, Россия сейчас движется в правильном или неправильном направлении?», Россия, %

	В правильном	В неправильном	Затрудняюсь ответить
Молодежь в целом, 17—34 года	69	18	13
Денег не хватает на питание	44	31	25
На питание хватает, на одежду — нет	59	25	16
На одежду хватает, на крупную бытовую технику — нет	65	20	15
На бытовую технику хватает, на автомобиль — нет	75	15	10
И на автомобиль хватает	75	13	11

Источник: Взгляды и ценности молодых // ФОМ. 13.04.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13288> (дата обращения: 05.01.2019).

В Америке ситуация обратная — большинство населения (и 63% молодежи) считают, что страна идет в неправильном направлении, сбилась с пути, и лишь 18% полагают, что направление правильное; остальные не высказали мнение. В то же время 59% молодежи оптимистично оценивают свое будущее в материальном плане — хорошая работа, высокая зарплата, высокий уровень жизни; пессимистичные прогнозы высказывают лишь 21%²⁵.

Еще выше степень оптимизма миллениалов относительно своего будущего в целом (см. табл. 27).

Таблица 27. Ответы на вопрос: «Насколько Вы оптимистичны в отношении своего будущего?», США, респонденты 18—30 лет, %

	Афро-американцы	Жители азиатского происхождения	Латиноамериканцы	Белые американцы	Вся молодежь
Чрезвычайно оптимистичен	26	6	13	17	17
Очень оптимистичен	25	23	33	31	30
Довольно оптимистичен	31	47	33	31	33
Довольно пессимистичен	11	16	12	13	13
Очень пессимистичен	4	7	6	5	5
Чрезвычайно пессимистичен	3	1	2	2	2

Источник: GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

²⁵ NBC News/genFORWARD survey, University of Chicago. January 2018.

Когда речь идет не об оценке собственной жизни, а о положении, возможностях рядовых, простых людей, взгляды более критические (см. табл. 28).

Таблица 28. **Ответы на вопрос: «Какие возможности, по Вашему мнению, есть у обычного человека в нашей стране продвигнуться, достичь своих целей?», США, респонденты 18—30 лет, %**

	Афро-американцы	Азиатского происхождения	Латино-американцы	Белые американцы	Вся молодежь
Никаких	7	3	8	6	6
Немного	42	32	37	37	38
Умеренное количество	38	48	41	38	39
Много	7	14	9	13	11
Очень много	6	3	5	6	5

Источник: GenForward September 2016 Toplines. A Survey of the Black Youth Project at the University of Chicago with the Associated Press NORC Center for Public Affairs Research, September 1—14, 2016.

Здесь оценки значительно скромнее — 39 % оценивают шансы «маленького человека» добиться успеха в жизни как «умеренные», и лишь 11 % — как значительные. Это различие оценок собственных шансов на успех и остальных, «обычных» людей в обществе отражает традиционные настроения американского индивидуализма, веру в личный успех как воплощение «американской мечты» — страна может «катиться под откос», но у меня все в порядке.

Оптимизм американской и российской молодежи имеет разную природу. У россиян это скорее традиционная надежда на лучшее — всяким трудностям приходит конец, у американцев это больше прагматический расчет — раз сейчас экономика на подъеме, она и дальше будет расти.

Список литературы (References)

Левада Ю. А. Ищем человека / Социологические очерки 2000—2005. М. : Новое издательство. 2006. С. 8—9.

Levada Y. A. (2006) In search of a man. In: Sociological essays 2000—2005. Moscow: New publishing house. P. 8—9. (In Russ.)

Попов Н. П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. № 4. С. 309—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.15>.
 Popov N. P. (2018) Russian and American generations of the 20th century: where have Millennials come from? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 309—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.15>. (In Russ.)

Howe N., Strauss W. (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. N.Y.: William Morrow & Company.

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.07

Правильная ссылка на статью:

Карабчук Т. С., Поплавская А. А. Анализ динамики отношения молодежи стран постсоветского блока к интеграционным процессам между странами // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 153—178. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.07>.

For citation:

Karabchuk T. S., Poplavskaya A. A. (2019) Analyzing the dynamics in the attitudes of youth in the post-Soviet countries towards CIS intergration processes. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 153—178. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.07>.



Т. С. Карабчук, А. А. Поплавская
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ СТРАН
ПОСТСОВЕТСКОГО БЛОКА К ИНТЕГРАЦИОННЫМ ПРОЦЕССАМ
МЕЖДУ СТРАНАМИ

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ОТНОШЕНИЯ
МОЛОДЕЖИ СТРАН ПОСТСОВЕТСКО-
ГО БЛОКА К ИНТЕГРАЦИОННЫМ ПРО-
ЦЕССАМ МЕЖДУ СТРАНАМИ

ANALYZING THE DYNAMICS IN THE ATTI-
TUDES OF YOUTH IN THE POST-SOVIET
COUNTRIES TOWARDS CIS INTERGRA-
TION PROCESSES

*КАРАБЧУК Татьяна Сергеевна — канди-
дат социологических наук, профессор,
Колледж гуманитарных и социальных
наук, Университет Объединенных Араб-
ских Эмиратов, Эль Айн, Объединенные
Арабские Эмираты; ведущий ассоции-
рованный сотрудник, Национальный ис-
следовательский университет «Высшая
школа экономики», Москва, Россия*
E-MAIL: tkarabchuk@uaeu.ac.ae
<http://orcid.org/0000-0003-1242-4081>

*Tatiana S. KARABCHUK^{1,2} — Cand. Sci.
(Soc.), Professor; Senior Associate
Researcher*
E-MAIL: tkarabchuk@uaeu.ac.ae
<http://orcid.org/0000-0003-1242-4081>

¹ College of Humanities (АМПЕРСАНД) Social Sciences, United Arab Emirates University, Al Ain, United Arab Emirates

² National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

ПОПЛАВСКАЯ Анита Андреевна — аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; аналитик Центра внутреннего мониторинга, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: anitamoiseeva.a@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8122-8853>

Аннотация. Работа посвящена анализу динамики молодежных предпочтений и восприятия интеграционных процессов в странах постсоветского блока. Исследуются восприятие и предпочтения молодежи в возрасте от 18 до 24 лет семи стран — Армении, Беларуси, Казахстана, Киргизии, Молдовы, России и Таджикистана. Какие страны молодежь считает предпочтительными для получения образования, для работы, для жизни? С какими странами хочет развивать торговый оборот, чьи технологии заимствовать, специалистов из каких стран приглашать в свою страну? Насколько молодежные группы этих семи стран различаются по отношению к таким мировым державам, как Россия, США и Китай? Как молодежь относится к Евразийскому экономическому союзу и как оценивает потенциал экономического сближения стран СНГ в последующие пять лет? Ответы на эти и другие вопросы позволяют получить анализ динамики индикаторов уникальных национально репрезентативных опросных данных Интеграционного барометра ЕАБР с 2012 по 2017 гг. Результаты статистического анализа показывают, что вектор отношений значительно колеблется в зависимости от экономической и политической ситуации в мире. Вместе с тем можно говорить об

Anita A. POPLAVSKAYA² — Postgraduate Student; Analyst

E-MAIL: anitamoiseeva.a@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8122-8853>

² National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The paper provides an analysis of the dynamics of youth perceptions of integration processes in the post-Soviet countries. The study is focused on the opinions and preferences of young persons aged 18-24 living in Armenia, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Moldova, Russia and Tajikistan. Which countries are the most attractive for the young generations to live, work and study? Which countries are good to develop economic relations with, to exchange technologies with and to attract specialists from? What attitudes do youngsters have towards Russia, the U.S.A. and China? What do young people think about the Eurasian Economic Union, and how do they assess the potential for economic rapprochement between the CIS countries for the next five years? The paper provides the answers to these questions using the data of the annual Integration Barometer conducted by the Eurasian Development Bank in cooperation with the Eurasian Monitor (2012-2017 waves). The results show that the attitudes vary substantially depending on the economic and political situation in the world. At the same time, there has been a drop in youth interest in Russia and an increase in their preferences for Germany, the U.S., Turkey and China, whether it be an internship, courses or a job. However, young people from the

однозначном падении за последние пять лет интереса молодежи к России и роста предпочтений таких стран, как Германия, США, Турция и Китай, будь то стажировка, учеба или работа. Тем не менее молодежь стран Центральной Азии позитивно относится к Евразийскому экономическому союзу и положительно оценивает интеграцию со странами СНГ. А вот молодежь Молдовы и Армении уже полностью переориентировалась на Запад, менее позитивно настроена на социокультурную и экономическую интеграцию с Россией.

Ключевые слова: молодежь, отношение к интеграционным процессам, постсоветское пространство, интеграционный барометр

Central Asia view positively the Eurasian Economic Union and appreciate the integration with the post-Soviet states. On the contrary, young Moldovans and Armenians increasingly turn their eyes toward Western countries and are less likely to cooperate with Russia in social, cultural and economic spheres.

Keywords: youth, attitudes towards integration processes, post-Soviet space, Integration barometer

Введение

После распада Советского Союза каждая страна — бывшая республика прошла свой путь экономического развития, более или менее успешный. Близкие когда-то по культуре общества всего через 30 лет кажутся чуждыми друг другу. Появляются сильные межпоколенческие различия в социокультурном восприятии обществ соседних стран, формируются новые приоритеты во взаимодействии с более экономически развитыми и политически стабильными странами. Как относится современная молодежь к интеграционным процессам на постсоветском пространстве?

Ответу на этот вопрос посвящена данная статья. Цель работы состоит в том, чтобы описать и проинтерпретировать социокультурные и экономические интеграционные предпочтения молодежи в возрасте 18—24 лет в семи странах: Армении, Беларуси, Казахстане, Киргизии, Молдове, России и Таджикистане. Анализ текущих приоритетов молодежи данных стран особенно интересен тем, что они вовлечены в плотные потоки трудовой и образовательной миграции, где Россия и Казахстан являются принимающими странами, а остальные — донорами [Карабчук и др., 2015; Карабчук и др. 2014]. При этом именно среди молодежи высока доля тех, кто покидает свою страну ради учебы или работы в поиске более комфортной, благополучной и обеспеченной жизни, то есть ради будущего [Рыбаковский, 2005, Зайончковская, 1998]. Важно также, что среди молодежи постсоветских стран наиболее высока доля безвозвратных мигрантов, остающихся в стране иммиграции на значительный период времени, а порой и навсегда [Мкртчян, 2013, Нефедова, 2014].

Публикаций по теме интеграционных предпочтений именно молодежи немного, поэтому ценность этой скорее дескриптивной статьи в том, что она добавляет

новые оценки, основанные на статистически валидных опросных данных. Цель работы — не объяснить какие-то социальные феномены, а скорее задекларировать изменения в общественных предпочтениях и отношениях молодежи, которая в скором будущем начнет влиять на внутреннюю и внешнюю политику своих стран.

Какие же страны современная молодежь считает предпочтительными для работы, получения образования, постоянного местожительства? С какими странами хочет развивать торговый оборот, чьи технологии заимствовать, специалистов из каких стран приглашать в свою страну? Насколько молодые люди различаются в своем отношении к Европе, России, США и Китаю? Как молодежь относится к Евразийскому экономическому союзу и как оценивает потенциал экономического сближения стран СНГ в последующие пять лет? Чтобы получить ответы на эти вопросы, авторы используют общенациональные репрезентативные опросные данные Интеграционного барометра ЕАБР с 2012 по 2017 гг., на основе которых строят ряд индикаторов, отражающих интеграционные предпочтения респондентов.

Сначала в статье кратко описывается отношение к интеграционным процессам на постсоветском пространстве среди всего населения и приводятся основные результаты предыдущих исследований [Восприятие молодежью..., 2009; Задорин, Мальцева, Шубина, 2015; Интеграционный барометр..., 2015; Карабчук, Моисеева, Гуркина, 2015]. Затем авторы описывают методологию исследования и выборку обследований, после чего читателю представляется дескриптивный анализ динамики основных индикаторов, измеряющих страновые предпочтения молодежи в социокультурном и экономическом направлениях и отношения молодежи к Евразийскому экономическому союзу.

Интеграционные предпочтения на постсоветском пространстве

Приступая к анализу интеграционных предпочтений, необходимо определить, что такое евразийское пространство и Евразийский экономический союз, затем обратиться к уже опубликованным работам, посвященным интеграционным предпочтениям населения этих стран.

После распада СССР на территории СНГ сформировалось множество организаций: Организация договора о коллективной безопасности (ОДКБ), Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС), Таможенный союз, Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и др. Образованный в 2011 г. ЕАЭС за семь лет существования объединил пять государств: Армению, Беларусь, Казахстан, Киргизию и Россию. В 2018 г. к союзу присоединилась Молдова, и многие страны выразили желание сотрудничать с ЕАЭС. Таджикистан также декларирует желание вступить в союз и является потенциальным кандидатом. Изначально Союз ставил своей целью создание единого экономического пространства, а затем расширил свои функции до реализации задач, связанных с развитием социокультурной интеграции.

С 2004 г. динамика социального благополучия и общественных настроений жителей стран СНГ фиксируется с помощью проекта «Евразийский монитор». В 2012 г. на базе этого проекта появился информационный ресурс, собирающий данные об интеграционных предпочтениях жителей постсоветского пространства, — Интеграционный барометр ЕАБР. Ежегодно совместно с Центром интеграционных исследований Евразийского банка развития публикуются отчеты и данные опросов.

Как показывают результаты опроса 2016 г., население многих постсоветских стран находится в состоянии неопределенности относительно предпочтительных векторов интеграции [Интеграционный барометр..., 2016]. Это создает риски для развития сотрудничества между данными странами. Более того, внешнеполитические условия и события в мире оказывают давление на массовое сознание населения многих стран, в том числе стран СНГ. Например, в период с 2012 по 2016 гг. в разы уменьшилось число респондентов, воспринимающих Украину как «дружественную» страну во всех семи странах нашего анализа [Интеграционный барометр..., 2016].

В течение последних пяти лет изменились и экономические векторы интеграционных настроений населения стран. Так, Россия, занимавшая в 2012—2014 гг. лидирующие позиции в рейтингах по количеству упоминаний как желательный донор финансовых, научно-технических и трудовых ресурсов, в ряде стран теряет свою популярность. По данным опросов Интеграционного барометра за 2016 г., граждане Казахстана стали реже покупать российские товары, снизилась доля респондентов, высказывающихся в пользу сотрудничества с Россией в предпринимательской и научно-технической сферах. Востребованность учащихся, специалистов из России также сократилась. Таджикистан и Казахстан переходят из «постсоветского мира» в «восточный»: значительно возросла доля респондентов, ориентирующихся в вопросах экономической интеграции и научно-технического сотрудничества на Китай, Турцию и Ближний Восток. Следует подчеркнуть, что жители стран Центральной Азии в большинстве своем ориентированы на постсоветское пространство, хотя эта доля снижается. Россияне же в экономических вопросах сохраняют ориентацию на европейские страны.

Еще одним немаловажным результатом предыдущих исследований является выявленное разнообразие в предпочтениях: ответы респондентов из стран СНГ на вопросы о социокультурной интеграции значительно разнятся. Так, население Армении, Беларуси и России в равной мере проявляет симпатии к странам постсоветского пространства, Евросоюза и другим странам. А есть группа стран с ярко выраженными социокультурными ориентациями. Как показали данные 2016 г., страны Центральной Азии (Казахстан, Киргизия и особенно Таджикистан) демонстрируют приверженность постсоветскому пространству [Интеграционный барометр..., 2016]. А вот население Молдовы в большей степени ориентируется на Евросоюз.

Что касается отношения граждан стран постсоветского пространства к ЕАЭС, то здесь наблюдается позитивная динамика. На протяжении нескольких лет более половины населения стран, участвующих в опросе, оценивает деятельность ЕАЭС (и перспективы по расширению его функций, таких как введение единой валюты, разрешение свободного передвижения граждан) положительно. Только в Армении менее половины респондентов высказались в поддержку развития ЕАЭС.

Чтобы оценить, каковы дальнейшие перспективы развития отношений между странами СНГ, следует мониторить мнение молодых людей по вопросам интеграции. Публикаций по интеграционным предпочтениям молодежи не так много, и ни в одной из них не рассматривается динамика по комплексным индикаторам социокультурной и экономической интеграции.

Предыдущие исследования, как правило, фокусировались на анализе интеграционных предпочтений населения стран СНГ в целом, кратко комментируя позицию молодежи, а также на одной временной точке, не рассматривая вопрос в динамике.

Анализ литературы показал, что внутри отдельных стран общественные настроения молодежи существенно отличаются от мнения более взрослого населения [Петухов, 2006, Восприятие молодежью..., 2009; Карабчук, Моисеева, Гуркина, 2015, Карабчук, Поплавская, 2017]. Согласно опросным данным 2006 г., отношение к процессам интеграции у представителей разных поколений также значительно различается. На момент опроса молодежь Белоруссии и Украины отдавала предпочтение интеграции с Европейским союзом, а старшее поколение выступало за «Объединенный союз с Россией, Украиной, Белоруссией и Казахстаном» соответственно [Петухов, 2006]. Молодежь России и Казахстана высказывала желание жить «в своей собственной стране без объединения с какой-либо страной и без вхождения в союзы государств», в то время как старшее поколение этих стран ратовало за возрождение союза, подобного СССР [там же].

Также важно посмотреть, насколько мнения молодежи и старшего поколения разнятся в отдельных странах СНГ, и значимы ли эти различия. В своей прошлой статье на данных Интеграционного барометра ЕАБР мы выявили следующие закономерности. Для близких к Европе стран, таких как Беларусь, Молдова, Армения и Россия, характерны существенные различия в интеграционных ориентациях младшего и старшего поколений. В то же время в странах Центральной Азии (Таджикистан, Киргизия и Казахстан), напротив, мнения молодежи и старших возрастных групп схожи [Карабчук, Поплавская, 2017]. Исследования за 2014 г. показали, что в экономических предпочтениях молодежь и более старшие поколения также различались. Например, молодежь редко выражала желание приобретать товары из России и чаще отдавала предпочтение европейским и американским товарам [Карабчук, Моисеева, Гуркина, 2015]. А вот товары из Японии готовы были приобретать все — и молодежь, и более старшие поколения. Изменилось ли что-то в экономических интеграционных предпочтениях за последние три года?

В настоящей статье мы фокусируемся на анализе отношений и мнений молодежи семи стран постсоветского пространства об интеграции на постсоветском пространстве и выявляем межстрановые различия в интеграционных предпочтениях молодых людей этих стран.

Данные и методология исследования

Эмпирическая часть работы основывается на использовании данных Интеграционного барометра ЕАБР за 2012—2017 гг., собранных Центром интеграционных исследований Евразийского банка развития в партнерстве с международным исследовательским консорциумом «Евразийский монитор»¹. В рамках этого проекта с помощью анкетного опроса измерялись страновые предпочтения и интеграционные настроения населения стран постсоветского пространства —

¹ Основой проекта «Евразийский монитор» являются регулярные (раз в шесть месяцев) синхронизированные опросы населения стран постсоветского пространства по единому инструментарию. В каждой из стран-участниц опросы проводятся по общенациональной репрезентативной выборке. Каждая волна исследования «Интеграционный барометр ЕАБР» синхронизируется с туром опросов «Евразийский монитор» (EM-23). Подробнее см. www.eurasiamonitor.org.

через вопросы о формах политического, экономического и социокультурного сотрудничества на территории стран СНГ. Данные репрезентируют население (18+) изучаемых семи стран по полу, возрасту и образованию. Интервьюирование осуществлялось в форме очного формализованного интервью по заданному вопроснику по месту жительства респондента. Для нашего эмпирического анализа мы отобрали респондентов в возрасте от 18 до 24 лет включительно.

Создатели Интеграционного Барометра разработали инструментарий, включающий вопросы о предпочтениях граждан относительно взаимодействия с другими странами. В целом интеграция понимается исследователями как притяжение к стране, выражающееся в желании кооперироваться, интегрироваться с ней или просто в наличии или отсутствии интереса, симпатии к ней. Анкета состоит из трех блоков вопросов, посвященных политической, экономической и социокультурной интеграционной составляющим². Вопросы сформулированы простым языком, понятным представителям всех социальных слоев и всех возрастов, так что каждый респондент одинаково понимает вопрос и отвечает на него соразмерно своему опыту интеграции или мнению об интеграционной ситуации в разных сферах.

Далее в разделе результаты исследования мы концентрируемся на трех направлениях дескриптивного анализа динамики предпочтений молодежи семи стран СНГ: 1) отношение к Евразийскому союзу, 2) социокультурные интеграционные предпочтения и 3) экономические интеграционные предпочтения.

Социокультурная интеграция измеряется через такие индикаторы, как посещение других стран, наличие там друзей и родственников, желание поехать учиться или работать в другие страны. В каждом из вопросов респондентам предлагается выбрать наиболее подходящую страну из предлагаемого фиксированного списка в соответствии с их личным мнением и предпочтениями. В целях более сфокусированного межстранового анализа мы отобрали в каждой из стран три наиболее часто встречающихся ответа среди молодежи. На представленных ниже графиках отражены топ-3 выбора стран по тому или иному вопросу молодежью каждой из семи рассматриваемых стран.

К экономическим интеграционным предпочтениям относятся вопросы о странах-производителях наиболее часто покупаемых товаров; о страновых предпочтениях в развитии научно-технического сотрудничества и по притоку капитала, инвестиций и бизнеса; странах происхождения потенциальных трудовых и академических мигрантов. Аналогично с социокультурными интеграционными предпочтениями, для анализа динамики мы выделяем по три страны, наиболее часто выбираемые молодежью каждой из рассматриваемых семи стран.

² Первый блок вопросов о политическом притяжении, где респонденту предлагается выбрать из списка стран наиболее дружественные и недружественные, по его мнению, страны. Аналогично предлагается выбрать из списка страны, которым следует оказать военно-политическую помощь, а также страны, от которых стоит принять такую поддержку. Второй блок вопросов об экономической интеграции предполагает выбор стран, в которых респонденту хотелось бы временно поработать, поучиться или переехать на ПМЖ, если бы была такая возможность. Затем респондентам предлагается выбрать, из каких стран стоит приглашать кадры (рабочих, студентов, специалистов), бизнес (предпринимателей, организации), научную поддержку (сотрудничество в области науки и техники), а также из каких стран стоит покупать товары. Третий блок вопросов, измеряющий социокультурное притяжение, включает в себя вопросы об опыте взаимодействия с другими странами в последние пять лет, а именно: поездки, общение с близкими из других государств, интерес к культуре и истории другой страны. Завершают серию индикаторов интеграционных настроений два вопроса об уже существующем Евразийском экономическом союзе.

Результаты исследования

Отношение молодежи к Евразийскому экономическому союзу

Созданный в 2011 г. Евразийский экономический союз в 2017 г. включал в себя пять из семи анализируемых стран, а именно Армению, Беларусь, Казахстан, Киргизию, Россию. Молдова имеет статус наблюдателя, а Таджикистан декларирует желание вступить в союз. В этом контексте важно узнать, как молодежь относится к Союзу и какие перспективы она усматривает в его развитии.

Данные волны 2017 г. Интеграционного барометра ЕАБР показывают, что наиболее позитивное отношение к Евразийскому экономическому союзу демонстрирует молодежь Киргизии, Казахстана, Таджикистана и России. Процент положительно оценивших ЕАЭС здесь составляет более половины респондентов. Процент позитивно настроенной молодежи Армении и Беларуси значительно ниже и составляет чуть менее половины. Хуже всего относится к ЕАЭС молодежь Молдовы, здесь только треть молодых людей оценивают союз положительно (см. рис. 1).

Полученные данные о динамике интеграционных настроений говорят о том, что процент молодежи, положительно оценивающей ЕАЭС в период с 2012 по 2017 гг., в большинстве стран снижался: в России и Армении на 10 п. п., в Таджикистане на 8 п. п., в Казахстане на 7 п. п., в Беларуси на 4 п. п. Однако данное снижение не свидетельствует о негативном отношении к Союзу — молодежь стала чаще выбирать вариант ответа «безразличное отношение». Лишь в Армении и Молдове доля отрицательно оценивающей союз молодежи увеличилась на 7 п. п. и 6 п. п. Ошибка выборки варьируется в зависимости от страны, численность респондентов в каждой из стран на момент последнего опроса представлена в табл. 1.

Таблица 1. Число опрошенной молодежи и ее доля в выборке в 2017 г.

Страна	Молодежь 18—24 лет	Всего опрошенных	Доля опрошенной молодежи в выборке, %
Армения	188	1104	17
Беларусь	107	1055	10
Казахстан	193	1199	16
Киргизия	213	1050	20
Молдова	182	1164	16
Россия	170	1618	11
Таджикистан	330	1050	31

Отдельный тренд показала Киргизия: за последние пять лет значительно увеличился процент молодежи, положительно оценивающей Евразийский экономический союз, а именно на 14 п. п. (см. рис. 1). Это может быть объяснено тем, что киргизы довольно успешно интегрировались в российский рынок труда, используя родственные связи в секторе наемного труда и даже создавая собственные организации, отдельные сегменты коммерческих предприятий, ориентированных преимущественно или исключительно на киргизов [Варшавер и др., 2014; Варшавер, Рочева, 2015]. При этом включение Киргизии в ЕАЭС стимулировало свободное перемещение рабочей силы через границу, и молодежь получила больше возможностей для миграции в Россию и Казахстан на заработки (упрощенная система приема на работу оказывает положительный эффект) [Иванова, Варшавер, 2018].

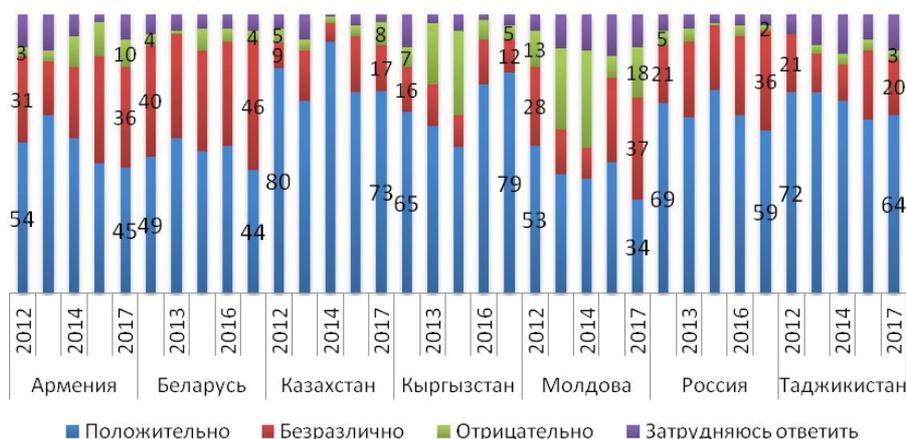
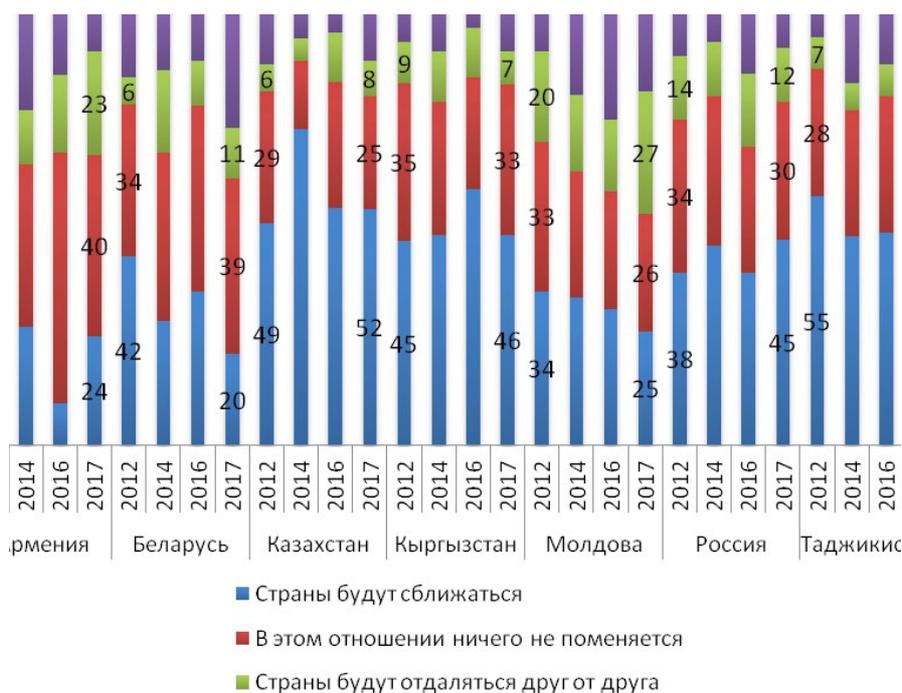


Рисунок 1. Отношение молодежи к Евразийскому экономическому союзу, %³

Второй важный вопрос, на который предлагалось дать ответ, связан с перспективами развития отношений между странами СНГ. Что страны СНГ будут сближаться, полагают в основном жители Центральной Азии. При этом мнение молодежи на протяжении пяти лет остается стабильным. В России заметна позитивная тенденция: процент молодежи, считающей, что страны будут сближаться, увеличился на 7 п. п. и достиг 45 % в 2017 г. (см. рис. 2).

О том, что страны будут отдаляться друг от друга, все чаще говорит молодежь в Армении и Молдове. Причем за период с 2012 по 2017 гг. доля молодых людей, придерживающихся этого мнения, увеличилась в этих странах на 12 п. п. и 7 п. п. соответственно и достигла четверти всей молодежи.

³ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Известно, что Армения, Беларусь, Казахстан, Россия объединились в Евразийский экономический союз. Как Вы относитесь к этому решению?» Данные 2015 г. исключены из анализа, так как в этом году вопрос был сформулирован иным образом, а именно «Считаете ли Вы, что нашей стране желательно присоединиться к этому объединению?».

Рисунок 2. Мнение молодежи относительно развития евразийских отношений, %⁴

Социокультурная интеграция

Эконом-социологи говорят, что социокультурная схожесть между странами и непосредственное взаимодействие между гражданами разных стран способствуют успешному построению международных экономических взаимоотношений [Parsons, Smelser, 2005]. Поэтому прежде, чем говорить об экономических показателях интеграционных настроений, проанализируем динамику социокультурных интеграционных предпочтений среди молодежи.

В блоке вопросов о социокультурной интеграции молодежи постсоветского пространства предлагалось выбрать страны разных регионов мира, в которых у них уже есть связи (факт посещения или наличие друзей/родственников) и которые они хотели бы посетить с целью учебы, работы и/или переезда на постоянное место жительства. Начнем анализ с вопроса об опыте посещения зарубежных стран. Для этой цели мы отобрали по три наиболее часто посещаемые молодыми людьми страны, результаты представлены на рис. 3.

Заметно, что Россию за последние пять лет с различными целями посещали около трети молодежи каждой из семи рассматриваемых стран. Молодежь Беларуси,

⁴ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Как Вы думаете, в ближайшие пять лет страны СНГ (бывшего СССР) будут сближаться или отдаляться друг от друга?». Данные за 2013 и 2015 гг. исключены из анализа, так как в эти годы вопрос в ряде стран не задавался, а именно респондентам из России, Беларуси и Таджикистана.

наиболее территориально близкой страны, в большей степени, чем молодежь остальных стран, отмечала Россию в качестве страны посещения.

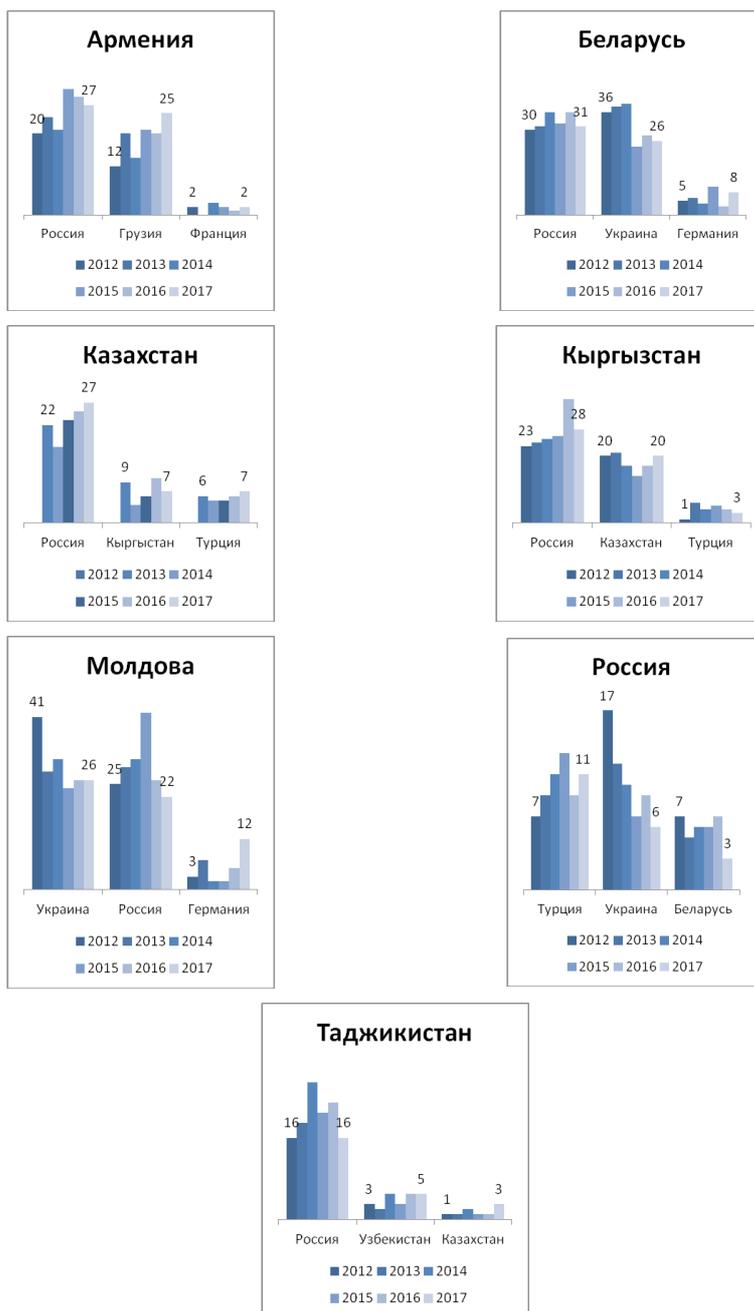
В целом наблюдаются достаточно стабильные социокультурные связи между отдельными странами. Так, страны Европы более популярны в Молдове. Казахстан и Киргизия выделяются как две взаимно посещаемые страны, молодежь этих стран также чаще всего ездит в Турцию. Молодежь Армении чаще, чем молодежь других стран, посещает Грузию, причем здесь видна положительная динамика: в период с 2012 по 2017 гг. доля молодежи, побывавшей в Грузии, увеличилась в два раза, что, скорее всего, связано с активным и успешным развитием туризма в этой стране [Грдзелишвили, 2014].

Ответы на вопрос о наличии в других странах мира родственников, близких друзей, коллег, с которыми молодые люди поддерживают постоянную связь, представлены на рис. 4. Результаты анализа динамики свидетельствуют о небольших изменениях за рассматриваемый шестилетний период. Более трети молодежи всех постсоветских стран имеют друзей и родственников в России. За пять лет доля молодежи с подобными связями значительно увеличилась в Киргизии (на 15 п. п.) и значительно уменьшилась в Таджикистане и Молдове (на 29 п. п. и 15 п. п. соответственно). Это может быть связано с тем, что Киргизия в 2015 г. присоединилась к ЕАЭС, и число мигрантов оттуда в Россию увеличилось, а Таджикистан и Молдова так и не вступили в Союз, и миграция из этих стран снизилась. Ситуация также могла усугубиться из-за ужесточения российского миграционного законодательства в 2015 г.⁵

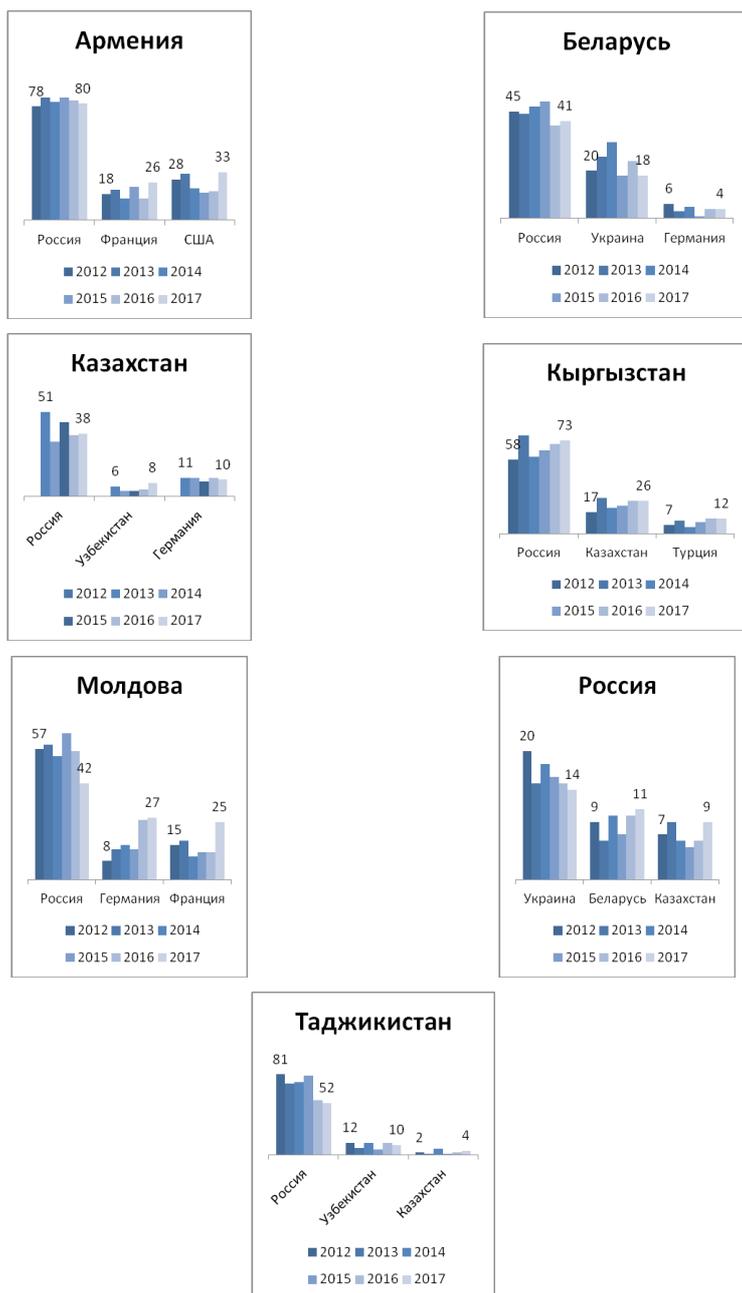
Вместе с тем динамика ответов молодежи Армении и Молдовы показала, что дружеских и родственных связей в Европе и США стало больше. Это может быть объяснено тенденцией к ориентации населения этих стран на Европу и США [Карабчук, Моисеева, Гуркина, 2015]. А вот молодежь России показывает отдельный тренд. На момент последнего опроса половина респондентов отмечала, что не имеет родственников и друзей в других странах мира, при том что в Беларуси и Казахстане доля такой молодежи составила чуть более трети, а в других странах менее — 15%⁶.

⁵ Федеральный закон от 31.12.2014 № 524-ФЗ «О внесении изменений в статью 27 Федерального закона «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию».

⁶ Вариант ответа «Нет таких стран» на рисунке не представлен.

Рисунок 3. Топ-3 стран, наиболее часто посещаемых молодежью, %⁷

⁷ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «В каких из перечисленных стран Вы бывали за последние пять лет с личными, служебными или туристическими целями?».

Рисунок 4. Топ-3 стран, в которых проживают родственники, друзья, коллеги молодежи, %⁸

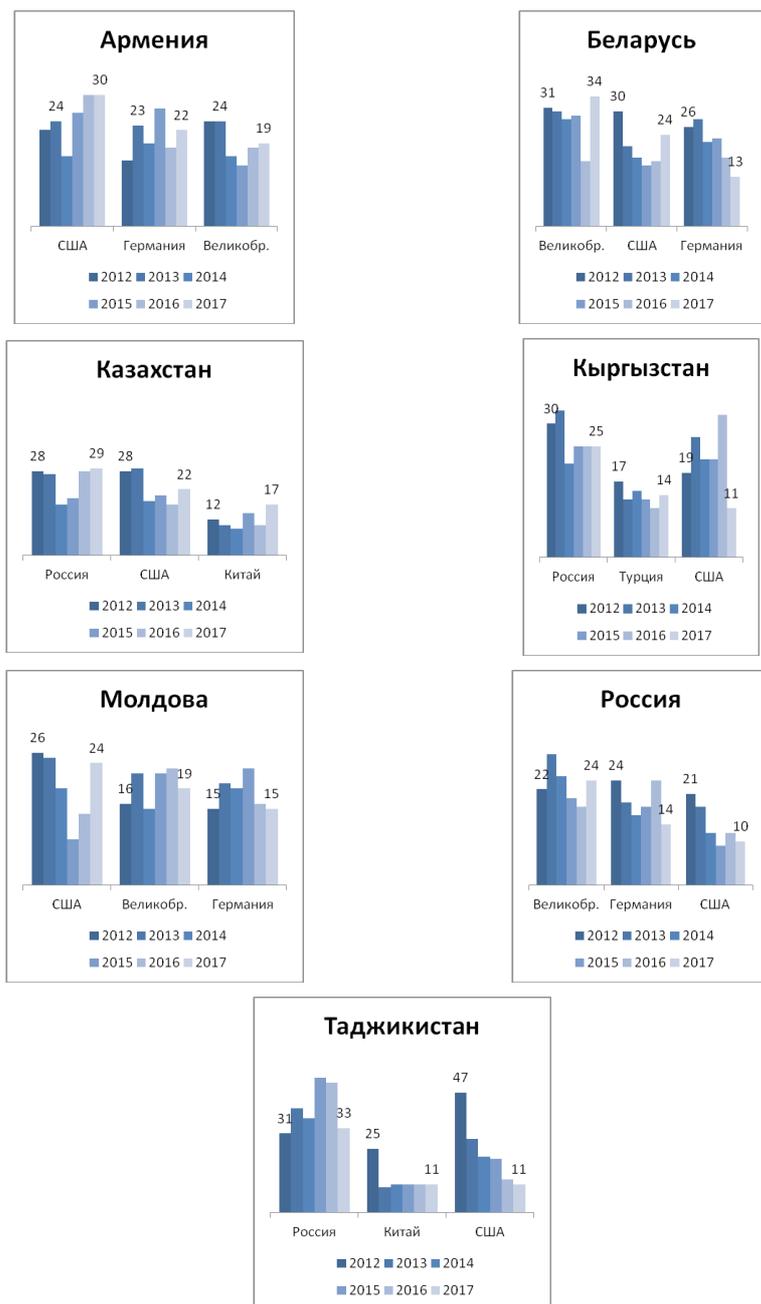
⁸ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «В каких из перечисленных стран у Вас есть родственники, близкие друзья, коллеги, с которыми Вы поддерживаете постоянную связь?».

Ответы на вопрос о странах, в которые хотелось бы поехать на учебу, сильно разнятся (см. рис. 5). С точки зрения образования отдается предпочтение таким известным образовательным центрам, как США, Великобритания, Германия, Франция и Россия. Более подробный анализ динамики показывает, что за последние пять лет среди молодежи Армении увеличилась доля стремящихся на обучение в США. Среди молодежи Казахстана, напротив, значительно вырос интерес к получению образования в России и сократилась доля молодежи, желающей получить образование в США и странах Европы (Великобритании, Германии, Франции). Это может быть связано как с изменениями в глобальной политике, так и с экономическим кризисом 2014—2015 гг. Молодежь Киргизии и Таджикистана за последние пять лет стала значительно реже выбирать США в качестве предпочтительной страны для учебы. Китай в качестве желательной для получения образования страны выделяет не только молодежь Казахстана, где сотрудничество с Китаем бурно развивается на всех уровнях [Peugouse, Brown, 2008], но и молодежь Таджикистана. Так, в 2017 г., 17 % молодежи Казахстана и 12 % молодежи Таджикистана в ответе на данный вопрос выбрали Китай.

В России интерес к получению образования за рубежом падает. Если в 2012 г. ответ «таких стран нет» выбрали 26 % молодежи в возрасте от 18 до 25 лет, то в 2017 г. эта доля достигла 35 %. В Беларуси и в Молдове интерес к образованию за рубежом также упал: в 2017 г. четверть молодежи этих стран указала, что для нее нет предпочтительных для получения образования стран⁹.

Относительно предпочтений временной трудовой миграции распределение ответов молодежи стран постсоветского пространства схоже с ответами на вопрос о предпочтительных странах для учебы. В Армении молодежь больше ориентируется на получение опыта работы в США и Франции, нежели в странах СНГ. Такая тенденция в целом соответствует интеграционным настроениям всего населения Армении вне зависимости от возраста. Респонденты из Молдовы также отдают предпочтение западным странам. А молодежь Центральной Азии, наоборот, ориентируется на постсоветское пространство и хотела бы работать в большей степени в России, чем в остальных странах мира.

⁹ Ответ «таких стран нет» на рис. 5 не представлен.

Рисунок 5. Топ-3 стран, в которых молодежь хотела бы учиться, %¹⁰

¹⁰ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Скажите, в какую из перечисленных стран Вы лично хотели бы поехать на учебу?».

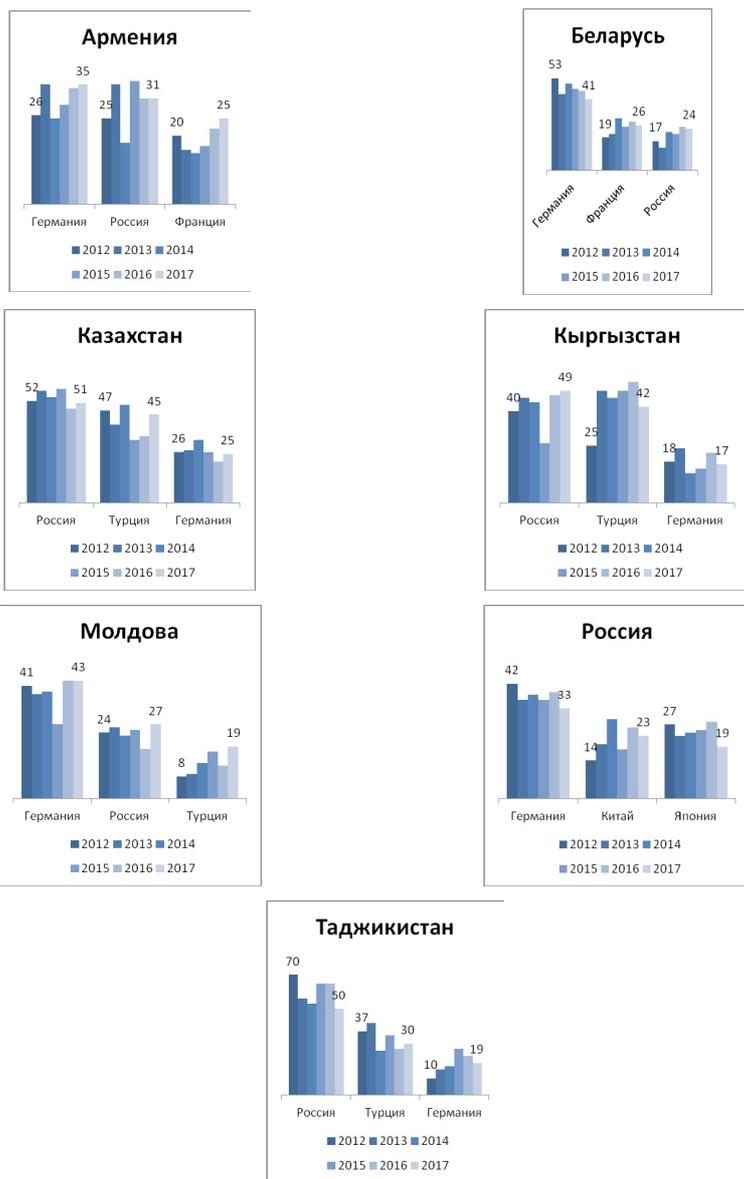
Необходимо отметить отличительные черты молодежи некоторых стран. Так, молодежь Беларуси за последние четыре года стала меньше выбирать страны Европы в качестве предпочтительных для работы, что может быть связано с неопределенностью населения относительно векторов интеграции [Вардомацкий, 2017]. Молодежь Казахстана за период с 2012 по 2017 гг. стала проявлять большее желание к мобильности как в образовательной, так и в трудовой сферах, все реже выбирая вариант ответа «подходящих для мобильности стран нет». Скорее всего, это связано с насаждением новой экономической политики Н. А. Назарбаева «Казахстан-2050», в которой утверждается желание страны найти свою нишу в глобальном разделении труда и тем самым улучшить экономику страны¹¹. Противоположная динамика характерна для молодежи России: в 2017 г. 35 % не видели для себя подходящих стран для трудовой миграции, что на 15 п. п. больше, чем было в 2014 г., и на 10 п. п. больше, чем было в 2012 г. Безусловно, политическая и экономическая ситуация в мире, различные конфликты и санкции повлияли на мнения российской молодежи относительно желательности интеграции с другими странами.

Экономическая интеграция

Перейдем к описанию результатов сравнительной динамики вопросов экономической интеграции. Здесь идет разделение между фактическим поведением (товары каких стран молодежь покупает) и потенциальными интеграционными предпочтениями (с какими странами молодежь хотела бы взаимодействовать в области науки и техники, откуда был бы желателен приток профессиональных рабочих и капиталов).

Начнем с вопроса о фактических предпочтениях. Мы не можем зафиксировать экономическую самодостаточность рассматриваемых стран: на протяжении последних пяти лет менее 10 % молодежи каждой исследуемой страны отмечают, что предпочитают товары только своей страны и не доверяют товарам из других стран. Молодежь стран постсоветского пространства чаще всего отдает предпочтение Германии и России в качестве поставщиков товаров (см. рис. 6). Молодежь Центральной Азии выделяет Турцию в ответе на этот вопрос. Причем в Киргизии и Таджикистане доля выбирающих Турцию сократилась с 2015 г., что может быть связано с ухудшением взаимоотношений между Турцией и Россией в этом году и взаимным ужесточением визового режима. А вот российская молодежь на фоне снижения интереса к немецким товарам все больше ориентируется на азиатские. И здесь мы можем наблюдать, как экономические санкции со стороны Запада отталкивают новое поколение от взаимодействия с отдельными западными странами, и формируется новое поколение, ориентированное на Азию.

¹¹ Назарбаев Н. А. (2012). Стратегия Казахстан-2050: новый политический курс состоявшегося государства. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050> (дата обращения: 14.01.2019).

Рисунок 6. Топ-3 выбираемых стран-производителей, которым доверяет молодежь, %¹²

¹² Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Товары из каких стран Вы предпочитаете покупать, каким больше доверяете?». В вопросе не уточняется, какие именно «товары» подразумеваются: продовольственные, технические, бытовые или иные. Каждый респондент, как и каждый аналитик, может вкладывать в это слово свой смысл. Как следствие, нельзя провести четкое разделение в экономических предпочтениях молодежи. Однако общий вопрос имеет значительный плюс: респондент отмечает страну, чей образ производителя в общем и целом вызывает у него доверие.

Страновые предпочтения молодежи относительно сотрудничества в вопросах науки и техники достаточно сильно разнятся. Молодые люди из стран Центральной Азии (Казахстан, Киргизия, Таджикистан), как и в ответах на предыдущие вопросы, отдают предпочтение России, также проявляя интерес к сотрудничеству с Японией и Германией (см. рис. 7). Молодежь Армении демонстрирует ориентацию на Запад. Причем за последние пять лет интерес молодежи этой страны к сотрудничеству с США вырос в два раза, а интерес к сотрудничеству со странами Европы и с Россией остался таким же. Это может быть связано с целенаправленной работой экс-премьер-министра Армении С. Саргсяна по развитию отношений между Ереваном и Вашингтоном. А молодежь Молдовы считает Россию привлекательной с точки зрения научно-технического сотрудничества, однако это происходит на фоне роста интереса к странам Европы (Германии, Великобритании, Франции).

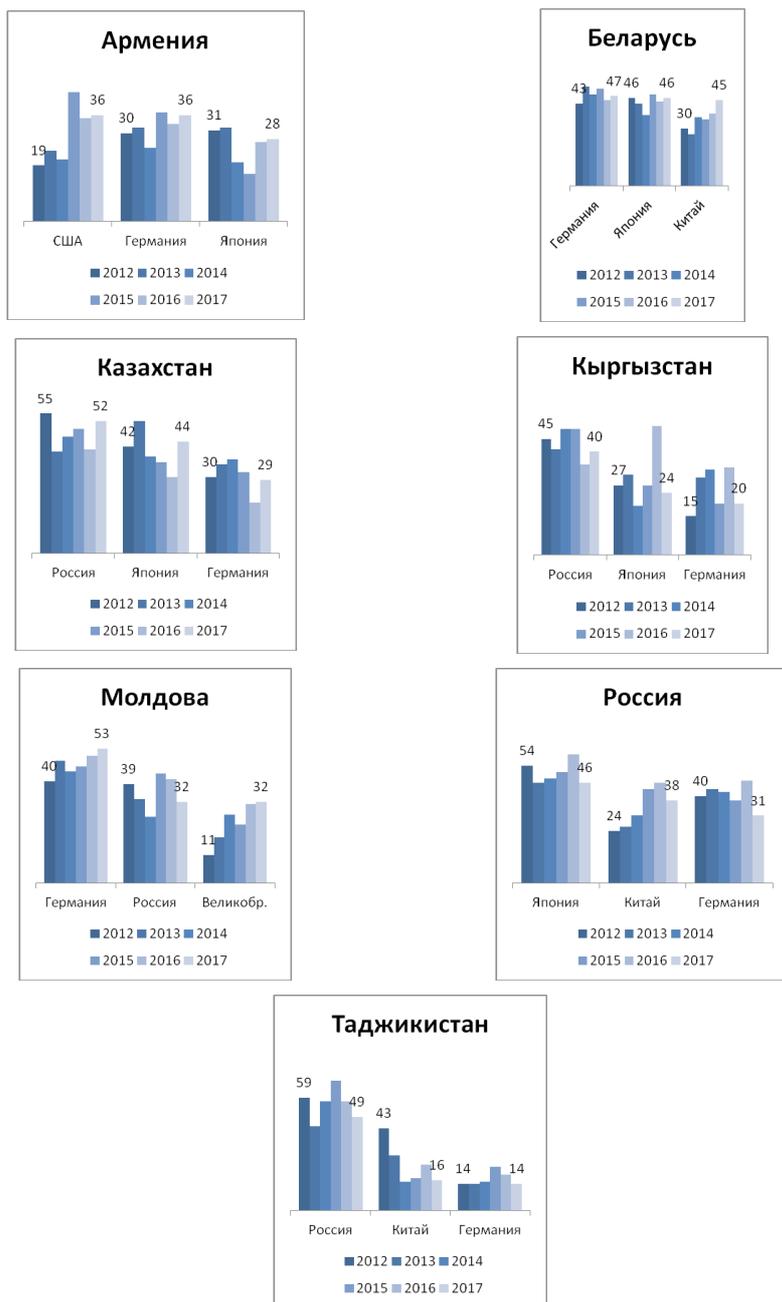
В Беларуси и России среди молодежи наблюдается значительное увеличение интереса к научно-техническому сотрудничеству с Китаем: в течение пяти лет интерес возрос на 15 п. п. и 13 п. п. соответственно. В то же время в Беларуси определенности в интеграционных предпочтениях нет: молодежь равно выбирает восточные страны (Япония, Китай), Россию и страны Запада (Германия, США, Франция и др.) как привлекательные для научно-технического сотрудничества¹³. Данный результат соответствует результатам предыдущих исследований, утверждающих, что геополитические и экономические ориентации белорусов на данный момент находятся в стадии становления [Вардомацкий 2017].

Для анализа страновых предпочтений в интеграционных процессах важно рассмотреть, из каких стран молодые люди готовы принимать трудовых и академических мигрантов. Это показывает, к выходцам из каких стран местное население наиболее толерантно и готово ли принять их в свою страну на учебу или работу.

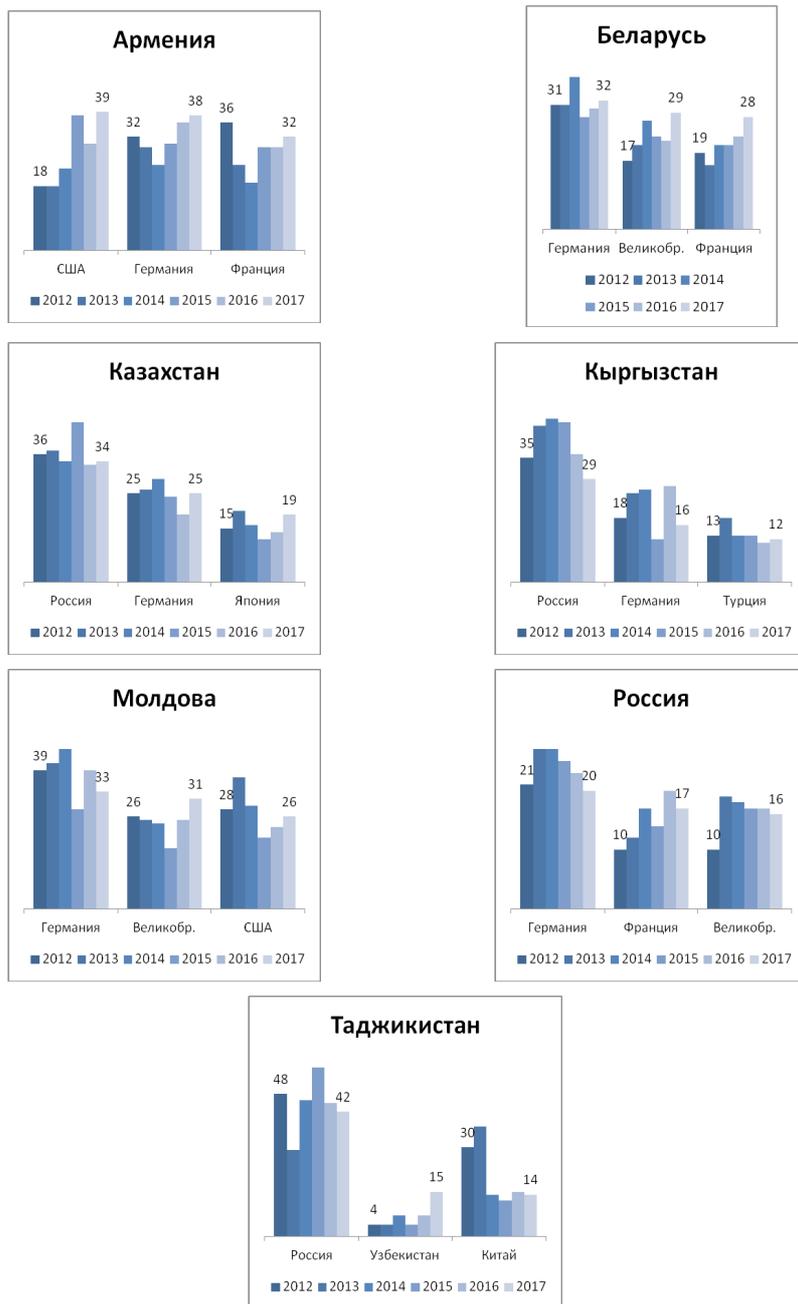
С точки зрения страны происхождения трудовых и академических иммигрантов мнения молодежи разделяются. Респонденты из Центральной Азии отдают предпочтение российским рабочим, студентам и специалистам, причем в 2017 г. по сравнению с 2012 г. больших изменений в доле выбравших данный вариант ответа не наблюдается (см. рис. 8).

Молодежь Армении, Молдовы, Беларуси и России больше готова принимать иммигрантов из западных стран, причем в некоторых странах такой интерес значительно вырос. Так, доля молодежи Армении, желающей принять граждан США и Германии, за пять лет увеличилась на 21 п. п. и 6 п. п. Треть белорусской молодежи в 2017 г. отдали свое предпочтение гражданам Великобритании и Франции, что на 12 п. п. и на 9 п. п. больше, чем в 2012 г. Тот же самый тренд заметен в России: по сравнению с 2012 г. процент молодежи, желающей видеть у себя в стране специалистов из Великобритании и Франции, вырос на 7 п. п. и 6 п. п. и достиг пятой части всей молодежи страны.

¹³ На рис. 7 представлены лишь три страны, набравшие наибольший процент. В Беларуси отрыв «топовых» стран от остальных был незначителен. Так, белорусская молодежь наравне с этими странами выбирала США (42%), Россию (39%), Великобританию (33%) и Францию (31%) как страны, предпочтительные с точки зрения научно-технического сотрудничества.

Рисунок 7. Топ-3 стран, привлекательных для молодежи в плане научно-технического взаимодействия, %¹⁴

¹⁴ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «С какими странами нашему государству или компаниям было бы полезно сотрудничать в области науки и техники?».

Рисунок 8. Топ-3 стран, привлекательных с точки зрения иммиграции, %¹⁵

¹⁵ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Из каких стран был бы желателен приезд в нашу страну для работы или учебы временных и постоянных рабочих, студентов, специалистов?».

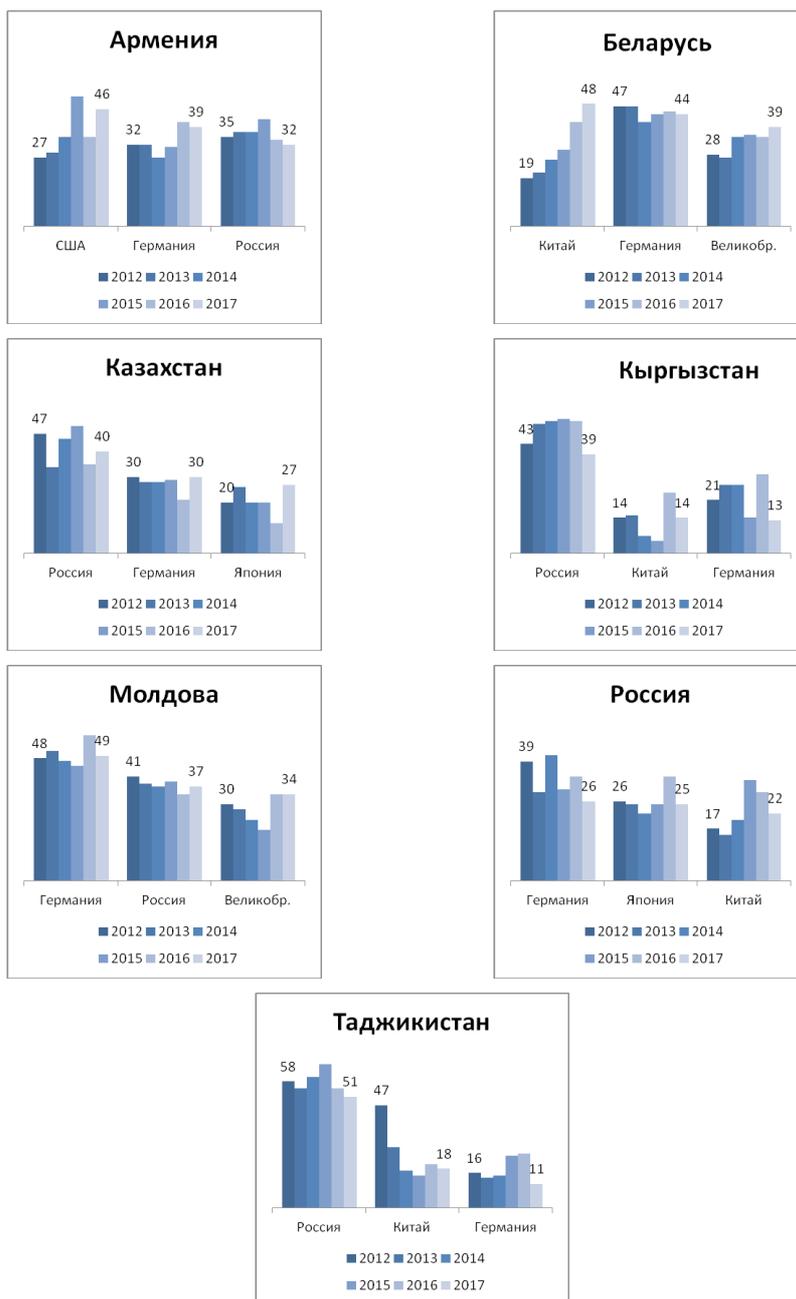
Последний вопрос, относящийся к экономическим интеграционным предпочтениям анализируемых стран, посвящен привлечению капиталов, инвестиций и бизнеса (см. рис. 9). В отличие от предпочтений стран происхождения иммигрантов, в вопросе инвестиций молодежь в большей степени ориентируется на ближайших соседей. Приток капитала, инвестиций и бизнеса из России отмечается как наиболее желательный молодежью всех стран, кроме Беларуси (здесь Россия попала в топ-5 — по сравнению с 2012 г. ее популярность выросла на 11 п. п.). Стоит также отметить, что во всех анализируемых странах на протяжении пяти лет доля выбравших российский бизнес в качестве приоритетного оставалась стабильной и в 2017 г. составляла от трети до половины молодежи. Даже Армения и Молдова, не проявившие заинтересованности в принятии специалистов из России, определяют российские инвестиции и бизнес как один из наиболее приоритетных источников для развития рынка своих стран. Будет справедливым отметить, что в Армении за последние пять лет вдвое увеличился процент молодежи, приветствующей американский бизнес, и достиг 46 %. В статьях, анализирующих возможные направления развития внешних связей Армении, говорится о европейской и евроатлантической направленности этих связей [Галоян, 2018]. Европа пока еще остается приоритетом для армян, но, как показывают данные опросов, молодежь больше ориентируется на США в качестве страны-донора, возможно, ожидая от Америки больших по сравнению с Европой инвестиционных ресурсов.

Китай, Япония и Германия также занимают приоритетные позиции в списке потенциальных стран-доноров для молодежи. В период с 2012 по 2017 гг. среди молодежи Беларуси и России увеличилось доверие к китайскому бизнесу (на 29 п. п. и 5 п. п.), в то время как в Таджикистане замечен спад прокитайских интеграционных настроений¹⁶. При этом в 2015 г. в Таджикистане был запущен масштабный инвестиционный проект по строительству газопровода Туркмения — Китай через Таджикистан¹⁷, но данный проект не повлиял на прокитайские настроения в этой стране.

Японский бизнес выглядит привлекательным для трети молодежи Казахстана и России. А доверие к немецким компаниям остается стабильным в четырех из семи анализируемых странах, исключения составляют Россия, Киргизия и Таджикистан: здесь доля выбирающих Германию в качестве страны — экспортера капитала и бизнеса за последние пять лет снизилась на 13 п. п., 8 п. п. и 5 п. п. соответственно.

¹⁶ Всплеск прокитайских интеграционных настроений в 2012 г. в Таджикистане объясняется особенностями выборки. На тот момент все население Таджикистана в равной степени отдавало предпочтение Китаю как стране-донору.

¹⁷ Что значит китайская экспансия для Таджикистана и Узбекистана? // REGNUM. 12.10.2015. URL: <https://regnum.ru/news/1968769.html> (дата обращения: 28.01.2019).

Рисунок 9. Топ-3 стран, желательных с точки зрения привлечения иностранных инвестиций и бизнеса, %¹⁸

¹⁸ Источник данных: расчеты авторов на основе данных Интеграционного Барометра ЕАБР. Распределения ответов на вопрос: «Из каких стран был бы желателен для нашей страны приток капиталов, инвестиций, приход компаний, предпринимателей, бизнесменов?».

Заключение

Результаты проведенного анализа показывают, что вектор интеграционных предпочтений молодежи значительно различается в изучаемых странах. Вместе с тем можно говорить об однозначном падении за последние пять лет интереса молодежи всех семи стран к России и росте предпочтений Германии, США, Турции и Китая. Многие молодые люди все чаще выбирают страны Европейского союза и Китай, нежели соседние государства постсоветского блока, будь то для стажировки, учебы или работы.

Молодежь изучаемых семи стран постсоветского пространства сильно различается в своих интеграционных предпочтениях и выборе стран для развития социокультурных и экономических взаимосвязей. Так, граждане стран Центральной Азии более позитивно относятся к Евразийскому союзу в целом и положительно оценивают интеграцию со странами СНГ. Тогда как жители Молдовы и Армении реже всего показывают позитивное отношение к интеграции с Россией, отдавая предпочтение США и странам Европы. Молодежь России и Беларуси находится где-то в пограничном положении между Арменией и Молдовой и странами Центральной Азии в своих интеграционных настроениях.

Важный вывод данного исследования в том, что, несмотря на положительную оценку Евразийской интеграции в целом, интерес к Евразийскому союзу падает во многих странах. В плане экономической интеграции молодежь почти всех семи стран отдает предпочтение европейским и азиатским товарам, притоку человеческого капитала из Великобритании и Германии и притоку капитала из Китая и России. В некоторых случаях наравне с западными и восточными странами выбирают Россию для развития научно-технических связей. Анализ общественного мнения по вопросам социально-культурной интеграции показывает аналогичные трендовые различия между молодыми людьми изучаемых стран. Полярные центры притяжения здесь сохраняются: Россия для стран Центральной Азии, и США и страны Европы — для Армении, Беларуси и Молдовы.

Отличительную динамику предпочтений имеет молодежь России: в социокультурном плане она более самодостаточна. Растет доля тех, кто не хочет ни с кем интегрироваться и не хочет получать образование или работать за рубежом. Молодежь Казахстана, Киргизии и Таджикистана настроена на укрепление евразийских отношений. А вот молодежь Молдовы и Армении выделяется из общей картины ориентацией на Запад, а именно на страны Европы (Германию, Францию, Великобританию) и США. Молодежь Беларуси также в своих планах на будущее ориентирована больше на Запад, чем на евразийские страны, хотя мы не можем утверждать, что интеграционные предпочтения этой группы молодежи полностью сформированы.

Анализ общественного мнения об интеграционных процессах и страновых предпочтениях молодежи необходим для разработки современной мировой политики и социальной политики внутри стран. Результаты такого исследования могли бы стать основой для поэтапного планирования работы с молодежью стран постсоветского пространства и дальнейшего развития евразийской интеграции, необходимой для экономического процветания стран в условиях глобализации и конкурентной торговли.

Список литературы (References)

Вардомацкий А. П. (2017) Системные характеристики геополитических ориентаций белорусов // Социокультурный аспект евразийской интеграции. Евразийский Гражданский Альянс: сборник научных статей / науч. ред. Л. А. Василенко. Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. С. 94—98.

Vardomatsky A. P. (2017) Systemic Characteristics of Geo-Political Orientations of Belarusians. In: *Socio-Cultural Aspects of the Eurasian Integration. Eurasian Civic Alliance: Coll. of Scientific Articles*. Ed. by L. A. Vasilenko. Belgorod: Publishing House Belgorod, BelSU National Research University. P. 94—98. (In Russ.)

Варшавер Е., Рочева А., Кочкин Е., Кулдина Е. Киргизские мигранты в Москве: результаты количественного исследования интеграционных траекторий. Препринт. М. : ЦИМЭ РАНХиГС. 2014.

Varshaver E.; Rocheva A.; Kochkin E.; Kuldina E. (2014) Kyrgyz Migrants in Moscow: Results of a Quantitative Research on Integration Tracks. Working Paper. Moscow: CMER of RANEP. (In Russ.)

Варшавер Е., Рочева А. Вглядываясь в «этническое» сообщество: отличия характеристик интеграции в «земляческо-родственные» и «национальные» круги на примере мигрантов из Киргизии в Москве // Социальная политика и социология. 2015. Т. 14. № 3. С. 24—38. <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2015-14-3-1-24-37>.

Varshaver E. A., Rocheva A. L. (2015) Peering into «Ethnic» Community: integration in Performance Differences. *Social Policy and Sociology*. Vol. 14. No. 3. P. 24—38. <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2015-14-3-1-24-37>. (In Russ.)

Восприятие молодежью новых независимых государств истории советского и постсоветского периодов. Краткий аналитический отчет по результатам массовых опросов населения (версия 1.1 от 21.09.09). Международное исследовательское агентство «Евразийский Монитор». 2009. URL: <http://eurasiamonitor.org/uploads/s/g/f/f/gffzlsnrpxne/file/o9GDpzJR.pdf> (дата обращения: 14.01.2019).

Young people's perception of new independent states of the history of the Soviet and post-Soviet periods. A brief analytical report on the results of mass polls of the population (version 1.1 of 21.09.09). International Research agency «Eurasian monitor». 2009. URL: <http://eurasiamonitor.org/uploads/s/g/f/f/gffzlsnrpxne/file/o9GDpzJR.pdf> (accessed: 14.01.2019) (In Russ.)

Галоян Н. Г. Формирование внешнеполитических принципов Армении и Грузии после распада СССР. Постсоветские исследования. 2018. Т. 1. № 1. С. 94—106.

Galoyan N. G. (2018) Formation of the foreign policy principles of Armenia and Georgia after the decay of the USSR. *Post-Soviet Studies*. Vol. 1. No. 1. P. 94—106. (In Russ.)

Грдзелишвили Н. Ш. Туризм как фактор ускорения интеграционных процессов на евразийском пространстве // Евразийская Экономическая Интеграция. 2014. № 1 (22). С. 97—101.

Grdzlishvili N. (2014) Tourism as a factor of acceleration of integration processes in Eurasian space. *Journal of Eurasian Economic Integration*. No. 1(22). P. 97—101. (In Russ.)

Задорин И., Мальцева Д., Шубина Л. Отношение населения стран СНГ к основным аспектам Единого экономического пространства // Евразийская экономическая интеграция. 2015. № 1 (26). С. 5—25.

Zadorin I., Maltseva D., Shubina L. (2015) Attitude of the CIS population towards main aspects of the Single Economic Space. *Journal of Eurasian Economic Integration*. No. 1(26). P. 5—25. (In Russ.)

Зайончковская Ж. А. Вынужденные мигранты из стран СНГ и Балтии // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 55—60.

Zayonchkovskaya J. A. (1998). Forced migrants from the CIS and Baltic countries. *Sociological studies*. No. 6. P. 55—60. (In Russ.)

Иванова Н., Варшавер Е. Особенности правового положения трудовых мигрантов из ЕАЭС и прочих стран СНГ в России: сравнительный анализ (окончание) // Миграционное право. 2018. № 4. С. 9—16.

Ivanova N. S., Varshaver E. A. (2018) Peculiarities of the Legal Status of Labor Migrants from the EAEU and other CIS Member States in Russia: a Comparative Analysis (Final Part). *Migration Law*. No. 4. P. 9—16. (In Russ.)

Интеграционный барометр ЕАБР — 2015 (четвертая волна измерений). СПб. : ЦИИ ЕАБР. 2015.

EDB Integration Barometer — 2015 (fourth wave of measurements) (2015). St. Petersburg: EDB Centre for Integration Studies. (In Russ.)

Интеграционный барометр ЕАБР — 2016 (пятая волна измерений). СПб. : ЦИИ ЕАБР. 2016.

EDB Integration Barometer — 2016 (fifth wave of measurements) (2016). St. Petersburg: EDB Centre for Integration Studies. (In Russ.)

Карабчук Т. С., Костенко В. В., Алмакаева А. М., Соболева Н. Э., Жюстен А. Мобильность пенсии в рамках Евразийского экономического союза и СНГ. СПб. : Колорит. 2014.

Karabchuk T. S., Kostenko V. V., Almakayeva A. M., Soboleva N. E., Justin A. (2014) Mobility Pensions within the Framework of the Eurasian Economic Union and the CIS. St. Petersburg: Colorit. (In Russ.)

Карабчук Т. С., Моисеева А. А., Гуркина О. Возрастная и территориальная дифференциация экономических интеграционных настроений населения в странах постсоветского пространства: что говорят данные новой волны Евразийского интеграционного барометра? // Евразийская экономическая интеграция. 2015. № 4 (29). С. 22—45.

Karabchuk T., Moiseeva A., Gurkina O. (2015) Age and Geographical Differences in Integration Attitudes of the Population in Post-Soviet States: What Does the New Data of the EDB Integration Barometer Tell Us? *Journal of Eurasian Economic Integration*. No. 4 (29). P. 22—45. (In Russ.)

Карабчук Т. С. и др. Трудовая миграция и трудоемкие отрасли в Кыргызстане и Таджикистане: возможности для человеческого развития в Центральной Азии. / Костенко В. В., Зеликова Ю. А., Бейшеналы Н., Кечетова А. П., Закотянский Д. В.,

Сальникова Д. В., Перебоев В. С. СПб.: Центр интеграционных исследований ЕАБР. 2015. URL: https://eabr.org/upload/iblock/0b9/report_ca_labour_migration_and_labour_intensive_sectors_full_rus.pdf (дата обращения: 14.01.2019).

Karabchuk T. et al., (2015) Labour Migration and Labour-Intensive Industries in Kyrgyzstan and Tajikistan: Possibilities for Human Development in Central Asia. / Kostenko V., Zelikova J., Beishenaly N., Ryabchikova A., Zakotyansky D., Salnikova D., Pereboev V. SPb: Eurasian Development Bank Centre for Integration Studies. URL: https://eabr.org/upload/iblock/0b9/report_ca_labour_migration_and_labour_intensive_sectors_full_rus.pdf (accessed: 14.01.2019). (In Russ.)

Карабчук Т. С., Поплавская А. А. Отношение молодежи к интеграционным процессам в странах постсоветского пространства // Социокультурный аспект евразийской интеграции. Евразийский Гражданский Альянс: сборник научных статей / науч. ред. Л. А. Василенко. Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. С. 221—247.

Karabchuk T. S., Poplavskaya A. A. (2017) Attitudes of Young People towards Integration Processes in the Post-Soviet Countries. In: *Socio-Cultural Aspects of the Eurasian Integration. Eurasian Civic Alliance: Coll. of Scientific Articles* / Ed. by L. A. Vasilenko. Belgorod: Publishing House «Belgorod», BelSU National Research University. P. 221—247. (In Russ.)

Мкртчян Н. В. Миграция молодежи в региональные центры России в конце XX — начале XXI века // Известия РАН. Серия географическая. 2013. № 6. С. 19—30. Mkrтчyan N. V. (2013) Migration of youth in regional centers of Russia at the end of 20th — early 21st century. *Izvestiya RAN (Akad. Nauk SSSR). Seriya Geograficheskaya*. No. 6. P. 19—30. (In Russ.)

Нефедова Т. Г. Миграционная привлекательность городов как индикатор трансформации постсоветского городского пространства России // Наука. Инновации. Технологии. 2014. № 2. С. 106—135.

Nefedova T. G. (2014). Urban Migration Attraction as Indicator of Transformation of the Russian Post-Soviet Urban Space. *Science. Innovations. Technologies*. No. 2. P. 106—135. (In Russ.)

Петухов В. В. Россия, Украина, Белоруссия, Казахстан: есть ли точки соприкосновения? // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2006. № 3 (79). С. 4—15.

Petukhov V. V. (2006) Russia, Ukraine, Byelorussia, Kazakhstan: Are There points of Accord? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 4—15. (In Russ.)

Рыбаковский Л. Л. Демографическое будущее России и миграционные процессы // Социологические исследования. 2005. № 3. С. 71—81.

Rybakovsky L. L. (2005) The Demographic Future of Russia and the Migration Processes. *Sociological Studies*. No. 3. P. 71—81. (In Russ.)

Parsons T., Smelser N. (2005) *Economy and society: A study in the integration of economic and social theory*. London: Routledge.

Peyrouse S., Brown P. (2008) Chinese Economic Presence in Kazakhstan: China's Resolve and Central Asia's Apprehension. *China Perspectives*. No. 3 (75). P. 34—49.

ГЕНДЕР И СЕМЬЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.08

Правильная ссылка на статью:

Онегина Е. В. Конфликты и солидарности ЛГБТК сцены в Санкт-Петербурге // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 179—192. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.08>.

For citation:

Onegina E. V. (2019) Conflicts and solidarities of the LGBTQ scene in St Petersburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 179—192. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.08>.



Е. В. Онегина КОНФЛИКТЫ И СОЛИДАРНОСТИ ЛГБТК СЦЕНЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

КОНФЛИКТЫ И СОЛИДАРНОСТИ ЛГБТК СЦЕНЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

*ОНЕГИНА Елена Вадимовна — стажер-исследователь Центра молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия; аспирантка, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: elena.onegina@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3084-3549>*

Аннотация. В современной России наблюдается усиление проблематизации ЛГБТК-сообществ и гендерно «неконвенциональных» идентичностей в медийном пространстве и почти

CONFLICTS AND SOLIDARITIES OF THE LGBTQ SCENE IN ST PETERSBURG

*Elena V. ONEGINA^{1,2} — Research Assistant, Postgraduate Student
E-MAIL: elena.onegina@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3084-3549>*

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

² National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. Modern Russia shows increased problematization of LGBTQ communities and non-conventional gender identities in media and their almost complete exclusion from public space.

полное исключение их из публичного пространства. Тем не менее проведенное исследование показало, что ЛГБТК-активисты солидаризируются перед лицом символического, психического и физического насилия и принуждения как со стороны государства и социальных институтов, так и со стороны гомофобно настроенного населения. Эмпирическую базу составили 14 интервью с представителями ЛГБТК и включенное наблюдение. В рамках сценевого подхода акцент делается не только на акторах и практиках в рамках сцены, но и на пространстве, где происходят взаимодействия. Автор приходит к выводу, что ЛГБТК-сцена в Санкт-Петербурге представляет собой гетерогенное пространство организаций, инициатив, мест, направленных на различные группы людей с «неконвенциональной» сексуальной и гендерной идентичностью. ЛГБТК-сцена конституируется скорее через рефлексивное, зачастую конфликтное обсуждение принципиальных для сообщества вопросов статуса сексуальности, публичных акций, власти и иерархии, а также новых сексуальных и гендерных идентичностей.

Ключевые слова: гендерные идентичности, исследования молодежи, современная Россия, качественная методология, современные молодежные сцены

Благодарность. Данная статья подготовлена в рамках научного проекта «Продвижение молодежного участия и социального включения: анализ инновационного молодежного активизма в Европе и России», реализованного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ 2018.

However, the present study reveals that LGBTQ activists are solidarizing faced with symbolic, psychological and physical violence and pressure by the state, social institutions and the homophobic population. The empirical basis of the study is 14 interviews involving LGBTQ people and the overt observation. The scene approach highlights not only actors and practices within the scene but also the space where interactions take place. The author concludes that the St Petersburg LGBTQ scene represents heterogeneous community of organizations, initiatives, venues targeted at different groups of individuals with non-conventional sexual and gender identities. The LGBTQ scene is more likely to be seen as a reflexive, argumentative discussion of the most important community issues related to gender status, public actions, authorities, hierarchy and sexual and gender identities.

Keywords: gender identities, youth studies, modern Russia, qualitative methodology, modern youth scenes

Acknowledgments. The paper is part of the project “Promoting the youth participation and social inclusion: analysis of innovative youth activism in Europe and Russia” implemented within the NRU HSE 2018 Fundamental Research Program.

Введение

В России наблюдается продвижение идеологии, частью которой является строгое регулирование гендера и сексуальности. На этом фоне усиливается проблематизация ЛГБТК-сообществ и гендерно «неконвенциональных» идентичностей в медийном пространстве. Дискурсивно создаются определенные модели «правильного» сексуального поведения и семейной жизни, например, образ гетеросексуальной, брачной, многодетной семьи, где секс и сексуальность сводятся к репродуктивным функциям. Провоцируется паника относительно проявлений сексуальности, выходящей за пределы «нормативной» модели. Вместе с тем демократические ценности, в том числе ценности толерантности и гендерного равенства, оцениваются на уровне федеральных СМИ как западные (чуждые российскому менталитету и образу жизни). В современном российском контексте такие ценности определяются как противоположные «традиционным русским ценностям» и воспринимаются в качестве возможной угрозы для будущего России и российской молодежи.

Эта идеология поддерживается российским законодательством. В 2013 г. Владимир Путин подписал закон № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей». Данный закон запрещает информирование несовершеннолетних о «нетрадиционных сексуальных отношениях» и их равенстве с «традиционными». Закон прямо запрещает высказываться о негетеросексуальности только там, где предполагается наличие несовершеннолетних, это косвенно повлияло на риторику упоминания о представителях ЛГБТК. Несмотря на определенное влияние консервативного поворота, в публичном пространстве заметно актуализируются дискуссии о сексуальности, телесности, о гендерных идентичностях для широкой аудитории.

Если политику СССР в отношении представителей ЛГБТК можно определить как политику замалчивания, современную политику российского государства можно охарактеризовать как политику исключения [Шульга, 2014]. Российское государство представляется как гетеросексуальное, официальная риторика стремится исключить всех негетеросексуальных граждан из понятия «гражданин» [Stella, 2007]. В результате представители ЛГБТК-становятся стигматизированной социальной группой как на уровне дискурса, так и на уровне практик.

Но в то же время принимаемые властями запреты стали своего рода стимулом для объединения ЛГБТК-активистов в сообщества для совместного действия [Созаев, 2010; Лапина, 2014; Kelly, Lubitow, 2014; Соболева, Бахметьев, 2014]. За последние годы выросло число онлайн- и офлайн-инициатив, значительно расширился репертуар мероприятий, стали подниматься новые вопросы в рамках ЛГБТК-сцены. Поэтому ключевыми исследовательскими вопросами стали следующие: как организовано пространство ЛГБТК-активизма в России, кто в него вовлекается и какие действия реализует? Как выстраивается повестка ЛГБТК-активизма — конфликты и солидарности? Исследование ЛГБТК-сообщества в статье проводится на примере Санкт-Петербурга.

Теоретические основания

Молодежь оказывается в особом положении, поскольку находится внутри различных дискурсов: образования, семьи, работы [Омельченко, 2004: 144]. Молодежь часто рассматривается как промежуточная и незащищенная группа, нуждающаяся в разного рода поддержке и контроле. Отношение к молодежи может меняться от позитивного, потому что она связана с будущим страны и надеждами на лучшее, до негативного, так как ассоциируется с опасностью, непредсказуемостью и неуправляемостью [Омельченко, 2004].

При изучении совместной деятельности ЛГБТК-людей в европейском и американском контексте исследователи используют категорию «социальные движения» Г. Блумера. Автор пишет о «социальном движении» как о группе людей с общей целью. Все участники работают на то, чтобы достичь общую цель [Блумер, 1994]. Также важно дополнить, что категория «социальных движений», или «коллективного действия», не учитывает возможные индивидуальные действия и практики ЛГБТК-людей. Разнообразие способов действия и бездействия также может не учитываться при использовании этой теоретической концепции. Однако данная концепция лишь отчасти может быть полезной для анализа российской жизни.

В данной работе ключевым является концепт молодежной культурной сцены [Bennet, Kahn-Harris, 2004; Straw, 2002]. Используя сценовый подход для анализа молодежных активностей, можно уделять внимание не только актерам и практикам в рамках сцены, но и пространствам, где (не)происходят взаимодействия, тем самым добавляя новое измерение, которое существенным образом насыщает исследование [Пилкингтон и др., 2004]. Именно концепт молодежных культурных сцен учитывает все важные для работы измерения. Концепт сцены определенным образом структурирует опыт: «граница, очерчивающая сцену, определяется отношением сцены к повседневной жизни» [Kahn Harris, 2004: 111]. В исследованиях российских молодежных сцен «термин *субстанция* используется для обозначения эмоциональных, близких связей, которые вытекают из общих культурных практик внутри группы, независимо от того, какой характер эти группы имеют — временный или постоянный, связан с альтернативной сценой или мейнстримом» [Омельченко, 2013: 59]. Именно общение занимает центральное место в формировании связей внутри сцены. Концепт сцены помогает увидеть разные включенные группы и круги, которые образуют и поддерживают существующие границы. Также важно заметить не только тех, кто на сцене, но и тех, кто оказывается вне сцены и наблюдают за участниками.

Использование концепта сцены помогает, на наш взгляд, точнее решить задачи исследования, кроме того, этот подход наиболее адекватен российскому контексту и отражает специфику, в рамках которой существует современная ЛГБТК-сцена. Для реализации задач исследования важно было включить не только «активных» и появляющихся в публичных местах ЛГБТК-людей, но и дружественных гетеросексуалов, и ЛГБТК-людей, находящихся в тени. Они могут никак себя не проявлять, но при этом входить в состав ЛГБТК-сцены. Стремление охватить разные круги и кластеры сцены отвечает гуманистической перспективе подобного исследования, реализуясь через внимание ко всему разнообразию и многогранности, которую предлагает нам социальная реальность.

Методы

Исследование ЛГБТК-активизма проводилось в Санкт-Петербурге — мегаполисе, с одной стороны, принимающем и позволяющем реализовывать разные образы жизни и идентичности, с другой — на политическом уровне проявляющем крайний уровень гомофобии (Санкт-Петербург стал одним из первых субъектов Российской Федерации, в котором был принят закон на городском уровне, еще до федерального закона). Исследование проводилось в рамках методологии кейс-стади, предполагающей включенное наблюдение, интервью и анализ онлайн-активности сообщества. Эмпирическую базу кейса составляют 14 глубинных интервью с ЛГБТК-активистами и 16 дневниковых записей. Данные собирались с октября 2016 г. по февраль 2017 г. в Санкт-Петербурге. Было проведено 58 часов включенного наблюдения. Во время наблюдения я вовлекалась в различные виды деятельности в рамках ЛГБТК-сцены в Санкт-Петербурге и принимала участие в работе групп и организаций в качестве волонтера и слушателя.

Интервью (длительность интервью от 52 до 142 минут) проводились с представителями ЛГБТК-сцены в возрасте от 18 до 37 лет (18—20 лет — 3 человека, 21—30 лет — 7 человек, 31—40 лет — 4 человека). Такой большой разброс в возрасте объясняется вовлеченностью активистов разных поколений в жизнь ЛГБТК-сцены в Санкт-Петербурге. Для реализации задач исследования было важно включить несколько интервью с активистами, действующими в сообществе длительное время. Интервью были взяты не только у «активных» и появляющихся в публичных местах ЛГБТК-людей, но и у «бывших» активистов, и ЛГБТК-людей, находящихся на периферии активизма. Они могут особо себя не проявлять, но при этом также входить в состав ЛГБТК-сцены.

Информантов, принявших участие в исследовании, можно отнести к среднему классу, исходя из их образовательного статуса и текущей занятости (например, волонтер, студент, аспирант, преподаватель иностранных языков, врач-реаниматолог). При указании пола информанта учитывалась самоидентификация и то, в каком роде информант предлагает к себе обращаться. Гендерные идентичности участников ЛГБТК-сцены, с которыми были взяты интервью: мужчина, женщина, небинарный человек и трансгендерный человек. Информанты с бигендерной или агендерной идентичностью в выборку не попали. Религиозные убеждения участников исследования были разнообразны: атеист, агностик, католический священник, православный.

При анализе возможностей доступа в поле учитывалось, какие ЛГБТК-инициативы существуют в городе, предполагалось, что можно будет начать с них. Так я узнала о ЛГБТК-фестивалях осенью 2016 г., и это был первый выход в поле. Ключевую роль в установлении контактов сыграла первая встреча-наблюдение. Постепенно со стороны информантов ко мне выработалось доверительное отношение. Через месяц стали появляться контакты с информантами, которые не относились к ЛГБТК-организациям, а вели индивидуальную активистскую деятельность, что открыло доступ в новую часть сцены, закрытую до этого. Также поиск информантов осуществлялся по социальным сетям исследователя и методом снежного кома, когда уже принявшие участие в исследовании информанты предлагали контакты других людей в рамках сцены. Важно отметить, что точек входа в поле

было несколько, что позволило собрать уникальный материал, касающийся пространства ЛГБТК-активизма в Санкт-Петербурге.

Структура поля ЛГБТК-активима, направления деятельности и иерархии

ЛГБТК-сцена в Санкт-Петербурге представляет собой мозаику, которая собирается из разных инициативных групп, организаций, независимых активистских групп. Объединяющим фактором является осознание необходимости вести ту или иную деятельность для улучшения жизни ЛГБТК-людей в современной России:

«Если брать сплоченность... возникает в результате каких-то, каких-то агрессивных законов и так далее. Каких-то законопроектов, которые этот бешеный принтер начинает, вот. Тогда начинаются какие-то общие действия разных организаций. Ну, а в целом каждый занимается чем-то своим, гнет свою линию, это про активную часть» (инт., № 5, ж., 30 лет).

Несмотря на некоторую сплоченность сцены, ее участники рассредоточиваются, исходя из выбираемых методов действия, степени (не)формальности и целей активизма. Помимо организованных групп, инициатив и НКО, значимыми участниками пространства ЛГБТК-активизма являются «независимые активисты» — группа людей, которые официально не принадлежат ни к одной организации. Сегмент независимого активизма в рамках ЛГБТК-сцены достаточно узкий, исходя из этого, практически все независимые активисты знакомы друг с другом. Чаще всего они становятся организаторами и участниками публичных акций. «Независимость» активизма заключается в том, что у участников нет необходимости согласовывать цель, метод и форму акции с другими (коллегами, руководителями), как это происходит в ЛГБТК-организациях, тем самым они получают свободу действия. В то же время все возникающие риски, такие как возможные задержания, физические нападения и психологическое давление, они берут на себя.

Интернет является большой площадкой для взаимодействия активистов и формирует отдельное пространство «интернет-активизма». Многие ЛГБТК-активисты регулярно освещают в интернет-пространстве свою деятельность или деятельность организаций, в которых состоят. Фактически интернет-пространство расширяет возможности публичного активизма, предоставляя ему новую и более масштабную площадку. Но в то же время есть вероятность изолированности интернет-активизма в случае, когда аудитория блога, интернет-сообщества или сайта превращается в замкнутую группу.

Кроме активных участников сцену конституируют и ЛГБТК-люди и им сочувствующие, находящиеся в тени и выступающие потребителями мероприятий и интернет-контента.

ЛГБТК-активисты солидаризируются с другими гражданскими группами. Одна из важных для ЛГБТК-направлений сотрудничества и построения горизонтальных связей — низовая феминистская сцена Санкт-Петербурга. ЛГБТК и феминистки используют общие пространства под мероприятия, иницируют семинары и дискуссии с представителями обеих сцен, совместно участвуют в акциях. Однако, несмотря на намерения консолидации сил и взаимного развития, эти пространства существуют достаточно автономно, поддерживают свои границы и не всегда приходят к консенсусу. Другая группа, с которой ЛГБТК-активисты стараются

развивать и поддерживать отношения, — «Зеленые», становящиеся ресурсом для ЛГБТК в ситуации городских массовых шествий и мероприятий, поскольку готовы принимать участников сцены в своей зеленой колонне.

Вовлекаясь в ЛГБТК-активизм, в большинстве случаев на основе личного опыта притеснения и дискриминации по признаку сексуальной ориентации и гендерной идентичности, индивиды выбирают для себя различные способы реализации активизма. Так, можно выделить два ключевых направления работы — сервисный и публичный активизм. Сервисный активизм чаще работает с самим ЛГБТК-сообществом, и большая часть деятельности сконцентрирована внутри сцены. Основные направления — оказание психологической и юридической помощи ЛГБТ-людям, организация культурных/образовательных/развлекательных мероприятий. К сервисному активизму также относят центры, оказывающие профилактику ВИЧ, осуществляющие медицинскую и информационную поддержку ВИЧ-инфицированных людей.

Публичный активизм — это уличные акции, пикеты, перформансы и митинги, цель которых заключается в привлечении внимания к актуальным для ЛГБТК-сообщества проблемам. Через публичные акции, с одной стороны, доносятся идеи равноправия и толерантности до всего общества, с другой стороны, формируется солидарность внутри сообщества через демонстрацию достоинства и гордости принадлежности «своим», в том числе находящимся в тени участникам ЛГБТК-сообщества. Вовлеченные в публичный активизм убеждены, что изменения возможны только при совершении регулярных публичных действий: *«Понимаешь, страшно — задержат, но еще страшнее жить вот в такой ситуации дальше»* (инт., № 3, ж., 20 лет).

В то же время ЛГБТК-активизм различается по степени институционализации и стабильности. Так, часть активистов работают независимо и на свои деньги, часть — в организациях на оплачиваемых ставках, а часть — волонтеры на финансируемых проектах (имеют основную занятость и доход вне сцены, но не вкладывают финансовые ресурсы в ЛГБТК-деятельность). При этом отношение к волонтерству противоречивое. С одной стороны, волонтерство рассматривается как важный этап в рамках индивидуальных биографий, развития гражданского активизма в пространстве ЛГБТК:

«...Волонтеры [мероприятие] — это какая-то вообще отдельная раса людей, ну, то есть, для многих это вхождение в активизм. Так же, как и волонтеры [название организации], вообще вот такие мероприятия, помимо того, что они какую-то информацию дают, они очень объединяют. Ну, я тоже пришла в активизм, потому что я волонтерила на фестивале, да» (инт., № 1, ж., 22 года).

С другой стороны, волонтеры воспринимаются как временные, не очень надежные и потому несерьезные сотрудники и соратники:

«Там сейчас люди состоят, которые давным-давно в этих волонтерах. Они просто ходят туда, когда у них есть свободное время. А новенькие приходят — типа когда с [название мероприятия], которые решили: «А ну давай-ка я что-нибудь поделаю». Но более-менее серьезные правозащитники этим уже не занимаются» (инт., № 2, м., 19 лет).

Иерархия в пространстве ЛГБТК-активизма выстраивается на основании важности деятельности для ЛГБТК-сообщества с точки зрения самих активистов. Так,

уважение заслуживают активисты, создающие рисковые, но эффективные акции, получающие широкий общественный резонанс. Также лидерами внутри сцены считаются наставники, курирующие большие волонтерские команды фестивалей, пикетов и митингов. Формальные руководители организаций зачастую не получают активистского признания, поскольку маркируются не как «настоящие активисты», а как обычные индивиды, просто работающие за плату.

Также существует иерархия организаций по выделяемому финансированию, так как в Санкт-Петербурге часть ЛГБТК-организаций получают поддержку, но объемы этой поддержки варьируются. Исходя из этого возникают конфликты между лидерами организаций, а в дальнейшем — и сотрудников организаций между собой о «нечестном» распределении средств между организациями или о том, на что необходимо тратить выделенные деньги. Так, практически все информанты, задействованные в публичном активизме, считают, что ЛГБТК-организации тратят деньги, выделяемые на сообщество, не туда, куда необходимо.

При этом важно отметить, что среди активистов нет общего, разделяемого всеми представления о том, что такое ЛГБТК-сообщество. Одни говорят, что ЛГБТК-сообщество подразумевает объединение людей всех гендерных идентичностей и ориентаций. Другие полагают, что единого ЛГБТК-сообщества нет, и существование сообщества является результатом активистской работы, а не условием.

Таким образом, можно сказать, что поле ЛГБТК-активизма в Санкт-Петербурге представляет собой гетерогенное пространство организаций, инициатив, мест, направленных на различные группы людей с «неконвенциональной» сексуальной и гендерной идентичностью. При этом ЛГБТК-активисты выстраивают солидарные связи с другими инициативами и движениями гражданского сектора. Вовлекаясь в активизм, индивид не только выбирает форму участия (формальное место работы, волонтерство или независимая деятельность), но и направление своей деятельности (ориентация на работу внутри сообщества или вне его). Основные иерархии внутри ЛГБТК-сцены связаны с признанием и распределением финансирования.

Конфликты и солидарности в пространстве ЛГБТК-активизма

ЛГБТК-активизм представляет собой пространство периодически возникающих внутренних и внешних конфликтов. Это приводит и к пересмотру повестки, актуальной для ЛГБТК-сообщества, к критической оценке действия друг друга, и поискам новых солидарностей и консенсусов:

«Мне кажется, люди просто по-разному видят, как нужно добиваться улучшения ситуации, постоянно об этом спорят и из-за этого друг друга не любят. Я не понимаю, мне кажется, это абсурдно. По типу какие-нибудь люди из [Название организации] там не любят [Название организации], потому что они считают, что как бы они работают там, но их не видно, нужно выходить, привлекать внимание. И вот как бы акции — это наше все. Вот» (инт., № 4, жен., 22 года).

Основная доля противоречий, внутренних конфликтов и осуждений связана с четырьмя направлениями: статус сексуальности, публичные акции, контроль и подотчетность организаций/инициатив, гендерные и сексуальные идентичности.

Одно из главных направлений разногласий внутри всей ЛГБТ-сцены — это понимание сексуальности как приватного и частного, что должно оставаться в личном

пространстве индивида, и понимание сексуальности в контексте «личное есть политическое», подразумевающим актуализацию сексуальности как ресурса для политических изменений. Исходя из того, как активисты интерпретируют собственную сексуальную идентичность и сексуальность в целом, они относят себя к той или иной части ЛГБТК-сцены, для которой характерны определенные методы (без)действия. Так, воспринимающие сексуальность как личную и интимную составляющую жизни выбирают неучастие в публичных акциях, закрытую организацию лекций и встреч и развивают «теневую» зону ЛГБТК-сцены. Те же, кто воспринимает сексуальность как часть социального и политического режимов общества, переходят с организации качества повседневной жизни на уровень национальных/международных вопросов, таких как борьба с дискриминацией и стигматизацией, защита прав человека, признание разнообразия, и включаются в более широкую демократическую повестку.

Большая дискуссия выстраивается вокруг проведения публичных акций и мероприятий в целом. С одной стороны, с помощью таких методов, как флешмобы, акции, перформансы, участники сцены могут влиять на распространение информации о себе и выносить ЛГБТК-повестку в более широкие аудитории, а также способствовать развитию солидарности внутри сообщества:

«И когда мы выходим на улицу, мы выходим не ради того, чтобы нас увидели, там не знаю кто, и приняли какой-нибудь закон или не приняли. Мы выходим для того, чтобы нас увидели свои же. Я выхожу для того, чтобы меня увидели» (инт., № 1, ж., 22 года).

С другой стороны, публичные акции и мероприятия критикуются с точки зрения невозможности в нынешних политических условиях в России обеспечить гарантированную безопасность участникам мероприятий как во время их проведения (например, риски ареста), так и после (например, преследование и насильственный аутинг):

«Если какие-нибудь будут коммуникации, я себя очень некомфортно чувствую, даже если они положительные или там отрицательные уж тем более, я даже не знаю, как себя вести. Вот, я не на столько боюсь каких-то нападений, потому что мне кажется, это очень маловероятно, с учетом того, что представление, что я девушка, как бы вряд ли на меня набросятся сразу с кулаками какие-то гомофобные люди. Но все равно какие-нибудь комментарии могут быть» (инт., № 4, ж., 22 года).

Другой сложный и конфликтный вопрос, во многом связанный с вышеизложенным, это вопрос контроля и подотчетности. В рамках внутренних дискуссий активистов проблематизируется монополизация теми или иными организациями или активистами деятельности в сфере защиты прав людей с ненормативной гендерной или сексуальной идентичностью. Так, организация, объединяющая верующих гендерно и сексуально неконформных людей, заявила о своем выходе из числа участников активистской сети в связи с необходимостью отчитываться. Дискуссии вызывают и несогласованные с другими участниками городской сцены действия активистов.

Все чаще в ЛГБТК-сообществе Санкт-Петербурга обсуждаются новые в российском контексте гендерные идентичности: интерсекс, асексуал, люди с небинарными гендерными идентичностями. С одной стороны, в рамках ЛГБТК-сцены возникает дискуссия про привилегированное положение одной части сообщества и угнетенное положение другой. Основываясь на анализе интервью и включенном

наблюдении, можно сказать, что существует напряжение между людьми с небинарными гендерными идентичностями и цисгендерными людьми. Бинарные трансгендерные люди практически так же, как и цисгендерные гомосексуальные люди, обвиняются в общекультурном привилегированном положении по отношению к «новым» идентичностям, монополизировании говорения и действия в рамках сцены, игнорировании специфики и проблем небинарных, квир и т. п. людей:

«Да, после последнего [название мероприятия], там еще подливало масло в огонь то, что тот же [имя] своей нелюбовью ко всему, что квир, как бы... точнее противник этого слова, противник небинарных трансгендеров, судя по всему, тоже очень сильно, ну, там и меня задело, ну то есть то, что он пишет — это, короче, довольно тяжело. Вот. То есть у него статья есть типа: «Квир должен умереть», короче, вот». (инт., № 12, м., 23 года).

С другой стороны, за счет размытого определения квир-идентичности или небинарной гендерной идентичности усложняется процесс формирования общей и универсальной активистской позиции. И люди с небинарной гендерной идентичностью обвиняются в размывании границ движения и невключении в активизм:

«А-а, вот [Название организации] сейчас начал на очередную очень модную европейскую тему небинарные идентичности, да. Небинарные идентичности для России точно так же, как квир-теория, — это сугубо философски, да, и совершенно не вопрос практики, да» (инт., № 11, м., 31 год).

Гетерогенность поля ЛГБТК-активизма, присутствие индивидов и инициатив с различными интересами, целями, идентичностями приводит к сложности в формулировании универсальной и консенсусной повестки. Несмотря на наличие неких общих представлений об общих задачах — борьбе с дискриминацией и за права ЛГБТК-людей, ЛГБТК-сцена конституируется скорее через рефлексивное, зачастую конфликтное обсуждение принципиальных для сообщества вопросов.

Представления участников об эффективности ЛГБТК-активизма в Санкт-Петербурге

Участников поля ЛГБТК-активизма в Санкт-Петербурге объединяет борьба с разными формами дискриминации. Несмотря на это активисты ставят перед собой множественные цели, выбирая различные средства их достижения, прибегая к коллективным действиям разного рода. И, как следствие, по-разному оценивают эффективность своих и активистских в целом практик.

Часть ЛГБТК-активистов считают свои действия эффективными, если происходит укрепление сообщества. Чувство гордости и ощущение единения — это состояние, которое становится для активистов целью проведения и участия в акциях и мероприятиях:

«И когда мы выходим на улицу, мы выходим не ради того, чтобы нас увидели, там не знаю кто, и приняли какой-нибудь закон или не приняли. Мы выходим для того, чтобы нас увидели свои же. Я выхожу для того, чтобы меня увидели» (инт., № 1, ж., 22 года).

Эффективность оценивается и через повышение уровня осознанности среди участников сообщества, и через улучшение состояния человека в каждой отдельной ситуации. Предложение конкретных решений проблем и уход от уровня абстрактных целей в ЛГБТК-сцене рассматривается рядом участников как возможность достичь изменений в настоящем или ближайшем будущем:

«Интервьюер: А что, на твой взгляд, эффективнее, если можно так сказать?»

Информант: Формирование комфортной среды, чтобы не доказывать, что мы такие, мы есть. А формировать сообщество тех, кто понимает, принимает и тому подобное, да, где комфортно. Но для этого нужно сделать огромный объем работы над сообществом в целом, да. Потому что нужно сделать так, чтобы в сообщество хотелось вливаться» (инт., № 14, м., 34 года).

Желание формировать комфортную среду и безопасное пространство связано как с опытом задержания, так и с опытом психологического давления и дискриминации по признаку гендерной идентичности и сексуальной ориентации. Например, информант старается не взаимодействовать с трансгендерными мужчинами для создания комфортной среды:

«Ну, это сложный вопрос. Ну, то есть мне никогда не было комфортно в этих гендерных рамках, у меня были проблемы с контактом с телом по разным причинам, ну... Мне не хочется менять маркер в паспорте, например. Мне не будет очень комфортно, если меня будут воспринимать сразу как мужчину, я не чувствую себя безопасно в мужском пространстве совершенно. Мне совершенно не хочется взаимодействовать... с мачистской культурой, с патриархальной культурой. Это мне не близко» (инт., № 13, м., 26 лет).

Информант с единомышленниками проводят еженедельные встречи, где в безопасном пространстве можно обсудить все вопросы, связанные с «новыми» гендерными идентичностями и сексуальностью. В данном случае под безопасным пространством понимается отсутствие трансгендерных мужчин, так как заранее предполагается возможность конфликта.

Широкое освещение акции в СМИ является критерием успешности для участников сцены, вовлеченных в публичный активизм. Мероприятия проводятся с целью попасть в СМИ с максимальным охватом. В критерии успешности/неуспешности включается и представление о безопасности. Так, организаторы ежегодных флеш-мобов воспринимают акцию как хорошо проведенную, если всем участникам удалось беспрепятственно прийти на акцию, быть на ней и уйти. Такое «спокойное» присутствие в публичном пространстве уже становится успешным. Количество людей, пришедших на мероприятие или фестиваль, само по себе показывает успешность акций, цель которых — просвещение. В то время как публичные независимые активисты оценивают эффективность своих действий так: чем больше внимания привлекла акция, тем лучше.

Если говорить о возможности изменений на общественном уровне, активисты в большей степени в них не верят, по крайней мере, в ближайшем будущем. Участники сцены говорят, что должно пройти определенное количество времени, и текущая политическая ситуация не способствует позитивным изменениям. Также одна из причин, по которой изменения, по мнению активистов, будут происходить достаточно медленно, — это страх и пассивность большинства ЛГБТК-индивидов, в том числе страх людей и сочувствующих ЛГБТК подключаться к мероприятиям, участвовать в акциях и создавать образовательные инициативы.

ЛГБТК-активисты оценивают свою эффективность по разным основаниям: и по количеству участников акции, по охвату СМИ, безопасности мероприятия. В развитии и укреплении сообщества эффективность оценивается через соли-

дарное реагирование на ту или иную проблему и оказание помощи конкретному человеку. Однако в целом активисты ЛГБТК-сцены не делают оптимистичных прогнозов и не предвидят скорых социальных изменений, которым препятствуют и государственная политика, и культурные коды большинства, и страх и пассивность рядовых представителей самого ЛГБТК-сообщества.

Заключение

Продвижение консервативной идеологии, риторика «традиционных ценностей» и регулирование сексуальности, в том числе и законодательное, в современной России приводят к проблематизации ЛГБТК-сообществ и гендерно «неконвенциональных» идентичностей и к почти полному исключению их из публичного пространства. Однако такое давление на негетеросексуальных индивидов стало стимулом для объединений ЛГБТК-активистов и развития ЛГБТК-инициатив.

Пространство ЛГБТК-активизма в Санкт-Петербурге включает организации, инициативы и места, направленные на различные группы людей с «неконвенциональной» сексуальной и гендерной идентичностью. Инициативы ЛГБТК-сцены имеют целью как развитие и поддержание самого сообщества, так и трансформацию культурного и социального порядка, определяющего положение ЛГБТК-индивидов.

Гетерогенность ЛГБТК-активизма приводит к сложности в формулировании универсальной и консенсусной повестки. ЛГБТК-сцена конституируется скорее через рефлексивное, зачастую конфликтное обсуждение принципиальных для сообщества вопросов статуса сексуальности, публичных акций, власти и иерархии, а также новых сексуальных и гендерных идентичностей.

Различные конфигурации организационной принадлежности, наличествующего символического капитала и признания, финансовых возможностей и идентичности инициативы/активиста задают иерархию внутри сцены, определяющую ее в том числе и структурно, предоставляя одним участникам сцены право голоса и возможность выступать от лица сообщества и, условно говоря, забирая голос у «других». Например, идентичность «независимого» активиста или статус цисгендерного человека предоставляет право публично говорить о проблемах ЛГБТК-сообщества в целом. В то время как люди с небинарными гендерными идентичностями чаще формируют более локальные группы и объединения, где в приватной и закрытой обстановке делятся ощущениями и переживаниями.

Тем не менее ЛГБТК-активисты солидаризируются перед лицом символического, психического и физического насилия и принуждения как со стороны государства и социальных институтов, так и со стороны гомофобно настроенного населения. Ответом на социальное исключение становится борьба за права ЛГБТК-людей. Публичные акции и участие в них становятся своего рода каминг-аутом как для активистов, так и для сообщества. Вынесение ЛГБТК-вопросов в публичное пространство является важным элементом развития гражданского общества, несмотря на все опасности и риски для участников.

ЛГБТК-активисты оценивают эффективность своих действий по-разному, например, успешной считается как публичная акция, которая привлекла высокотиражные СМИ, так и мероприятие, прошедшее без каких-либо психологических и физических последствий для участников. В условиях гетерогенности пространства

успешными и эффективными считаются действия, позволившие консолидировать и мобилизовать сообщество. В целом на данном этапе более высокая эффективность признается за локальной активностью, направленной на поддержание членов сообщества. Вероятность изменений на структурном уровне рассматривается в далекой временной перспективе.

Список литературы (References)

Блумер Г. Коллективное поведение / Американская социологическая мысль. М. : МГУ. 1994. С. 168—215.

Blumer H. (1994) Collective Behavior. In: American sociological thought. Moscow: MSU. P. 168—215.

Лапина В. Нетворкинг российских ЛГБТ-организаций в условиях политического гетеросексизма: принципы категоризации активистов // На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квир-исследований / ред. сост. А. А. Кондаков. СПб. : Центр независимых социологических исследований, 2014. С. 166—183.

Lapina V. (2014) The Networking of Russian LGBT Organizations under Political Heterosexism: Principles for Categorizing Activists. In: On the Crossroads: Methodology, Theory and Practice of LGBT and Queer Studies. A. Kondakov (ed.). St. Petersburg: Center for Independent Sociological Research. P. 166—183. (In Russ.)

Пилкингтон Х., Омельченко Е., Флинн М., Блюдина У., Старкова Е. Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры / пер. с англ. О. Оберемко и У. Блюдиной. СПб. : Алетейя. 2004.

Pilkington, H., Omelchenko E., Flynn M., Blyudina U., Starkova E. (2004). Looking West: Cultural Globalization and Russian Youth Cultures. / Trans. from Eng. by O. Oberemko, U. Blyudina. St. Petersburg: Aletheia. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Молодежь. Открытый вопрос. Ульяновск : Изд-во «Симбирская книга», 2004.

Omelchenko E. L. (2004) Youth: open question. Ulyanovsk: Publishing house «Simbirsk book». (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52—61.

Omelchenko E. L. (2015) The Solidarities and Cultural Practices of Russia's Young People at the Beginning of the Twenty-First Century: theoretical context. *Sociological Studies*. No. 10. P. 52—61. (In Russ.)

Соболева И., Вахметьев Я. Меня как будто вытолкали за ворота»: реакция ЛГБТ на запрет «пропаганды гомосексуализма» // Журнал исследований социальной политики. 2014. Т. 12. № 2. С. 217—232.

Soboleva I., Vaxmetiev Ya. (2014) "I Was Basically Kicked off": Reaction of LGBT on the "Prohibition of Homosexuality Propaganda". *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 12. No. 2. P. 217—232. (In Russ.)

Созаев В. ЛГБТ-движение в России: портрет в интерьере // Гендерные исследования. 2010. № 20—21. С. 90—126.

Sozaev V. (2010) LGBT movement in Russia: a portrait in the interior. *Gender Studies*. No. 20—21. P. 90—126. (In Russ.)

Шульга Р. Возможные стратегии ЛГБТ-движения в России в условиях репрессивной политики властей // На перепутье: методология, теория и практика ЛГБТ и квин-исследований. СПб. : Центр независимых социологических исследований. 2014. С. 116—132.

Shulga R. (2014) Possible Strategies for the LGBT Movements in Russia under a Repressive Official Policy Regime. In: *On the Crossroads: Methodology, Theory and Practice of LGBT and Queer Studies*. Ed. by A. Kondakov. St. Petersburg: Centre for Independent Social Research. P. 116—130. (In Russ.)

Bennett A., Kahn-Harris K. (2004) *After subculture: Critical studies in contemporary youth culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Kahn-Harris K. (2004) “Unspectacular Subculture”: Transgression and Mundanity in the Global Extreme Metal Scene. In: *After Subculture: Critical Studies in Subcultural Theory and Research*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. P. 107—118.

Kelly M., Lubitow A. (2014) Pride at Work Organizing at the Intersection of the Labor and LGBT Movements. *Labor Studies Journal*. Vol. 39. No. 4. P. 257—277. <https://doi.org/10.1177/0160449X14567806>.

Stella F. (2007) The right to be different? Sexual citizenship and its politics in post-Soviet Russia. In: *Gender, equality and difference during and after state socialism*. R. Kay (eds). London: Palgrave Macmillan. P. 146—166.

Straw W. (2002) Scenes and sensibilities. *Public*. Vol. 22. No. 23. P. 245—257.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.09

Правильная ссылка на статью:

Бразевич С. С., Сафронова Ж. С., Бразевич Д. С., Матюха Д. В. Исследование интересов молодежи через тематический репертуар общения в студенческой среде: кейс социальной сети «ВКонтакте» // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 193—211. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.09>.

For citation:

Brazevich S. S., Safronova Z. S., Brazevich D. S., Matyukha D. V. (2019) Studying the youth interests through the thematic repertoire of student communication: a case study of Vkontakte social network. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 193—211. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.09>.



С. С. Бразевич, Ж. С. Сафронова, Д. С. Бразевич, Д. В. Матюха
ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ
ТЕМАТИЧЕСКИЙ РЕПЕРТУАР ОБЩЕНИЯ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ:
КЕЙС СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ МОЛОДЕЖИ ЧЕРЕЗ ТЕМАТИЧЕСКИЙ РЕПЕРТУАР ОБЩЕНИЯ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ: КЕЙС СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

БРАЗЕВИЧ Святослав Станиславович — доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: brazevichss@bk.ru
<https://orcid.org/0000-0002-4345-7428>

STUDYING THE YOUTH INTERESTS THROUGH THE THEMATIC REPERTOIRE OF STUDENT COMMUNICATION: A CASE STUDY OF VKONTAKTE SOCIAL NETWORK

Svyatoslav S. BRAZEVICH¹ — Dr. Sci. (Soc.), Professor
E-MAIL: brazevichss@bk.ru
<https://orcid.org/0000-0002-4345-7428>

¹ St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

САФРОНОВА Жанна Сергеевна — кандидат педагогических наук, доцент, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: shan_safronova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2231-5655>

БРАЗЕВИЧ Дмитрий Святославович — кандидат социологических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: brazevich1986@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6205-101X>

МАТЮХА Денис Владиславович — аспирант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: denisych259@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1830-7177>

Аннотация. В статье обосновывается актуальность социологического подхода к исследованию интересов молодежи в социальных сетях. Представлен анализ результатов исследования интересов студенческой молодежи — акторов социальной сети «ВКонтакте» через тематический репертуар общения в группах сети. Исследование проводилось при помощи IT-методов обработки и анализа биографических данных, методов анализа и статистики, машинного обучения. Выборка состояла из 171972 студентов уникальных участников групп в сети «ВКонтакте». Составлен рейтинг групп, различных по тематике, основанный на количестве участников. Представлены результаты анализа тематического репертуара общения студентов

*Zhanna S. SAFRONOVA*² — *Cand. Sci. (Ped.)*, Associate Professor
E-MAIL: shan_safronova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2231-5655>

*Dmitry S. BRAZEVICH*³ — *Cand. Sci. (Soc.)*, Associate Professor
E-MAIL: brazevich1986@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6205-101X>

*Denis V. MATYUKHA*² — *Postgraduate Student*
E-MAIL: denisych259@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1830-7177>

² St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, St. Petersburg, Russia

³ St. Petersburg State University of Civil Aviation, St. Petersburg, Russia

Abstract. The article substantiates the relevance of a sociological approach to the study of young students' interests in social networks. The authors analyze the results of a study involving young students who use the thematic communication repertoire in the Vkontakte network's social groups. The study applies IT methods for processing and analyzing biographical data, analysis and statistics methods, and machine learning. The sample consists of 171,972 unique participants who joined the network's social groups. The authors draw up a rating of groups on various topics based on the number of group participants, present the results of the analysis of student thematic repertoire and reveal the interests of the group participants. The article de-

в социальной сети «ВКонтакте». Выявлены интересы участников групп. Показаны общие и частные особенности направленности интересов студентов различных вузов, обозначена специфика общения участников популярных групп, установлены гендерные различия в интересах студентов и познавательная направленность в зависимости от места обучения. Делаются выводы о характере познавательной направленности интересов студентов и возможностях влияния на интересы студентов через определенный контент, о слабой активности студентов в «корпоративных» группах вузов.

Ключевые слова: интересы, социальная сеть, тематический репертуар, общение, гендерные различия, контент, активность, молодежь, рейтинг, IT-методы

scribes general and specific directions of student interests in different universities, explores the features of interactions between the participants in popular groups, and defines gender differences and various cognitive orientations depending on the place of studies. The authors provide insight into the nature of the cognitive orientation of student interests and the possibilities to influence the interests through certain content, and the weak student activity in the “corporate” social groups of the universities.

Keywords: interests, social network, thematic repertoire, communication, gender differences, content, activity, youth, rating, IT methods

По статистическим данным различных сервисов, молодежь проводит в социальных сетях более пяти часов в день¹. Исследования Google и Ipsos показывают, что 98% молодого поколения россиян используют интернет ежедневно². По данным сервисов Яндекс.Метрика³, SpyLog/Openstat⁴, LiveInternet⁵, Hotlog⁶, Рейтинг@Mail.ru⁷, среди социальных сетей в России наиболее популярна «ВКонтакте», она охватывает до 93% населения от 14 до 25 лет⁸. Общение в сети представляет собой мощный элемент социализации и способствует созданию групп по интересам. Разнообразие тематик групп позволяет участникам объединяться на определенный период времени (учитывая добровольный характер участия в группе, свободу выхода из нее), создавать новые социальные связи, легко взаимодействовать с незнакомыми людьми, у которых схожие взгляды и интересы.

¹ Google: Исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн // Adindex.ru. 10.03.2017. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/10/158475.phtml> (дата обращения: 20.02.2019).

² Там же.

³ <https://metrika.yandex.ru/>

⁴ <https://www.openstat.com/>

⁵ <https://www.liveinternet.ru/>

⁶ <https://www.hotlog.ru/>

⁷ <https://top.mail.ru/>

⁸ ВКонтакте провела масштабное исследование молодежи в России // Mail.ru Group. 02.11.2017. URL: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/10163/> (дата обращения: 24.02.2019).

«Интерес» — это категория, объясняющая характер социального выбора, определяющая область социальных отношений и принципы формирования социальных сетей, обуславливающая особенности потребления и владения информацией. «Интерес» трактуется:

— как мотивы, желания субъекта, позволяющие контролировать «жизненно необходимые ресурсы, обеспечивающие удовлетворение его потребностей и нужд» (Дж. Коулмен);

— обыденность человеческого сознания, объединяющая насущное, желаемое и должное (Р. Патнэм);

— «рационально-ценностная позиция социального субъекта относительно условий и способов своей жизнедеятельности и поведения в обществе...» [Александров, 2014].

Очевидна направленность личности, выражающаяся в познавательной социальной активности. Цель исследования заключается в выявлении интересов студенческой молодежи — акторов социальной сети «ВКонтакте» через тематический репертуар общения в группах по интересам. Исследование проводилось при помощи IT-методов обработки и анализа биографических данных, методов анализа и статистики. Был разработан инструментарий для автоматического сбора, обработки и анализа данных социальной сети, который содержал следующие модули: модуль сбора информации; модуль хранения большого объема данных; модуль обработки информации; модуль принятия решений; модуль, содержащий вспомогательные методы (для работы с сетью, аутентификации, обработки данных разных форматов, безопасности).

Программный инструментарий разработан нами специально для операционной системы Ubuntu 17.04 средствами языка Python 2.7. Список используемых библиотек: Requests (для работы с сетью); peewee (в качестве ORM); re (для обработки данных регулярными выражениями); vкарі и др.

Для сбора информации использовались средства открытого API «ВКонтакте». Разработан многопоточный краулер, использующий паттерн проектирования producer-consumer при помощи синхронной очереди задач. Так как основное время работы worker потоков уходит на блокирующее ожидание выполнения сетевых I/O операций (отправка запроса и ожидание ответа сервера) плюс запись в базу данных, то есть на операции, не являющиеся CPU интенсивными, то для увеличения производительности было запущено количество потоков, значительно превышающее количество CPU ядер процессора.

Поскольку у API социальной сети «ВКонтакте» имеется лимит по количеству HTTP запросов в секунду, для повышения производительности извлечения открытых данных социальной сети использовалась маршрутизация сетевого трафика через сеть TOR. Она была настроена с переключением выходной ноды каждые 10 секунд при помощи опции MaxCircuitDirtiness. (В связи с тем, что время открытия одного TCP соединения с сервером «ВКонтакте» существенно увеличилось, пришлось увеличить количество worker потоков в два раза).

Так как при работе с сервером «ВКонтакте» основное время единичного запроса приходится на сетевое взаимодействие, было принято решение необработанные данные хранить на локальном диске. Данное решение позволило значительно со-

кратить общее время обработки данных за счет того, что повторяющиеся запросы при манипуляциях с «сырыми» данными осуществлялись без использования сети.

Для промежуточного хранения большого объема извлеченных данных использовалась нереляционная база данных Cassandra с двумя нодами. В columnfamily (таблице) базы Cassandra строки (rowkeys) не обязаны резервировать хранилище для каждого столбца, определенного в схеме, и могут быть разряженными, в отличие от реляционных RDBMS, где каждая таблица обязана строго удовлетворять заранее определенной схеме и для любой строки резервируется место для всех столбцов вне зависимости от того, что поле может быть нулевым для некоторых строк. Поскольку заполненность данных профилей пользователей «ВКонтакте» носит флуктуационный и неструктурированный характер, применение Cassandra позволяет рационально использовать дисковое хранилище, а поддержка создания вторичных индексов позволяет ускорить операции поиска и извлечения данных.

Обработанные данные сохранялись в структурированном виде в реляционной базе mysql. Для повышения читаемости кода работа с базой данных велась по методологии ORM (Object-Relational Mapping — технология объектно-реляционного отображения, позволяющая связать базы данных с концепциями объектно-ориентированных языков программирования, создавая «виртуальную объектную базу данных» [Гарсиа-Молина и др., 2003]).

Разработанный инструментарий позволил обработать аккаунты студентов Университета ИТМО, Горного университета, РГПУ им. Герцена. Выбор университетов был обусловлен направленностью подготовки (IT-инженерия, промышленная инженерия и классический гуманитарный вуз).

Из соответствующих групп были извлечены идентификаторы участников. Далее по данным идентификаторам запрашивалась следующая биографическая информация: имя, фамилия; город; место учебы, работы; пол; возраст; группы, страницы, на которые подписан данный пользователь.

Затем программа принимала решение о причастности пользователя к исследуемому вузу и, в случае положительного решения, заносила его данные в mysql базу. Таким образом составлялась выборка пользователей и групп, в которых они состоят.

Всего было идентифицировано с соответствующими университетами 87 активных групп (групп, в которых информация часто обновляется от одного раза в день до ежеминутного обновления), содержащих все корпоративные признаки (символика, название группы, информация об университете, мероприятиях администрации и студентов вузов, обсуждение событий университета, отчеты, фотографии, связанные с соответствующим вузом).

Инструментарий позволил выявить все совпадающие отношения, подсчитать их количество: составить рейтинг групп по популярности в данном конкретном учебном заведении.

Выборка аккаунтов (реальные акторы) социальной сети «ВКонтакте» состоит из студентов вузов Санкт-Петербурга в возрасте от 18 до 23 лет, участвующих в социальных группах сети.

Объективность данных обусловлена количеством акторов. Всего было охвачено 171 972 студента — акторов социальной сети «ВКонтакте», они же уникальные

участники групп социальной сети «ВКонтакте». Для более точной идентификации акторов были установлены дополнительные параметры: частота участия в группах, связанных с высшими учебными заведениями, в которых они обучаются; открытость аккаунтов, позволяющая идентифицировать пользователей групп.

- ГАОУ ВО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики» (далее Университет ИТМО): 74 994 актора — уникальных участников групп, связанных с Университетом ИТМО (из них 41 993 юношей и 33 001 девушка);
- ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет» (далее Горный университет): 28 826 акторов — уникальных участников групп, связанных с Горным университетом (из них 13 497 юношей и 15 329 девушек);
- ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (далее РГПУ им. Герцена): 68 152 актора — уникальных участников групп, связанных с Университетом Герцена (из них 18 036 юношей и 50 116 девушек).

Неравномерность выборки по университетам обусловлена количеством «корпоративных» групп, связанных с университетами и активностью в них акторов, открытостью аккаунтов акторов, установленной идентификацией актора и аккаунта.

Анализ количественных данных и анализ тематик групп показали, что предпочтение групп, которые строго отличаются по тематике, а соответственно интересы юношей и девушек различны, следовательно, существуют гендерные различия интересов. Результаты представлены ниже в таблицах 1—6.

Таблица 1. **Рейтинг интересов по социальным группам юношей Университета ИТМО**

№	Название группы*	Тематика группы	Всего акторов
1	Хабрахабр (Habr) https://vk.com/habr	IT-технологии, виртуальные ресурсы, программное обеспечение, IT-новости; интернет-экономика	5308
2	Science Наука https://vk.com/sci	Научно-популярные факты, новости науки и техники	4970
3	Наука и Техника https://vk.com/science_technology	Научно-популярные факты, новости науки и техники	4965
4	Лентач https://vk.com/oldlentach	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	4947
5	Команда «ВКонтакте» https://vk.com/team	Новости, акции, реклама «ВКонтакте»	4615
6	MDK https://vk.com/mudakoff	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	4448
7	Подслушано в ИТМО https://vk.com/overhearitmo	Мемы, неформальное общение (анонимное в том числе), новости ИТМО	4341
8	Типичный программист https://vk.com/tproger	Новости IT-технологий, вакансии, популярное в IT-мире, образовательные статьи и переводы	4300

№	Название группы*	Тематика группы	Всего акторов
9	ITMO.STUDENTS https://vk.com/itmostudents	Новости, актуальная информация о студенческих мероприятиях Санкт-Петербурга и Университета ИТМО	4197
10	Лепра https://vk.com/leprum	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	3977

* Так как групп с подобным названием может быть более пяти в сети «ВКонтакте», мы вычленили только те, которые составили рейтинг.

Таблица 2. **Рейтинг интересов по социальным группам девушек Университета ИТМО**

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
1	Интересные события в Санкт-Петербурге https://vk.com/blog_fiesta	События, новости, мероприятия, развлечения Санкт-Петербурга	6459
2	KudaGo: Санкт-Петербург https://vk.com/kudagospb	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	5883
3	Способы путешествовать почти бесплатно (RU) https://vk.com/vandroukiru	Бюджетный туризм, акции туристических агентств,	5203
4	Это Питер, детка! [Типичный Питер] https://vk.com/piter	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	4908
5	Science Наука https://vk.com/sci	Научно-популярные факты, новости	4324
6	Bon Appétit Лучшие рецепты https://vk.com/bon	Кулинария	4218
7	Лепра https://vk.com/leprum	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	4157
8	E-squire https://vk.com/ru.esquire	Брендинг, спецпроекты, нативная реклама	3922
9	ITMO.STUDENTS https://vk.com/itmostudents	Новости, актуальная информация о студенческих мероприятиях города и Университета ИТМО	3918
10	Лучшие стихи великих поэтов Литература https://vk.com/1poetry	Поэзия, цитаты знаменитых людей	3700

Таблица 3. **Рейтинг интересов по социальным группам юношей Горного университета**

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
1	Анонимные Слухи В Горном https://vk.com/mining__anon	Неформальное общение (анонимное в том числе), информация о мероприятиях университета	3447
2	MDK https://vk.com/mudakoff	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	2453

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
3	СПБГТИ(ТУ) ФЭМ помощь студентам https://vk.com/zfemhelps	Помощь с дисциплинами, модулями, курсовыми, отчетами по практике (коммерческая деятельность)	2169
4	Наука и Техника https://vk.com/science_technology	Научно-популярные факты, новости	2059
5	Science Наука https://vk.com/sci	Научно-популярные факты, новости	1934
6	Киномания https://vk.com/kino_mania	Кино, сериалы, информация о кино	1874
7	ЕП (Эпицентр Юмора) https://vk.com/fuck_humor	Интернет-мемы, демотиваторы, черный юмор	1664
8	5 лучших фильмов https://vk.com/xfilm	Кино, сериалы, информация о кино	1653
9	NR / НОВЫЙ РЭП https://vk.com/rapnewrap	Музыка, информация о музыке	1557
10	Киномания Новинки кино 2018 https://vk.com/kinomania	Кино, сериалы, информация о кино	1511

Таблица 4. Рейтинг интересов по социальным группам девушек Горного университета

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
1	СПБГТИ(ТУ) ФЭМ помощь студентам https://vk.com/zfemhelps	Помощь с дисциплинами, модулями, курсовыми, отчетами по практике (коммерческая деятельность)	4101
2	Анонимные Слухи В Горном https://vk.com/mining_anon	Неформальное общение (анонимное в том числе), информация о мероприятиях университета	2721
3	Палата № 6 https://vk.com/pn6	Юмор	2573
4	40 КГ https://vk.com/40kg	Образ жизни, «правильное питание»	2498
5	90—60—90 Спортивные девушки https://vk.com/90_60_90	Образ жизни, «правильное питание», спорт	2386
6	Киномания https://vk.com/kino_mania	Кино, сериалы, информация о кино	2319
7	Шедевры кулинарии Простые рецепты https://vk.com/sh.cook	Кулинария	2225
8	Психология отношений https://vk.com/psy.people	Психология отношений	2212
9	Лучшие стихи великих поэтов Литература https://vk.com/1poetry	Поэзия, цитаты знаменитых людей	2206
10	Bon Appétit Лучшиерецепты https://vk.com/bon	Кулинария	2203

Таблица 5. Рейтинг интересов по социальным группам юношей РГПУ им. Герцена

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
1	Фундаментальная библиотека РГПУ им.А.И.Герцена https://vk.com/libherzen	Информация о библиотеке, мероприятия	2992
2	Science Наука https://vk.com/sci	Научно-популярные факты, новости	1857
3	Подслушано в Герцена https://vk.com/rgpu_sluh	Неформальное общение (анонимное в том числе), информация о мероприятиях университета	1809
4	Команда ВКонтакте https://vk.com/team	Новости, акции, реклама ВКонтакте	1730
5	MDK https://vk.com/mudakoff	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	1686
6	Киномания https://vk.com/kino_mania	Кино, сериалы, информация о кино	1671
7	Наука и Техника https://vk.com/science_technology	Научно-популярные факты, новости	1646
8	5 лучших фильмов https://vk.com/xfilm	Кино, сериалы, информация о кино	1558
9	Интересные события в Санкт-Петербурге https://vk.com/blog_fiesta	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	1550
10	Киномания Новинки кино 2018 https://vk.com/kinomania	Кино, сериалы, информация о кино	1550

Таблица 6. Рейтинг интересов по социальным группам девушек РГПУ им. Герцена

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
1	Интересные события в Санкт-Петербурге https://vk.com/blog_fiesta	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	9684
2	KudaGo: Санкт-Петербург https://vk.com/kudagospb	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	8584
3	Это Питер, детка! [Типичный Питер] https://vk.com/piter	События, новости, развлечения Санкт-Петербурга	8543
4	Лучшие стихи великих поэтов Литература https://vk.com/1poetry	Поэзия, цитаты знаменитых людей	7844
5	Bon Appétit Лучшиерецепты https://vk.com/bon	Кулинария	6560
6	Подслушано в Герцена https://vk.com/rgpu_sluh	Неформальное общение (анонимное в том числе), информация о мероприятиях университета	6458
7	Лепра https://vk.com/leprum	Интернет-мемы, демотиваторы на злободневные темы, черный юмор	6345

№	Название группы	Тематика группы	Всего акторов
8	ДТП и ЧП Санкт-Петербург Питер Онлайн СПб https://vk.com/spb_today	Информация о ДТП	6067
9	Cook Good — лучшие рецепты https://vk.com/cook_good	Кулинария	5996
10	Палата № 6 https://vk.com/pn6	Юмор	5871

Высокий рейтинг групп, определяемый количеством активных пользователей, входящих в рассматриваемую категорию акторов социальной сети «ВКонтакте», свидетельствует о преобладании соответствующих интересов. Тематика групп поддерживается их модераторами, администраторами в соответствии с описанием на главной странице, существенных отклонений от тематики выявлено не было. Важную роль в поддержании интересов акторов играет наличие во «ВКонтакте» новостной ленты личного аккаунта. Учитывая, что в новостной ленте отображаются новые посты группы, сообщения, лайки, то есть общая активность группы, очевидно, что подписчики имеют доступ ко всем событиям, происходящим в группе, это стимулирует интерес и соответствующую познавательную активность акторов, поддерживает их внимание к событиям группы. Подтверждением этому является активное посещение акторами групп, репосты на личных страницах, комментарии и лайки акторов.

Анализ данных показал, что юноши Университета ИТМО проявляют интересы к следующим группам: «Хабрахабр» (5308 юношей), «Science | Наука» (4970), «Наука и Техника» (4965), «Лентач» (4947), «Команда ВКонтакте» (4615), MDK (4448), «Подслушано в ИТМО» (4341), «Типичный программист» (4300), «ИТМО.STUDENTS» (4197), «Лепра» (3977). Анализ тематик групп позволяет классифицировать интересы данных студентов по направлениям.

Среди юношей Университета ИТМО — акторов социальной сети «ВКонтакте» лидируют группы «Хабрахабр», «Science | Наука», «Наука и Техника», «Команда ВКонтакте»; «Типичный программист», в которых представлена информация в области науки и техники, IT-технологий, робототехники, особенности IT-рынка, интернет-экономики. Контент-анализ групп показал, что наиболее популяризированную (общедоступно изложенной, упрощенной) информацию предоставляет группа «Science | Наука». Посты в группе касаются не только науки и техники, но и политики, происшествий в городах и регионах, комментарии в группе носят экспрессивный характер, содержат гиф-анимацию, мемы, не связанные с научными фактами. Соответственно, юноши Университета ИТМО проявляют интерес не только к сугубо научным фактам, но и к популярной информации. Было выявлено преобладание познавательных интересов в IT-области, интереса к новинкам науки и техники, а также в области популярной (вирусной) информации в сети.

Анализ контента таких групп, как «Команда ВКонтакте», «Типичный программист», позволяет заключить, что юношей интересуют вакансии на IT-рынке, информация о событиях и новинках социальной сети «ВКонтакте», интернет-экономика, новости иных социальных сетей, касающиеся в основном программного

обеспечения, актуальных событий, обучающих курсов в области IT. Комментарии в группе носят специфический характер: обсуждаются программы, их новизна, мобильные разработки, в комментариях задаются вопросы по предмету обсуждения; общение отличается юмором, сленгом: «мобилки», «операционки», «кодить», «гамать», «вебня», «джоиниться» и пр. Очевидно наличие определенной субкультуры и узкой профессиональной направленности познавательных интересов.

Популярность групп «Подслушано в ИТМО», «ИТМО.STUDENTS», которые относятся к корпоративным группам ИТМО, свидетельствует, что юношей интересует корпоративное общение, неформальное общение в Университете ИТМО, общение со сверстниками, студенческие мероприятия. Группа «Подслушано в ИТМО» имеет более неформальный контент. Посты, комментарии касаются жизни студентов в общежитии (поиск возможности заселения, бытовые вопросы, помощь при возникновении проблем), вопросы межличностного общения, обсуждение учебных дисциплин и преподавателей, вопросы поступления, перевода с одного направления подготовки на другой, поиск вещей, потерянных в стенах вуза, знакомства и пр. В комментариях часто используется юмор, они содержат мемы, гиф-анимацию, фотографии. Для поддержания темы беседы студентами предлагается общение за пределами группы, в личных сообщениях. Группа отличается высокой активностью участников.

«ИТМО.STUDENTS» — официальная группа Университета ИТМО, где содержится информация о вузе, мероприятиях, грантах, конкурсах, событиях. Комментарии носят целенаправленный характер: запись, регистрация на мероприятия, уточняющие вопросы о событиях; неформальное общение сведено к минимуму.

Участие в популярных интернет-группах «Лентач», «MDK» свидетельствует, что в структуру интересов включены демотиваторы на злободневные темы, интернет-мемы, распространенная резонансная интернет-информация. Контент-анализ показал, что в данных группах представлена упрощенная, вирусная информация, практически без фильтров на ненормативную лексику, объективность, эстетичность. Темы могут быть различными по направленности, могут заимствоваться с разных сайтов интернета, отражают настроения пользователей в определенный момент времени. Комментарии в группе носят экспрессивный неформальный характер, изобилуют ненормативной лексикой.

Группа «Лепра» имеет высокий рейтинг среди юношей Университета ИТМО, в ней содержится популярная информация на злободневные темы (политика, экономика, юриспруденция), демотиваторы, мемы, различные фотографии, музыка и прочее, в постах присутствует ненормативная лексика. Отключены комментарии. Таким образом, подтверждается информация, что у юношей студентов Университета ИТМО преобладают интересы к вирусной популярной, злободневной информации, которые включены в интересы интернет-сообщества.

Среди девушек Университета ИТМО — акторов социальной сети «ВКонтакте» наибольшую популярность имеют группы «Интересные события в Санкт-Петербурге» (6459 девушек), «KudaGo: Санкт-Петербург» (5883), «Способы путешествовать почти бесплатно (RU)» (5203), «Это Питер, детка! [Типичный Питер]» (4908), «Science | Наука» (4324), «BonAppétit Лучшие рецепты» (4218), «Лепра» (4157),

«E-squire» (3922), «ITMO.STUDENTS» (3918), «Лучшие стихи великих поэтов | Литература» (3700).

Анализ тематик групп позволяет обобщить интересы группы девушек по направлениям. Так, наибольшую популярность имеют группы «Интересные события в Санкт-Петербурге», «KudaGo: Санкт-Петербург», «Это Питер, детка! [Типичный Питер]». Группы содержат информацию о культурных событиях Санкт-Петербурга, новостях культуры (премьеры, выставки, концерты, обучающие тренинги, встречи с деятелями культуры и искусства), приглашения на экскурсии, приводятся экскурсионные маршруты, описываются достопримечательности города. На стенах групп размещаются музыкальные посты, аудиофайлы с экскурсиями, рассказами о культурных событиях. Комментарии в группах соответствуют постам, содержат отношение к информации.

В группе «Способы путешествовать почти бесплатно (RU)» публикуется информация об акциях и скидках туристических агентств, компаний перевозчиков, уровень цен на авиаперелеты, автобусные маршруты, железнодорожный транспорт; популярные туристические направления. Комментарии в группе носят единичный характер, количество просмотров каждого поста достигает нескольких тысяч. Анализ позволяет сделать вывод, что девушки проявляют интерес к области развлечений, досуга, путешествий как по стране, так и за ее пределами, их интересуют новости и события в Санкт-Петербурге.

Участие в группе «BonAppétit | Лучшие рецепты» подтверждает интересы в области кулинарии, так как основной контент группы — кулинарные рецепты, информация о пользе продуктов. Комментариев в группе меньше десятка, количество просмотров может достигать до нескольких десятков тысяч.

Участие в группах «Science | Наука» свидетельствуют об интересе к популярной науке, причем не только к научным фактам, но и к вирусной информации (аналогично интересам юношей Университета ИТМО).

В группе «E-squire» представлена краткая информация о деятелях культуры и искусства из одноименного журнала, фотографии на популярные темы в интернете (время года, города, страны, популярные артисты), мемы, gif-анимация, информация о брендах. Участие девушек в группе «E-squire» свидетельствует об интересах к брендингованию, рекламе, популярной информации в сети.

Также среди девушек Университета ИТМО популярностью пользуется группа «Лепра», что означает, что в сферу интересов входят демотиваторы на злободневные темы, интернет-мемы, вирусная информация в сети.

Участие в группе «ITMO.STUDENTS» говорит о том, что девушки интересуются корпоративным общением, неформальным общением в Университете ИТМО, студенческими мероприятиями (аналогично интересам юношей Университета ИТМО).

Также наблюдаются интересы в области лирики, поэзии, это подтверждает популярность группы «Лучшие стихи великих поэтов | Литература», в которой представлены тексты стихотворений поэтов, фотографии поэтов и деятелей литературы, краткие выдержки из литературных произведений. В группе активно комментируются личности поэтов, их деятельность, отношение участников группы к поэзии, публикуются стихотворения, обсуждаются взаимоотношения. Количество просмотров одного поста достигает нескольких сот тысяч.

Среди юношей Горного университета — акторов социальной сети «ВКонтакте» пользуются популярностью группы «Анонимные Слухи В Горном» (3447), «МДК» (2453), «СПБГТИ(ТУ) ФЭМ помощь студентам» (2169), «Наука и Техника» (2059), «Science | Наука» (1934), «Киномания» (1874), ЕП (Эпицентр Юмора) (1664), «5 лучших фильмов» (1653), «NR / НОВЫЙ РЭП» (1557), «Киномания | Новинки кино 2018» (1511).

Первые места в рейтинге групп у юношей Горного университета занимают группы «Анонимные Слухи В Горном», «СПБГТИ(ТУ) ФЭМ помощь студентам». Анализ контента этих групп показывает, что в них превалирует информация из жизни студентов: вопросы написания курсовых работ, помощь в обучении, заселение в общежитие, обсуждение личности преподавателей, способов сдачи долгов по учебе, общение со сверстниками, бытовые вопросы и прочее. Комментарии в группе «Анонимные Слухи в Горном» носят неформальный характер, часто содержат юмор, включают мемы, гиф-анимацию, фотографии. В группе «СПБГТИ(ТУ) ФЭМ помощь студентам» комментарии отключены. Количество просмотров в среднем от нескольких сотен до тысячи под одним постом, что свидетельствует об активности группы.

Исходя из полученных данных, мы можем заключить, что лидируют интересы к корпоративному неформальному общению, в том числе анонимному, интересы к учебной информации Горного университета, студенческим мероприятиям, помощи в обучении.

Также высокий рейтинг по количеству участников имеют группы «Наука и Техника», «Science | Наука», что говорит о познавательных интересах в области науки и техники, а также в области популярной, вирусной информации в сети, аналогично интересам студентов Университета ИТМО.

Контент группы «ЕП (Эпицентр Юмора)» содержит упрощенную популярную информацию, демотиваторы на злободневные темы, фотографии, гиф-анимацию, мемы и т. д. Посты могут содержать ненормативную лексику. Комментарии отключены. Количество просмотров одного поста достигает нескольких сот тысяч.

Участие в группах «МДК», «ЕП (Эпицентр Юмора)» свидетельствует, что в сфере интересов юношей попадают демотиваторы на злободневные темы, интернет-мемы, юмор, интересы к вирусной популярной, злободневной информации, которые включены в интересы интернет-сообщества.

Группы «Киномания», «5 лучших фильмов», «Киномания | Новинки кино 2018» отличаются преобладанием рекламы кинофильмов, на стенах групп размещены видеорелизы фильмов по направлениям, фотографии актеров и режиссеров. В группах «5 лучших фильмов», «Киномания | Новинки кино 2018» разрешается оставлять комментарии, количество которых достигает нескольких сотен под одним постом. Комментарии в основном отражают характер группы: содержат гиф-анимацию, фотографии актеров, режиссеров, ссылки на другие кинофильмы, обсуждение фильмов и героев, отношение к ним. Данный анализ подтверждает интересы к кино, к просмотрам фильмов онлайн, к общению.

«NR/НОВЫЙ РЭП» содержит информацию о концертах современных направлений музыки (как правило, это рэп, хип-хоп, рок). В группе размещен музыкальный видео- и аудиоконтент, фотографии музыкантов, исполнителей, афиши концертов.

Участие в группе «NR/НОВЫЙ РЭП» говорит об интересе к современной музыке, общению по данной тематике. Количество просмотров одного поста достигает десятков тысяч.

Среди девушек Горного университета — акторов социальной сети «ВКонтакте» наиболее популярны группы «СПБГТИ(ТУ) помощь студентам СПБГТИ ФЭМ заочникам» (4101 девушка), «Анонимные Слухи в Горном» (2721), «Палата № 6» (2573), «40 КГ» (2498), «90-60-90 | Спортивные девушки» (2386), «Киномания» (2319), «Шедевры кулинарии | Простые рецепты» (2225), «Психология отношений» (2212), «Лучшие стихи великих поэтов | Литература» (2206), «BonAppétit | Лучшие рецепты» (2203).

Анализ тематик групп выявляет интересы студенток. Популярность групп «Анонимные Слухи В Горном», «СПБГТИ(ТУ) помощь студентам СПБГТИ ФЭМ заочникам» говорит о том, что лидирует интерес к корпоративному неформальному общению, в том числе анонимному, к информации Горного университета, студенческим мероприятиям, помощи в обучении (подобно интересам юношей Горного университета).

Группы «40 КГ», «90-60-90 | Спортивные девушки» содержат информацию о здоровом питании, тренировках, особенностях спортивного образа жизни, фотографии девушек, гиф-анимацию, видео спортивных тренировок, мотиваторы, гиф-анимацию, музыку к тренировкам. Количество просмотров достигает до нескольких десятков тысяч. В комментариях обсуждаются проблемы «лишнего веса», личных достижений в тренировках, отношение к спорту. Участие в группах «40 КГ», «90-60-90 | Спортивные девушки» позволяет предположить, что в сравнении со студентками других рассматриваемых вузов девушки из Горного университета теоретически больше интересуются здоровым питанием, спортивным образом жизни, проявляют интерес к красоте тела и демонстрации его.

В группе «Палата № 6» публикуются короткие анонимные истории, высказывания, конкурсы группы, интернет-мемы. В группе официально действует цензура (что объявлено на странице), в постах поддерживается юмор. Комментарии отключены. Количество просмотров постов достигает сотен тысяч. Участие в группе «Палата № 6» предполагает наличие у девушек интересов к юмору, интернет-мемам.

Подписка девушек на группу «Киномания» подтверждает интересы к новостям кино, к просмотрам фильмов онлайн, аналогично интересам юношей Горного университета.

«Психология отношений» — группа, где публикуется популярная информация из области психологии, короткие посты об отношениях, эмоциях, фотографии людей, природы, популярные тесты, опросы. Количество просмотров постов достигает нескольких сот тысяч. Есть возможность комментирования, общения. Участие в группе «Психология отношений» обозначает интересы в области психологии общения, эмоций, интерес к сентиментальной информации.

Контент группы «Лучшие стихи великих поэтов | Литература» свидетельствует об интересах к лирике, поэзии (аналогично интересам девушек Университета ИТМО). В сферу интересов девушек Горного университета также входят кулинарные рецепты, здоровое питание, о чем говорит участие в группе «BonAppétit | Лучшие рецепты».

Анализ данных рейтинга групп социальной сети «ВКонтакте» среди студентов РГПУ им. Герцена выявил следующие особенности: большую открытость аккаунтов и активность девушек — акторов социальной сети по сравнению со всеми рассматриваемыми акторами.

Среди юношей РГПУ им. Герцена — акторов социальной сети «ВКонтакте» наибольшую популярность получили группы: «Фундаментальная библиотека РГПУ им. А. И. Герцена» (2992 юноши), «Science | Наука» (1857), «Подслушано в Герцена» (1809), «Команда ВКонтакте» (1730), «МДК» (1686), «Киномания» (1671), «Наука и Техника» (1646), «5 лучших фильмов» (1558), «Интересные события в Санкт-Петербурге» (1550), «Киномания | Новинки кино 2018» (1550).

Среди юношей из РГПУ им. Герцена лидирует группа «Фундаментальная библиотека РГПУ им. А. И. Герцена», в которой представлена информация о новостях библиотеки, культурных мероприятиях, событиях (дни рождения деятелей культуры, писателей, ученых), обращения к читателям, обозначены доступы к библиотечным ресурсам, семинарам, проводимым в рамках библиотечных мероприятий. Просмотров группы насчитывается до нескольких сотен. Активность участников можно назвать низкой по сравнению с другими группами, где количество просмотров значительно выше, но здесь необходимо учитывать корпоративный характер группы, ее специфическую направленность. Комментарии и лайки редки. Количество участников в группе может свидетельствовать об интересе к информации Фундаментальной библиотеки РГПУ им. А. И. Герцена.

Участие в группах «Science | Наука» и «Команда ВКонтакте» позволяет выявить познавательные интересы в области науки и техники, информации о событиях и новинках сети «ВКонтакте», а также в области популярной (вирусной) информации, подобно интересам юношей из других рассматриваемых вузов.

«Подслушано в Герцена» — корпоративная группа студентов данного вуза. Контент-анализ выявил, что, как и в предыдущих корпоративных группах, здесь превалирует информация из жизни студентов: вопросы про обучение в вузе, заселение в общежитие, обсуждение преподавателей, общение со сверстниками и пр. Высокий рейтинг группы «Подслушано в Герцена» у данных студентов позволяет заключить, что в сферу актуальных интересов входит корпоративное общение, неформальное общение, в том числе анонимное, общение со сверстниками, интерес к студенческим мероприятиям университета им. А. И. Герцена.

Участие в группе «МДК» показывает, что юноши интересуются демотиваторами на злободневные темы, интернет-мемами. Группы «Киномания», «5 лучших фильмов», «Киномания | Новинки кино 2018» — объединяют тех, кто интересуется кино, смотрит фильмы онлайн. Состоящие в группе «Интересные события в Санкт-Петербурге» получают новости, информацию о событиях и развлечениях в Санкт-Петербурге.

Анализ данных показал, что среди девушек РГПУ им. Герцена — акторов социальной сети «ВКонтакте» наиболее популярны группы «Интересные события в Санкт-Петербурге» — (9684 девушки), «KudaGo: Санкт-Петербург» (8584), «Это Питер, детка! [Типичный Питер]» (8543), «Лучшие стихи великих поэтов | Литература» (7844), «BonAppétit | Лучшие рецепты» (6560), «Подслушано в Герцена»

(6458), «Лепра» (6345), «ДТП и ЧП | Санкт-Петербург | Питер Онлайн | СПб» (6067), «CookGood — лучшие рецепты» (5996), «Палата № 6» (5871).

Анализ тематик групп позволяет обобщить интересы рассматриваемой группы девушек по направлениям: «Интересные события в Санкт-Петербурге», «KudaGo: Санкт-Петербург», «Это Питер, детка! [Типичный Питер]» — интересы к досуговой деятельности, событиям, новостям, развлечениям в Санкт-Петербурге (аналогично интересам девушек Университета ИТМО).

Участие в группах «Подслушано в Герцена» — интерес к корпоративному неформальному общению, в том числе анонимному, к информации университета им. Герцена, студенческим мероприятиям. «Лучшие стихи великих поэтов | Литература» — интерес к поэзии, лирике; «BonAppétit | Лучшие рецепты» — к кулинарии.

Девушки интересуются демотиваторами на злободневные темы, интернет-мемами, юмором, популярным (вирусным) контентом. Об этом свидетельствует участие в группах «Лепра» и «Палата № 6».

«ДТП и ЧП | Санкт-Петербург | Питер Онлайн | СПб» — группа, где содержится информация об авариях, дорожно-транспортных происшествиях в Санкт-Петербурге, угонах автомобилей, происходит поиск свидетелей дорожно-транспортных происшествий. Количество просмотров одного поста доходит до нескольких десятков тысяч, а количество комментариев — до нескольких сотен. Участие в группе «ДТП и ЧП | Санкт-Петербург | Питер Онлайн | СПб» показывает интерес к событиям на автодороге, дорожно-транспортным происшествиям, общению в группе.

Обобщая полученные в ходе анализа данные, можно прийти к выводу, что среди юношей Университета ИТМО — акторов социальной сети «ВКонтакте» преобладают познавательные интересы. Активность в соответствующих социальных группах может свидетельствовать о том, что студенты интересуются будущим в профессиональной деятельности, следят за развитием IT-сферы, вакансиях на IT-рынке, также интересуются вирусной информацией в сети. Студенты Университета ИТМО, вне зависимости от гендерной принадлежности, не проявили явных интересов к социальным группам, где представлены киноновинки, сериалы, где можно смотреть фильмы онлайн.

Девушки Университета ИТМО большой интерес в социальной сети проявляют к досуговой деятельности, международному туризму и развлечениям, что уникально для данной выборки.

Для студентов Горного университета, вне зависимости от гендерной принадлежности, познавательные интересы имеют отличительный характер (наряду с интересом к науке и технике у юношей), большое количество акторов интересуются помощью в освоении дисциплин, модулей, написании курсовых работ, отчетов по практике. Особо распространен среди студентов Горного университета интерес к кино, просмотрам фильмов онлайн.

Девушки Горного университета демонстрируют в сети интересы к правильному питанию, красоте тела, спорту, что также уникально для рассматриваемой выборки.

Интересы студентов РГПУ им. Герцена имеют больше общих черт с актерами всей представленной выборки. Познавательные интересы юношей включают интересы к науке и технике, событиям и новинкам социальной сети «ВКонтакте»,

популярному контенту. Также акторы интересуются событиями в Санкт-Петербурге. У юношей был выявлен интерес к библиотечным ресурсам Фундаментальной библиотеки РГПУ им. А. И. Герцена, а у девушек — интересы к дорожно-транспортным происшествиям и чрезвычайным ситуациям в Санкт-Петербурге (возможно, это следствие социальных или образовательных акций университета).

Всех студентов объединяют интересы к корпоративному университетскому общению, к неформальному и анонимному общению со сверстниками. Данные интересы можно рассматривать в рамках социализации личности в университете, принятия норм, правил, традиций студенческой жизни. Исходя из анализа информации на стенах подобных групп, можно сказать, что студенты в «корпоративных» группах проявляют экспрессивность в комментариях, делятся впечатлениями, обсуждают проблемы обучения, личностного общения. При анонимности часто используется ненормативная лексика, что может свидетельствовать не столько о культурном уровне студентов, сколько о высокой эмоциональности контактов, эмоциональной разрядке, а также особенностях молодежной субкультуры.

Вянием времени является увлеченность демотиваторами на злободневные темы, интернет-мемами, то есть присутствует интерес к спонтанной информации, которая имеет вирусный характер распространения в интернет-среде, популярной и актуальной на относительно короткий промежуток времени и отражающей интересы молодого поколения. Это возможность быть в курсе последних событий, следовать моде, что консолидирует студентов, позволяет придерживаться единой субкультуры (молодежной, студенческой). К этому можно добавить, что такая увлеченность не гарантирует погруженности в проблемы, события, которые представляет тот или иной мем или демотиватор, позволяет на поверхностном уровне уловить направление интересов большинства, быть «в курсе».

Интересы к путешествиям и досугу — это то, что традиционно характеризует молодежь, позволяет проявлять активность, в том числе познавательную. В группах, где представлены подобные интересы, можно обрести товарищей по совместным путешествиям или друзей. Найти доступный в материальном плане отдых или досуг, поделиться эмоциями, впечатлениями.

Девушки, в большинстве своем, проявляют традиционные гендерные интересы, проявляют эмоциональность и чувствительность, драматичность, демонстрируют интересы к кулинарии (что не гарантирует умение готовить или любовь к приготовлению пищи, которая стала трендом в социальных сетях).

Интересы студенческой молодежи — акторов социальной сети «ВКонтакте» имеют ряд особенностей: гендерные различия; познавательную направленность в зависимости от места обучения, традиций, норм вуза; они отражают характерные социально-психологические признаки молодежи; имеют культурно-массовый характер. Также существуют и общие тенденции. Для юношей это участие в группах с популярной, упрощенной информацией, содержащей интернет-мемы, демотиваторы, черный юмор и пр.; для девушек — участие в поэтических и кулинарных группах, где также публикуется простая по форме информация (фотографии, короткие фразы в посте, гиф-анимация и пр.).

Таблица 7. Совпадение рейтинга интересов по социальным группам студентов вузов

Социальные группы «ВКонтакте»	ИТМО	Горный	РГПУ им. Герцена	ИТМО	Горный	РГПУ им. Герцена
	Юноши			Девушки		
Science Наука	+	+	+	+		
Наука и Техника	+	+	+			
MDK	+	+	+			
Von Appétit Лучшиерецепты				+	+	+
Лучшие стихи великих поэтов Литература				+	+	+
Команда ВКонтакте	+		+			
Киномания		+	+		+	
5 лучших фильмов		+	+			
Киномания Новинки кино 2018		+	+			
Лепра	+			+		+
Интересные события в Санкт-Петербурге			+	+		+
KudaGo: Санкт-Петербург				+		+
Это Питер, детка! [Типичный Питер]				+		+
Палата № 6					+	+

Анализ активности в группах (посещаемость, количество пользователей, комментариев) социальной сети «ВКонтакте» позволяет заключить, что на интересы молодежи можно влиять путем распространения информации, имеющей характер мемов, не перегруженной символами и знаками, носящей яркий экспрессивный характер (отрицательный или положительный) или имеющей юмористическую форму. Неслучайно у рассматриваемых акторов популярностью пользуются группы с вирусным контентом, имеющие количество участников более миллиона человек: «Лентач» (на момент исследования 1 981 498 участников), «MDK» (10 360 218), «Лепра» (4 790 562), «Science | Наука» (5 346 044), «ЕП (Эпицентр Юмора)» (9 372 009), VonAppétit | Лучшие рецепты (4 361 945) и др., где представлена подобная информация.

По интересам молодежи — акторов социальной сети «ВКонтакте» можно судить о том, как тот или иной вуз использует информационно-образовательные ресурсы социальной сети, их эффективность. Выявлено, что активность в корпоративных социальных группах университетов, информационно-образовательных по своему назначению, низкая. Количество обработанных машинным методом групп, организованных для корпоративного общения, больше, чем представлено в текущем рейтинге студентов, активность в группах данных студентов низкая или отсутствует. Участие в такой группе обозначает принадлежность к университету, но не подразумевает студенческую активность, чаще вызывает интерес у студентов младших курсов (что следует из анализа обращений и комментариев в группе), бывших выпускников и преподавателей (анализ состава участников группы). Количество

просмотров, комментариев и других свидетельств активности группы существенно ниже, чем во всех остальных рассматриваемых группах.

Полученные данные могут быть использованы в педагогических, социально-психологических, социологических, маркетинговых исследованиях.

Список литературы (References)

Александров Д. В. Понятие «интерес» в современной западной социологии // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 57—66.

Aleksandrov D. V. (2014) The Notion of 'Interest' in Contemporary Western Sociology. *Sociological Studies*. No. 8. P. 57—66. (In Russ.)

Гарсиа-Молина Г., Ульман Д., Уидом Д. Системы баз данных. Полный курс. / пер. с англ. А. С. Варакина. М. : Вильямс, 2003. 1088 с.

Garcia-Molina G., Ullman D., Widom D. (2003) Database Systems: The Complete Book. Trans. from English by A. S. Varakina. M.: Williams. 1088 p. (In Russ.)

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.10

Правильная ссылка на статью:

Саламова З. К. Конструирование личных брендов в бьюти-влогах // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 212—227. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.10>.

For citation:

Salamova Z. K. (2019) Construction of personal brands in beauty vlogging. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 212—227. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.10>.



З. К. Саламова КОНСТРУИРОВАНИЕ ЛИЧНЫХ БРЕНДОВ В БЬЮТИ-ВЛОГАХ

КОНСТРУИРОВАНИЕ ЛИЧНЫХ БРЕНДОВ В БЬЮТИ-ВЛОГАХ

САЛАМОВА Земфира Каурбековна — преподаватель школы культурологии факультета гуманитарных наук, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Москва, Россия; аспирант, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия
E-MAIL: zemfirasalamova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1714-8170>

Аннотация. В мире стабильно растет популярность цифрового контента о макияже и уходе за собой («бьюти»). Большая часть его производителей и потребителей — молодые люди. На примере трех российских YouTube-каналов («Arina Viscera», «ND Beauty Channel» и «Gev Mua») автор исследует,

CONSTRUCTION OF PERSONAL BRANDS IN BEAUTY VLOGGING

Zemfira K. SALAMOVA^{1,2} — Lecturer; Post-Graduate Student
E-MAIL: zemfirasalamova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1714-8170>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

² Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

Abstract. The popularity of digital content about make-up and self-care has been steadily growing during the recent years. Most of its producers and consumers are young people. The article analyzes three Russian YouTube-channels (“Arina Viscera”, “ND Beauty Channel” and “Gev Mua”) to study how their

как производящие их влогеры выстраивают свои личные бренды в рамках производства бьюти-контента. В исследовании используются анализ дискурса и качественный анализ контента. Полученные результаты свидетельствуют, что формат бьюти-влога предоставляет пользователю различные варианты презентации себя аудитории через выбор тех или иных способов демонстрации экспертной позиции, соотнесения себя со зрителями, манифестации своей увлеченности косметикой и раскрытия эмоциональных и физических ресурсов, вкладываемых в производство контента.

Ключевые слова: влогинг, «бьюти»-влогинг, микро-селебрити, личный бренд, неолиберальные условия труда, эмоциональный труд, экспертность, перформанс аутентичности

hosts construct their personal brands in the context of beauty content production. The article employs the technique of discourse analysis and a qualitative content analysis. The research results show that the beauty vlog format provides users with various ways of presenting themselves to the audience as they can choose different ways of demonstrating their expertise, comparing themselves to viewers, manifesting their passion for makeup and showing emotional and physical resources that are used in the production.

Keywords: vlogging, beauty vlogging, micro-celebrity, personal brand, neoliberal labor practices, emotional labour, expertise, authenticity performance

Введение

Бьюти-влоги¹ посвящены уходу за собой и макияжу. Они включают поджанры, самый популярный из которых — «тьюториал» (видеоинструкция), объясняющий зрителям, как нанести макияж. Популярность видео в тематике «бьюти» стабильно растет в последние годы: в 2017 г. бьюти-влоги посмотрело 104 млрд чел., на 2018 г. прогнозировалось не менее 169 млрд просмотров². В 2017 г. по суммарному количеству всех просмотров на YouTube материалы, посвященные косметике (219 млрд, уступили только видео в тематике «Еда и напитки» (292 млрд)³, а бьюти-тьюториал является одним из наиболее популярных подвидов видеоинструкций на платформе YouTube⁴.

Бьюти-блогеры — относительно новые акторы в сфере популярной культуры. Их появление стало возможным в условиях становления Веб 2.0 и развития «культуры соучастия», или «партиципаторной культуры» [Jenkins, 2006], в которой

¹ От англ. «beauty» и «влог» — видеоблог.

² Pixability. The Digital Beauty Counter: How Beauty Marketers Can Connect With Consumers Through YouTube, Facebook, And Instagram Video // Pixability.com. 2018. С. 6. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pixability.com/industry-studies/digital-beauty-counter/> (дата обращения: 18.02.2019).

³ Pixability. Standing Out: How Beauty and Personal Care Brands Can Make an Impact with Social Video // pixability.com. 2017. С. 7. [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: <https://www.pixability.com/industry-studies/standing-out-beauty-personal-care-brands-impact-social-video/> (дата обращения: 14.01.2019).

⁴ YouTube Trends. B Is for Beauty: #10YearsofYouTube. 2015 [Электронный ресурс]. URL: <https://youtube-trends.blogspot.com/2015/05/b-is-for-beauty-10yearsofyoutube.html> (дата обращения: 20.09.2018).

интернет-пользователи получили возможность активнее участвовать в производстве контента (в том числе развлекательного) и формировании культуры. Сегодня независимые создатели контента могут существовать в одном поле и конкурировать с институциональными производителями. В 2018 г. в тематике «бьюти» на платформе YouTube косметическим брендам принадлежал 1 %, медиа-изданиям об уходе за собой и моде — 39 %, а влогерам — 60 % от общего числа просмотров⁵. Общей практикой для косметических брендов стали совместные проекты и рекламные договоренности с популярными блогерами, в которых многие видят коммерческий потенциал. Этому тренду следуют и компании, продающие косметику в России и сотрудничающие с локальными популярными бьюти-блогерами⁶.

Цифровой контент в тематике «бьюти» существует в различных форматах: текстовых блогов, страниц или аккаунтов в социальных сетях, каналов на YouTube. Блогер обычно распространяет и создает материалы в нескольких социальных сетях, однако именно видеоблогинг все больше воспринимается как ««новая норма» культурной работы» [Ashton, Patel, 2018: 148]. Поэтому данное исследование сосредоточено на бьюти-влогах, ведущихся на платформе YouTube, но также обращается к дополняющим их Instagram-аккаунтам.

Бьюти-контент входит в контекст современной молодежной культуры: среди его потребителей большой процент составляют именно молодые люди⁷. Маркетологи обозначают их как «миллениалов» (18—34 года). Самые популярные бьюти-влогеры мира — это также люди младше 34 лет: Марианд Кастанеда (канал «Yuuu» — 23 млн подписчиков, 25 лет), Джеффри Стар (канал «jeffreestar» — 12 млн подписчиков, 33 года), Зои Сагг (канал «Zoella» — 11 млн подписчиков, 28 лет), Никки де Ягер (канал «NikkieTutorials» — 11 млн подписчиков, 24 года)⁸.

В русскоязычном сегменте YouTube также распространяются видео в тематике бьюти, но мало у кого из популярных российских бьюти-влогеров есть миллионная аудитория. Среди исключений можно выделить Марию Вей (4,3 млн подписчиков на YouTube), которая входит в десятку самых популярных российских видеоблогеров⁹, Елену Шейдлину (2 млн подписчиков). Следует принять во внимание, что некоторые успешные бьюти-блогеры в России главным образом формируют контент на платформе Instagram, а YouTube используют как дополнение. Поэтому численность их подписчиков на разных платформах может сильно различаться¹⁰.

⁵ Pixability. The Digital Beauty Counter: How Beauty Marketers Can Connect With Consumers Through YouTube, Facebook, And Instagram Video // Pixability.com. 2018. С. 15. [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: <https://www.pixability.com/industry-studies/standing-out-beauty-personal-care-brands-impact-social-video/> (дата обращения: 18.02.2019).

⁶ Например, компания «Фаберлик» сотрудничала с влогером Марией Вей по продаже косметических наборов.

⁷ Pixability. Standing Out: How Beauty and Personal Care Brands Can Make an Impact with Social Video // pixability.com. 2017. С. 4. [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: <https://www.pixability.com/industry-studies/standing-out-beauty-personal-care-brands-impact-social-video/> (дата обращения: 14.01.2019).

⁸ SocialBlade. Top 250 Youtubers How To and Style Channels // Socialblade.com. 18.02.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/category/howto/mostsubscribed> (дата обращения: 18.02.2019).

⁹ Рейтинг блогеров // Российское Исследовательское Агентство Блогеров (РИАБ). 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://riabloggers.ru/bloggers> (дата обращения: 20.09.2018).

¹⁰ Например, у блогера Гоар Аветисян более 5 млн подписчиков в «Instagram», но около 200 тыс. подписчиков на платформе «YouTube», где ее контент выкладывается гораздо реже.

Российских производителей и потребителей бьюти-контента можно рассматривать в глобальном контексте: аудитория крупных англоязычных влогеров интернациональна, а при подборе рекомендаций из материалов в тематике «бьюти» российские СМИ советует русскоязычные каналы наряду с англоязычными¹¹.

Сегодня люди практически всех возрастных категорий могут заниматься созданием цифрового развлекательного контента при наличии доступа к интернету. И среди бьюти-влогеров есть представители разных возрастных групп¹², но настоящее исследование фокусируется на молодых видеоблогерах, чьи каналы и аккаунты посвящены уходу за собой, макияжу и косметическим новинкам, поскольку они ориентированы на самый широкий сегмент потребителей бьюти-контента (молодых людей).

Мы задались целью изучить, как молодые люди используют формат бьюти-влогов для публичного выстраивания своих личных брендов. В статье рассматриваются каналы «Arina Viscera» (Арина, 30 лет)¹³, «Gev Mua» (Геворг, 26 лет)¹⁴, «ND Beauty Channel» (Настя и Диана, 23 года)¹⁵. Эти каналы созданы относительно недавно, по числу подписчиков их нельзя отнести к лидирующим по популярности в российском бьюти-пространстве. Однако стоит отметить, что влогеры Геворг (канал «Gev Mua») и Арина («Arina Viscera») к концу 2018 г. получили признание в журналистике, посвященной уходу за собой, через совместные материалы с печатными изданиями «Glamour», «Flacon» (Геворг) и сайтом «The Blueprint» (Арина). Можно предположить, что в случае Геворга этому немало поспособствовало его участие в реалити-шоу «Мейкаперы» на канале «Пятница»¹⁶.

Подборку каналов нельзя назвать случайной, несмотря на то что критерием отбора не была популярность. Они выбраны так, чтобы представить разнообразие возможных форм бьюти-влога. Кроме того, важно, что большинство ведущих каналов знакомы с творчеством друг друга¹⁷.

¹¹ См.: Шакирова Ю. 12 Beauty-Блогеров, на которых точно стоит подписаться // Elle Girl. 07.04.2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ellegirl.ru/articles/12-beauty-vlogerov-na-kotoryih-tochno-stoit-podpisatsya/> (дата обращения: 20.09.2018); Шпильковская А. За кем из бьюти-блогеров следить? // Meduza. 24.09.2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/slides/za-kem-iz-byuti-bloggerov-sledit> (дата обращения: 20.09.2018).

¹² Pires C. 'This is what 70 looks like': the new generation of beauty influencers // The Guardian. 05.08.2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2018/aug/05/this-is-what-70-looks-like-the-new-generation-of-beauty-influencers> (дата обращения: 20.09.2018).

¹³ «Arina Viscera» — канал YouTube — URL: <https://www.youtube.com/channel/UC9F0TfFKXUgYqifCxZqcdNw/featured> (дата обращения: 20.09.2018).

¹⁴ «Gev Mua» — канал YouTube — URL: <https://www.youtube.com/channel/UCTwk3k30YEAY30X8kuFD8-g/featured> (дата обращения: 20.09.2018).

¹⁵ «ND Beauty Channel» — канал YouTube — URL: https://www.youtube.com/channel/UC8Z_BW7bk4c9C6m73SNoLUA/featured (дата обращения: 20.09.2018).

¹⁶ Например, именно выход в финал шоу стал поводом для интервью в журнале «Glamour».

¹⁷ Формально канал «GEV MUA» появился ранее канала «Arina Viscera», но именно после совместного видео на канале Арины, которое вышло 19 сентября 2017 г., Геворг начал регулярно (с 19 ноября 2017 г.) выпускать на своем канале более продолжительные видео, включающие приветствие аудитории и комментарии его действий. В своем Telegram-канале Геворг в посте от 5 августа 2018 г. упоминает Арину как человека, повлиявшего на то, что он стал развивать свой YouTube-канал (см. рис. 1). Настя, соавтор канала «ND Beauty», в выпуске от 30 апреля 2018 г. сказала, что до создания их канала смотрела всего три бьюти-влога, в число которых входил «Arina Viscera», и описала личную встречу с Ариной как важное для нее событие.

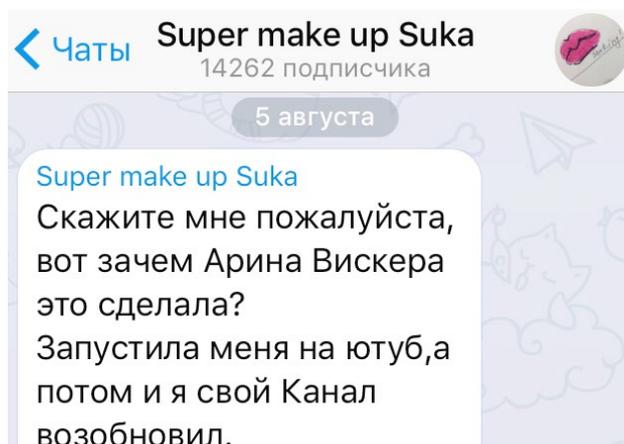


Рисунок 1. Скриншот из Telegram-канала «Super make up Suka» (хозяин канала — Геворг, «Gev Mia»). Сделан 05.08.2018.

Можно сказать, что эти каналы существуют в одной сети социальных контактов. Они были созданы с небольшими временными интервалами относительно друг друга. Однако действуют они согласно собственным стратегиям продвижения и создания контента на тему «бьюти». Геворг определяет себя как профессиональный визажист, Арина настаивает на том, что для нее макияж — это хобби, на канале «ND Beauty» совмещены две позиции: Настя представляется визажистом, Диана — любителем косметики. Относительная новизна выбранных бьюти-влогов также важна, так как на начальных этапах производства видеоконтента особенно заметны работа ведущих по конструированию образов и поиск формата через эксперименты с рубриками и техническим оформлением влога.

Для данного исследования важен влогинг как работа, отражающая современную специфику труда в сфере популярной культуры. Исследование фокусируется на влогерах, а не их аудитории, и основывается на дискурс-анализе и качественном анализе контента.

В первой части статьи представлен обзор существующих исследований бьюти-блогинга, затем на материале трех бьюти-влогов рассматриваются различные варианты выстраивания личного бренда бьюти-влогеров: как они поддерживают баланс между демонстрацией экспертности и «перформансом аутентичности» [Banet-Weiser, 2017: 275], какое отношение к своей деятельности они транслируют.

Изучение бьюти-б(в)логинга

Бьюти-блогинг активно рассматривается в нескольких исследовательских контекстах. Один из них — феминистское изучение практик, связанных с красотой как «дисциплинарными технологиями» [Elias et al., 2017: 7]. Блогинг на темы о внешнем виде женщин часто характеризуется как практика, создающая противоречащие друг другу послания. Например, Ольга Вайнштейн на материале блогов о моде и красоте в России отмечает, что современная онлайн-среда предлагает возможности для экспериментов с косметикой и популяризации субкультурных

трендов и одновременно для воспроизводства традиционных глянцевого стандартов репрезентации телесности [Вайнштейн, 2014]. Сара Бане-Вайзер отмечает, что типичные для бьюти-блогов видеоинструкции по нанесению макияжа учат зрителей дисциплинировать себя при помощи конвенциональных, гетеро-феминных методов и в то же время позиционируют женщин как наделенных внутренней властью и предпринимательским потенциалом [Banet-Weiser, 2017: 267]. Хотя карьерные возможности современных женщин во многих профессиональных областях ограничены, женщины широко представлены в предпринимательстве, связанном с социальными медиа. С другой стороны, большинство цифровых пространств, которые они занимают, можно охарактеризовать как именно женские — в их числе блоги о моде, шопинге и макияже [Ibid.: 267].

В данной статье не проводится сравнение бьюти-влогов по критерию их дисциплинарности, так как все три канала в той или иной степени осуществляют идеологическое давление на свою аудиторию: даже если влогер заявляет, что не относится к макияжу серьезно и не считает его необходимым в повседневной жизни, его/ее контент все равно предлагает некоторые образцы того, что значит выглядеть «хорошо», «красиво», «интересно», и предоставляет зрителю определенный набор действий для достижения конкретных целей — например, скрыть кожные поры, синяки под глазами и т. п.

Другое направление исследований, для которого актуальны бьюти-блогеры и создаваемый ими контент, — это *Celebrity studies*, рассматривающие новое отношение к публичности и известности в современной культуре. Блогеры, в том числе посвящающие свои материалы темам макияжа и ухода за собой, часто описываются через термин «микроселебрити». Элис Марвик определяет это как «состояние, в котором кто-то известен для нишевой группы людей» [Marwick, 2013: 114]. По мнению Терезы Сенфт, «практика микроселебрити» означает активное «поддержание чьей-то онлайн-идентичности как брендированного товара» [Senft, 2013: 346]. В контексте статьи самопродвижение бьюти-влогеров также понимается как построение личного бренда — «стратегически выстроенной [при помощи возможностей интернет-платформ] идентичности» [Marwick, 2013: 192].

Успешность микроселебрити часто связывают с впечатлением интимности, которое создается у их фолловеров в процессе потребления контента и коммуникации с ними [Marwick, boyd, 2011; Marwick, 2013; Abidin, 2015]. Например, Рейчел Берриман и Миша Кавка таким образом интерпретируют успех одного из популярнейших бьюти-влогеров в мире Зоэллы (Зои Сагг) [Berryman, Kavka, 2017]. Впечатление интимности достигается в том числе при помощи раскрытия блогерами приватной информации [Marwick, boyd, 2011: 148]. Осознание «публичной ценности приватного» привело к переосмыслению границ между тем, чем пользователь готов или не готов делиться с аудиторией [Baum, boyd, 2012: 324]. Как замечает Э. Марвик, публикация личной информации является частью нематериального и эмоционального труда, который требуется для построения карьеры в условиях интернета Веб 2.0 [Marwick, 2013: 196].

Более широкий контекст для понимания специфики труда б(в)логеров дает обращение к неолиберализму. В 1970-х годах экономическая, политическая и культурная трансформации переопределили значения «умственного труда» (англ. "white

collar job”) в США и других западных обществах [Page, 2017: 81]. ««Креативные» типы работы заняли центральное положение в экономике «позднего капитализма», которая эксплуатирует прекарность и требует постоянной продуктивности» [Ibid.: 76]. В этих условиях границы между трудом и досугом становятся менее различимыми. Прекарная работа характеризуется ненадежностью, временным характером, не гарантирует работникам длительную финансовую безопасность [Allison, 2013: 46], инструментализирует их «страсть» к творчеству [Page, 2017: 76]. Неолиберализм не описывает весь спектр трудовых отношений в современных обществах, однако продуктивно применим для рассмотрения креативных индустрий.

В медиа и массовом сознании распространено представление о доступности карьеры влогера для любого увлеченного в какой-то теме пользователя. Однако требования, которые она к нему предъявляет, упоминаются редко [Ashton, Patel, 2018: 155]. Для достижения успеха, как правило, оказываются необходимыми финансовые инвестиции в техническое обеспечение, готовность к эмоциональному труду, а также экспертное знание. Как считают Дэниел Эштон и Карен Пател, именно «демонстрация экспертности» служит ключевым аспектом в онлайн-самопрезентации влогера, строящего карьеру [Ibid.: 148]. Сферу бьюти, наряду с играми, комедией и модой, они характеризуют как требующую от влогера знаний и навыков. Флоренсия Гарсия-Рапп также заключает, что влоги о красоте более, чем многие другие, требуют от влогера исполнения роли эксперта. Усложняет эту позицию необходимость одновременно укреплять в аудитории впечатление интимности [García-Rapp, 2017]. Сара Бане-Вайзер замечает, что работа бьюти-влогеров, как правило, не признается ни их аудиторией, ни ими самими (публично) как труд. Вместо этого они часто говорят о ней как об увлечении и источнике приятных эмоций [Banet-Weiser, 2017: 274].

Подходы к бьюти-влогингу на YouTube-каналах «Arina Viscera», «ND Beauty Channel» и «Gev Mua»

Первое видео на YouTube-канале «Arina Viscera» появилось 1 августа 2017 г. К сентябрю 2018 г. выпущено 190 видео, на него подписаны чуть менее 20 тысяч пользователей. В видео «Почему Viscera?…» (15.10.2017) Арина представляет себя аудитории как человека, фанатично увлеченного косметикой, готового делиться своей увлеченностью с другими. Влогерство представлено как творческое увлечение, но не основной вид занятий, так как Арина поясняет, что у нее есть постоянная работа в сфере маркетинга. Она подчеркивает, что не считает себя визажистом и не стремится им стать (21.12.2017; 31.08.2018).

Канал «ND Beauty Channel» выпустил первое видео 30 октября 2017 г., в сентябре 2018 г. уже было 84 видео, и на него подписаны и 4,6 тыс. подписчиков. Между ведущими Настей и Дианой распределены «роли»: любитель в макияже и профессиональный визажист, соответственно. Эти позиции четко проговорены девушками в первом видео: «Диана работает как визажист, а я просто человек, помешанный на косметике» (30.10.2018).

Канал «GEV MUA» на сентябрь 2018 г. был наиболее популярным среди рассматриваемых в статье (64 тысяч подписчиков), на нем выпущено 85 видео. Геворг поясняет свою позицию не в первых видео, а в описании канала: «Короче, меня

зовут Геворг, я профессиональный визажист, художник и звезда телеграмма». В нем он отсылает к своему Telegram-каналу «Super Make Up Suka», который начал вести еще до запуска влога.

Три анализируемых бьюти-влога предлагают различные типы развлекательного контента. Видео Арины Вискеры посвящены популярным косметическим продуктам, советам по нанесению макияжа, использованию косметики для ухода, а также рассуждениям на не связанные с макияжем широкие темы. Разнообразие в ее продукцию добавляют коллаборации с визажистами и бьюти-б(в)логерами, благодаря разговорному юмору и отходу от обычных для Арины образов.

Настя и Диана на «ND Beauty Channel», помимо обзора продуктов и бесед на личные темы (например, о страхах или подростковых экспериментах с внешностью), создают видео, в которых акцент перемещен с нанесения и оценки косметики к «игре» с ней: например, красятся с завязанными глазами, угадывают макияж на ощупь, повторяют макияж другого влогера. Эти видео перенимают форматы, распространенные в российском и глобальном YouTube, с их помощью влогеры присоединяются к популярным трендам и флэшмобам.

Канал Геворга «Gev Mia» включает большое разнообразие контента: помимо обучающих видео и обзора косметики (часто в паре с «гостем»), были выпущены, например, видео, совмещающее комедийную пародию на дизайнера Донателлу Версаче и инструкцию по созданию характерного для нее макияжа (18.09.2018), обсуждение ТВ-программы «Мейкаперы» в формате «сплетничания» (09.04.2018), а также авторские рубрики, посвященные темам бьюти. Наиболее комплексная рубрика — «Шоуналицо», которая позиционировалась влогером как шоу в прямом смысле слова: «Я сейчас разрабатываю для вас новый проект «На лицо». В чем смысл этого проекта? Мы будем разбирать вашу косметичку» (18.06.2018). Выпуски этой рубрики, как правило, включают краткий анонс в начале (см. рис. 2), затем основную часть, в рамках которой Геворг комментирует косметичку гостя, затем следует макияж, который влогер делает героине выпуска при помощи ее косметических средств. Следующий выпуск обычно показывает совместный поход в магазин косметики Геворга и героини предыдущего выпуска, где влогер подбирает недостающие в ее коллекции продукты и дарит их. В видео этой рубрики периодически возникают кадры с заставкой «На лицо» как паузы между частями, в конце бывает анонс следующего выпуска. В отличие от контента каналов «Arina Viscera» и «ND Beauty Channel», более привычного для бьюти-влогов, эти особенности оформления видео из упомянутой рубрики на канале Геворга напоминают скорее телевизионный формат. Геворг всячески подчеркивает качество этих видео: «...выпуск шоу «На лицо» будет! И он будет, как всегда, познавательным, классным, ярким, смешным, дерзким...» (04.10.2018).

Его слова можно считать манифестацией экспертности как «обладания специализированным знанием и навыками» [Ashton, Patel, 2018: 156]. Она демонстрируется влогерами на нескольких уровнях и разными способами. Они рассказывают о том, как научились макияжу. Так, Арина посвятила отдельное видео (21.12.2017) рассказу о прохождении курсов у другого (более популярного) бьюти-влогера Наталины. В первом видео на канале «ND Beauty Channel» Диана перечисляет основные вехи, которые она пока прошла в своем карьерном пути визажиста: работа

в косметическом магазине, первая модная съемка по приглашению, создание портфолио креативных макияжей, прохождение курсов у селебрити-визажиста. Кроме того, ведущие «ND Beauty Channel» иногда подкрепляют свои рекомендации по нанесению макияжа или уходу за лицом отсылками к другим блогерам (в видео от 03.07.2018 к блогеру Адель Мифтаховой) или к косметическим сайтам (в видео от 30.10.2017 к сайту бренда «MAC»).

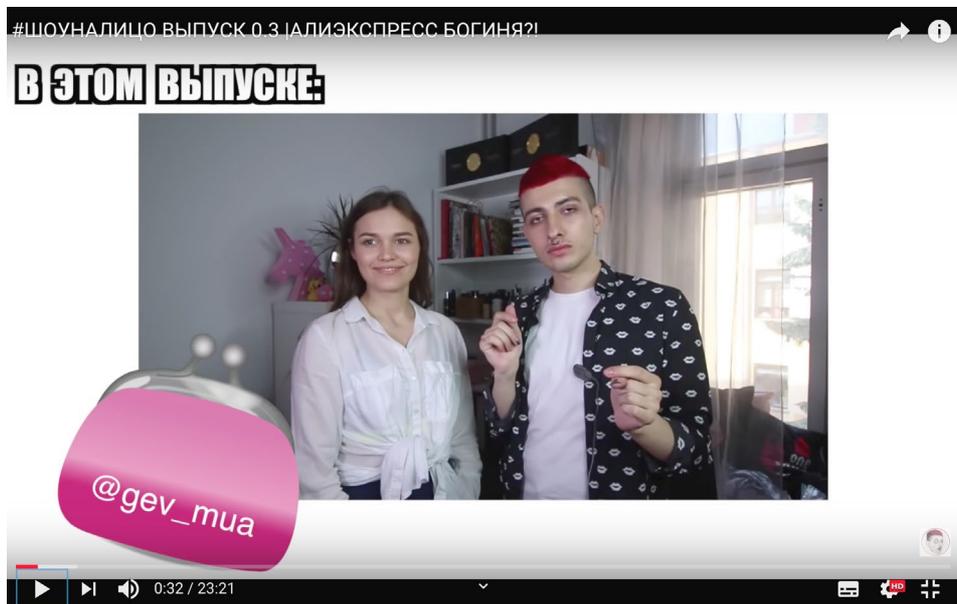


Рисунок 2. Скриншот из видео от 19.06.2018 на канале «Gev Mua»

Перформативное выстраивание идентичности в социальных медиа укоренено в «современных представлениях о личности как автономной и постоянно улучшающейся» [Marwick, 2013: 192]. В видео, выпущенном примерно спустя год после создания канала, Арина отмечает, что «видит прогресс» (31.08.2018), когда сопоставляет фотографии своих более старых и более недавних макияжей. Влогер говорит, что накопленный большой опыт использования косметических продуктов позволяет ей предлагать аудитории свое мнение о них. Кроме того, она утверждает уникальность своей продукции — например, считает, что многие пользователи смотрят именно ее канал, чтобы научиться «использовать цвет», «позволять себе больше в макияже» (31.08.2018).

В видео «Про блог» (30.04.2018) Настя и Диана высмеивают свою манеру поведения в кадре в ранних видео, а также признают проблемы с техникой и оформлением в этих роликах. Влогеры акцентируют внимание на том, что качество их продукции изменилось к лучшему: они стали снимать видео в студии с хорошим светом, повысилось качество звука. Похожим образом в видео от августа 2018 г. Арина Вискера отмечает, что она «начинала снимать на iPhone, на недорогую кольцевую лампу без микрофона с той косметикой, которая есть» (31.08.2018).

По мере развития канала она стала вкладывать больше средств как в его техническое обеспечение, так и в покупку косметики для обзора.

В отличие от остальных, Геворг не использует для утверждения своей экспертности и творческого роста отсылки к своему бэкграунду или качеству видеофайлов. В одном из более поздних видео (04.10.2018) он признает периодически встречающиеся на его канале технические проблемы, но вместо того, чтобы пообещать их исправить, отшучивается: «Куда пропал фокус? Все еще ли с нами та черная точка в самом середине видео? [орфография сохранена авторская] И будет ли у меня новый хороший микрофон? Х*й знает!». В то же время подход Геворга к нанесению и комментированию макияжа отличается от других исследуемых влогеров, так как всегда создается впечатление, что он действует по четкому плану, уже ранее отработанному. Кроме того, во время видео он дает больше советов, подробно поясняет особенности продуктов.

Экспертность также подразумевает, что легитимность знаний и навыков признается другими [Ashton, Patel, 2018: 156]. Поэтому важным «контекстом, при помощи которого влогеры заявляют о своей экспертности», являются отношения с другими блогерами и коллаборации с брендами [Ibid.: 161]. Один из распространенных типов сотрудничества косметических брендов и влогеров — бесплатная передача косметической продукции для обзора на каналах или в аккаунтах. Все три канала дают представление о связях влогеров с косметическими компаниями через видео, в которых оговаривается, что показываемая косметика не была ими приобретена, но прислана тем или иным брендом. Арина выделяет возникшие отношения с брендами как один из наглядных результатов развития ее канала (31.08.2018). Геворг также освещает свою востребованность через посты в Instagram-аккаунте, свидетельствующие об участии в разных развлекательных проектах: телевизионном шоу «Мейкаперы» на канале «Пятница», коллективном YouTube-канале «Луи Вагон», глянцевого журнала «Glamour» и «Flacon», разработке продуктов российского бренда «Beauty Bomb».

Если на «ND Beauty Channel» всего два совместных видео с другими визажистами и/или YouTube-влогерами, на каналах «Arina Viscera» и «Gev Mua» этот тип видео встречается регулярно. Им посвящена рубрика во влоге Арины «Визажихавгороде», или (позднее) «Визажиха в большом городе» (пример — 16.01.2018), в рамках которой на канал приходит визажист, также продвигающий себя через социальные сети, и либо делает макияж Арине, либо они оба (или обе) делают себе макияж. Иногда к Арине присоединяются не визажисты, а бьюти-б(в)логеры, пишущие про косметический уход, или ее друзья. Геворг, как правило, приглашает других визажистов и бьюти-б(в)логеров, чтобы вместе рассмотреть косметические новинки, реже для макияжа. Кроме того, «гости» появляются на его канале и в специальной рубрике «Шоуналицо». В этих видео он рассматривает и комментирует коллекции косметики других влогеров, знакомых девушек, подписчиц (в одном случае). Если в других коллаборациях он выступает на равных с «гостем», то в рамках этой рубрики он занимает более возвышенную позицию по отношению к хозяйкам «косметичек», активно критикуя или одобряя состав коллекций. При этом многие из участниц рубрики сами являются влогерами, даже более популярными, чем Геворг. Конструирование такой иерархии в «Шоуналицо» также работает на демонстрацию экспертности влогера.

«Перформанс аутентичности» как презентация себя влогерами в качестве персонажей, с которыми аудитория может себя соотносить, считается одной из основных черт бьюти-влогинга [Banet-Weiser, 2017: 275]. Он может проявляться, например, в демонстрации «голых (ненакрашенных) лиц», в акцентировании внимания на легкости и доступности показываемого макияжа [Ibid.: 276]. Все три влогера используют эти средства, но также применяют и другие стратегии обращения к аудитории. Так, по контрасту с Дианой, одной из ведущих канала «ND Beauty Channel», которая делает макияж достаточно быстро и аккуратно, ее «коллега» Настя обычно акцентирует внимание на ограниченности своих навыков, критикует и высмеивает результаты своих действий («Я как всегда нагрязнила скульптором, у меня сегодня очень непоследовательный макияж», 26.01.2018). Одновременно во многих случаях обе девушки транслируют любительский подход к бьюти-влогингу, например, показывают в своих Instagram-аккаунтах, что не могут разобраться с новой камерой, которую они купили для канала (см. рис. 3). «Непрофессиональность», характеризующая как техническое качество ранних видео, так и поведение влогера в них, интерпретируется в исследованиях создателей цифрового контента как маркер их «аутентичности» [Banet-Weiser, 2017: 277]. В тех же целях «работает» честность девушек относительно материальных инвестиций, которые они в состоянии вкладывать в канал: они объясняют, что у них нет средств «для того, чтобы покупать себе новую косметику по мере ее выхода» (26.01.2018). В другом видео они высмеивают свои слова-паразиты (30.04.2018).

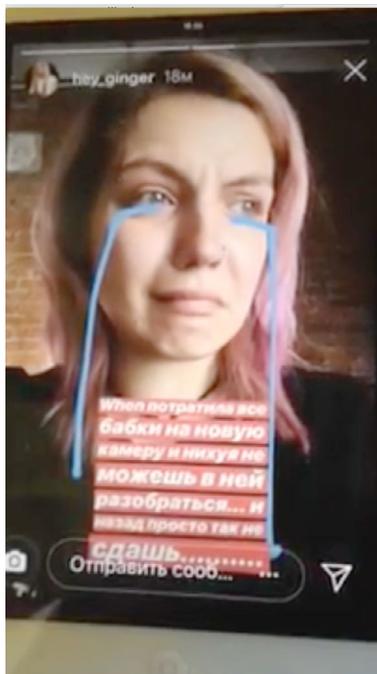


Рисунок 3. Скриншот «истории» из Instagram-аккаунта @hey_ginger (Диана, канал «ND Beauty Channel»). Сделан 25.09.2018.

Арина также стремится вызывать у подписчиков впечатление близости к ним, но скорее при помощи раскрытия элементов приватной жизни. Это включает домашнюю обстановку видео (к которой влогер вернулась после периода студийной съемки), приглашение в свои видео мамы (09.03.2018), а также материалы рубрики «Налей чаю, я вещаю» («НЧЯВ»). Эта группа видео посвящена рассуждениям Арины на темы, которые обычно не связаны с уходом за собой и макияжем: например, невзаимной любви, принятия себя, женской дружбы, абьюзивных отношений. В этих роликах она, как правило, опирается на свой опыт и сопровождает рассуждения примерами из жизни. Производство этих видео можно назвать примером «эмоционального труда», в рамках которого «раскрытие частной информации» способно приводить к «крайнему дискомфорту и уязвимости» [Marwick, 2013: 196]. С этим сочетается и комментарий Арины в отношении видео «НЧЯВ»: «это максимально личная рубрика, максимально требующая нехилой с моей стороны моральной подготовки» (01.04.2018). На канале Насти и Дианы также можно найти похожие видео, например «Наша эволюция» (21.02.2018), в которых девушки делятся личным опытом, но в формате диалога. По сравнению с монологами Арины, их обращения к не связанным с бьюти темам отличаются юмором, возникающим в ходе дружеского общения ведущих. Как и в случае с любым аспектом частной жизни, вынесение того, что позиционируется как «реальные» дружеские отношения, на публику, также входит в презентацию аутентичности влогеров. Похожий «перформанс дружбы» разворачивается также на каналах Арины и Геворга, когда к ним приходят знакомые визажисты и блогеры (в случае Геворга — скорее в совместных видео, не включенных в рубрику «Шоуналицо»).

В отличие от Арины, Насти и Дианы, в контенте Геворга меньше самоиронии, он не стремится показывать себя как «обычного человека». Влогер практически не раскрывает приватные факты, даже проговаривает, что есть некоторые различия между ним в видео и в реальной жизни: в ней он, например, носит минимум макияжа (21.04.2018). Согласно Элис Марвик, помимо обнародования приватной информации, другим ключом к пониманию аутентичности, ожидаемой от «микроселебрити», является постоянство, последовательность действий [Marwick, 2013: 120]. В публичный образ Геворга, который он транслирует не только на YouTube, но и на других платформах, входят не очень грамотная речь, эмоциональные высказывания, нецензурная лексика, ироничные и немного вульгарные шутки, отсылки к популярной культуре, повторение излюбленных приемов в макияже и позиция визажиста-знатока. Геворг наиболее часто описывает свои работы при помощи выражения «небледно», оно встречается как в названиях его видео, так и, например, в описании его профиля в Instagram. Важно отметить, что последовательностью отличаются образы всех анализируемых влогеров, но Геворг делает на нее больший акцент. Вместо того чтобы соотносить свое поведение с ожиданиями широкого круга потенциальных зрителей, Геворг при помощи своего образа, специфической речи, манеры поведения как бы создает определенные рамки для своей воображаемой аудитории. Использование влогером фразы «небледно» и подобных ей является актом обращения к «своей» аудитории, обладающей некоторым коллективным знанием, в которое входит в том числе общий «язык» [Marwick, Boyd, 2011: 130]. Геворг может достаточно иронично высказываться

о подписчиках: в начале видео с ответами на вопросы аудитории (11.08.2018), надев парик и очки, он пародирует то, как видит зрительниц, задающих ему «глупые» вопросы. В качестве комедийной провокации работают и часто оставляемые Геворгом к собственным видео комментарии, в которых он возмущается, что кто-то поставил ему отметки «не нравится» («дизлайки») (см. рис. 4). Частота этих «приемов» говорит о том, что в представлении влогера такое поведение входит в горизонт ожиданий для потребителей его контента.



Gev Mua 5 месяцев назад

16 ДИЗОВ??? Все видео на ЭТОЙ НЕДЕЛЕ БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ!1!1!1!1!1!

👍 112 🗨️ ОТВЕТИТЬ

Рисунок 4. Скриншот комментария к видео на канале «Gev Mua» от 08.07.2018.

Как считают исследователи микроселебрیتی, производителю контента в условиях Веб 2.0 следует «оформлять свою работу в терминах саморазвития», чтобы позиционировать себя как «позитивного, творческого» предпринимателя. Если говорить о работе как о труде, есть риск показаться «занудой, алчным человеком или неудачником» [Senft, 2013: 351]. Однако влогеры Настя, Диана и Арина в той или иной мере пытаются сочетать энтузиазм по поводу своего занятия и рассказы о ресурсах, которые в него вкладывают. Для Арины «задней зоной» (И. Гофман) по отношению к активности на YouTube-канале служит Instagram-аккаунт. В нем она не только показывает как готовится к съемкам (например, пост от 13.04.2018), но и рассказывает подписчикам о своей усталости и объясняет сложности в записи видео: «...ты приезжаешь снимать, но понимаешь, что сил у тебя –1000» (пост от 24.07.2018); «На фото красиво, вживую «прости, что валюсь с ног»» (пост от 13.07.2018). Иногда Арина обращает внимание на сложности производства контента и в самих видео (01.04.2018). Через эти сообщения Арина репрезентирует свой влогинг именно как труд, который может приносить утомление. Спустя примерно год после создания канала она говорит, что ей приносит удовольствие снимать бьюти-контент, но в то же время иногда у нее нет на это энергии или вдохновения (31.08.2018). Схожим образом Настя и Диана в видео «Про блог» (30.04.2018) рассказывают, как нелегко им даются совместные съемки: им приходится носить с собой тяжелую технику и косметику, регулярно тратиться на проезд, а в одном видео они извиняются перед подписчиками, что у них временно нет вдохновения, чтобы создавать «приличный контент» (02.02.2018). Это отчасти разрушает образ «страстной работы», в которой любовь работника к своему делу компенсирует все возможные жертвы [Banet-Weiser, 2017: 274]. «Механизмы, необходимые для создания видео» [Ibid: 276], частично обнажаются, и становится ясно, что в них входят физические ресурсы влогера.

Предполагается, что успех влогеров зависит от того, верят ли их фанаты в то, что «их труд основан на страсти и любви к макияжу», а не на «остром желании быть обнаруженными индустрией или добиться финансового успеха» [Ibid: 275]. Однако

в видео Арины и Геворга можно встретить рассказы о карьерных планах в бьюти-влогинге. Например, Арина признается, что хочет получить номинацию и премию «Pudra Blogger Awards» в 2018 г. — один из немногих в России маркеров признания со стороны бьюти-сообщества (01.04.2018). В одном из видео (26.06.2018) Геворг указывает на расхождение между своими амбициями стать представителем косметического бренда или влогером уровня крупнейшего американского бьюти-инфлюэнсера Патрика Старрра и спецификой российской бьюти-индустрии, условия которой более способствуют успеху женщин-влогеров. Настя и Диана менее подробно описывают свои планы, но не скрывают, что желают роста своей аудитории (30.04.2018). Как показывают все три канала, трансляция увлеченности косметической продукцией и макияжем может совмещаться с демонстрацией карьерных амбиций и раскрытием труда, вкладываемого в производство.

Ведущие трех каналов выстраивают разные нарративы о себе. Арина говорит о себе как стабильно развивающемся влогере, но подчеркивает, что она обладала достаточными знаниями и востребованностью (в созданном ранее Telegram-канале), а также харизмой, чтобы начать создавать видеоконтент (15.10.2017). Настя и Диана признаются, что на момент входа в сферу бьюти-влогинга их возможности были очень ограничены. Они рассказывают, что и первыми подписчиками, и доступом к студии, и хорошей техникой обязаны своим друзьям и знакомым. Радуюсь достижению относительно небольшой аудитории в 2300 человек и сравнивая более ранние и более поздние видео, девушки также акцентируют внимание на своем прогрессе (30.04.2018). Геворг скорее представляет себя как уже достаточно успешного визажиста и блогера к моменту прихода на YouTube, об этом говорит и то, что в описании канала он определяет себя (пускай, возможно, и в шутку) как «звезду Телеграма». В созданном влогером нарративе препятствиями для его дальнейшего развития выступают не его личные недостатки, а условия самореализации в сфере российской индустрии косметики: «Я испытываю какое-то ощущение недоношенности... в рамках профессии» (26.06.2018).

Несмотря на различия, все рассматриваемые влогеры говорят, что, создавая бьюти-контент, они преодолевают некоторые социальные предубеждения. В случае Геворга они связаны с его гендерной принадлежностью. Арина признается, что ее обижает, когда люди ассоциируют бьюти-влогинг с чем-то недостаточно интеллектуальным и поверхностным, тогда как она серьезно подходит к этой деятельности (17.04.2018). Настя и Диана объясняют, что поначалу им было «стыдно» раскрывать информацию о том, что они завели YouTube-канал про бьюти, и что они встречались с осуждением этого занятия среди знакомых и незнакомых людей (30.04.2018). Это одновременно добавляет элемент преодоления трудностей в личностные нарративы влогеров и сигнализирует о потребности в активной поддержке со стороны преданной аудитории.

Заключение

Блоги (в том числе видеоблоги) являются относительно новой формой популярной культуры. В теории они рассматриваются не только как примеры творчества обычных пользователей и свидетельства их участия в культуре, но и как сфера, предоставляющая карьерные возможности. Хотя ведение влогов часто характе-

ризуется как общедоступное занятие, во многих случаях эта деятельность требует от пользователей не только осведомленности о технологии записи и монтажа, но и специальных знаний и навыков. В случае с бьюти-влогами считается, что это знания и навыки, связанные с макияжем и уходом за собой. Как показало исследование выбранных кейсов, уровень умений и погруженности в эту тематику может сильно различаться на момент присоединения к производству бьюти-контента. Однако в каждом случае влогеры способны использовать разные стратегии демонстрации экспертности: либо через отсылки к авторитетным мнениям, опыту сотрудничества, другим публичным площадкам, либо через превращение «экспертности» в часть личного бренда.

В исследованиях интернет-публичности можно встретить точку зрения, что в образе бьюти-влогера интерес к косметике и знания о ней должны сочетаться с простотой. Однако не все рассмотренные влогеры выстраивают личный бренд как историю об «обычном человеке». Например, для Геворга («Gev Mua») стремление продемонстрировать иерархически выделенную экспертную позицию значительно преобладает над попытками сближения с аудиторией.

Согласно научному дискурсу о микроселебритах и неолиберальных условиях труда, деятельность влогера, желающего успешности, должна быть показана как страстное увлечение, а не тяжелый труд. В исследовании молодые люди, стремящиеся к профессиональной самореализации в сфере бьюти-влогинга, органично сочетают открытое отношение к бьюти-влогингу как к труду и карьере с демонстрацией увлеченности макияжем и косметикой. Эмоциональный труд, в который они вовлекаются, делая публичными приватные факты, может проговариваться ими самими, как в случае Арины («Arina Viscera»).

Успешной формой личностного нарратива для микроселебрита считается история о саморазвитии. Как показали разобранные кейсы, в бьюти-влогинге успешным может быть не только сторителлинг о человеке, растущем от любителя или пока недостаточно искусного мастера к профессионалу, но и о уже состоявшемся профессионале, который идет против определенных предубеждений и конвенций, препятствующих его/ее дальнейшему карьерному росту.

Тема красоты позволяет пользователям YouTube выстраивать личные бренды в контексте смешения различных жанров. Они могут смешивать форматы, унаследованные от «глянцевого» издания (инструкции по нанесению макияжа, обзоры косметики) с другими формами развлечений — блогом «о жизни», играми, комедийными скетчами, телевизионными реалити-форматами, подобными программе «Модный приговор». В этих условиях создается множество вариантов для построения позиции, с которой влогер обращается к аудитории и индустрии, связанной с уходом за собой.

Список литературы (References)

Вайнштейн О. Метаморфозы модного тела: города и блоги // Журнал Теория Моды. 2014. № 33. С. 11—31.

Vainstein O. (2014) Metamorphoses of the Fashionable Body: Cities and Blogs. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. No. 33. P. 11—31. (In Russ.)

Abidin C. (2015) Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*. No. 8. <https://doi.org/10.7264/N3MW2FFG>.

Allison A. (2013) *Precarious Japan*. Durham: Duke University Press.

Ashton D., Patel K. (2018) Vlogging Careers: Everyday Expertise, Collaboration and Authenticity. In: *The New Normal of Working Lives: Critical Studies in Contemporary Work and Employment*. Ed. by S. Taylor, S. Luckman. Cham: Palgrave Mcmillan. P. 147—169. https://doi.org/10.1007/978-3-319-66038-7_8.

Banet-Weiser S. (2017) «I'm Beautiful the Way I Am»: Empowerment, Beauty, and Aesthetic Labour. In: *Elias A., Gill R., Scharff C. (eds) Aesthetic Labour. Dynamics of Virtual Work*. London: Palgrave Mcmillan. P. 265—282. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_15.

Baym N. K., boyd d. (2012) Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 56. No. 3. P. 320—329. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705200>.

Berryman R., Kavka M. (2017) «I Guess A Lot of People See Me as a Big Sister or a Friend»: the Role of Intimacy in the Celebrification of Beauty Vloggers. *Journal of Gender Studies*. Vol. 26. No. 3. P. 307—320. <https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1288611>.

García-Rapp F. (2017) «Come join and let's BOND»: Authenticity and Legitimacy Building on YouTube's Beauty Community. *Journal of Media Practice*. Vol. 18. No. 2—3. P. 120—137. <https://doi.org/10.1080/14682753.2017.1374693>.

Elias A., Gill R., Scharff C. (2017) Aesthetic Labour: Beauty Politics in Neoliberalism. In: *Elias A., Gill R., Scharff C. (eds) Aesthetic Labour. Dynamics of Virtual Work*. London: Palgrave Mcmillan. P. 3—49. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_1.

Jenkins H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and NewMedia Collide*. New York, London: New York University Press.

Marwick A., boyd d. (2011) To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence*. Vol. 17. No. 2. P. 139—158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>.

Marwick A. E. (2013) *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven & London: Yale University Press.

Page A. (2017) «This Baby Sloth will Inspire You to Keep Going»: Capital, Labor, and the Affective Power of Cute Animal Videos. In: *The Aesthetics and Affects of Cuteness*. Ed. by J. P. Dale, J. Goggin, J. Leyda. NY & L.: Routledge. P. 75—94.

Senft T. M. (2013). Microcelebrity and the Branded Self. In: *A Companion to New Media Dynamics*. Ed. by J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns. West Sussex, UK: Blackwell. P. 346—354.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.11

Правильная ссылка на статью:

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Сinyaков А. В., Азаров А. А. Влияние цифровых коммуникаций на формирование профессиональной культуры российской молодежи: результаты комплексного прикладного исследования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 228—251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.11>.

For citation:

Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu., Pyrma R. V., Sinyakov A. V., Azarov A. A. (2019) The impact of digital communication on Russian youth professional culture: results of a comprehensive applied study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 228—251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.11>.



Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Р. В. Пырма, А. В. Сinyaков, А. А. Азаров ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПЛЕКСНОГО ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПЛЕКСНОГО ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

THE IMPACT OF DIGITAL COMMUNICATION ON RUSSIAN YOUTH PROFESSIONAL CULTURE: RESULTS OF A COMPREHENSIVE APPLIED STUDY

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — доктор политических наук, доцент, профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия; главный научный сотрудник Института перспективных исследований, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru
<http://orcid.org/0000-0001-5549-8107>

Elena V. BRODOVSKAYA^{1,2} — Doctor of Political Sciences, Professor; Senior Researcher at Institute for Advanced Studies
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru
<http://orcid.org/0000-0001-5549-8107>

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

² Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — доктор социологических наук, доцент, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия
E-MAIL: an-doc@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2015-2349>

ПЫРМА Роман Васильевич — кандидат политических наук, заместитель руководителя и доцент Департамента политологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия
E-MAIL: pyrma@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

СИНЯКОВ Алексей Викторович — заведующий учебной лабораторией кафедры методологии социологических исследований, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
E-MAIL: alekssin@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-7117-4089>

АЗАРОВ Артур Александрович — кандидат технических наук, начальник отдела информатизации связи, Администрация Центрального района Санкт-Петербурга, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: artur-azarov@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3240-597X>

Аннотация. Основная проблема предпринятого исследования состоит в определении масштаба, направленности и результативности воздействия цифровизации на формирование профессиональной культуры российской молодежи. Данное влияние изучается в контексте интенсификации информационных потоков в социальных медиа,

*Anna Yu. DOMBROVSKAYA*² — Dr. Sci. (Soc.), Associated Professor
E-MAIL: an-doc@yandex.ru
<http://orcid.org/0000-0002-2015-2349>

*Roman V. PYRMA*¹ — Cand. Sci. (Polit.), Deputy Head at the Department of Political Science and Mass Communication
E-MAIL: pyrma@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-3413-4264>

*Alexey V. SINYAKOV*³ — Head of Laboratory of the Sociological Research Methodology Department
E-MAIL: alekssin@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-7117-4089>

*Arthur A. AZAROV*⁴ — Cand. Sci. (Tech.), Head of Department of Informatization and Communication
E-MAIL: artur-azarov@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3240-597X>

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

² Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

³ Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

⁴ St. Petersburg Central District Administration, St. Petersburg, Russia

Abstract. The main problem of the research is to determine the scale, direction and effectiveness of the impact of digitalization on the formation of professional culture among Russian youth. This influence is studied in the context of the intensification of information flows in social media, the development of new formats and network communication

развития новых форматов и каналов сетевой коммуникации, взросления «поколения Z» (людей, рожденных в середине 1990-х годов и позднее), социализация и профессионализация которого проходит преимущественно в интернет-пространстве. Авторы ставят исследовательские вопросы, состоящие в выявлении соотношения роли социокультурной и цифровой сред в процессе формирования профессиональной культуры российской молодежи; сопоставлении значимости традиционных и цифровых каналов коммуникации, используемых молодым поколением РФ в процессе профессионализации; установлении специфики профессиональной и социокультурной адаптации в условиях интенсивного развития цифровых технологий; выявлении конструктивных и деструктивных эффектов цифровизации в процессе усвоения ценностей, норм, стратегий профессионального поведения; анализе формального и неформального цифрового пространства профессионального самоопределения и развития молодежи России.

Дизайн исследования основан на применении гибридной стратегии эмпирического анализа, совмещающей (1) массовый опрос в формате онлайн-анкетирования о наиболее значимых для российской молодежи каналах, форматах интернет-контента, технологиях его поиска, содержания наиболее востребованных молодежью интернет-ресурсов, связанных с профессиональным образованием и самообразованием; (2) экспертное интервью, обеспечившее получение данных о состоянии, тенденциях, перспективах влияния цифровизации образования на формирование про-

channels, the maturation of "generation Z" whose socialization and professionalization takes place mainly online. The authors raise questions consisting in identifying the relationship of the role of socio-cultural and digital environments in the formation of professional culture of Russian youth; comparing the importance of traditional and digital communication channels used by young Russians in their professionalization; establishing the specifics of professional and socio-cultural adaptation in the conditions of intensive development of digital technologies; identifying constructive and destructive effects of digitalization in the process of assimilation of values, norms, strategies of professional behavior; analyzing formal and informal digital space of professional self-determination and development among Russia's youth.

The design of the study is based on a hybrid strategy of empirical analysis combining (1) a mass survey in the form of online survey on the most important channels for Russian youth, online content formats and search technologies, the content of the most popular online resources related to vocational education and self-education; (2) an expert interview which provides data on the state, trends, prospects of the impact of education digitalization on the formation of youth professional culture, the destructive impact of the digital environment on the professionalization among young people, and the anti-destructive immunities; and (3) a hall-test which allows to identify the level of Russian youth ability to differentiate digital products, to assess their adequacy, completeness, objectivity, and social significance.

фессиональной культуры молодежи, деструктивном влиянии цифровой среды на профессионализацию молодого поколения, антидеструктивных иммунитетах; (3) холл-тестирование, позволившее выявить уровень сформированности у российской молодежи умения дифференцировать цифровые продукты, оценивать их адекватность, полноту, объективность, социальную значимость.

Ключевым результатом исследования стало сегментирование российской молодежи на «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов». Типология устанавливает зависимость между профессиональными, ценностными установками, стратегиями интернет-поведения, а также социально-демографическими характеристиками. Сфокусированность на осмысленном профессиональном выборе, активная, добровольная и прогрессивная профессионализация («идеалисты» и «прагматики») сопряжены с активной профессиональной интернет-коммуникацией, умением управлять рисками сетевого взаимодействия. Напротив, ригидность, вынужденность стратегии профессионального выбора («традиционалисты») коррелирует с фрагментарностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием сформированных антидеструктивных иммунитетов. Специфика характеристик профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации российской молодежи, особенностей их сетевых коммуникаций предопределила сущность систематизированных авторами антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде.

Ключевые слова: цифровизация образования, российская молодежь,

The key result of the study is the segmentation of Russian youth into the so-called "idealists", "pragmatists" and "traditionalists". The typology establishes the relationship between professional, value attitudes, online behavior strategies, as well as socio-demographic characteristics. A focus on conscious professional choice, active, voluntary and progressive professionalization ("idealists" and "pragmatists") is associated with active professional Internet communication, an ability to manage network interaction risks. On the contrary, rigidity and constraints in professional choice strategy ("traditionalists") correlate with the fragmentary nature of professional Internet communication and a lack of established anti-destructive immunities. Specific characteristics of professional, civil, socio-cultural adaptation of Russian young people and their network communications determine the nature of the anti-destructive immunities in digital environment.

Keywords: digitalization of education, Russian youth, professional culture,

профессиональная культура, цифровые и непрофессиональные компетенции, деструктивное влияние цифровой среды, антидеструктивные иммунитеты, массовый онлайн опрос, экспертное интервью, hall-тестирование

digital and professional competence, negative impact of digital environment, anti-destructive immunities, mass online survey, expert interview, hall-test

Благодарность. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Фининиверситету.

Acknowledgments. The article was prepared based on the results of the research carried out at the budget funds expense of the Financial University state task.

Цифровизация всего — глобальный тренд, отражающийся в первую очередь на рынке труда, на изменении спектра профессий и параметров профессиональной культуры в обществе. Новые поколения абитуриентов, студентов и выпускников находятся в принципиально иной ситуации, чем поколения их предшественников. Решающими условиями формирования профессиональной культуры молодежи являются изменения в системе профориентации, образования и сопровождения карьеры, интенсификация построения и развития соответствующих цифровых сред и их влияния на процесс профессиональной адаптации молодежи.

Мы исходим из того, что цифровая среда становится еще одним пространством, задающим профессиональные ориентиры, отношение к построению карьеры, представления о профессиональном будущем и продуктивных стратегиях поведения. При этом речь идет как о формальных, целенаправленно создаваемых цифровых средах, так и о неформальных каналах цифровых коммуникаций.

Базовый исследовательский вопрос заключается в установлении масштаба, направленности и результативности влияния цифровизации на формирование профессиональной культуры молодежи России.

Дополнительные исследовательские вопросы, заложенные в основу дизайна прикладного исследования, отражают поиск особенностей и коэволюционных взаимосвязей:

- социокультурной и цифровой сред в процессе формирования профессиональной культуры;
- традиционных и цифровых каналов коммуникации, используемых в процессе профессионализации;
- профессиональной и социокультурной адаптации в условиях интенсивной цифровизации;
- конструктивных и деструктивных эффектов цифровизации в процессе усвоения ценностей, норм, стратегий профессионального поведения;
- формальных и неформальных цифровых сред, образующих пространство профессионального самоопределения и развития.

В процессе конструирования дизайна исследования мы основывались на представлении о профессиональной культуре молодежи как о комплексе ценностей,

норм, стратегий профессионального поведения, формирующихся в процессе выбора профессии, обретения профессиональных компетенций и старта профессиональных практик в условиях реального рынка труда.

Начальными гипотезами исследования послужили следующие предположения:

- существует значительное влияние цифровой среды на формирование профессиональной культуры молодежи, конкуренция цифровой и социальной сред на этапе выбора профессии, масштабирование данного воздействия при выходе на рынок труда;
- влияние цифровой среды дифференцировано по своему масштабу, направленности и результативности в зависимости от стратегии профессиональной, гражданской и социокультурной адаптации, реализуемой различными группами российской молодежи;
- потребление интернет-контента российской молодежью в процессе формирования профессиональной культуры в существенной степени коррелирует с системой ценностных ориентаций, социальных установок и ожиданий ее представителей;
- адаптивность молодежи к условиям реального рынка труда связана с выбором стратегии интернет-поведения: чем такая стратегия умереннее и прагматичнее, тем более выражены характеристики добровольной, активной и прогрессивной профессиональной адаптации.

Теоретический фундамент исследования

Подходы к рассмотрению темы исследования заложены прежде всего в теории массовых коммуникаций. Концепция разрыва в знаниях или информационного дефицита объясняет происходящее разделение в обществе, усиление существующего неравенства по мере возрастания потоков информации в зависимости от уровня образования и социального статуса [Ball-Rokeach, DeFluer, 1976]. Концепция зависимостей строится на сочетании социологических и психологических оснований, определяя высокую зависимость от источника информации, удовлетворяющего потребности и способствующую социальной стабильности. Потребности носят сугубо личный характер, но обусловлены культурой и социальными условиями. Стремительные социальные перемены и острые конфликты увеличивают зависимость от массовых коммуникаций, принуждая к трансформации существующих институтов и переоценке убеждений. Эффекты массовой коммуникации состоят в совокупности следствий влияния: когнитивные (установки, представления, ценностные ориентации, «повестка дня»); аффективные (чувства обеспокоенности и страха, моральное состояние, общественное отчуждение); поведенческие (активизация деятельности; направление действий) [Ball-Rokeach, DeFluer, 1976]. Массовые коммуникации могут быть использованы в качестве инструмента убеждения для модифицирования внутренней структуры личности, воздействия на мотивы поведения, желаемые коммуникатором [DeFleur, Ball-Rokeach, 1989].

Концепции зависимости близка концепция полезности, которая делает акцент на выборе аудиторией материалов массовой коммуникации, удовлетворяющих потребности. Потребление, освоение информации зависит от индивидуальных интересов. Вероятность выбора определенного источника информации и сообщения

обусловлена потребностями индивида, которые, в свою очередь, предопределяют мотивы поведения (поиск информации, самоидентификация, социальное взаимодействие, развлечение) [McQuail et al., 1972].

В противовес позитивистским концепциям воздействия медиа сформировалась концепция ограниченных эффектов, постулирующая сдержанное влияние массовых коммуникаций на аудиторию. Психологические особенности индивида, социальная среда, демографические характеристики формируют личность, которая интерпретирует информационные сообщения, исходя из собственного мировоззрения и сознательных предпочтений. Массовые коммуникации подкрепляют идеи, которые становятся убеждениями. Лидеры общественного мнения, семья, социальное окружение оказывают более сильное влияние на личность. Аудитория не является пассивным объектом массовой коммуникации, ее характеризует избирательность информации — отдается предпочтение сообщениям, соответствующим их убеждениям и взглядам [Klapper, 1960].

Современные исследователи предпринимают попытку типологизировать эффекты медиакоммуникаций. В контексте исследования особую важность представляют непланируемые долгосрочные эффекты: 1) культурные и социальные изменения, отражающие трансформацию в структуре ценностей, образцах поведения и символических формах, присущих отдельным социальным группам; 2) социальный контроль, поддерживающий установление социального порядка и моделей поведения; 3) социализация, происходящая под влиянием медиа на процессы научения и принятия норм, ценностей и образцов поведения; 4) социальная интеграция сообществ, структурирующих общество по различным признакам; 5) определение реальности и конструирование смыслов, влияющих на способы познания и интерпретации социальной действительности; 6) замещение (вытеснение) медиапотреблением других занятий, в том числе профессиональной деятельности [McQuail, 2010].

Современные цифровые коммуникации обозначили особую значимость концепции подталкивающей информации, реализованной в таргетировании контента в цифровой среде. Подталкивание подразумевает «любой аспект процесса принятия решения, который побуждает людей изменять свое поведение определенным образом, не внося никаких ограничений в возможности выбора» [Талер, 2017]. Присущие людям когнитивные искажения, обусловленные ограниченной рациональностью, социальными предпочтениями и недостатком самоконтроля, оказывают воздействие на принятие индивидуальных решений [Талер, 2014], [Sunstein, 2015]. На практике метод подталкивающего воздействия находит применение, например, в повышении производительности труда сотрудников [Ebert, Freibichler, 2017], тогда как сама концепция подталкивающей информации встречает критику за применение методов манипулятивного воздействия в целях социальной инженерии. Вместе с тем идеи концепции получают развитие в технологиях убеждения, используемых в цифровой среде: поведение индивида обуславливается его мотивацией и способностями, а также информационными подсказками (импульсами) [Fogg, 2009].

Ряд исследователей рассматривают цифровые коммуникации в культурологическом ракурсе. Предметом их анализа стали не только явления возникшей ци-

фровой культуры, но и возрастающее влияние цифровых технологий на саму культуру [Соколова, 2012]. Цифровые коммуникации преобразовывают сферу медиа, создают новую среду обитания человека, часто называемую киберпространством. Компьютерные сети, новые медиа и виртуальная реальность перерабатывают структуру пространства, нивелируя дистанцию и саму его привычную физическую природу. Технологии искусственной жизни подходят к созданию возможной жизни («lifeasitcouldbe»), альтернативных экосистем и искусственных инвариантов эволюции. Цифровая культура рассматривается на уровнях, соответствующих различным объектам: материальным (артефакты), функциональным (институты), символическим (языки), ментальным (менталитет) и духовным (ценности) [Галкин, 2012]. Цифровизация понимается как маркер культуры, так как включает артефакты, а также означивание и коммуникации, которые разграничивают современный образ жизни от других [Gere, 2002].

В условия экспоненциального расширения влияния цифровизации обновленное содержание приобрела теория поколений [Howe, Strauss, 1991], [Howe, Strauss, 2007]. Стремительное развитие технологий приводит к различиям в условиях социализации разных когорт. Социологи отмечают образование разрыва между молодым поколением «цифровых аборигенов» (Digital Natives), выросшим в среде цифровых технологий, и старшим поколением «цифровых иммигрантов» (Digital Immigrants), родившихся до начала цифровой эпохи [Prensky, 2001a], [Prensky, 2001b]. Однако с течением времени границы между обозначенными поколениями начинают размываться, различие между цифровыми аборигенами и цифровыми иммигрантами теряет актуальность, но расширяются возможности взаимодействия между молодым и старшим поколениями. В использовании цифровых коммуникаций приобретает особое значение «цифровая мудрость» (digital wisdom), понимаемая как набор навыков эффективной деятельности в цифровой среде, позволяющих осваивать большие объемы информации, отбирать необходимые и достоверные данные. Объектом изучения становится, вне зависимости от поколения, цифровой человек (human digital), для которого цифровые коммуникации и технологии стали частью жизнедеятельности [Prensky, 2001a], [Prensky, 2001b]. Социологический подход в понимании поколений вызвал критику со стороны ряда психологов и физиологов, определяющих зависимость положительных и отрицательных эффектов влияния цифровых коммуникации от индивидуальных способностей и мотивации личности [Prensky, 2009].

Ряд исследований рассматривают особенности взаимодействия рынков труда и образования, которые обеспечивают потребность и подготовку молодых кадров [Small, Vorgan, 2009]. Авторы фиксируют появление новых смыслов в жизненных, образовательных и профессиональных стратегиях молодежи, вступающей в трудовую деятельность в условиях стремительных технологических изменений. На рынке труда открывается ряд новых специальностей и формируются новые критерии привлекательности профессий. Цифровые сервисы соперничают за влияние на молодежь с семьей и образовательными учреждениями [Новые смыслы..., 2015].

Российские научные школы, сформировавшиеся вокруг темы исследования, представлены следующими международными и всероссийскими проектами.

Во-первых, необходимо отметить исследование «Индекс цифровой грамотности» (ИЦГ), проводимое компанией РОЦИТ и НИУ ВШЭ, основано на концепции критического восприятия информации П. Гилстера [Gilster, 1997]. Авторы проекта трактуют цифровую грамотность как вовлеченность индивида в цифровую среду, подкрепленную наличием компетенций в области потребления, поиска и обработки, а также защиты информации [Давыдов, 2015]. Исследователи предложили четырехкомпонентную модель цифровой грамотности, основанную на бинарных оппозициях категорий «технично-технологическое» и «социогуманитарное», а также «возможности» и «угрозы» [Шарииков, 2016]. Результаты мониторингового исследования строятся на основании социологического опроса пользователей интернета и фиксируемых данных использования социальных медиа¹.

Во-вторых, обращает на себя внимание исследование уровня цифровой компетентности, включающей знания, умения, мотивацию, ответственность и безопасность школьников в возрасте 12—17 лет, а также их родителей².

В-третьих, в рамках Мирового интернет-проекта (World Internet Project) российская исследовательская команда дифференцировала интернет-стратегии пользователей в зависимости от интенсивности вовлеченности в интернет-коммуникацию, доминирующего типа потребляемого контента, уровня владения цифровыми компетенциями и степени сформированности установок на политический и гражданский онлайн-активизм на следующие типы: «Human digital» («Человек цифровой»), «Human pragmatic» («Прагматик»), «Human entertainment» («Человек релаксирующий»), «Human traditional» («Традиционалист»), «Non-user» («Непользователь») [Brodovskaya et al., 2016], [Nechaev et al., 2015].

Методы сбора и анализа информации

Дизайн исследования содержал следующие методы сбора эмпирической информации: массовый опрос в формате онлайн-анкетирования позволил определить наиболее значимые для российской молодежи каналы, форматы интернет-контента, технологии его поиска, содержание наиболее востребованных молодежью интернет-ресурсов, связанных с профессиональным образованием и самообразованием.

Блоки показателей, измеряемых в ходе массового опроса: стратегии профессиональной культуры российской молодежи; критерии, показатели профессиональных компетенций молодого поколения РФ; восприятие цифровых коммуникаций представителями «поколения Z»; надпрофессиональные и цифровые компетенции российской молодежи; стратегия интернет-поведения молодых российских пользователей, их стратегия управления интернет-рисками в цифровой среде.

Всероссийский массовый опрос 1500 респондентов был осуществлен в формате онлайн-анкетирования. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, гендерной и территориальной принадлежности. Ошибка выборки — 3 %.

¹ Индекс цифровой грамотности 2017. URL: <https://rocit.ru/uploads/769c4df4bc6f0bd6ab0fbc57a056e769b8be6bcf.pdf?t=1517847097> (дата обращения: 15.02.2019).

² Солдатова Г. У. Цифровое поколение 21 века: Интернет-социализация и профилактика в зоне рисков. URL: http://teacher.msu.ru/sites/default/files/resursy/Солдатова%20Г.У.%20Цифровое%20поколение%2021%20века_Интернет-социализация%20и%20профилактика%20в%20зоне%20рисков.pdf (дата обращения 15.02.2017).

Репрезентативность выборки была обеспечена следующими последовательными процедурами:

- расчет долевой представленности респондентов по признакам пола, возрастной категории (от 15 до 19 лет и от 20 до 24 лет) и территориальной принадлежности (по всем восьми федеральным округам) с использованием статистических данных о численности рассматриваемых социальных групп в России;
- соблюдение необходимых квот в ходе сбора данных онлайн-опроса (ассистенты-фасилитаторы целевым образом мотивировали подходящих по социально-демографическим признакам респондентов принять участие в онлайн-опросе);
- осуществление ремонта выборки по завершении формирования базы данных опроса;
- экспертное интервью обеспечило получение данных о состоянии, тенденциях, перспективах влияния цифровизации образования на формирование профессиональной культуры молодежи и процесс развития профессиональных компетенций.

Блоки параметров экспертного интервью: мотивационное сопровождение профессионального выбора молодежи РФ; наиболее развитые надпрофессиональные компетенции молодого поколения; специфика реализации российской молодежью цифровых компетенций в ходе профессиональной адаптации; характеристика деструктивного влияния цифровой среды на профессиональную культуру молодого поколения России; антидеструктивные иммунитеты в сетевом пространстве.

Экспертный опрос предполагал отбор трех групп экспертов — специалистов в области цифровизации образования по направлениям ГМУ, экономика и политология, объем выборочной совокупности — 30 экспертов.

Холл-тестирование позволило осуществить анализ влияния цифровизации образования на критическое мышление российской молодежи, умение ее представителей дифференцировать цифровые продукты, оценивать их адекватность, полноту, объективность, социальную значимость.

Холл-тестирование предполагало процедуру контролируемого наблюдения (сходного с процедурой лабораторного эксперимента) и было направлено на исследование уровня критического мышления и восприятия молодежью продуктов цифровых коммуникаций, способности их интерпретации, умений дифференцировать медиапродукты по целям, задачам, социальной значимости. Выборочная совокупность холл-тестирования — 90 представителей российской молодежи (девять групп по десять человек), отобранные методом целевого отбора, с учетом представленности в выборке представителей всех гендерных групп, студентов, обучающихся на экономическом, политическом, управленческом направлениях. Независимой переменной холл-теста было наличие доступа к глобальной сети. Зависимой переменной служила компетенция участников холл-теста, связанная со спецификой проявления ими критического мышления в отношении продуктов цифровых коммуникаций. Задание холл-тестирования состояло в необходимости выполнить поиск и систематизацию информации, касающейся предметной сферы будущей профессии участников (учебный кейс).

Результаты экспертного опроса и холл-тестирования были обработаны с помощью качественных методик контент-анализа: методов поиска общего, дискурс-анализа, обоснованной теории.

В ходе анализа данных массового опроса применены методы К-средних кластерного анализа SPSS Statistics 24.0 и корреляционного анализа.

Логика изложения результатов исследования подчиним следующей последовательности итогов изучения влияния современных цифровых технологий на формирование профессиональной культуры молодежи РФ:

- описание кластеров российской молодежи, дифференцированной по типам профессиональной, социокультурной, гражданской адаптации, характеристикам интернет-поведения;
- эффекты деструктивного воздействия цифровой среды на формирование у российской молодежи стратегий профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации.

Кластеры российской молодежи, дифференцированной по типам профессиональной, социокультурной, гражданской адаптации и характеристикам интернет-поведения

Наиболее значимые взаимосвязи были получены в результате сегментирования респондентов по типу профессиональной культуры и соответствующих им стратегиям Интернет-поведения, социально-культурной адаптации и гражданского активизма.

Параметры кластеризации:

- осознанность выбора профессии;
- мотивы выбора профессии;
- готовность к демонстрации гибермобильной стратегии профессионального поведения;
- самооценка сформированности надпрофессиональных и цифровых компетенций;
- масштаб потребления интернет-контента;
- сформированность антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде;
- отношение к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма;
- доминирующие ценностные ориентиры;
- социально-демографические характеристики.

На рис. 1 представлена схема типологизации респондентов, устанавливающая взаимосвязь профессиональной культуры представителей молодого поколения РФ и специфики стратегии применения ими цифровых коммуникаций.

К типу «идеалисты» относятся 28% от общего числа опрошенных. Для них характерны осознанность профессионального выбора; ориентация на потребности и состояние рынка труда; высокий уровень самооценки профессиональных и надпрофессиональных компетенций; высокий уровень самооценки владения цифровыми компетенциями; установки на обучение в течение всей жизни и на трудовую мобильность; ориентация не только на статус, но и на содержание труда; представители данного типа являются носителями цифровой культуры.



Рисунок 1. Удельный вес представителей различных типов профессиональной адаптации российской молодежи — «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

Осознанность профессионального выбора как интегральный показатель складывается из нескольких параметров: осознание важности информации о сущности будущей профессии, востребованности профессии на рынке труда во время выбора направления подготовки и после окончания ссуза/вуза; о том, кто конкретно является работодателем; какие личностные и профессиональные качества можно приобрести по окончании вуза (на рис. 5 представлено среднее значение данного интегрального показателя для всех типов российской молодежи). Самооценка надпрофессиональных компетенций включает средние значения самооценки респондентов по ряду общепрофессиональных компетенций (лидерских, научно-исследовательских, коммуникационных и т. д.), самооценка цифровых компетенций включает средние значения самооценки респондентов по ряду компетенций в сфере создания, поиска, обмена, анализа цифровой информации, обеспечения ее безопасности; позитивное отношение к онлайн практикам — интегральный показатель, отражающий среднее значение долей молодежи разных типов с положительным отношением к политическим, гражданским, религиозным, социокультурным и проч. сетевым практикам. 70,2% «идеалистов» заявили об исключительной важности информации о сущности выбранной профессии, что в среднем на 10% выше аналогичного показателя у представителей других типов, 64,3% считают значимыми сведения о необходимых личностных характеристиках для будущей профессии (это в среднем на 25% выше значения аналогичного показателя у принадлежащих к другим группам). Однако лишь 39,3% «идеалистов» выражают заинтересованность в информации о том, кто является их работодателем по окончании обучения в вузе.

Самооценка надпрофессиональных компетенций также служит обобщенным показателем, включающим следующие параметры: способность к лидерству, работу в команде, различные техники научно-исследовательской работы, проявление критического, системного, творческого мышления, коммуникационную грамотность и т. д. (рис. 5 показывает среднее значение этого параметра для выделенных типов респондентов).

Самооценка цифровых компетенций — еще один интегральный показатель, использованный для характеристики взаимосвязи цифровизации и реализуемых опрошенной молодежью стратегий профессиональной адаптации. В состав этого сложного показателя входит самооценка компетенций, связанных с созданием, хранением, обменом, размещением информации в сети, а также обеспечением информационной безопасности в процессе интернет-коммуникации (на рис. 5 аккумулированы средние значения данного показателя у всех выявленных в исследовании типов российской молодежи). Наиболее высокие показатели данного интегрального признака характерны для самооценки «идеалистами» такой своей компетенции, как подкованность в сфере цифровых технологий (48,5 % представителей этой группы оценили сформированность этой компетенции на высший балл). 63,1 % «идеалистов» позитивно оценивают свою способность к применению цифровых технологий для создания новых идей, возможностей, ресурсов для общества, 52,4 % — свое умение получить новые знания посредством цифровых образовательных технологий и 45,2 % — способность обеспечивать необходимый уровень безопасности в цифровой среде.

Важная интерпретация стратегии интернет-поведения рассматриваемого типа была получена в результате экспертного опроса: «...основным элементом влияния на профессиональную культуру выступает обширная, многоуровневая, коммуникационная сеть Интернет. Распределенность связей, возможность коммуницировать с любым уровнем контактов (начиная от друзей и коллег, заканчивая топ-руководителями как бизнес-сферы, так и государственной среды) позволяют молодежи получать практические навыки в абсолютно любое время, в любом возрасте и в любом количестве. Это дает им возможность легко переходить на следующий уровень своего профессионального развития».

«Идеалисты» ориентированы на использование этих преимуществ цифровой среды, их отличает интенсивное и конструктивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры.

Профессиональную адаптацию «идеалистов» характеризует добровольная, активная, прогрессивная стратегия (см. рис. 2).

«Идеалисты» имеют сформированные антидеструктивные иммунитеты, они предпочитают правовую и технологическую стратегию управления рисками в цифровой среде. Примечательно, что почти каждый десятый представитель данного типа (9,5 %) ориентирован на обращение в правоохранительные органы при возникновении проблем с кибербезопасностью, и значительно более половины (57,1 %) «идеалистов» усиливают обеспечение безопасности гаджетов при появлении любой проблемы в сетевом пространстве.



Рисунок 2. Характеристика типов профессиональной адаптации российской молодежи

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы отличается преимущественно позитивным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма (см. рис. 3). Они демонстрируют ценности общечеловеческой морали и установку на реализацию своего творческого потенциала.

Отношение к онлайн-практикам — важный показатель, имеющий интегральную характеристику и складывающийся из параметров отношения респондентов к различным типам онлайн-сетевой активности: построение бизнеса онлайн, электронное голосование, государственные услуги онлайн, народная сетевая журналистика, политические онлайн-шоу, дебаты, баттлы, цифровое добровольчество и волонтерство и т. д., всего 15 видов гражданских, экономических, политических и социально-культурных практик (см. рис. 3). Примечательно, что среди «идеалистов» существенно больше, чем среди представителей других типов, респондентов, позитивно оценивающих развитие онлайн-сетевых форм добровольческих/волонтерских организаций (65,5%), развитие онлайн-сетевых форм протестных движений (40,0%), народную онлайн-журналистику (46,4%), государственные услуги онлайн (73,8%), развитие онлайн-банкинга (54,8%).



Рисунок 3. Характеристика гражданской адаптации «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

Для «идеалистов» характерны интенсивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры, интенсивная вовлеченность в профессионально ориентированную интернет-коммуникацию (см. рис. 4); преимущественно городской стиль жизни, высокий и средний социальный статус, техническая и гуманитарная направленность образования. Чаще всего «идеалисты» — жители Центрального и Южного федеральных округов.

На рис. 5 представлено распределение частоты репрезентации части показателей профессиональной культуры, социально-культурной адаптации, гражданского активизма и интернет-поведения у представителей выделенных кластеров респондентов.

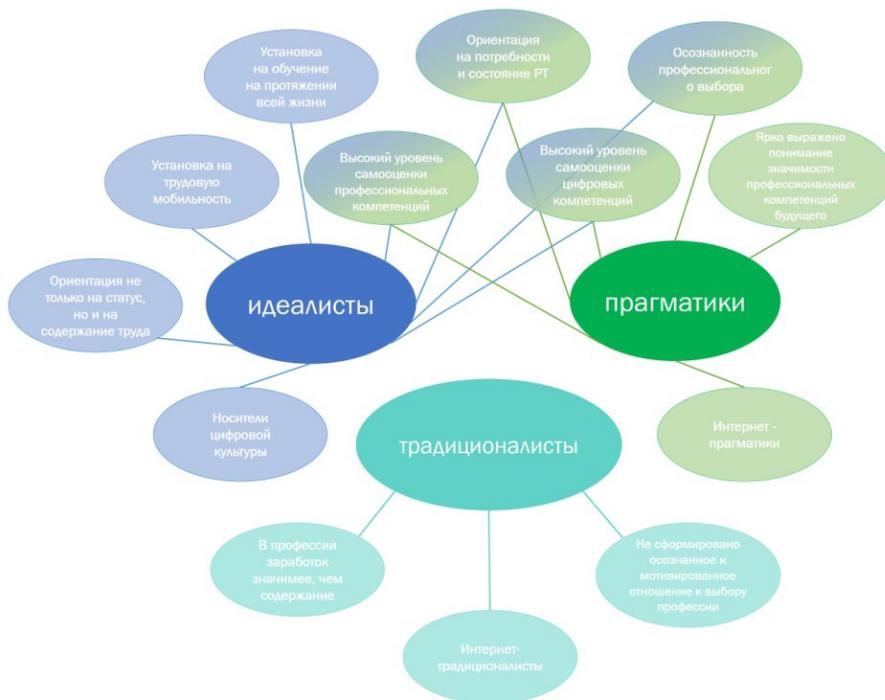


Рисунок 4. Характеристика стратегии интернет-поведения «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов»

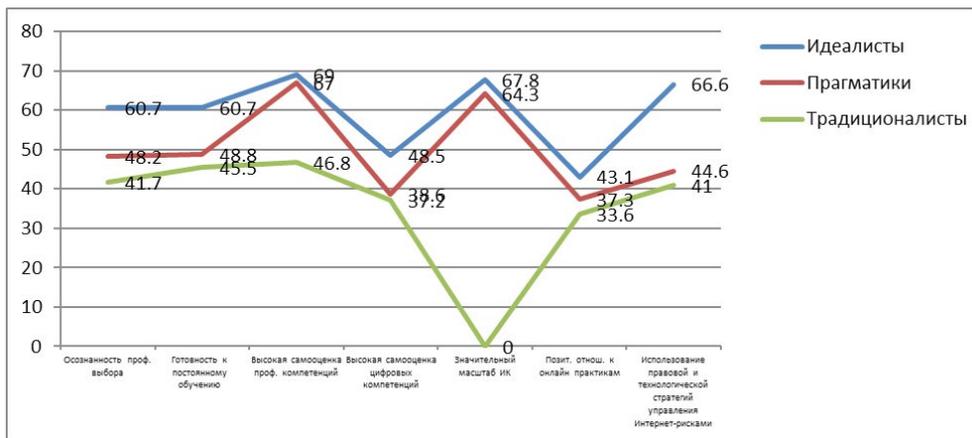


Рисунок 5. Частота репрезентации показателей профессиональной культуры, социально-культурной адаптации, гражданского активизма и интернет-поведения «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов», в %

«Прагматики» — численно наиболее весомая группа в молодежной среде (40 % от общего количества опрошенных). Параметры выбора ими профессии таковы: ориентация на рынок труда, самооценка профессиональных и цифровых компетенций модально совпадает с «идеалистами», но менее выражена; понимание значимости профессиональных компетенций будущего (см. рис. 1).

Большинство (56,2 %) «прагматиков» считают важной информацию о характеристиках выбранной профессии, около половины (47,9 %) уверены в значимости сведений о необходимых личностных характеристиках для будущей профессии. Существенно отличает «прагматиков» от представителей других типов профессиональной адаптации более серьезное отношение к представлению о том, кто является потенциальным работодателем: 47,2 % молодежи, принадлежащей к рассматриваемому типу, связывает свой профессиональный выбор с особенностями конкретного рабочего места после получения диплома об образовании.

Для «прагматиков» характерно умеренное и конструктивное применение цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры. Представители данного типа оценивают свою подкованность в сфере цифровых технологий в среднем на 3,5 балла из 5 возможных. Наиболее высокое значение самооценки респондентов, принадлежащих к данному типу, характерно для такой цифровой компетенции, как умение эффективно находить информацию и данные для обучения и профессии (51,2 %). Принявшие участие в экспертном интервью специалисты сходятся во мнении, что *«цифровые коммуникации следует рассматривать не только как источник профессиональной и образовательной информации для молодежи, они становятся необходимым элементом образа жизни молодежи, причем для многих — едва ли не самым важным источником обновления социального опыта, ресурсом социализации, социокультурной и гражданской адаптации»*.

Так же как и предыдущий тип, «прагматики» реализуют добровольную, активную, прогрессивную стратегию профессиональной адаптации (см. рис. 2).

У данного кластера частично сформированы антидеструктивные иммунитеты, его представители реализуют микросоциальную и технологическую стратегии управления рисками в цифровой среде (см. рис. 5). «Прагматики» довольно часто ориентируются на помощь ближайшего окружения при возникновении проблем в ходе сетевой активности (63,6 %), вместе с тем совокупно 91,7 % представителей данного типа после появления подобных проблем усилили обеспечение безопасности гаджета и стали более избирательно подходить к выбору интернет-ресурсов.

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы характеризуется преимущественно позитивным и нейтральным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма, интериоризацией ценностей общечеловеческой морали (см. рис. 3). Заметно более негативно «прагматики» относятся к таким онлайн-сетевым практикам, как развитие цифровых форм коммуникации с представителями религиозных организаций (нейтральное и негативное отношение выражают совокупно 86,6 %) и чипирование граждан для идентификации личности (91,7 %). Вместе с тем у «прагматиков» наиболее часто проявляется положительное отношение к творческой самореализации онлайн (75,2 %).

Подобно «идеалистам», представители данного типа характеризуются интенсивным применением цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры, активной вовлеченностью в профессионально ориентированную интернет-коммуникацию, преимущественно городским стилем жизни, высоким и средним социальным статусом, технической и гуманитарной направленностью образования (см. рис. 4). «Прагматики» проживают в основном в Центральном, Южном и Северокавказском федеральных округах.

«Традиционалисты» составляют около трети (32 %) от общей численности респондентов (см. рис. 1). У них не сформировано осознанное и мотивированное отношение к выбору профессии. Для них в профессии заработок значимее, чем содержание. Лишь 41,2 % «традиционалистов» считают важным поиск информации о характеристиках профессии в процессе профессионального выбора; еще меньше (37,9 %) осознают значимость сведений о специфике индивидуальных качеств, необходимых для выбранной профессии; лишь 41,1 % сфокусированы на оценке востребованности выбранной профессии на рынке труда в момент поступления и по его окончании, и только 37,2 % отдают себе отчет в том, кто их потенциальный работодатель.

Представители данного типа — интернет-традиционалисты. Им свойственно игнорирование применения цифровых технологий в процессе формирования профессиональной культуры. Среди параметров, образующих интегральный показатель самооценки «традиционалистами» цифровых компетенций, наиболее низкие значения имеют следующие: получение новых знаний посредством цифровых образовательных технологий (59,9 % представителей этого типа невысоко оценивают владение данной компетенцией), разработка цифровых инструментов и технологий для обучения, исследований, построения карьеры (63,7 %), а также взаимодействие и сотрудничество в цифровой среде (63,3 %).

В ходе экспертного интервью ведущие специалисты в сфере цифровизации так обозначили проблему той части молодежи, которая не освоила основные цифровые технологии, входящие в число надпрофессиональных компетенций: *«Те, кто оказывается не в состоянии самостоятельно осваивать профессиональные программные системы, не смогут получить существенные преимущества в освоении профессиональных компетенций и поиске желаемой работы»*. Молодежь, принадлежащая к этому кластеру, демонстрирует вынужденную, пассивную, регрессивную стратегию профессиональной адаптации (см. рис. 2).

Для «традиционалистов» характерна несформированность антидеструктивных иммунитетов, у них отсутствуют умения управления рисками в цифровой среде. Характерно, что более половины молодежи, принадлежащей к рассматриваемому типу (55,8 %), при возникновении проблемы в цифровой среде ограничиваются обращением к ближайшему окружению, а каждый пятый представитель данного типа (20,0 %) вовсе предпочитает проигнорировать любую проблему, возникающую в процессе интернет-коммуникации.

Гражданская и социокультурная адаптация данной группы характеризуется преимущественно нейтральным и негативным отношением к онлайн-практикам экономического, гражданского, политического и социокультурного активизма (см. рис. 3). Наиболее показательные значения параметров, входящих в данный

интегральный показатель, сформированный из средних величин, отражающих отношение «традиционалистов» к онлайн-сетевым практикам, следующие: негативное или нейтральное отношение к развитию онлайн-банкинга — совокупно 60 %, к развитию бизнеса онлайн — 45,3 %, к государственным услугам онлайн — 40 %, к народной онлайн-журналистике — 60 %, к политической рекламе в период избирательных/политических кампаний — 85,7 % (средний показатель интегрального позитивного отношения «традиционалистов» ко всем онлайн-практикам показан на рис. 5).

«Традиционалистам» свойственны фрагментарная вовлеченность в интернет-коммуникацию, «догоняющий» тип интернет-коммуникации. Это преимущественно сельская молодежь, большей частью феминная гендерная группа; как правило, их характеризует невысокий социальный статус; естественнонаучный, медицинский, военный профили образования (см. рис. 4). «Традиционалистов» больше всего в Дальневосточном, Сибирском, Приволжском и Уральском федеральных округах.

Таким образом, в ходе кластеризации базы массового опроса российской молодежи выявлена зависимость между профессиональными, ценностными установками, стратегиями интернет-поведения, а также социально-демографическими характеристиками. Ориентация на осмысленный профессиональный выбор и интенсивное формирование профессиональных компетенций сопряжено с активной профессиональной интернет-коммуникацией, умением управлять рисками сетевого взаимодействия. Напротив, ригидность стратегии профессионального выбора коррелирует с фрагментарностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием сформированных антидеструктивных иммунитетов и, соответственно, наибольшим риском испытать негативное, деструктивное воздействие цифровой среды (см. рис. 2).

Эффекты деструктивного воздействия цифровой среды на формирование у российской молодежи стратегий профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации

В качестве дополнения к результатам массового опроса представим результаты экспертного интервью о негативном влиянии цифровых технологий, предопределяющем дисфункциональность процесса формирования у молодежи профессиональной культуры.

Отрицательные эффекты влияния цифровых коммуникаций на профессиональную адаптацию молодежи были структурированы в результате обработки и интерпретации данных экспертного интервью. Ответы, полученные от ведущих специалистов в сфере цифровизации образования и ее роли в формировании профессиональной культуры молодежи, позволили определить три направления негативного влияния цифровых технологий на профессиональную адаптацию молодого поколения.

Первый эффект — эффект когнитивной редукции — состоит, по мнению экспертов, в некритическом отношении к интернет-контенту (феномен несформированности у молодежи критического мышления по отношению к сетевым данным, проблеме отбора качественной и достоверной информации в глобальной сети); поверхностности восприятия информации, необходимой для профессиональной

деятельности. К этой же группе деструктивных воздействий цифрового пространства эксперты отнесли неспособность молодежи к работе с большими массивами данных; отсутствие компетенций, связанных с преодолением состояния информационной перегрузки/информационного избытка.

Причину возникновения когнитивной редукции эксперты усматривают в нескольких обстоятельствах: увеличении объема циркулируемой информации в глобальной сети, невозможность/сложность ее освоения и обработки, отягощающаяся в условиях поликоммуникативности, не позволяющей сосредоточиться на важной информации (рассредоточенности и потери сегментов информации из-за мультиканальности ее получения). Когнитивную редукцию эксперты связывают с формированием у молодежи фрагментарности сознания, несистемности видения явлений (феномене концентрации внимания на деталях в ущерб видения общей картины), неспособностью понять печатный текст, неготовностью к самостоятельному мышлению с опорой на собственные знания и компетенции.

Подтверждение экспертных оценок было получено при анализе результатов холл-тестирования. В ходе обработки данных карточек наблюдения за выполнением участниками холл-теста учебных кейсов установлено, что среднее число интернет-ресурсов, которые использовали испытуемые для выполнения учебного кейса, составило 2,5 (и варьировало в пределах от одного до пяти наименований). Такое незначительное число задействованных участниками холл-теста источников для систематизации информации указывает на их неготовность к серьезной работе по поиску, обработке и структурированию информации.

Кроме того, анализ данных ассесмента (качественные данные ассесора в карточке наблюдения за испытуемыми) свидетельствуют также о доминировании в среде экспериментируемых явления запоминания места хранения информации, но не ее содержания, то есть неспособности к содержательному анализу найденных сведений, неготовности к пересказу и пониманию больших отрывков текста. Это можно объяснить снижением общей и профессиональной эрудированности, глубинных теоретических знаний молодого поколения в связи с привычкой полагаться на интернет при поиске информации.

Второй блок деструктивных эффектов, выявленный по итогам анализа данных экспертного интервью, — явление цифрового алармизма и игромании. Эксперты назвали следующие проявления этого феномена: несформированность навыков управления рисками интернет-коммуникации; податливость манипуляциям массового сознания в новых медиа; перевод фокуса внимания в виртуальную среду (уход от объективной реальности); стремление к фальсификации информации, используемой обучающимися; отрицательное влияние платных онлайн-курсов низкого качества; учащение психозов, связанных с перегрузками и отсутствием личного информационного пространства; негативный эффект от распространения псевдонаучных знаний и сложность их верификации; смещение жизненных ценностей, их «искусственность» в связи с явлением «жизнь напоказ» («just for show life»); распространенность неконструктивного, зачастую социально опасного эпатажа; незаконное размещение личных данных, интернет-фишинг (интернет-мошенничество), онлайн игровая зависимость, неспособность отличить реальность от виртуального пространства.

Показательной иллюстрацией одного из проявлений цифрового алармизма — податливости манипуляциям массового сознания — оказалась установленная в ходе холл-тестирования ориентированность доминирующей части испытуемых на популярность и частоту просмотров интернет-ресурсов. Другими словами, в ущерб качеству, социальной значимости и содержанию источника участники холл-теста были готовы довериться сведениям интернет-ресурса по единственному критерию — его популярности в глобальной сети. Это означает неспособность значительной части испытуемых осознанно, осмысленно обосновать выбор использованного источника информации.

Третья группа деструктивных воздействий, выделенная по данным экспертного интервью, — эффекты коммуникативной деструкции. Согласно мнению экспертов, это влияние состоит в потере навыков межличностных деловых коммуникаций, стирании границ, барьеров, уважительности общения, снижении уровня глубины коммуникации и неразвитости эмоционального интеллекта, распространенности проблем с социальной адаптацией в условиях цифровизации жизненного пространства.

В ходе обработки результатов наблюдения за выполнением учебного кейса испытуемыми в рамках холл-теста выявлено, что ни один из участников в процессе построения своей профессиональной траектории не воспользовался возможностью интерактивного общения, деловой коммуникации с людьми, располагающими необходимыми сведениями для выполнения учебного кейса. Таким образом, налицо не только несформированность у испытуемых компетенции комплексного видения алгоритма решения профессиональной задачи, но и неготовность к реализации коммуникативных компетенций.

Логичным продолжением эффекта коммуникативной деструкции эксперты считают эффект атрофии профессиональной среды, норм и ценностей. Ведущие специалисты в сфере цифровизации образования видят этот эффект в неспособности «поколения Z» к выстраиванию долгосрочных отношений в профессиональной сфере; исчезновении ряда традиционных профессий в цифровом обществе; отсутствии единого ценностного пространства общечеловеческих ценностей, духовных ориентиров, явлении «морального испарения» в цифровой среде.

Одним из проявлений данного эффекта, выявленного по результатам обработки данных экспертного интервью, следует считать установленную в ходе холл-тестирования молодежи установку на постоянное отвлечение внимания на социальные сети, даже в ходе выполнения учебного кейса. Это говорит о смещении приоритетов участников, размытости у них понятия приоритетной позиции, ответственного задания.

Заключение

Эмпирический анализ показал дифференцированность воздействия цифровой среды по своему масштабу, направленности и результативности у разных типов российской молодежи, выделенных по стратегиям профессиональной, гражданской, социокультурной адаптации и специфике интернет-поведения. Сфокусированность на осознанном профессиональном выборе и активное развитие профессиональных компетенций коррелируют с активной профессиональной интернет-коммуникацией,

умением регулировать риски онлайн-интеракций. Напротив, ригидность, пассивность профессионального выбора взаимосвязана с мозаичностью, разрозненностью, несистемностью профессиональной интернет-коммуникации, отсутствием развитых антидеструктивных иммунитетов и, соответственно, наибольшим риском испытать отрицательное влияние цифрового пространства.

В результате анализа выявлено, что воздействие цифровых компетенций на формирование профессиональной культуры молодежи неравномерно по содержанию и интенсивности. Это проявляется в существовании трех базовых стратегий профессиональной, гражданской и социокультурной адаптации молодежи, характерных для «идеалистов», «прагматиков» и «традиционалистов».

Наиболее адаптированы к рынку «прагматики»: они нацелены на освоение профессиональных компетенций будущего, довольно умеренны в интернет-потреблении, умеют управлять интернет-рисками. Молодежь, принадлежащая к данному типу, усвоила ценности профессиональной культуры, соответствующие неопределенности рынка: готовность к широкому выбору потенциальных профессий, принятие вероятности работы не по выбранной специальности; установка на обучение в течение всей жизни.

Наименее адаптивны «традиционалисты». Для них характерна несформированность профессиональной культуры: неосознанность профессионального выбора, неготовность к продолжению обучения в процессе трудовой деятельности, неразвитость антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде.

Средняя степень адаптивности отличает «идеалистов», которым свойственны сформированность ценностей профессиональной культуры, установка на обучение в течение всей жизни, активная стратегия использования цифровых технологий в процессе профессионализации. Вместе с тем для них характерно демонстрируемое во время поступления и обучения в вузе игнорирование значимости кондиций рынка по выбранному направлению подготовки.

Список литературы (References)

Галкин Д. В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 11—16.

Galkin D. (2012) Digital Culture: Methodological Issues of Cultural Dynamic Research: From Digital Automatic Machines to Technical-Biocreatures. *International Journal of Cultural Research*. No. 3. P. 11—16. (In Russ.)

Давыдов С. Г., Логунова О. С. Проект «Индекс цифровой грамотности»: методические эксперименты // Социология: 4М. 2015. № 41. С. 120—141.

Davydov S., Logunova O. (2015) "Digital literacy index" project: Methodological experiments. *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling (Sotsiologiya 4M)*. No. 41. P. 120—141. (In Russ.)

Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования / Д. Л. Константиновский, М. А. Абрамова, Е. Д. Вознесенская, Г. С. Гончарова, В. Г. Костюк, Е. С. Попова, Г. А. Чередниченко. М. : ЦСП и М, 2015.

New Meanings in Educational Strategies of Youth: 50 Years of Research. (2015) D. L. Konstantinovskiy, M. A. Abramova, E. D. Voznesenskaya, G. S. Goncharova, V. G. Kostiuik, E. S. Popova, G. A. Cherednichenko. Moscow: CSP & M. (In Russ.)

Талер Р. От Homo economicus к Homo sapiens // Логос. 2014. № 1 (97). С. 141—154.
Thaler R. (2014) From Homo Economicus to Homo Sapiens. *Logos*. No. 1 (97). С. 141—154. (In Russ.)

Талер Р., Санстейн К. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. М. : ООО «Манн, Иванов и Фербер». 2017.
Thaler R. (2017) Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. M.: Mann, Ivanov and Ferber. (In Russ.)

Соколова Н. Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 6—9.
Sokolova N. L. (2012) Digital Culture or Culture in the Digital Age? *International Journal of Cultural Research*. No. 3. P. 6—9. (In Russ.)

Шариков А. В. О четырехкомпонентной модели цифровой грамотности // Журнал исследований социальной политики. 2016. Т. 14. № 1. С. 87—98.
Sharikov A. V. (2016) Digital literacy: a Four-component model. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 14. No. 1. P. 87—98. (In Russ.)

Ball-Rokeach S., DeFleur M.L. (1976) A Dependency Model of Mass Media Effects. *Communication Research*. Vol. 3. No. 1. P. 3—21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>.

Brodovskaya E., Dombrovskaya A., Synyakov A., Batanina I. (2016) Online Social Activity in Latin America (Mexico, Chile and Uruguay) and Russia: Cross-National Research. In: Chugunov A., Bolgov R., Kabanov Y., Kampis G., Wimmer M. (eds) *Digital Transformation and Global Society. DTGS2016*. Communications in Computer and Information Science. Vol 674. Springer, Cham. P. 26—34. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49700-6_4.

DeFleur M. L., Ball-Rokeach S. J. (1989) *Theories of Mass Communication*. 5th edition. New York, N.Y.; London: Longman. 1989.

Ebert Ph., Freibichler W. (2017) Nudge Management: Applying Behavioural Science to Increase Knowledge Worker Productivity. *Journal of Organization Design*. Vol. 6. No. 4. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0014-1>.

Fogg B. J. (2009) A Behavior Model for Persuasive Design. In: *Proceeding Persuasive '09 Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*. Article No. 40. <https://doi.org/10.1145/1541948.1541999>.

Gere C. (2002) *Digital Culture*. London: Reaction Books.

Gilster P. (1997) *Digital Literacy*. N.Y.: Wiley.

Howe N., Strauss W. (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow&Company.

Howe N., Strauss W. (2007) *Millennials go to college* (2nd ed.). Great Falls, VA: LifeCourse Associates.

Klapper J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

McQuail D., Blumler J. G., Brown J. (1972) *The Television Audience: A Revised Perspective*. In: McQuail D. *Sociology of Mass Communication*. Middlesex, England: Penguin Books Ltd. P. 135—165.

McQuail D. (2010) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

Nechaev V. D., Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Y. (2015) Perception of Political Subjectivity on the Internet: Results of the Cross-National Cluster Analysis in the USA, United Kingdom, Mexico, Sweden, Russia, China, the Republic of South Africa. *Asian Social Science*. Vol. 11. No. 7. P. 269—277.

Prensky M. (2001a) Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, Vol. 9. No. 5. P. 1—6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>.

Prensky M. (2001b) Digital Natives, Digital Immigrants Part 2. *On the Horizon*. Vol. 9. No. 6. P. 1—6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>.

Prensky M. (2009) H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*. Vol. 3. No. 1. URL: <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol5/iss3/1> (accessed: 12.09.2017).

Small G. W., Vorgan G. (2009) *IBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York: Harper.

Sunstein C. R. (2015) *Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations*. *Forthcoming in Yale Journal on Regulation. Discussion Paper No. 809. 01/2015*. Harvard Law School, Cambridge.

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА, ОРГАНИЗАЦИЙ И ПРОФЕССИИ

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.12

Правильная ссылка на статью:

Лукьянова Е. Л., Гончарова Н. В. Повседневный образ жизни рабочей молодежи в провинции // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 252—272. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.12>.

For citation:

Lukyanova E. L., Goncharova N. V. (2019) Everyday Lifestyles of Young Workers in the Provinces. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 252—272. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.12>.



Е. Л. Лукьянова, Н. В. Гончарова ПОВСЕДНЕВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ РАБОЧЕЙ МОЛОДЕЖИ В ПРОВИНЦИИ

ПОВСЕДНЕВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ РАБОЧЕЙ МОЛОДЕЖИ В ПРОВИНЦИИ

ЛУКЬЯНОВА Евгения Львовна — заместитель директора, Научно-исследовательский центр «Регион», Ульяновск, Россия; Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия,
E-MAIL: lukyanova.jenya@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-5144-0124>

ГОНЧАРОВА Наталья Владимировна — кандидат социологических наук, заместитель директора, Научно-исследовательский центр «Регион», Ульяновск, Россия; доцент, Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия
E-MAIL: nata_gonch@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0003-4143-983X>

EVERYDAY LIFESTYLES OF YOUNG WORKERS IN THE PROVINCES

Evgeniya L. LUKYANOVA^{1,2} — Deputy Director
E-MAIL: lukyanova.jenya@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-5144-0124>

Natalya V. GONCHAROVA^{1,2s} — Cand. Sci. (Soc.)
E-MAIL: nata_gonch@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0003-4143-983X>

¹ Scientific Research Center «Region», Ulyanovsk, Russia

² Ulyanovsk State University, Ulyanovsk, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты качественного исследования повседневного образа жизни молодых рабочих Ульяновска, проведенного в 2017 г. Подробно разбирается, как характер и режим работы структурируют повседневную жизнь молодых рабочих, определяют их досуг. Рассматриваются способы принятия и сопротивления задаваемому образу жизни, выбора альтернативных стратегий. В статье оспаривается взгляд на молодых рабочих как на социально уязвимую группу, утверждается, что морализаторское отношение к ней среди ученых мешает объективному анализу происходящих изменений. Главное из них заключается в переосмыслении ценности труда и рабочих профессий, в восприятии их не как окончательного жизненного выбора, а как пространства для самоопределения.

Ключевые слова: молодёжь, рабочий класс, образ жизни, ценности, бюджет времени, трудовая деятельность, досуг

Благодарность. Авторы благодарят Российский фонд фундаментальных исследований, за счет средств которого подготовлена статья в рамках коллективного проекта «Повседневная культура рабочей молодежи в стратегиях жизни и занятости» (№17-03-00716-ОГН\18, рук. Е.Л. Омельченко). А также выражают признательность всей команде НИЦ «Регион» за собранный интересный эмпирический материал и конструктивные предложения по подготовке статьи.

Abstract. The paper focuses on the results of a qualitative study of lifestyles among young Ulyanovsk workers conducted in 2017. The authors consider in detail how the character and the work schedule structure the daily life of young blue-collar workers and determine their recreation activities. The article examines the modes of adoption and resistance to the established lifestyles and the choice of alternative strategies. The paper challenges the view of young blue-collar workers as a marginalized group in the social hierarchy. The authors argue that the researchers' moralistic attitude towards the group hinders objective analysis of ongoing changes. The most important of these changes is re-assessment of labor's value and manual occupations and perception of them as a place for self-determination rather than an ultimate life choice.

Keywords: youth, working class, lifestyle, values, time budget, leisure time activities, labour activities

Acknowledgments. The authors gratefully acknowledge financial support from Russian Foundation for Basic Research for the collective project "Everyday Culture of Young Workers in Their Strategies of Life and Employment" (project No. 17-03-00716-ОГН\18, project manager E.L. Omelchenko) and express appreciation to colleagues from the "Region" Scientific Research Center for the empirical data and helpful comments.

Введение

Рабочие давно перестали быть главными героями современности. Их редко показывают в кино и сериалах, приглашают на телевидение, а между тем они составляют более трети всех занятых в российской экономике [Труд..., 2017: 62—63]. Несмотря на инновационный курс развития предприятий, потребность в рабочих не уменьшается. Согласно экономическим прогнозам, им будет комфортно жить даже в условиях тотальной автоматизации промышленности. Большинство рабочих профессий сохранится, но изменится характер труда. Уже сейчас при приеме на работу от слесарей, фрезеровщиков, токарей требуют владения компьютером, а иногда и навыков программирования. Сегодняшний образ рабочего — это человек не с напильником или гаечным ключом, а с пультом управления от станка. Придя в цех не только крупного завода, но и небольшой компании, вряд ли получится сходу выделить рабочих из числа другого персонала. Чистая униформа, белые халаты или комбинезоны — строгие требования к внешнему виду всех сотрудников, имеющих отношение к производству. Становящаяся популярной организация внутреннего пространства предприятий по принципу «open space», где административные подразделения для оперативности взаимодействия выносятся в цеха, делает привычный образ рабочего еще более размытым. Применяемые новые стратегии кадрового управления вводят среди рабочих свои ранги специалистов, профессионалов и экспертов.

Молодежь не остается в стороне от происходящих изменений. Средства массовой информации все чаще пишут, что выпускники школ активно выбирают рабочие профессии¹. Распространенным на рынке труда стало выражение «стабильно работающий класс», охватывающее наиболее высокооплачиваемые и востребованные рабочие профессии. Их круг — самый разнообразный: от сварщиков и водителей до работников складских комплексов. Эти профессии привлекают в том числе тех, кто окончил вузы. Само появление такого слоя рабочих свидетельствует о неоднородности данной социальной группы, ее смешанной конфигурации и, как следствие, культурной гетерогенности. Молодежь в ряды рабочих могут приводить совершенно непохожие жизненные стратегии: активные и пассивные, лидерские и аутсайдерские. В советских этнографических исследованиях рабочих тоже представляли «гибридом разных культур», тогда основная линия различий проходила между городской индустриальной и сельской аграрной культурами [Крупянская и др., 1974]. В наши дни подобные различия сохраняются, но актуальны и другие вектора. Отрасль, размеры предприятия, форма его собственности находят отражение в структуре рабочего класса и его позиционировании в обществе.

Теоретические предпосылки исследования

Рабочие не так часто привлекают внимание отечественных социологов. Замечается, что они существуют скорее «как статистическая общность социально-экономических отчетов» и почти забыты «как специфическая, сложно устроенная композиция занятий со своими субкультурными особенностями, жизненным миром и формами коммуникации» [Абрамов, 2012: 1861]. К проблематике рабочего

¹ Бычкова Е. Куда поступают умные дети? Вчерашние выпускники выбирают рабочие профессии // Аргументы и Факты. 2018. № 32. 8 августа.

класса обычно обращаются, когда стремятся показать масштабы трансформаций российского общества [Голенкова, Игитханян, 2012; Курагин, Фельдман, 2012]. Тогда с количественной точки зрения говорят о значительном сокращении числа рабочих по сравнению с советскими годами, а с качественной — затрагивают вопросы влияния модернизации производства на сближение рабочих с другими профессиональными группами. Рабочих долгое время приводили в пример того, как целый класс «почти в полном составе подвергся нисходящей социальной мобильности» [Социальная..., 2003: 129]. Их образ жизни если и обсуждался, то исключительно через призму адаптации к ухудшившимся условиям рынка труда [Рябчук, 2007]. Вся унаследованная из СССР производственная культура рассматривалась как фактор, усиливавший маргинализацию рабочих. До сих пор, изучая рабочую молодежь, российские социологи констатируют, что «роста ценности ориентаций на успех и достижения в работе, весьма важных для рыночной экономики, не наблюдается» [Бессокирная, 2016: 117].

Во многих публикациях рабочая молодежь предстает попавшей в «ловушки бедности»: низкий уровень доходов ведет к невозможности получить качественное профессиональное образование и тем самым увеличить шансы на хорошо оплачиваемую работу [Буланова, 2011]. Выход из этой ситуации рисуется в выборе деструктивных моделей поведения, таких как алкоголизм, наркомания, криминализация. Уличные дворовые компании — та среда, в которой формируется молодежь рабочих районов с ее культурой гегемонной маскулинности, защиты индивидуальной и коллективной чести, успешного овладения практиками насилия [Стивенсон, 2009]. Негативный облик довершают результаты опросов начинающих рабочих, которые, как оказывается, «в основном играют в компьютерные игры, общаются в социальных сетях и ходят в кино... играют в азартные игры и бесцельно проводят время, т. е. просто отдыхают, ничего не делая» [Разинская, 2015: 244]. Им по большей части неинтересны книги, театры, музеи и выставки. Когда будущим рабочим — учащимся техникумов и училищ — предлагают выбрать «своих» и «чужих», то многие отдают симпатии гопникам, отзываясь о них как о независимых, свободных от предрассудков людях [Гаврилюк, 2010], в то время как у представителей других слоев молодежи гопники вызывают негативные ассоциации с ребятами из преступного мира.

Из этого делается вывод, что исчезли институциональные механизмы, способствовавшие «блокированию негативных проявлений в проведении досуга» рабочей молодежью [Косицына, 2012: 14], — при том что раньше «десятилетиями осуществлялись творческие контакты заводов» с театрами, художественными и литературными объединениями [Смирнова, 2015: 161]. Артисты, писатели, журналисты выезжали на предприятия и стройки, с тем чтобы год от года росло число рабочей молодежи с «высокой образовательной и эстетической подготовкой». Современное поколение, судя по опросам, предпочитает проводить свободное время в барах, ресторанах, ночных клубах, просто за распитием спиртных напитков с друзьями. На такой способ времяпровождения указывают до 50 % респондентов [Картаханова, Большакова, 2016: 473]. Вместе с тем 37 % любят на отдыхе гулять, еще 28 % занимаются спортом, а 11 % посвящают свой досуг любимому увлечению. Обращение к биографическим материалам советской

эпохи — оставленным рабочими дневникам — не подтверждает категоричности выводов в отношении современной молодежи. Тогда тоже были распространены самые разнообразные практики проведения свободного времени. Чтение книг и посещение театров вполне могли сочетаться с тем, что «потомственный советский рабочий» «часами просиживал за картами, ходил по гостям и в клуб, был не дурак выпить» [Лейбович, 2017: 128].

Авторы соглашаются с тем, что вокруг рабочих сформировано множество стереотипов, мешающих с разных точек зрения взглянуть на их образ жизни. Даже сейчас, когда российские социологи в духе современных теорий пытаются выделить новый рабочий класс, они останавливаются преимущественно на отношении к труду [Темницкий, 2008], а также перспективах вертикальной мобильности [Чередниченко, 2011]. При этом одни исследователи замечают, что рабочие профессии становятся для молодежи транзитными позициями на пути к успеху [Константиновский и др., 2013], а другие возвращаются к идее рабочих карьер, в контексте которых трудоустройство на завод воспринимается в качестве желанной возможности, в том числе для выходцев из среднего класса [Тартаковская, Ваньке, 2016]. И то, и другое наблюдения приводят к мысли, что рабочая молодежь в своих жизненных стратегиях постепенно переходит от биографий «нормы» к биографиям «выбора» [Уокер, 2012]. Первые характеризуются повторением традиционного для рабочих трудового пути и ценностных установок, вторые — стремлением к нарушению конструируемых классовых принадлежностью норм. Однако пока эти предположения базируются на анализе образовательного и трудового поведения. Культурный портрет тех, кто решился на биографию «выбора», выглядит неясным: «совсем другой менталитет», «прекрасно знают компьютерную технику», «активно интересуются жизнью, отдыхом» — вот, пожалуй, и все, что о них говорится [Шершнева, 2011: 149].

Впрочем, озабоченность по поводу молодых рабочих присуща не только российскому научному дискурсу. Книга Л. Рубин «Миры боли», изданная в 1976 г., надолго задала тон описаний семей из рабочего класса с их низкооплачиваемой работой, скучной повседневностью и потерпевшими крах надеждами [Rubin, 1976]. Устойчивости подобного взгляда способствовало и известное этнографическое исследование П. Уиллиса «Приобщение к трудовой культуре», в котором он показал подростков из рабочего класса нонконформистами, не соблюдающими школьную дисциплину, прогуливающими занятия и грубо ведущими себя с учителями [Willis, 1977]. Типичным объектом исследования становились небольшие промышленные города со складывающимися там специфическими социальными сетями, воспроизводящими необходимость выбора молодежью рабочих профессий вслед за родителями [MacDonald et al., 2005]. Ученые приходят к тому, что за последние 30 лет в культуре рабочего класса (по крайней мере, в части, затрагивающей переход от школы к рынку труда) мало что изменилось [Archer et al., 2007]. Вместе с тем добавляется, что в современном обществе с его информационной экономикой молодые рабочие оказываются втянутыми в новые по своей природе отношения неравенства. Они сами, а также их родители демонстрируют более сложные и разнообразные паттерны поведения, чем средний класс, с которым постоянно сравнивают рабочих [Gorman, 2000]. Этот феномен объясняют изменением харак-

тера дискриминации, формы которой становятся более тонкими и незаметными [Halford et al., 1997]. Но важный вклад внесли феминистские исследования, критикующие прежние подходы за стремление изучать только конфликтные проявления рабочей культуры [Casey, 2008], в то время как основная часть рабочих, особенно женщин, настроены на то, чтобы следовать концепту «респектабельного рабочего класса» либо копировать образ жизни среднего класса, а вовсе не бороться с ним.

Методология исследования

Статья представляет исследовательский проект «Повседневная культура рабочей молодежи в стратегиях жизни и занятости» Научно-исследовательского центра «Регион». Ее посылкой также стал отход от негативной проблематизации жизни молодых рабочих и от взгляда на них как на социально уязвимую группу. В Ульяновской области, занимающей в общероссийском рейтинге рынка труда 51 место², трудностей с трудоустройством у рабочей молодежи не возникает. Согласно данным статистики, с 2010 г. по 2015 г. из всех училищ области было выпущено 9,1 тысячи квалифицированных рабочих. Уровень безработицы среди них составил всего 3,4%, а уровень занятости — около 90%³. В регионе действует семь государственных учреждений начального профессионального образования и 37 государственных учреждений среднего профессионального образования, в которых обучаются 22,3 тысячи человек⁴. На рабочие специальности приходится около трети всех студентов. Тенденцией последних лет стало расширение подготовки рабочих кадров. На 2018/2019 учебный год запланировано увеличить наборы учащихся на 40%—50% по всем рабочим профессиям⁵. Многие средние и крупные предприятия имеют собственные учебные центры.

Высокий уровень трудоустройства по рабочим специальностям обусловлен их востребованностью у местных работодателей. Всего на 1 января 2018 г. в Ульяновске зарегистрировано 3126 промышленных предприятий, обеспечивающих почти 60 тысяч рабочих мест⁶. Основу промышленного производства составляют такие индустриальные гиганты, как автомобильный завод «УАЗ» и авиационный завод «Авистар-СП». К крупным предприятиям также относятся Ульяновский механический завод, входящей в военно-промышленный концерн «Алмаз-Антей», и Ульяновский моторный завод, принадлежащий холдингу «Группа ГАЗ». С 2009 г. активно развивается промышленная зона «Заволжье», на терри-

² Индекс рынка труда в регионах РФ по итогам 2016 года / РИА Рейтинг [Электронный ресурс]. URL: riarating.ru/infografika/20170831/630071584.html (дата обращения: 03.09.2018).

³ Участие в рабочей силе выпускников образовательных организаций 2010—2015 гг. выпуска, имеющих среднее профессиональное образование по программам подготовки квалифицированных рабочих, служащих, по субъектам Российской Федерации в 2016 году [Электронный ресурс] // Итоги выборочного наблюдения трудоустройства выпускников, получивших среднее профессиональное и высшее образование. М. : Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_trudoustr/index.html (дата обращения: 07.09.2018).

⁴ Статистический ежегодник. Ульяновская область, 2017 : Стат. сб. / Ульяновскстат. Т1. Ульяновск : Территориальный орган Росстата по Ульяновской области, 2017. С. 118—119.

⁵ Мониторинг потребности в кадрах [Электронный ресурс] / Агентство по развитию человеческого потенциала и трудовых ресурсов Ульяновской области. URL: www.ulyanovsk-zan.ru/content/мониторинг_потребности_в_кадрах (дата обращения: 31.08.2018).

⁶ Промышленность [Электронный ресурс] // Справочник Инвестиционный паспорт города Ульяновска, 2018. URL: invest.ulmeria.ru/economics/industry (дата обращения: 31.08.2018).

тории которой открыли свои производства такие иностранные компании, как «Efes», «Mars», «Bridgestone» и другие. В общей сложности на них работает почти три тысячи жителей Ульяновска и прилегающих районов области⁷. По подсчетам областного Агентства по развитию человеческого потенциала и трудовых ресурсов, ежегодная дополнительная потребность в квалифицированных рабочих составляет четыре тысячи человек⁸. Для сравнения: совокупная потребность в инженерах, технологах и мастерах участков на промышленных предприятиях не превышает 170 человек в год.

Собранная в ходе исследования база включает 48 респондентов с разных предприятий Ульяновска, с которыми были проведены качественные полуструктурированные интервью в июне-сентябре 2017 г., представлены как мужчины, так и женщины. Практически все окончили начальные и средние профессиональные училища, но есть и с высшим образованием. Две респондентки — контролер качества и монтажница — получили по два высших образования. Несколько участников совмещают работу на заводе и обучение в вузе. Выборка в большей мере ориентирована на 25—29-летних молодых рабочих. Предполагалось, что их рассказы будут содержать разнообразный трудовой опыт, рефлексию своего отношения к рабочим профессиям и в целом к тому, как складывается судьба. Гайд построен вокруг повседневной жизни респондентов, привычного для них графика работы и отдыха. Взятые интервью позволили не только составить развернутые бюджеты времени, но и связать их с трудовыми установками молодых рабочих, выстраиваемыми планами на будущее. Интервью проходили в разных местах: непосредственно на заводах, у участников дома, а также в их любимых местах проведения свободного времени. Это позволило дополнить исследование ценными наблюдениями за тем, как организовано жизненное пространство рабочей молодежи.

Целью статьи служит анализ образа жизни участников интервью, под которым прежде всего подразумевается «личностная специфика жизненного пути людей в дифференцированной социокультурной реальности» [Романова и др., 2016: 76]. Понятие образа жизни чрезвычайно широкое, оно охватывает все сферы деятельности. В статье основное внимание уделяется особенностям самоопределения молодых рабочих, а также факторам, влияющим на структурирование бюджетов времени этой группы. Рабочая молодежь интересна специфическим ритмом жизни, который задается частотой и продолжительностью заводских смен. Многим приходится пройти через продолжительный период адаптации к непривычному жизненному графику.

Далее рассматриваются конкретные практики, вокруг которых организуется трудовая активность юношей и девушек, а также их досуг. Прослеживается очевидный конфликт между конструктами молодости и взрослости, транслируемыми респондентами. Они стремятся к воспроизводству основных атрибутов

⁷ Промышленная зона «Заволжье» [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Ульяновской области. URL: ulregion.com/investment_projects/industrial_parks/400 (дата обращения: 31.08.2018).

⁸ Отчет о реализации стратегии развития трудовых ресурсов в соответствии с потребностями социально-экономического развития Ульяновской области на период до 2030 года (за 2017 год). Ульяновск : Агентство по развитию человеческого потенциала и трудовых ресурсов Ульяновской области. 2018. С. 36—37.

взрослости — наличие собственной семьи, детей, жилья, — но при этом стараются сохранить в своем образе жизни молодежную стилистику. Вместе с тем столкновение со стереотипными представлениями о молодости со стороны старших коллег вызывает у них сопротивление и желание отстоять свой взрослый статус.

Результаты исследования

«Путешествие в поисках себя»

Многие участники интервью выросли в семьях рабочих. Своих родителей они причисляют к поколению людей, которые *«так нигде и не отучились. Раньше же везде все работали без образования. Умеешь — значит работай!»* (муж., 28 лет, электромонтер). Респонденты вспоминают детство как тяжелое время, но благодаря тому, что родители много работали, их семьям удавалось поддерживать средний уровень жизни. Один из участников так и охарактеризовал свою семью — средний рабочий класс. Юноши и девушки не без гордости отзываются о родителях как о настоящих тружениках, когда *«человек 20 лет отработал на заводе, его вряд ли назовешь лентяем»* (муж., 27 лет, слесарь). При этом они с жалостью констатируют, что физически сложная работа, часто во вредных условиях, рано состарила родителей: им приходилось настолько интенсивно трудиться, что *«ни отпусков, ничего уже не нужно было. Особо-то в детстве мы не ездили ни на какие моря, ни на какие отдыхи, курорты. Все постоянно были в работе»* (муж., 26 лет, крановщик). Участники полагают, что трудолюбие — главная черта, которую они унаследовали от старших: *«Я больше от отца заразился, то, что я готов по 20 часов работать»* (муж., 26 лет, повар). Некоторых родители с детства брали к себе на предприятия, в результате чего ребята уже к 10—12 годам умели водить трамваи, чинить машины, делать мелкий домашний ремонт. Летние каникулы мальчики обычно проводили вместе с отцами-строителями или дальнобойщиками, помогая им в делах. Девочки тоже часто приучались к труду: *«удалось раза два съездить в детский лагерь, остальное время — дома или с матерью полы ходила мыть»* (жен., 18 лет, уборщица).

Детство также осталось в памяти той свободой, которую имели ребята из рабочих семей. Отсутствие контроля они связывают со спецификой занятости родителей. Если те работали посменно на заводах, то, *«когда учился в школе, мать почти не видел. Она мне только записки оставляла, что поесть, куда сходить, какие продукты купить»* (муж., 22 года, сборщик). Часть респондентов удивлялись тому, как при таком невнимании со стороны родителей им удалось окончить девять классов, не связаться с плохой компанией и не пойти, по их словам, *«в края далекие»*. Многие посвятили себя спортивным тренировкам, сами записывались в кружки: *«В школе все соревнования были мои, везде участвовал, где только можно было, — и легкая атлетика, футбол, баскетбол, волейбол, все подряд, все эстафеты городские... Ну, и художественные кружки тоже посещал, танцы, стихи»* (муж., 21 год, слесарь). Кого-то спасла работа. Еще учась в школе, они активно искали временные подработки (чтобы *«дома не сидеть, как обуза, я нашла по газете себе работу промоутером»* (жен., 25 лет, радиомонтажница)). Мальчики устраивались *«грузчиками, картофель копали»* (муж., 28 лет, автослесарь). Порой

родителям приходилось идти на ухищрение и договариваться о неформальном трудоустройстве детей-подростков.

Подытоживая свои детские годы, респонденты приходят к выводу, что родителям было в первую очередь важно воспитать их хорошими людьми. Мало кого в семьях наставляли насчет будущей профессии, полностью предоставляя решение детям: *«Отец с матерью говорили: «Выбери сам, сам учись. Это тебе потому что надо будет, а не нам»* (муж., 27 лет, автослесарь). Большинство респондентов в 15—17 лет не имели четкого плана действий, наоборот, это был *«такой возраст, когда ты сам еще ничего не знаешь, что ты хочешь. Ты не видишь вообще себя никем»* (муж., 25 лет, газосварщик). Кому-то было все равно, какую профессию начать осваивать, кто-то находился *«в распутстве, так много дорог привлекало»* (муж., 25 лет, наладчик). Хотя почти у всех респондентов не складывалась учеба в школе, они не сомневались в том, что после девятого класса непременно пойдут *«учиться, чисто для того, что так надо, вот и все»* (муж., 28 лет, автослесарь), а не сразу куда-то трудоустраются. Однако обучение в училище, а у некоторых и в вузе, не помогло в жизненном самоопределении, приведя к убеждению, что *«профессию надо щупать руками»* (жен., 28 лет, доводчица), и только так можно найти дело по душе.

Попробовать себя — цель, с которой юноши и девушки приходят в рабочие профессии. Их стратегия заключается в том, чтобы *«кинуть себя в одном направлении, в другом, посмотреть, справишься или нет»* (муж., 21 год, слесарь). Практически всех участников исследования объединяет большое количество освоенных профессий: грузчика, бурильщика, слесаря, сварщика, охранника, водителя, пекаря, маляра, кладовщика, продавца, мерчендайзера, веб-дизайнера и даже геолога. Два-три года на одном месте выглядят для молодых рабочих солидным стажем. Обычно они меняют работу несколько раз в год, берясь за совершенно новые специальности. Выражение *«путешествие в поисках себя»* принадлежит респондентке, которая за два года потрудилась на семи (!) различных предприятиях. Молодых рабочих не пугают сложности освоения новых профессий, производственное обучение по каждой из них рассматривается как процесс саморазвития, позволяющий компенсировать отсутствие высшего образования. Как сказала еще одна респондентка, *«человеку нужно как-то расширяться, если не понравилась эта профессия, нужно пробовать себя в другой профессии. Если другая не понравилась, нужно в третью... и так далее стремиться»* (жен., 25 лет, повар-пекарь).

Переобучение превращается в часть повседневной жизни молодых рабочих. Среди респондентов были и такие, кто менял сферу занятости, даже не дождавшись окончания переобучения. Записи в их трудовых книжках — *«ученик», «стажер», «помощник»* и т. п. Некоторые из молодых рабочих предпочитают неформальное повышение квалификации: *«Работы нет, я пойду в другой цех спущусь: «Ты на [токарном] станке работаешь, что ты тут делаешь?» Я же все смотрю, все запоминаю»* (муж., 21 год, слесарь). Все эти усилия предпринимаются для того, чтобы *«стать асом в своем участке, знать там тонкости каждого оборудования, по болтикам разобрать и собрать»* (муж., 30 лет, оператор станка). Парадокс в том, что, начав *«нормально уметь делать вещи, которые от тебя требуются, потом можно податься куда-нибудь в другое»* (муж., 20 лет, токарь). Новизна трудовых впечатлений вы-

ступает немаловажной ценностью в глазах молодых рабочих. В их интерпретации, когда работа *«идет по накатанной, ничего не развивается, всем пофиг»*, ее надо менять, поскольку *«я так не могу, я так не хочу. Я хочу, чтобы суета была и движение»* (муж., 29 лет, наладчик). Для себя многие намечают рубеж в 30—35 и даже в 40 лет, когда нужно будет остепениться и где-то *«так уж до конца пригреться на одном месте»* (жен., 25 лет, радиомонтажница). Кстати, последняя участница замечает, что молодость как раз дана для того, чтобы искать для себя лучшую долю, а не *«сидеть до старой собаки на одном месте»*.

«Молодая — должна бегать!»

На каждом предприятии устанавливаются свои практики ученичества. Кто-то *«ходил с наставником два года»* (муж., 24 года, наладчик), кому-то после обучения давались *«две недели на прохождение испытательного срока»* (муж., 21 год, термист). Тем не менее за молодыми в коллективах устанавливается негласный режим надзора за тем, *«как работаешь, как ты все это делаешь»*, замечают *«не опаздываешь, не пьешь и так далее, и уже тогда оставляют или не оставляют»* (муж., 27 лет, автослесарь). Даже когда к молодым рабочим прикрепляют пришедших на практику студентов, руководство объясняет это не столько возросшим мастерством первых, сколько тем, что они мало отличаются по возрасту от своих подопечных и, следовательно, всех их легче контролировать. Стереотип *«взрослый — наставник, а молодой — ученик»* срабатывает и при распределении работ. Попадая в пару с тем, кто старше по возрасту, даже в 25—29 лет можно оказаться лишь в помощниках: *«Напарник он старше... Он поставил себя на маляра, меня определил на подготовщика, потому что я моложе. Я же вижу, что у него не получается, в итоге его уволили и поставили меня»* (муж., 28 лет, автослесарь). Подхватывая аналогию с ученичеством, участники интервью наделяли рабочие профессии массой социализирующих функций. Юноши, попадая на завод, начинают сравнивать его с армией, не только по причине обязательной для исполнения трудовой дисциплины, но и того, что там происходит испытание на прочность, приходит понимание того, что *«зазорной работы для мужиков нет»* (муж., 23 года, штамповщик). Первые месяцы работы для некоторых стали *«если не подвигом, то, как минимум, надо было усилия над собой делать, чтобы изо дня в день приходиться и работать там»* (муж., 25 лет, газосварщик).

Не только юноши, но и девушки усваивают границы рабочей профессии, ощущая на себе, каких физических усилий она им будет стоить. Даже на высокотехнологичных производствах не обойтись без тяжелого физического труда, когда к *«станку надо поднести тяжеленные трубы»* или *«все детали разложить за ночь по корзинам»* (жен., 29 лет, радиомонтажница). Отучившись с красным дипломом на мастера производства молочной продукции, одна из респонденток попала в *«цех, где на ваннах мы творог варили»*, когда *«через две недели домой приехала, мамка мне говорит: «Похудела. Уходи оттуда», — говорит мне... Тяжело, конечно, было»* (жен., 27 лет, оператор станка). Поэтому неслучайно в высказанных нарративах молодость часто отождествляется с тем периодом жизни, когда физических сил хватает на выполнение тяжелой работы. *«Что я не молодой, если...»* — с такой фразы начинались истории о том, как участники записывались на «северные

вахты», соглашались на работу во вредных условиях производства или брали на себя дополнительные смены. У себя в коллективах респонденты тоже постоянно встречаются с артикуляцией молодости как особого физического ресурса. Это проявляется от замечаний при трудоустройстве: *«Брать, не брать, молодой что-то... убежишь или что?»* (муж., 25 лет, наладчик), до упреков на жалобы об усталости после трудового дня: *«Вроде молодая, должна бегать, должна это делать, это, а не ныть»* (жен., 26 лет, доводчица).

Функциональные обязанности тоже задаются, исходя из субъективных представлений взрослых товарищей о том, что им самим было под силу в молодости. Со словами «мы в ваши годы» молодым назначают повышенную норму выработки или перекалывают на них часть задач. Даже беременность не служит веской причиной для изменения отношения: *«Вот мы все беременные были, мы мешки до семи месяцев тягали!»* (жен., 27 лет, оператор станка). Неудачный трудовой опыт тоже рассматривается рабочими как неотъемлемый элемент трудовых биографий. Все без исключения респонденты проходили через конфликты с руководством, поскольку были *«молодые и не умели отстаивать свои права»* (муж., 30 лет, оператор станка). Один из участников, описывая историю работы кладовщиком на металлобазе, полагает, что как раз его молодость и неопытность послужили стимулом *«повесить на меня недостаток: начали обманывать, грозились там какие-то санкции, типа, вы воруете...»* (муж., 30 лет, оператор станка). Он же жалеет, что не знал, что увольнение можно оформить как сокращение и *«по соглашению сторон уйти с выплатой трехмесячной зарплаты»*. Разнообразный трудовой опыт видится молодым рабочим преимуществом и в том плане, что учит вести себя в трудных ситуациях. Они считают, что умение поставить себя с людьми является важной составляющей их профессиональной компетенции. 20-летний грузчик философски обобщает: *«Жизнь, как бы, вообще нелегкая штука, тебе никто ничего не подарит и, прости, ты должен сам добиться чего-то. Если есть трудность, надо перешагнуть и пойти дальше»*.

График «Прощай, молодость!»

Участники исследования полагают, что образ их жизни существенно отличается от образа жизни их сверстников «из офисов». Среди прочих отличий на одно из первых мест молодые рабочие ставят свой жизненный ритм: он задается не рабочим днем, а трудовой сменой. Респонденты описали разные графики: традиционная заводская «трехсменка», «два через два», «два через три»⁹. Со сменами они сталкиваются не только на промышленных предприятиях, но и работая в магазинах, в сфере услуг. Любопытно, что даже участники бригад у индивидуальных предпринимателей, где, казалось бы, должно быть больше свободы в выборе режима труда и отдыха, сами приходили к тому, что нужно вводить смены наподобие заводских, поскольку *«покраску надо в ночь делать. Если в 8 вечера машину начал красить, то к утру ее надо закончить»* (муж., 28 лет, автослесарь). На каждом предприятии устанавливается своя продолжительность смены, она

⁹ В данной статье не рассматривается режим работы и образ жизни рабочих-«вахтовиков» ввиду его специфичности. В ходе проекта «Повседневная культура рабочей молодежи в стратегиях жизни и занятости» с ними взяты целевые интервью, которые найдут отражение в последующих публикациях.

может длиться восемь и больше часов: «Сколько в смене часов? Восемь-десять. Ну, там разные смены бывают. Как повезет!» (жен., 28 лет, фасовщица). Кроме смен иногда выпадают «продленки» или сверхурочная работа, «если не успеваем, то там по 12 часов, получается, работаем, даже больше» (муж., 21 год, слесарь). Сверхурочно рабочих могут привлекать в выходные и в праздничные дни, когда «большой заказ, нужно срочно его сделать» (жен., 25 лет, радиомонтажница).

Впервые столкнувшись с необходимостью работать посменно, юноши и девушки по-разному относились к этому. Для некоторых непривычный график казался самым тяжелым из выпавших на их долю экзаменов: «Мне первое время, конечно, было тяжело. Мне не столько физически было тяжело, сколько морально, потому что работа в офисе с бумагами — все равно как-то чувствуешь немножко свободу, а на заводе... первое время вообще говорила: «Как в тюрьме!»» (жен., 29 лет, монтажница). Другие, напротив, видели в сменах признак высокой организации производства: «Я как бы поддерживаю, так как работа — не кось-мось... Пропускная система в этом плане, дисциплина, график...» (жен., 29 лет, радиомонтажница). Вспоминая свои прежние места работы, молодые рабочие жаловались на то, что там «порядка не было вообще. В выходные — обязательно рабочие, праздники — обязательно рабочие» (жен., 26 лет, кладовщица). Трудовая смена упорядочивает жизнь, делает ее прогнозируемой, но и требует адаптации. Респонденты называли весьма продолжительные сроки в полгода, а то и год, которые им понадобились, чтобы приспособиться работать в подобном режиме. Первая смена — «встаешь в пять, полшестого, торопишься там, как-то напряжена все равно, надо быстрее — не дай бог, не успеешь на маршрутку» (жен., 27 лет, оператор станка). Вторая смена — «ребенка, мужа почти не видишь, про друзей уже забыла» (жен., 29 лет, швея). Третья смена — «Ночная тяжеловато, конечно. Все-таки мы больше привыкли ночью спать» (муж., 30 лет, оператор станка).

Изменение ритма жизни влечет переосмысление возрастных идентификаций. Участники безоговорочно соглашались с тем, что выдерживают подобный график только благодаря тому, что «я — молодой, я успеваю за смену нагнать и свой объем, и отдохнуть» (муж., 29 лет, оператор станка). Однако они признают, что смены заставили их «повзрослеть, поумнеть», отказаться от подростковых привычек. «Из тихого ужаса» рабочий график превратился в значимый фактор трудоустройства. Некоторые респонденты даже ставят его, а не размер заработной платы, на первое по важности место. Порой частые увольнения объясняются как раз тем, что молодые рабочие стараются найти оптимальный для себя вариант посменной работы, учитывая как свои личные особенности, так и потребности семьи. Например, для молодых женщин с детьми важна возможность выхода только в первую смену или наличие скользящего графика, в котором продолжительность рабочего дня зависит от выработки. Для приезжих из сельских районов больше всего подходит отсутствие занятости в субботу и воскресенье, особенно в летне-осенний сезон. Те, у кого имеется ипотека или какие-либо крупные кредиты, выбирают основную работу так, чтобы была возможность совмещать ее с различными видами подработок, например, в такси. Семейные пары пытаются совместить свои графики: «бывало так, что с мужем за месяц был единственный совместной выходной» (жен., 29 лет, контролер качества).

О приемлемости графика молодые рабочие судят главным образом исходя из количества остающегося свободного времени. 26-летний станочник, зная, что проблем с трудоустройством по его профессии не должно возникнуть, специально искал такой завод, где будет график «три и через три». *«Для молодого специалиста это намного лучше, чем график „пять через два“. Так что больше свободного времени».* При этом может случиться так, что *«вторник — я сходил, среда — сходил, все — я буду отдыхать четыре дня, то есть у нас суббота, воскресенье выходной, еще два дня как бы моих, я пропускаю четверг, пятница... То есть, у меня свободного времени куча!»* (муж., 21 год, термист). График с устраивающим количеством свободного времени позволяет воспроизводить привычные практики проведения свободного времени, часто встречаться с друзьями, уделять время своим увлечениям. Но если режим оставляет мало свободного времени, тогда *«он называется в простонародье „Прощай, молодость“, этот график работы. Ты живешь на работе с таким графиком. Ну, сами понимаете, четыре смены — с утра, четыре — с вечера, четыре — ночью, то есть нет времени свободного вообще никакого, а тут у тебя еще семья, дети. Пришел там, приготовил, туда-сюда, ребенок там, помыл, постирал, погладил, правильно, и уже на работу надо идти. Вот так вся жизнь прошла»* (муж., 26 лет, крановщик).

«День сурка»

Проведенные интервью оставили противоречивые впечатления. С одной стороны, работа занимает много времени. Фактически с ней связана большая часть повседневной жизни респондентов. Если бы анализировались стратегии занятости молодых рабочих, то их можно назвать активными и динамичными. С другой стороны, нужно учитывать характер выполняемого труда. Не раз участники называли главной проблемой монотонность и рутинность труда. Трудовые смены только подчеркивают возникающее у многих ощущение скуки, которое переносится и на выходные дни. Свой типичный выходной многие отводят на то, чтобы *«хорошенько выспаться перед работой»* (жен., 25 лет, повар-пекарь), а рассказ о буднях начинают со слов *«похвастаться нечем, даже стыдно как-то. Проснулся и поехал на работу. После работы, опять-таки это вечером, хочется быстрее домой — отдыхать, поесть, покушать, спать»* (муж., 27 лет, автомеханик). Не зря сразу трое участников сравнили свою жизнь с известным фильмом «День сурка», видя, что у них остается мало альтернатив тому, что *«пришел, отработал, ушел, пришел, отработал, ушел»* (муж., 22 года, сборщик). Проще всего вырваться из заданного ритма — это перейти на другую работу или вообще устроить себе долговременный отпуск. Чтобы разнообразить трудовую смену, *«в перерыв сидим, пьем чай, в карты играем — в дурака».* *Надо же как-то расслабиться, работа тяжелая, физическая, напряжение на мозги все равно идет»* (муж., 23 года, штамповщик). Как правило, руководство не возражает против того, чтобы рабочие устраивали себе дополнительные «пятиминутки» отдыха, помимо официального времени на обед. В основном перерывы тратятся на перекусы, разговоры с коллегами на личные темы или переписку в социальных сетях. Респонденты, увлеченные спортом, обед предпочитают проводить за зарядкой или пробежкой: *«Обед, получается с 11 часов 45 минут. Езжу на Черное озеро и бегаю там. Не люблю на одном месте сидеть»* (муж., 25 лет, наладчик).

Справиться с однообразием помогают увлечения. Юноши с приобретением первой машины начинают ее осваивать: совершенствуются в вождении, сами справляются с ремонтом. Они подписаны на местные группы таких же любителей в социальных сетях, а некоторые становятся участниками неформальных сообществ. В частности, несколько раз упоминалась группа «Смотра Ульяновск», устраивающая гонки и автопробеги. Участие в каждом мероприятии этой группы предусматривает обстоятельную подготовку: *«Всю зиму к автопробегу восстанавливал «Копейку». Я ее сделал, перекрасил, пороги переварил, двигатель... капремонт сделал полностью, и все там идеально»* (муж., 21 год, слесарь). Девушки тоже приобретают автомобили, что дает им возможность быть более мобильными в плане выбора места работы. Кое у кого из респондентов сохранились знакомства в субкультурной среде — с любителями аниме, реконструкций и рок-музыки. Встречи с ними интересны тем, что там *«контингент людей очень странный, то есть разноплановый абсолютно»* (муж., 24 года, оператор станка). Но, как признаются респонденты, рабочие профессии заставляют настолько быстро повзрослеть, что на первых порах *«могли собраться с компанией и поехать сразу после смены в Казань погулять, а теперь нет — все по домам сидим»* (муж., 24 года, оператор станка).

Основное развлечение рабочей молодежи — поход в торговые центры, *«потому что там можно и что-то купить, и плюс там посидеть, плюс там — в кино ходим»* (муж., 30 лет, автослесарь). Но часто выбираться туда получается не у всех. Некоторые специально приурочивают посещение торговых центров к получению зарплаты, целенаправленно узнают об акциях и скидках. Другим же доставляет удовольствие: *«перемериваешь все, что можно. Даже не замечаешь, что три часа прошло. Уже, оказывается, надо дома быть давно, а ты все еще гуляешь»* (жен., 26 лет, кладовщица). В целом респонденты экономны в личных тратах. Они придерживаются мнения, что пока молодые, *«надо с квартирой разобраться, сделать ремонт до конца... Вот планы — ремонт, ремонт, образование, дети, одежда, всех нужно одеть»* (жен., 29 лет, монтажница). Юноши и девушки направляют всю энергию на воплощение потребительских замыслов. Большинство из них успели приобрести собственное жилье, как правило, в ипотеку. У некоторых в семьях более одного автомобиля. Конечно, среди участников нет обладателей «Порше Кайенов», но вот владельцы «Мерседесов» и «Ауди» есть. Самым главным критерием успешности для них выступает общая удовлетворенность жизнью. Все респонденты причисляют себя к среднему классу в том смысле, что они живут не хуже большинства своих сверстников, покупают вещи в тех же торговых центрах, что и остальные, ездят на те же курорты, выбирают сходные марки телефонов и одежды.

Потребительское поведение молодых рабочих развивается не только вслед общим тенденциям, но и имеет глубокую ценностную основу, позволяя преодолеть стереотипное представление об образе жизни рабочих. Практически все мужчины прошли через период, когда со старшими товарищами по цеху *«каждый день собирались, вечерами выпивали. Этот образ жизни, он как бы еще никуда не делся. Я понимал, что если так будет дальше продолжаться, никуда я не приду, меня ждет мой родной ЖБИ, так сказать, до ордена Сутулова»* (муж., 30 лет, оператор станка). Молодые женщины в аналогичном ключе отзывались о своей жизни: *«Я после работы приезжаю, там до 11—12 вечера банки кручу... Ну и так, даче тоже много*

времени надо — с начала лета поливка, полоть все» (жен., 27 лет, оператор станка). На взгляд респондентов, без серьезных целей не только *«рабочий день, но и вся моя жизнь была бы скучной»* (жен., 25 лет, радиомонтажница). Потребительская сфера как нельзя лучше подходит для поиска таких значимых целей. Считая себя во всех смыслах практиками, молодые рабочие предпочитают ставить реально достижимые цели — квартира, машина для себя, образование для детей, благоустроенная старость родителям.

А вот идея самим получить высшее образование расценивается неоднозначно. Редко кто из участников отвергает возможность поступления в вуз в будущем. Однако если в смене профессиональной занятости проскальзывают романтические мотивы, то *«к долгой учебе в институте»* они подходят прагматично: *«Если для того, чтобы получить какую-то должность, нужно будет высшее образование, то я — «за», то есть должен быть толчок, для чего это образование нужно. А если не для чего, то как бы не нужно»* (жен., 29 лет, швея). Юноши и девушки рассматривают заочное внебюджетное обучение как вполне доступное для себя. На промышленных предприятиях оно позволяет претендовать на должности начальников участков, а также переходить в лаборатории и другие низовые административные подразделения. Тем более что практика поступления в дистанционные вузы такова, что тестирование *«по математике я сдавала за мужа, физику мы вместе сделали»* (жен., 25 лет, радиомонтажница). Наличие детей тоже не кажется препятствием к получению высшего образования: *«такой вариант в голове, думаю, вот ребенок у меня подрастет, и думаю, лет в пять обязательно пойду куда-то заочно учиться»* (жен., 25 лет, повар-пекарь). Но важно и то, что высшее образование воспринимается как атрибут жизни в большом городе, вроде Казани, Москвы или Санкт-Петербурга. В Ульяновске же *«тут как-то все проще»*, через знакомство можно устроиться на хорошее место и без него. Но если социальный капитал невелик, то что с вузовским дипломом, что без него, *«не выбираешь, работаешь — что есть, то есть»* (муж., 28 лет, электромонтер).

Заключение

Образ жизни молодых рабочих подчинен трудовому режиму — не зря заводы относят к тотальным институтам, где большинство членов соблюдают специфический цикл жизни. Его задают трудовые смены, меняющие график будней и выходных. Положение предприятий — в частности, в Ульяновске, — таково, что интенсивная занятость с продленными сменами, выходами по воскресным и праздничным дням может сочетаться с недостаточной загруженностью, простоями и вынужденными кратковременными административными отпусками. Юноши и девушки судят о том, подойдет им рабочее место или нет, по количеству остающегося у них свободного времени. Они знают, что на местном рынке труда есть вакансии по рабочим специальностям с хорошей заработной платой. Поэтому к выбору предприятий они подходят из соображений того, удастся ли им сочетать работу с привычными практиками досуга, воспитанием детей, помощью родителям и т. п. Они сравнительно рано обзаводятся собственным жильем, автомобилями и, имея за спиной множество освоенных профессий, предпочитают сами заниматься их обслуживанием и ремонтом, тратя на это значительное время.

Дефицит свободного времени делает повседневную жизнь одновременно скучной и «взрослой». «Бунтарство» молодых рабочих если и существует, то заключается в сопротивлении монотонности как на работе, так и в домашней жизни. «Не сидеть на одном месте» — правило, которому следуют многие из участников исследования. Они часто меняют не только место работы, но и профессии. Производственное обучение, посещение профессиональных курсов для многих стали частью их повседневной жизни. Текущая занятость воспринимается как своего рода «перевалочный пункт», позволяющий разобраться с целями жизни, исправить какие-то не устраивающие черты характера или просто дождаться возможности уйти на более привлекательное место. Отход от стереотипов, касающихся образа жизни рабочих семей как неблагополучных в социальном плане, тоже позволяет победить каждодневную рутину.

Все без исключения участники исследования относят себя к среднему классу, полагая, что главным показателем должно служить не наличие высшего образования и занятость на офисных должностях, а уровень потребления. Каждая крупная покупка означает для них взятие новой жизненной высоты, приближение к желаемому жизненным стандартам. Любопытно, что при таком подходе саморазвитие не теряет актуальности, но и здесь фокус направлен на трудовую, а не культурную сферу. Смысл саморазвития в первую очередь состоит в освоении новых трудовых навыков, поиске интересов в других профессиональных областях. При этом вовсе не обязательно впоследствии данные навыки будут востребованы работодателями. Они могут пригодиться для поддержания широких родственных сетей, обмена услугами внутри которых тоже являются составляющей образа жизни молодых рабочих. Приходится согласиться с результатами опросов, согласно которым рабочая молодежь мало читает, не ходит в театры и музеи. Если остается свободное время, то оно тратится на посещение торговых центров и расположенных там кинокомплексов.

Для молодых рабочих важной стороной саморазвития является наращивание социальной компетенции или умения вести себя в сложных ситуациях. Фактически каждый свой трудовой опыт они оценивают не только в терминах заработка или полученных профессиональных навыков, но и особого рода жизненной осведомленности, проявляющейся в том, как строить отношения с разными людьми, вести себя в случае конфликтов, реагировать на нововведения. Очевидно, что труд для молодых рабочих становится смыслообразующей категорией, возвращая его подзабытое понимание как жизненных университетов. Помимо источника заработка работа наделяется другими ценностными значениями, связанными с личностным самоопределением. Это необходимо учитывать при разработке целевых программ поддержки молодых рабочих. Пока в их основе лежат разные формы материального стимулирования. Считается, что доплатами и надбавками легче всего удержать молодежь на производстве.

Юноши и девушки не скрывают свою заинтересованность в высоких доходах, но при этом находят, что стимулирование такого рода подходит лишь для начинающих работников. Автоматизация труда, хорошее знание компьютерной техники позволяет многим в короткие сроки почувствовать себя состоявшимися профессионалами. Рабочих в 25—29 лет не устраивает отношение к себе как к заводской

молодежи с вытекающими из этого дискриминационными практиками распределения работ, денежных вознаграждений, а также контроля над дисциплиной. Им больше нравится, когда их делят не по трудовым разрядам, а выделяют среди них специалистов и экспертов, приглашают на административные совещания и корпоративные тренинги. Участники интервью соглашались с тем, что выбранная ими рабочая стезя вряд ли может стать социальным лифтом, но полагают, что их занятость должна открывать широкие возможности для детей. Рабочие, имеющие детей, ставят траты на развитие и образование детей в число приоритетных.

Рабочая молодежь не разделяет озабоченность по поводу своего будущего. Она уверена, что сама по себе привычка к физическому труду создает «подушку безопасности», позволяющую выжить в самых неблагоприятных экономических условиях. К тому же, респонденты наделяют рабочие профессии массой воспитательных функций, компенсирующих ту свободу, которая им была предоставлена родителями в детские и подростковые годы. Несмотря на отсутствие профессиональной преданности, у многих сложилась позитивная трудовая этика, ценности которой переносятся в бытовую жизнь. В ней сочетаются индивидуализм, честность, ответственность, добросовестность осознание себя в качестве мастеров дела. Но жизненным и трудовым стратегиям молодых рабочих присущ выраженный целе-рациональный характер. Они четко осознают не только свои возможности в работе, но и шансы на достижение разных социальных целей. Изучение трудовой этики рабочей молодежи является перспективной задачей для дальнейших исследований, которые будут способствовать отказу от маргинализации этой группы.

Список литературы (References)

Абрамов Р. Н. Исследования рабочего класса как объект изучения социологии занятости и профессий / Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие: Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса. РОС, ИС РАН, АН РБ, ИСППИ. М. : РОС, 2012. С. 1860—1865. URL: www.isras.ru/files/File/congress2012/part11.pdf (дата обращения: 20.08.2018).

Abramov R. N. (2012) Studies of the working class as an object of study of the sociology of occupations and professions. In: *Sociology and society: global challenges and regional development: Proceedings of the IV Regular All-Russian Sociological Congress*. ROS, IS RAS, Academy of Sciences of Belarus, IPPPI. Moscow: ROS. P. 1860—1865. URL: www.isras.ru/files/File/congress2012/part11.pdf (accessed: 08.20.2018). (In Russ.)

Бессокирная Г. П. Трудовая этика и трудовое поведение рабочей молодежи / Актуальные проблемы социологии культуры, образования, молодежи и управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 24—25 февраля 2016 г.) / под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. С. 113—118.

Bessokirnaya G. P. (2016) Labor ethics and labor behavior of working youth. In: *Actual problems of sociology of culture, education, youth and management: materials of the All-Russian scientific-practical conference with international participation*

(*Yekaterinburg, February 24—25, 2016*) / Ed. by Yu. R. Vishnevsky. Ekaterinburg: Publishing house of Ural University. P. 113—118. (In Russ.)

Буланова М. А. Социальная мобильность работающей молодежи региона: социологический анализ // *Власть и управление на Востоке России*. 2011. № 3. С. 205—212.

Bulanova M. A. (2011) Social mobility of the working young people of the region a sociological analysis. *The Power and Control in the East of Russia*. No. 3. P. 205—212. (In Russ.)

Гаврилюк В. В. Гопники как феномен среди молодежи // *Социологические исследования*. 2010. № 1. С. 126—131.

Gavrilyuk V. V. (2010) Gopniks as a phenomenon among provincial youth. *Sociological Studies*. No. 1. P. 126—131. (In Russ.)

Голенкова З. Т., Игитханян Е. Д. Статусные характеристики рабочих России // *Социологические исследования*. 2012. № 12. С. 50—56.

Golenkova Z. T., Igithanyan E. D. (2012). Status characteristics of workers in Russia. *Sociological Studies*. No. 12. P. 50—6. (In Russ.)

Караханова Т. М., Большакова О. А. Жизненные ориентиры рабочей молодежи // *Актуальные проблемы социологии культуры, образования, молодежи и управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 24—25 февраля 2016 г.)* / под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. С. 468—474.

Karakhanova T. M., Bolshakova O. A. (2016) Life orientations of working youth. In: *Actual problems of sociology of culture, education, youth and management: materials of the All-Russian scientific-practical conference with international participation (Yekaterinburg, February 24—25, 2016)* / Ed. by Yu. R. Vishnevsky. Ekaterinburg: Publishing house of Ural University. P. 468—474. (In Russ.)

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Чередниченко Г. А. Рабочая молодежь: количественное и качественное измерение [Электронный ресурс]. М. : ЦСИ. 2013. (CD ROM). 277 с.

Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherednichenko G. A. (2013) Working youth: quantitative and qualitative measurement [Electronic resource]. Moscow: CSI. (CD ROM). 277 p. (In Russ.)

Косицына С. В. Рабочая молодежь в контексте городского социокультурного пространства // *Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств*. 2012. № 3.2. Ч. 2. С. 9—15.

Kositsyna S. W. (2012) Labouring youth in the context of urban social and cultural space. *Bulletin of Kazan State University of Culture and Arts*. No. 3.2. P. 9—15. (In Russ.)

Крупянская В. Ю., Будина О. Р., Полищук Н. С., Юхнева Н. В. Культура и быт горняков и металлургов Нижнего Тагила (1917—1970) / отв. ред. К. В. Чистов. АН СССР ; Ин-т этнографии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. М. : Наука, 1974. 315 с.

Krupyanskaya V. Yu., Budina O. R., Polishchuk N. S., Yukhneva N. V. (1974) Culture and life of miners and metallurgists of Nizhny Tagil (1917—1970) / Ed. by K. V. Chistov.

Academy of Sciences of the USSR. N. N. Miklukho-Maklai Institute of Ethnology. Moscow: Science. 315 p. (In Russ.)

Курагин В. С., Фельдман М. А. Проблема характеристик современного рабочего социума и воздействия на его развитие в научной литературе // Муниципальная экономика и управление. 2012. № 2(19). URL: vestnik.uapa.ru/ru/issue/2012/02/39/?print (дата обращения: 17.08.2018).

Kuragin V. S., Feldman M. A. (2012) Problem characteristics of modern business society and the impact on his development in the scientific literature. *Management Issues*. No. 2 (19). URL: vestnik.uapa.ru/ru/issue/2012/02/39/?print (accessed: 17.08.2018). (In Russ.)

Лейбович О. Л. «Недурно бы получить сколько-нибудь премии...» Советский рабочий наедине с дневником (1941—1955) // Шаги. 2017. № 3 (1). С. 114—135. Leibovich O. L. (2017) «It would be nice to get some kind of bonus...» The Soviet worker alone with his diary (1941—1955). *SHAGI/STEPS*. No. 3(1). P. 114—135. (In Russ.)

Разинская В. Д. Культура молодых пермских рабочих // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. 2015. Т. 1. С. 241—252.

Razinskaya V. D. (2015) Culture of young Perm workers. *Modern society: questions of theory, methodology, methods of social research*. Vol. 1. P. 241—252. (In Russ.)

Романова И. В., Романова Н. И., Казарян И. Р. Категория «образа жизни»: понятие, содержание и структура // Вестник Забайкальского государственного университета. 2016. Т. 22. № 3. С. 76—84.

Romanova I. V., Romanova N. I., Kazaryan I. R. (2016) Category “Lifestyle”: Concept, Content and Structure. *Transbaikal State University Journal*. Vol. 22. No. 3. P. 76—84. (In Russ.)

Рябчук А. Адаптационный дискурс как средство маргинализации рабочего класса в постсоветских обществах // Социология: теория, методы, маркетинг. 2007. № 1. С. 105—114.

Ryabchuk A. (2007) Adaptation discourse as a means of marginalization of the working class in post-Soviet societies. *Sociology: theory, methods, marketing*. No. 1. P. 105—114. (In Russ.)

Смирнова А. Л. Молодой рабочий России: создатель и потребитель культурных ценностей (1970—1980-е годы) // Вестник Чувашского университета. 2015. № 4. С. 160—166.

Smirnova A. L. (2015) Young Worker of Russia: Creators and Consumers of Cultural Values (in the 1970s–1980s). *Vestnik Chuvashskogo Universiteta*. No. 4. P. 160—166. (In Russ.)

Социальная стратификация российского общества : монография / под ред., предисл. Голенковой З. Т. М. : Институт социологии РАН : Летний сад. 2003. 368 с. Social stratification of the Russian society. (2003) Monograph (ed. by Golenkova Z. T.). Moscow: Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences; Letny Sad. 368 p. (In Russ.)

Стивенсон С. А. Ребята с нашего двора. Уличные подростково-молодежные компании в Москве // Молодежные субкультуры Москвы / сост. Д. В. Громов ; отв. ред. М. Ю. Мартынова. М. : ИЭА РАН, 2009. С. 195—223.

Stivenson S. A. (2009) The guys from our yard. Street teen-youth companies in Moscow. In: Youth subcultures of Moscow / Comp. by D. V. Gromov, ed. by M. Yu. Martynov. M.: IEA RAS. P. 195—223. (In Russ.)

Тартаковская И., Ваньке А. Карьера рабочего как биографический выбор // Социологическое обозрение. 2016. Т. 15. № 3. С. 9—48. <http://www.doi.org/10.17323/1728-192X-2016-3-9-48>.

Tartakovskaya I. Vanke A. (2016) Working-Class Career as Choice Biography. *Russian Sociological Review*. Vol. 15. No. 3. P. 9—48. <http://www.doi.org/10.17323/1728-192X-2016-3-9-48>. (In Russ.)

Темницкий А. Л. Традиционные и инновационные практики в трудовой культуре российских рабочих // Традиции и инновации в современной России. Социологический анализ взаимодействия и динамики / под ред. А. Б. Гофмана. М. : РОССПЭН, 2008. С. 132—195.

Temnitsky A. L. (2008) Traditional and innovative practices in the labor culture of Russian workers. In: *Traditions and Innovations in the Contemporary Russia. Sociological Analysis of Interactions and Dynamics* / Ed. by A. Gofman. Moscow: ROSSPEN. P. 132—195. (In Russ.)

Труд и занятость в России. 2017 : Стат. сб./Росстат. М., 2017. 261 с.

Labor and Employment in Russia: Statistics Digest. (2017). Moscow: Rosstat. 261 p. (In Russ.)

Уокер Ч. Класс, гендер и субъективное благополучие на новом российском рынке труда: жизненный опыт молодежи в Ульяновске и Санкт-Петербурге // Журнал исследований социальной политики. 2012. Т. 10. № 4. С. 521—538.

Walker Ch. (2013). Class, Gender and Subjective Well-being in Russia's New Labour Market: Experiences of Young People in Ul'ianovsk and St Petersburg. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 10. No. 4. P. 521—538. (In Russ.)

Чередниченко Г. А. Образовательные и профессиональные траектории рабочей молодежи // Социологические исследования. 2011. № 9. С. 101—110.

Cherednichenko G. A. (2011) Educational and professional trajectories of workers youth. *Sociological Studies*. No. 9. P. 101—110. (In Russ.)

Шершнева Е. Л. О причинах дефицита квалифицированных рабочих на российском рынке труда: спрос на профессиональную подготовку со стороны рабочих // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 3. С. 140—160.

Shershneva E. L. (2011) The Deficit of Skilled Workers in the Russian Labour Market: Workers Demand for Vocational Training. *Journal of Sociology and Social Anthropology (JSSA)*. Vol. 14. No. 3. P. 140—160. (In Russ.)

Archer L., Hollingworth S., Halsall A. (2007) 'University's not for Me — I'm a Nike Person': Urban Working-Class Young People's Negotiations of 'Style', Identity and

Educational Engagement. *Sociology*. Vol. 41. No. 2. P. 219—237. <https://doi.org/10.1177/0038038507074798>.

Casey E. (2008) Working Class Women, Gambling and the Dream of Happiness. *Feminist Review*. No. 89. P. 122—137.

Gorman T. J. (2000) Reconsidering Worlds of Pain: Life in the Working Class(es). *Sociological Forum*. Vol. 5. No. 4. P. 693—717. <https://doi.org/10.1023/A:1007567117028>.

MacDonald R., Shildrick T., Webster C., Simpson D. (2005) Growing Up in Poor Neighbourhoods. The Significance of Class and Place in the Extended Transitions of 'Socially Excluded' Young Adults. *Sociology*. Vol. 39. No. 5. P. 873—891. <https://doi.org/10.1177/0038038505058370>.

Halford S., Savage M., Witz A. (1997) *Gender, Careers and Organisations: Current Developments in Banking, Nursing and Local Government*. Basingstoke, UK. Palgrave Macmillan. 304 p.

Rubin L. B. (1976) *Worlds of Pain: Life in the Working Class Family*. New York: Basic Books. 268 p.

Willis P. E. (1977) *Learning to Labour: How Working Class Kids Get Working Class*. Farnborough: Saxon House. 204 p.

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА, ОРГАНИЗАЦИЙ И ПРОФЕССИИ

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.13

Правильная ссылка на статью:

Симонова И. А. Аффективная сила вандализма: молодежные вандалские практики в контексте концепции аффективного труда // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 273—291. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.13>.

For citation:

Simonova I. A. (2019) Affective power of vandalism: youth vandal practices within the concept of affective labor. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 273—291. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.13>.



И. А. Симонова

АФФЕКТИВНАЯ СИЛА ВАНДАЛИЗМА: МОЛОДЕЖНЫЕ ВАНДАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ АФФЕКТИВНОГО ТРУДА

АФФЕКТИВНАЯ СИЛА ВАНДАЛИЗМА:
МОЛОДЕЖНЫЕ ВАНДАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ
В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ АФФЕКТИВНОГО ТРУДА

AFFECTIVE POWER OF VANDALISM:
YOUTH VANDAL PRACTICES WITHIN THE
CONCEPT OF AFFECTIVE LABOR

СИМОНОВА Ирина Александровна — кандидат философских наук, доцент, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия
E-MAIL: luboe05@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8669-6376>

Irina A. SIMONOVA¹ — *Cand. Sci. (Philos.)*, Associate Professor
E-MAIL: luboe05@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8669-6376>

¹ Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg, Russia

Аннотация. Цель работы — адаптация концепции аффективного труда как методологической установки для анализа вандализма в молодежной среде. В статье проанализирован молодежный вандализм как форма аффективного труда и выделены два вида эффектов,

Abstract. The purpose of the article is an adaptation of the affective labor concept as a method for analyzing vandalism among young people. The article examines youth vandalism as a form of affective labor and identifies two types of effects. The first type deals with the

связанных, во-первых, с переживаниями самих вандалов, в результате которых формируются новая субъективность и коллективности; во-вторых, при реализации вандальных практик имеет место эффект для пользователей изменяемых вандалами пространств: они начинают чувствовать себя иначе, поскольку повреждения способны серьезно изменять статус, значение, пользовательские качества городской среды и ощущения горожан от нее.

Молодежный вандализм анализируется как стратегия, способная не только визуально (физически) преобразовывать городское пространство, но и осознанно конструировать аффекты, трансформирующие субъективность молодых людей, социальные позиции и формы общности как самих вандалов, так и пользователей города. Такой подход, отражающий стратегический характер вандальной активности молодежи, показал, что вандальная практика должна быть понята как практика обживания пространства, его присвоения, его де- и реконструкции, потребовал опоры на положения социальной топологии и общих идей акторно-сетевой теории. Предложенная социально-философская установка проиллюстрирована результатами, полученными в ходе исследования, проведенного летом и осенью 2017 г. в г. Екатеринбурге, где были взяты интервью у 17 представителей семи молодежных сообществ, а также произведено фотографирование поврежденных городских пространств по районам с нанесением данных на карту, полученная база фотографий промаркирована согласно территориальной принадлежности и типам поврежденной застройки. В

experiences of the vandals themselves which cause the new subjectivity and collectivity; the second type refers to the effects experienced by the users of vandal-altered spaces: they begin to feel differently because the damage can seriously change the status, value, user qualities of the urban environment and the emotions it induces on inhabitants.

The paper analyzes youth vandalism as a strategy which not only transforms the urban space visually (physically) but also consciously constructs the affects transforming the subjectivity of young people, social positions and community forms of both the vandals themselves and the users of the city. This approach, reflecting the strategic nature of the young people's vandal activity, shows that vandal practice should be understood as the practice of space occupation, its appropriation, its de- and reconstruction and should be based on social topology and general ideas of actor-network theory. The socio-philosophical conclusions in the paper are illustrated by the results of interviews involving 17 participants from 7 youth communities conducted in summer and autumn 2017 in Yekaterinburg. The photographs of the damaged urban spaces in various city districts were also taken; the data were mapped, and the photo database was marked according to geographical location and types of damaged buildings. This helped to draw certain conclusions about the youth vandalism phenomenon. The article outlines the prospects for the use of the proposed methodology in the analysis of vandal damage and in urban vandalism prevention activities.

результате удалось сформулировать ряд выводов о феномене молодежного вандализма. В статье обозначены перспективы использования предложенной методологии при анализе вандальных повреждений и в практике работы по предупреждению вандализма в городах.

Ключевые слова: вандализм, молодежь, аффективный труд, стратегии, город, молодежные сообщества

Keywords: vandalism, youth, affective labor, youth strategies, city, youth communities

Благодарность. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01278)

Acknowledgments. The research is funded by the Russian Science Foundation (project no. 17-18-01278).

Вандализм как комплексное социальное явление: ключевые проблемы анализа

Феномен вандализма в молодежной среде — явление, гораздо более сложное, чем стихийное точечное проявление индивидуальных психологических особенностей отдельных ее представителей или следствие их распущенности и невоспитанности. Установлено, что вандализм выполняет множество социальных функций¹ и представляет собой надывидуальное явление, связанное с социальными контекстами, условиями среды, значимыми событиями, сломami и пр. Потребность поиска эффективной методологии для анализа вандализма в молодежной среде продиктована, во-первых, необходимостью конкретизировать теорию — очертить границы понятия, четко определить критерии вандальной активности, систематизировать ее значимые эффекты, выявить триггеры; во-вторых, практической потребностью: на сегодняшний день не сформирована научно обоснованная технология оценки действий вандалов, которая опиралась бы, помимо правовых, на убедительные социальные, этические, финансовые основания; сходная ситуация сложилась и в практике реагирования на вандализм, диапазон мер весьма узок.

При попытках точечного исследования вандализма как такового приходится сталкиваться с рядом проблем. Затруднительным оказывается определение границ между вандализмом и явлениями иного порядка (неумелая реставрация памятников, шутки, уличное искусство и пр.), поскольку такие возможные критерии, как мотивы вандальных действий, портреты вандала (определение по субъекту активности), анализ продуктов вандализма, оценка целей вандалов, не дают воз-

¹ В настоящее время материал готовится к публикации: Кружкова О. В., Воробьева И. В., Порозов Р. Ю. Социально-средовые и индивидуально-субъективные функции вандализма в городской среде» в сборнике материалов Всероссийской юбилейной научной конференции «Проблемы социальной и экономической психологии: итоги и перспективы исследований», посвященной 45-летию лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН (7 декабря 2018 г., Москва).

возможности строгого разделения в условиях отсутствия общего методологического основания. На сегодняшний день существует несколько определений вандализма, мнения исследователей достаточно серьезно различаются — в том числе из-за их различной дисциплинарной принадлежности [Воробьева, Кружкова, 2015: 16]. Общей проблемой для них является отсутствие объективной универсальной системы координат для оценки явлений в качестве вандальных. Например, на практике при оценке последствий изменения среды и последующей работе с причастными к нему лицами обычно используют лежащее в правовом поле определение, рассматривающее вандализм предельно широко — как осквернение зданий или иных сооружений, порча имущества на общественном транспорте или в иных общественных местах [Скуратова, Лебедева, 1997]. При этом непроясненными остаются критерии, по которым можно квалифицировать изменение среды как оскверняющее или портящее.

Особую сложность представляет исследование собственно молодежного вандализма, поскольку речь идет не только о том, что субъект вандализма относится к определенной возрастной группе, но возникает вопрос о наличии специфических молодежных вандальных практик, а также о субъективном восприятии таких форм активности самими молодыми людьми. Следует учитывать, что вандализм находится на стыке правового, этического, эстетического и даже экономического полей, а в случае с молодежью еще и сосуществует наряду с широчайшим спектром специфичных практик в условиях интенсивных коммуникаций, свойственных молодежи, и потому должен рассматриваться как комплексное социальное явление: следует подходить к нему как к определенной социальной стратегии, связанной с особенностями современной жизни в городском пространстве, однако зрелая методология для такого анализа пока не сформирована, единое системное концептуальное основание не найдено. Цель этой работы — попытка поиска такого основания. И здесь большой потенциал для решения указанных проблем имеет концепция аффективного труда, что и будет продемонстрировано далее.

Концепция аффективного труда как инструмент для анализа социальных явлений «средового» типа

Аффективный труд — это производство и манипуляция аффектами и потребностями в человеческой связанности и близости. Иными словами, это работа, выполняемая для того, чтобы изменить ощущения и сконструировать новый определенный эмоциональный опыт людей. Его отличительная особенность — неосвязаемость производимого продукта: чувство легкости, благополучия, удовлетворения, волнения, страсти, связности, понимания, контакта. При этом особое значение имеют именно коллективные переживания, определяющие действия людей, в которых выстраивается некоторая новая субъективность.

Понятие аффективного труда (далее А.Т.) вошло в научный оборот благодаря работам Маурицио Лаццарато, однако наибольший вклад для понимания природы этого феномена внесли Майкл Хардт и Антонио Негри [Hardt, 1999; Hardt, Negri, 2000; Hardt, Negri, 2004], описавшие его именно как принципиально новую и более совершенную форму деятельности, оказывающую мощное влияние на все активности: она позволяет пересматривать позиции человека в традиционной

иерархической структуре труда, дает увидеть возможности для самоорганизации субъектов и их свободной сборки в «нежесткие» общности вне институционального диктата и капиталистической доминанты. Идея А. Т. переносит фокус на процессы создания коллективных субъективностей, где в ходе культурного воспроизводства и коммуникации зарождается подлинная, «живая» социальность. И хотя А.Т. успешно капитализируется и нередко ложится в основу управленческих инструментов патриархального толка, можно говорить также и о его эмансипационном потенциале. Так, М. Хард отмечает, что «С одной стороны, аффективный труд — это производство и воспроизводство жизни, что является основой капиталистического накопления и патриархального порядка. С другой стороны, однако, производство аффектов, субъективности и форм жизни представляет огромный потенциал для автономных схем валоризации и, возможно, для освобождения» [Hardt, 1999: 100]. Так или иначе, А.Т. работает непосредственно над аффектами и в итоге порождает новую субъективность, производит общество, социальную жизнь. Благодаря такому фундаментальному свойству эта идея нашла широкое применение как инструмент в исследовании самых разных сфер общественной практики. Например, отметим сборник работ команды европейских исследователей, подготовленный в рамках проекта, посвященного прикладному потенциалу концепции А.Т. [Dowling et al., 2007]: внимание уделено анализу модельного бизнеса [Wissinger, 2007], сетей креативного андеграунда и рекламной индустрии [Arvidsson, 2007], продаж в розничных сетях (Kristin Carls), ресторанной индустрии [Dowling, 2007], производства научного знания [Conti et al., 2007] в контексте идеи А.Т.— авторы смогли заглянуть за обыденные практики повседневной жизни и приблизиться к пониманию их сложной социальной основы, увидеть процессы, связанные с оперированием переживаниями и ощущениями, обеспечивающими не только коммерческий успех, но создающими социальные «уплотнения» (временно возникающие неинституциональные общности с нестабильными социальными связями и неочевидной идентичностью), обладающие новой субъективностью.

Интереснейший пример использования А.Т. как методологии социального анализа представлен в работе Ниры М. Сингх (Neera M. Singh) [Singh, 2013], в которой автор обращается к исследованию ситуации, сложившейся в регионе Одиша, Индия, где жители местных деревень занялись восстановлением исчезающего леса. Автор, исследуя причины, по которым сельские общины без поддержки правительства берут под контроль спасение государственных лесов, обнаруживает, что именно А.Т. способствовал становлению нового для них вида субъектности, подразумевающего вовлеченность в сохранение природного богатства, ответственность за судьбу леса, готовность работать над проблемой в кругу единомышленников, для которых лес является важным, «своим». На примерах высказываний членов общин-защитников Н. М. Сингх показала, что принципиальное значение имеет то, какие чувства вызывает лес, — он воспринимается как часть каждого человека, живущего рядом, как его друг, при этом чувства эти оказались разделенными всеми вовлечшимися в спасение общинами. Речь идет о появлении экологических субъектов в ходе А.Т., для которых произошло не только переосмысление окружающей среды: в какой-то степени границы между средой и общиной были стерты. Применение идеи А.Т. позволило автору, во-первых, выявить не-

материальные мотивы поведения индийских селян; во-вторых, проследить, как разделяемые сильные эмоции сформировали плотные сообщества защитников, где каждый структурировал свои установки и поведение в духе разделяемых группой единомышленников аффектов: «Аффективный труд трансформирует местные субъективности». При этом важно, что аффект оказался «заразительным», вовлечено большое количество людей. В-третьих, автор обнаруживает, как переплетены чувства людей, становление их субъективности и их биофизическая среда. В этом смысле исследователь, хотя и не проговаривает этого, делает социально-топологический поворот [Law, 1999]: показывает, что человеческое сообщество неотделимо от пространства, где разворачивается событие, физическое пространство маркируется социально, становится частью социальной жизни и изменяется физически под действием социальных сил. Как отмечает Дэвид Болие, анализируя работу Н. М. Сингх, главный урок текста — взаимозависимость «наших действий с тем, как мы воспринимаем себя, с нашими отношениями с другими и нашей связью с окружающей средой»². Н. М. Сингх говорит и о «формах человеческого сотрудничества, возникающих в ответ на изменения в этой среде», то есть исследование показывает, что состояние социальности чувствительно к «логике вещей» [Кемеров, 2004]. Сам автор работы не упоминает акторно-сетевой подход, однако его функциональность в анализе данной ситуации очевидна: лес, его присутствие и состояние оказываются определяющими для практики местного сообщества, конституируют его. Для нас приведенное исследование демонстрирует удачный опыт применения идеи А.Т. как инструмента для анализа средового социального феномена, и особенно важно, что использование данной концепции позволяет «подцепить» социально-топологическую и акторно-сетевую методологии, столь необходимые для комплексного понимания явлений такого типа. Этот тандем дает возможность зафиксировать силу и подтвердить значимость аффектов и, несмотря на их невещественный характер, увидеть, как реально, физически срабатывает А.Т. Это позволяет говорить о ценности производимых нематериальных эффектов или, по крайней мере, об их влиятельности.

Обзор исследований последних лет по проблеме А.Т. дает основание сделать вывод, что интерес к прикладному использованию данной концепции, в особенности к явлениям средового типа, сегодня не слишком велик, несмотря на ее большой потенциал. Среди крайне немногочисленных российских работ можно выделить исследование Я. В. Григоровой, где автор показывает, что именно в среде современного искусства зародилась новая трудовая этика, присущая нематериальному труду. В так называемом постфордистском обществе сопоставление искусства и общественного труда позволяет найти причины прекаризации современных работников [Григорова, 2017]

За рубежом внимание в основном приковано к анализу возможностей концепции А.Т. в гендерных исследованиях — как в семье и в романтических отношениях, так и в рамках гендерной политики вообще, что уже стало традицией для этой темы. Такой аспект, например, отражает работа Йоханны Оксала (Johanna Oksala), которая представляет преимущества А.Т. для развития критической феминистской

² Bollier D. (2014) Affective Labor as the Lifeblood of a Commons. URL: <http://www.bollier.org/blog/affective-labor-lifeblood-commons> (дата обращения: 15.09.2018).

мысли и приводит сильные стороны этой концепции для анализа современной трудовой практики. Однако исследователь отмечает необходимость дальнейшей теоретической проработки категории А.Т. для успешной реализации на ее основе феминистской политики [Oksala, 2016].

Гендерный аспект присутствует (хотя и не является наиболее ценным) и в работе Пейдж Морган (Paige Morgan), рассматривающей эмоциональную составляющую работы специалиста библиотечного дела в сфере цифровой гуманитаристики. В компактном эссе она определяет свою аффективную работу как управление эмоциями людей, чтобы они могли принимать эффективные проектные решения. Она отмечает, что особенное значение эмоциональный труд имеет как фактор выбора решения в ситуациях, связанных с рисками, когда даже опытным пользователям из академической среды необходима поддержка. Речь идет не только о согласии специалиста помогать, но и об определенном доверии к его деятельности, которое достигается благодаря его эмоциональной работе. Важно, что даже на первый взгляд незначительные фрагменты инфраструктуры могут существенно повлиять на развитие всего научного проекта, потому этот труд столь значим для нас, если мы посмотрим на данный тезис с точки зрения решений пользователей в отношении городского пространства. П. Морган утверждает, что эмоциональный труд необходим в научных кругах и библиотеках, поскольку он влияет на качество научных решений и позволяет делать это эффективно в условиях нестабильности, обусловленной как актуальным состоянием технологии, так и ситуацией с научным сообществом в целом. Для нас также интересен тезис, что эффективность эмоционального труда обеспечивается его добровольностью и возможностью свободно выполнять аффективную работу: «И все же простая формализация консультационных отношений не является ответом, потому что добровольный характер работы с библиотекарем оказывает положительное влияние на эмоциональный контекст, в котором работают библиотекари и ученые, особенно потому, что я неофициально советую, а не формально направляю; и я бы не хотела отказываться от свободы, характеризующей наши взаимодействия» [Morgan, 2016].

Отметим работу Лиз Чадч (Liz Czach), посвященную анализу опыта программной работы (отбор материала и составление программы) на кинофестивале через призму концепции А.Т., где автор обнаруживает такую неявную, но важную составляющую этой деятельности, как управление эмоциями и впечатлениями. При этом отмечается, что речь идет не только о работе с будущим зрителем, но и о переживаниях создателей фильмов, с которыми ведется взаимодействие при составлении программы, что позволяет увидеть широту спектра аффективной составляющей в разных сферах — в потребительской и в сфере профессиональной деятельности [Czach, 2016].

Об эффективности А.Т. в профессиональной деятельности говорится и в работе П. В. Мур (Phoebe V. Moore), где автор подчеркивает значимость А.Т. в жизни организации и его связи с возможностями функционирования в условиях изменений. На основе анализа кейса конкретного предприятия автор делает вывод о связи хорошего самочувствия и производительности как факторов формирования позитивного аффективного труда и соответствующей эмоциональной атмосферы в организации, обеспечивающих устойчивость, столь необходимую, чтобы

пережить турбулентность при внедрении гибких систем управления, в которых работники должны получать символическое руководство от машин [Moore, 2018]. Подтверждение связи между телесностью работников и широкими возможностями аффективного труда в условиях динамичных пространств представляется важным тезисом. Сходные выводы можно обнаружить и в работе Билли Хольсберга (Billy Holzberg) в которой делается попытка систематизации методологии А.Т. для анализа коммерческого суррогатного материнства в Индии. Автор с помощью трех различных концепций аффекта, обнаруженных в работах Майкла Хардта, Сары Ахмед и Брайана Массуми, показывает, как аффективная составляющая проявляется на уровне дебатов вокруг данной темы и функционирует в качестве основания для сопротивления суррогатному материнству. Делается вывод, что интеграция различных теорий аффекта позволяет более целостно исследовать проблему регулирования телесности, при этом расширяя понимание множественных жизней аффекта, которые действуют одновременно на уровне политической экономики, культурной значимости и материальной напряженности [Holzberg, 2018].

В контексте наших задач заслуживает внимания работа группы австралийских авторов, посвященная анализу процессов конструирования городского пространства. Исследование показывает, что реконструкция и создание городских территорий — это процессуальное явление, которое не завершается этапом физической реализации проекта, но предполагает сложные и более долговременные процессы социальной сборки, важную роль в которых играют общение и аффективный труд различных городских субъектов, объединяющие человека и нечеловека, материальное и социальное, а также прочное и эфемерное [Sweeney et al., 2018].

Суммируя изложенное, отметим, что положения концепции А.Т. используются исследователями для интерпретации практик социального взаимодействия. Благодаря ей представление о причинах взаимодействия людей дополняется идеей совместного проживания ими сильных эмоций. Важным аспектом анализа оказывается оценка значимости аффективной составляющей в относительно привычных видах деятельности, что делает такую деятельность более ценной и позволяет корректно оценить механизмы функционирования, а также находить «точки роста» в ее отношении. Ключевое значение аффективный труд имеет в случаях, когда устанавливается связь между человеческой субъективностью, телесностью и физическим пространством, где людям приходится становиться частью социальных отношений.

Концепция аффективного труда как инструмент для анализа молодежного вандализма

В данной части работы нами обсуждаются интерпретационные возможности концепции А.Т. для понимания феномена и субъективных причин молодежного вандализма. Потребность методологического поиска, как было обозначено выше, продиктована невозможностью окончательно справиться с вандализмом, в том числе и путем «слепой» профилактики вандальных действий молодежи вне использования устойчивой методологии.

Одной из ключевых и наиболее очевидных предпосылок применения концепции А.Т. для анализа молодежного вандализма оказывается сложная природа его ре-

зультатов. От действий вандалов страдает государственное и частное имущество, однако важнейшее значение здесь имеет не только и не столько непосредственная деформация вещей, сколько нежелательные и несанкционированные изменения городской среды в целом, теряющей свою привычную атмосферу, облик, а иногда и функциональность.

Положения концепции А.Т. используются нами для объяснения вандальных действий. При определении исходных предметных границ данного исследования мы опирались на дефиницию вандализма, предложенную Дж. Вайсом: «Изменение части физической среды без согласия на то ее собственника или управляющего» [Wise, 1982], где любое несанкционированное воздействие на городское пространство может быть понято как вандальное. Это позволило очертить круг рассматриваемых случаев в ходе изучения состояния городской среды и работы с информантами.

Эмпирическим материалом служат интервью, проведенные с 17 представителями семи молодежных сообществ Екатеринбурга августе-октябре 2017 г., а также фотографии поврежденных городских пространств Екатеринбурга по районам с нанесением данных на карту. Полученная база фотографий промаркирована согласно территориальной принадлежности и типам поврежденной застройки.

Цель интервью — изучение представлений молодежи о причинах вандального поведения, особенностей восприятия ими вандальных повреждений городской среды. Интервью проводились в форме индивидуального собеседования, в соответствии с ранее разработанным планом опроса. Участие было добровольным, интервьюируемые уведомлялись о целях, содержании вопросов, способе обобщения и публикации материалов. Персональные данные не собирались. Сообщения фиксировались на диктофон, транскрибировались вручную. Изучение материалов интервьюирования позволило сконструировать представление об атрибуции вандальных действий, понять типичные реакции интервьюируемых на акты вандализма.

Обобщение результатов показало, что большинство обследуемых определяют вандализм через достаточно обширную решетку концептов (более насыщенную, чем теоретические дефиниции или правовое определение) [Зотова, Симонова, 2018], однако перечень явлений, квалифицируемых участниками интервью в качестве вандальных, а также предложенные определения соответствуют области явлений, обозначенных на основе теоретической установки Дж. Вайса. При этом каждый акцентирует внимание на эмоциональном эффекте вандальных действий. Им важно впечатление, которое оказывают вандальные повреждения на окружающих. Значимость имеют качества впечатлений — позитивные они или негативные. При этом физические повреждения, меняющие технические качества вещей, могут носить минимальный характер, большее значение имеет событийная сила вандального акта, переживания, которые испытывают пользователи поврежденного пространства.

Это подтверждается обращением к анализу обсуждения случаев вандализма, произошедших за последние годы в различных регионах России и освещенных в прессе. Так, многих возмутил инцидент, произошедший в 2015 г. в Алексине (Тульская область), где подростки сожгли венки, возложенные к Вечному огню

мемориала Победы³. Хотя Вечный огонь, как и сам мемориал, не пострадал, местное сообщество отреагировало крайне болезненно. Сходные эпизоды с Вечным огнем, где физически памятник не пострадал, однако ситуация глубоко оскорбила горожан, регулярно происходят и в других городах (Нижний Тагил, Екатеринбург и др.). Что важно, именно на такие переживания рассчитывают сами вандалы. Целью их действий не является разрушение, важнейшее значение имеет реакция на содеянное.

Высказывания, полученные в ходе интервью также подтверждают приведенный тезис:

«Использование памятников как рампы — мы не расцениваем это как вандализм, если это действительно не разрушает памятник... Ну, и знаете, тут вопрос морали, что точно я не пойду на Вечный огонь кататься. Это просто какой-то нонсенс...» (молодой человек, роллер, 33 года).

«Это направленное злонамеренное разрушение символов, которые принимаются в нормальном обществе, в классическом понимании общества. Просто на уровне того, что я сказал, чтобы не повторяться: граффити создает символ, который есть, так же катание скейтеров возле памятников. Это разрушение памятников? Разрушение символа. И когда место теряет свою информативность, я называю это вандализмом» (молодой человек, роллер, 27 лет).

«Да, конечно, если ты несешь разрушение или негатив, ну, то есть какие-то свойства ухудшаются — объекта или пространства, да, то это вандализм...» (молодой человек, антифашист, 29 лет).

«...Зачастую уличные художники хотят, чтобы на их работу была реакция, пусть даже не самая положительная» (девушка, занимается несанкционированными граффити, 22 года).

Шокировать, расстраивать, оскорблять, возмущать — важно, что в случае с вандализмом эффект может быть не только негативным, но и позитивным. Вандальные действия могут быть нацелены на формирование приятных эмоциональных переживаний, заставлять почувствовать комфорт.

«Граффити должно быть со смыслом. 32С — известные в Ёбурге. Взяли мастику и писали «Смерть буржуйам». Художники есть в Ёбурге, идешь — и тебя улыбнуло» (молодой человек, антифашист, 26 лет).

К примеру, на стенах домов и на асфальте нередко можно встретить ободряющие надписи: «Я тебя люблю!», «Привет!», «С днем рождения!» и пр. (см. рис. 1, 2).

Таким образом, вандализм — это визуальная практика, она ориентируется на явленность и обнаружение кем-то, даже если вандал ускользает и сам акт не был замечен, всегда предполагается, что кем-то будет произведена оценка, то есть вандальный акт совершается не только для себя, но всегда подразумевает изменения, которые затронут других. Хотя сам вандальный акт нередко сопровождается сильными эмоциями, в конечном счете он предполагает создание эмоций именно у пользователей пространства. Повреждения способны серьезно изменять статус, значение, пользовательские качества городской среды и ощущения горожан от нее.

³ Гвоздева А. В Алексине вандалы сожгли венки у Вечного огня // Myslo.ru. 19.05.2015. URL: <https://myslo.ru/news/criminal/2015-05-19-v-aleksine-vandali-sozhgli-venki-u-vechnogo-ognya> (дата обращения: 15.09.2018).



Рисунок 1. Надпись «Выздоровливайте!», г. Екатеринбург, 2018 г.



Рисунок 2. Надпись «С днём рождения!», г. Екатеринбург, 2018 г.

О том, как молодежь должна заявить о себе:

«...И при большом скоплении народа, где каждый может увидеть, заявить о себе надо как-то грандиозно, чтобы на это могли смотреть обычные люди, а не просто там у себя в клубе сидеть, придумывать. Чтобы это было видно, запоминалось...» (девушка, косплей, 22 года).

«Каким-то вандализмом политическим, социальным занимались... На Уралмаше проходил «русский марш», накануне расписывали стены, где будет проходить марш. В 15-м году это было, и в 2009-м «русский марш» накрывали, когда они все расходились...» (молодой человек, скинхед/ антифашист, 26 лет).

В последнем приведенном высказывании молодой человек показывает, что были приложены определенные усилия для того, чтобы участники марша знали, что им не рады, чувствовали это.



Рисунок 3. «Бог/бон есть любовь», образец юмора, г. Екатеринбург, 2018 г.

Вандализм заставляет пользователя почувствовать себя определенным образом, создает аффект, и эта работа способна оказать влияние на практики дальнейшего функционирования в изменившейся среде. Вандализм меняет «логику вещи» и задает новую логику функционирования человека в изменившемся пространстве, и именно аффект становится связующим звеном, передающим и поддерживающим эти изменения. Это предположение подтверждают результаты фотографирования вандальных поражений в Екатеринбурге, проведенного в 2017 г. В результате анализа фотографий и последующего осмотра ряда мест города установлено, что повреждения чаще всего появляются именно там, где это больше всего заметно окружающим и может оказать на них влияние — на фасадах домов, в местах постоянного пользования бытового назначения, на объектах инфраструктуры с хорошим обзором, а также в местах с высокой проходимостью, то есть где пространства подвергаются высокой нагрузке, в том числе в местах сбора молодежи. Важно,

что однажды поврежденные поверхности — вытопанные газоны, поврежденные ограждения и лавочки, исписанные стены провоцируют горожан менять свое поведение (перемещаться по протоптанным дорожкам, использовать лазы в заборах, сидеть на спинках скамеек, наносить новые надписи на стенах и т. д.). При этом в ходе интервью многие опрошенные отметили, что вандализм меняет практики поведения горожан, в некоторых случаях делая город неприветливым (создавая впечатление неблагополучия), а в некоторых — оптимизируя пространство.

«Ну, с другой стороны, в том числе когда делают газон и всем по... на этот газон — все через него ходят, значит, какой-то мудака просто газон плохо спроектировал и люди молодцы, потому что делают там тропинку. Потому что если они сделают... вытопчут тропу, да, то тому, кому было стремно ходить по газону, будет нормально пользоваться. Ты уже хуже не делаешь, уже есть тропинка. Если в состоянии опьянения алкогольного, да, наркотического, неважно, то понятно, что тут никакой не протест, тут просто — блажь. Если ты устраиваешь дестрой витрин, то тут надо посмотреть, кто это делает, какие витрины. То есть, например, было время, когда некоторые знакомые меховые витрины яйцами закидывали... ну, не яйцами, а краской с яйцами закидывали, да, то есть типа против этого. А если, ну как бы, нарушаются какие-то элементы благоустройства, ну то есть, например, знаки заклеивают или роняют. Ну, вот со знаками, кстати, спорно, потому что есть дурацкие знаки, ну типа «нахер он нужен», потому что дорога широкая, ограничение 30. Вот. Но, с другой стороны, если там на остановках граффити зафигачивают, расписание какое-то, еще что-то — то это плохо, конечно. Или фонари бьют, тоже непонятно — зачем?» (молодой человек, панк-рок/антифашист, 29 лет).

Значимым эффектом вандализма, который также выкристаллизовывается благодаря использованию концепции А.Т., является способность создаваемого вандализмом аффекта стать основой формирования общностей. Как было отмечено ранее, вандальный акт может стать источником негативного ощущения, а может вызывать ощущения комфортности, солидарности и пр. Вокруг таких общих переживаний, испытываемых горожанами, находящимися под влиянием одних и тех же аффектов, возникают социальные «уплотнения», характеризующиеся нежесткими сцеплениями. Безусловно, речь идет о социальных образованиях, идентичность которых не может быть сформирована целостно, но фундируется (определяется) совместным опытом, разделяемыми образами, переживаниями, историей [Петровская, 2012]. У вандальных продуктов появляются обожатели и ненавистники, охотники и защитники, аффекты воодушевляют и травмируют, создавая общности, которые уже чувствуют себя иначе вместе. И именно принадлежность пользователей к общей среде обеспечивает действенность аффекта. Серия граффити на тему Забиваки (символа Чемпионата мира по футболу — 2018) в Москве, ставшая предметом обсуждения по всей стране, получила много положительных отзывов. На своих страницах в социальных сетях Facebook и VK пользователи писали, что поддерживают художника и разделяют его ощущения от прошедшего мероприятия.

Здесь отметим, что не только потребители, но и сами вандалы в ходе производства аффектов усиливают и даже конструируют общности, характеризующиеся как подвижными, так и более плотными связями.

«Я только одно могу назвать изменение города, но, по крайней мере, если мы говорим о слаломе, там ставятся конусы. Конусы ставятся на точки. Точки, естественно,

должны быть где-то нарисованы. Вот, допустим, наши точки уже вот не десятый — больше, одиннадцатый-двенадцатый год мы рисуем прямо в центре города. И факт того, что их никто не стирает, никто за это не гоняет, наверно, важен, то есть город, он принимает то, что здесь катаются роллеры, эти точки здесь нужны. То есть я ни разу не слышал какого-то открытого протеста против того, что эти точки здесь находятся. Ни разу за свои десять лет. Точки там были, все прекрасно понимали. Это меня даже отчасти удивляло — то, что в центре города никогда никто не задавал никаких вопросов...» (молодой человек, роллер, 27 лет).

Совместные переживания и ощущения, возникающие в результате подготовки, реализации и отслеживания судьбы вандального действия, укрепляют не только уже существующие общности, но и солидаризируют разрозненных представителей разных социальных «уплотнений»: объединяемые производством аффектов, люди образуют новые связи, где в сети отношений формируются специфические формы субъектности.

Приведем высказывание молодого человека, занимающегося несанкционированными граффити (23 года), на вопрос «Как вы думаете, что самое главное в вашем сообществе, в чем его «фишка?» он отвечает: «Страна большая. Ребятам много, которые занимаются теми же вещами, которые делаю я. Мы объединены в сообщество, но так как мы находимся по 600 километров, по 1000, мы автономны, делаем для своей команды, всплывает только в интернете, в самиздатах. Движемся в субкультуре. Смотрите, граффити занимаются не только брейкдансеры, хипхоперы, занимаются все. Мы стараемся быть автономной, не зависим ни от тех, ни от других. Это наше дело. И если кто-то решит вмешаться в наше дело, ему придется эти движения пресекать... Есть противоречие. Нету такого движения, где люди все заодно. Кто-то придерживается коммунистических взглядов, кто-то социалистических взглядов, кто-то отрицает общество, кто-то буддист. Этим людей много. Благодаря непохожести мы держимся вместе... Некоторые люди думают, что это их город, но скоро они почувствуют, что они сильно ошиблись. Настало время, и мы заберем свое...»

Независимо от того, положительным или отрицательным героем оказывается вандал, в ходе своей активности, имеющей мощную аффективную силу, он разворачивается как субъект городской среды, а не внезапно поддавшийся индивидуальному импульсу одиночка, который не просто изменяет конкретную вещь в городском пространстве, но меняет среду, корректирует социальное пространство, заставляя других пользователей ощутить, что их среда изменилась. Вандальная практика, независимо от позитивной или негативной оценки такой деятельности, должна быть понята как практика обживания пространства, его присвоения, его де- и реконструкции, и не только на физическом, но и на социально-топологическом уровне.

Идея А. Т. позволяет преодолеть установку на то, что вандализм носит спонтанный, случайный характер. Вандальный акт может оказаться трудоемким и потребовать серьезных временных, а иногда и материальных затрат, физической работы, планирования и подготовки. Он нередко сопряжен с серьезными рисками, которые осознаются вандалом. При этом материальный мотив в деятельности вандала не является доминирующим [Vorobyeva, Kruzhkova, Krivoshchekova, 2015],

а зачастую вообще отсутствует⁴. Безусловно, личные переживания — удовольствие, риск, выплеск эмоций, — имеют огромное значение. Однако концепция А.Т. позволяет увидеть серьезный мотив — создание переживания для других.

«Да, мне кажется, бывает: стикера, надписи, граффити. Есть, когда ты видишь, потому что знаком с этим. А если предложением — значит это адресовано всем» (девушка, скинхед (антифашист), 22 года).

Здесь молодой вандал как субъект городской среды намеренно действует в некоторой системе социальных координат, а не под воздействием сугубо индивидуального внезапного импульса. Таким образом, можно говорить, что он реализует стратегию обживания городского пространства, и здесь налицо стратегический характер вандальной активности молодежи. Стратегия в данном случае понимается нами как своего рода деконструкция [Rasche, 2008]: это система координат, позволяющая вандалу быть субъектом переструктурирования города, подрывать и перестраивать отношения, которые в нем сложились. При этом на сломках и построении отношений, в процессе совместного конструирования аффектов, переживания аффектов, произведенных референтными группами, человек формирует свою субъективность.

«Тут двояко, я думаю, тут имеет место быть и голос города — несанкционированные граффити, и зачастую они делают город комфортнее, последние годы это делают и для горожан, им тоже комфортнее становится. Это не просто выплеснуть себя, свою энергию, а чтобы был диалог между художником и зрителем, чаще случается положительный диалог...» (девушка, занимается несанкционированными граффити, 22 года).

«...Это не очень хорошо. Сам памятник — он стоит, а платформа, на которой он стоит, там же мрамор, и он, соответственно, уже чуть попорчен. То есть там следы те же, грязь... У нас есть в городе один скейт-парк, который раздолбанный полностью... И в момент все начали кататься не в скейт-парке, а на улице, просто на перилах скользить там, прыгать со ступеней. И тем самым мы показали, что у нас нет места, где кататься. Сейчас вроде бы построили на Ботанике парк... Мы так показываем свое мнение... И, я так понял, нас услышали...» (молодой человек, скейтер, 12 лет).

Таким образом, молодежный вандализм, рассматриваемый в контексте концепции аффективного труда, представляется надындивидуальным явлением, не только обуславливающим физическое состояние города, но выполняющим функцию производства впечатлений, меняющих городское пространство, конституирующих как самих вандалов и референтные для них общности, так и выполняющих функцию сборки новых социальных образований. При этом посредством аффектов и в ходе их производства вандалы испытывают влияние связи со средой — отзываются на изменения, которые в ней происходят, и сами выступают как субъекты городского пространства, формируют свою субъективность. Молодежный вандализм при этом разворачивается как стратегия, способная не только визуально (физически) преобразовать городское пространство, но осознанно конструировать аффекты, трансформирующие субъективность молодых людей, социальные позиции и формы общности как самих вандалов, так и пользователей города.

⁴ О присутствии материального мотива можно ограниченно говорить лишь в тех случаях, когда разрушения сопряжены с преступлениями, квалифицируемыми как кража.

В целом же можно сказать, что адаптация концепта аффективного труда в рамках решения проблемы методологического поиска позволяет составить представление о феномене молодежного вандализма как о социальной стратегии и определить его границы; пересмотреть традицию неуклонной «демонизации» молодежных активностей вандального типа, переосмыслить социальное значение таких практик; осознать неоднородность молодежного вандализма в контексте различных молодежных сообществ.



Рисунок 4. «За молодежь», г. Екатеринбург, 2018 г.

Заключение

Суммируя, можно сказать, что аффективный труд применительно к анализу молодежного вандализма позволяет увидеть связь между физическим состоянием пространства города и системы отношений и переживаний, которые социально маркируют и обуславливают его, тем самым город видится как мобильное, гетерогенное образование, а сам вандализм — как сложная стратегия проживания в нем.

1. Обнаруживается стратегическая природа вандализма, его целенаправленность и аффективная продуктивность.
2. Установлено, что А.Т. стимулирует создание коллективностей с особым типом субъектности и специфической субъективностью как среди вандалов, так и среди других пользователей городской среды.
3. Устанавливается связь «субъективность — сообщество — среда», вандал предстает как субъект городской среды.

4. Вандализм, понимаемый как «фабрика впечатлений», получает экономическое измерение не только с точки зрения стоимости физического ущерба городской и частной собственности: такая «работа» может либо создавать дополнительную ценность мест города, либо, напротив, снижает ее, делает район/город комфортнее или непривлекательнее.

Полученные теоретические положения открывают ряд перспектив в практической деятельности по работе с проблемой городского вандализма в молодежной среде.

1. На основании анализа силы и содержания производимых аффектов может быть сформирована система дифференциации вандальных практик и прочих видов молодежной активности.
2. Перспективной представляется оценка вандальных последствий на основании анализа производимых аффектов, а не только с опорой на физическую оценку поврежденного имущества, что позволит вычленять позитивные эффекты вандализма и использовать этот опыт в сфере работы с городской средой.
3. Анализ вандализма как аффективной стратегии позволит точнее понимать цели и причины вандального поведения и на этой основе корректировать среду и поддерживать альтернативные стратегии городской жизни молодежи.
4. Производимые аффекты могут стать индикаторами городских проблем, в том числе и проблем молодого населения.
5. Перспективной представляется экономическая оценка производимых вандалами аффектов применительно к маркетингу территории различного масштаба.

Список литературы (References)

Воробьева И. В., Кружкова О. В. Психология вандального поведения. Екатеринбург : УрГПУ. 2015. 304 с.

Vorobeva I. V., Kruzhkova O. V. (2015) The psychology of vandal behavior. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. (In Russ.)

Григорова Я. В. Искусство и «нематериальный труд» // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура, история, философия, право. 2017. № 4. С. 69—73.

Grigoryeva Ya.V. (2017) Art and “Non-Material Labor”. *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Culture, History, Philosophy, Law*. No. 4. P. 69—73. (In Russ.)

Зотова А.С., Симонова И. А. Что такое вандализм: тенденции речевой культуры в высказываниях субкультурной молодежи // Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. № 4. С. 25—37.

Zotova A. S., Simonova I. A. (2018) What vandalism is: trends of speech culture in the statements of subcultural youth. *Bulletin of Pyatigorsk State University*. No. 4. P. 25—37. (In Russ.)

- Кемеров В. Е. Социальная философия. М. : Академический проект. 2004. 384 с.
Kemerov V. E. (2004) *Social Philosophy*. Moscow: Academic Project. 384 p. (In Russ.)
- Петровская Е. Безымянные сообщества. М. : Фаланстер. 2012. 384 с.
Petrovskaya E. (2012) *The Nameless communities*. Moscow: Falanster. 384 p. (In Russ.)
- Скуратова Ю. Н., Лебедева В. М. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. 2-е изд. М. : Инфра-М, Норма. 1997.
Skuratova Yu.N., Lebedeva V.M. (1997) *Commentary on the Criminal Code of the Russian Federation*. 2nd ed. Moscow: Infra-M, Norma. (In Russ.)
- Arvidsson A. (2007) Creative Class or Administrative Class? On Advertising and the 'Underground'. *Ephemera*. Vol. 7. No. 1. P. 8—24.
- Conti A. et al. (2007) The Anamorphosis of Living Labour. *Ephemera*. Vol. 7. No. 1. P. 78—88.
- Czach L. (2016) Affective labor and the work of film festival programming. In: Valck, M. (Ed.), Kredell, B. (Ed.), Loist, S. (Ed.). *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*. London: Routledge. P. 196—208.
- Dowling E. (2007) Producing the Dining Experience: Measure, Subjectivity and the Affective Worker. *Ephemera*. Vol. 7. No. 1. P. 117—133.
- Dowling E., Nunes R., Trott B. (2007) Immaterial and Affective Labour: Explored. *Ephemera*. Vol. 7. No. 1. P. 203—233.
- Hardt M. (1999) Affective Labor. *Boundary 2*. Vol. 26. No. 2. P. 89—100.
- Hardt M. Negri A. (2000) *Empire*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hardt M. Negri A. (2004) *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. New York: Penguin.
- Holzberg B. (2018) The Multiple Lives of Affect: A Case Study of Commercial Surrogacy. *Body and Society*. Vol. 24. No. 4. P. 32—57. <https://doi.org/10.1177/1357034X18799177>.
- Law J. (1999) After ant: Topology, Naming and Complexity. In: *Actor-Network and After*. Ed. by J. Law J. Oxford: Blackwell/Sociological Review. P. 3—14.
- Morgan P. (2016) Not Your DH Teddy-Bear; or, Emotional Labor is Not Going Away. *dh+lib*. Special Issue. URL: <https://acrl.ala.org/dh/2016/07/29/not-your-dh-teddy-bear/#marker-45401-1> (accessed: 20.12.2018).
- Moore P.V. (2018) Tracking Affective Labour for Agility in the Quantified Workplace. *Body and Society*. Vol. 24. No. 3. P. 39—67. <https://doi.org/10.1177/1357034X18775203>.
- Oksala J. (2016) Affective Labor and Feminist Politics. *Journal of Women in Culture and Society*. Vol. 41. No. 2. P. 281—303. <https://doi.org/10.1086/682920>.

Rasche A. (2008) *The Paradoxical Foundation of Strategic Management*. Physica-Verlag Heidelberg. 345 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-7908-1976-2>.

Singh N. M. (2003) The Affective Labor of Growing Forests and the Becoming of Environmental Subjects. *Geoforum*. Vol. 47. P. 189—198.

Sweeney J., Mee K., McGuirk P., Ruming K. (2018) Assembling placemaking: Making and remaking place in a regenerating city. *Cultural Geographies*. Vol. 25. No. 4. P. 571—587. <https://doi.org/10.1177/1474474018778560>.

Vorobyeva I. V., Kruzhkova O. V., Krivoshechekova M. S. (2015) The genesis of vandalism: from childhood to adolescence. *Psychology in Russia: State of the Art*. Vol. 8. No. 1. P. 139—156. <https://doi.org/10.11621/pir.2015.0112>.

Wise J. (1982) A gentle deterrent to vandalism. *Psychology Today*. Vol. 16. No. 9. P. 28—31.

Wissinger E. (2007) Modelling a Way of Life: Immaterial and Affective Labour in the Fashion Modelling Industry *Ephemera*. Vol. 7. No. 1. P. 250—270.

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.14

Правильная ссылка на статью:

Крутских П. Ю. Скейтбординг как инструмент прочтения города // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 292—310. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.14>.

For citation:

Krutskikh P.Yu. (2019) Skateboarding as a tool for reading the city. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 292—310. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.14>.



П. Ю. Крутских СКЕЙТБОРДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОЧТЕНИЯ ГОРОДА*

СКЕЙТБОРДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОЧТЕНИЯ ГОРОДА

КРУТСКИХ Полина Юрьевна — магистр образовательной программы «Современный социальный анализ», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: paulinakruts@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0001-9523-3234>

Аннотация. Современные городские спортивные молодежные культуры отличаются сложной и комплексной природой. Это ставит вопрос о том, через какой новый аналитический подход можно рассмотреть их многогран-

SKATEBOARDING AS A TOOL FOR READING THE CITY

Polina Yu. KRUTSKIKH¹ — Master in Modern Social Analysis

E-MAIL: paulinakruts@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0001-9523-3234>

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

Abstract. Modern urban youth sports cultures are notable for their diverse and complex nature. The question arises as to what analytical approach should be used to study their multifaceted character. Using the St Petersburg skateboard

* Название статьи отсылает к цитате из видео «Moscow Beats — adidas Skateboarding Russia» (2017). Режиссер — Павел Крюков. URL: https://www.youtube.com/watch?v=RBB_2f-PAU8 (дата обращения: 11.03.2018).

ность. На примере скейтборд-сцены Санкт-Петербурга в статье показаны преимущества использования концепции постспорта для понимания того, как переопределяется функционал городских пространств, какие ключевые тренды существуют внутри сцены, как они влияют на смыслы, приписываемые этим местам участниками сцены, и как эти смыслы прочитываются. В исследовании также применен солидарный подход для описания особого типа коммуникаций, осуществляемых между участниками сцены посредством разделяемых идей и ценностно-идейных противоречий. Ключевая идея исследования — использование солидарного подхода для понимания природы городских постспортивных культур на примере скейтборд-сцены Санкт-Петербурга. Учитывая недостаток отечественных работ по этой теме, исследование также направлено на включение российского исследования скейтбординга в западный академический контекст.

Ключевые слова: Олимпийские игры, пост-спорт, городские молодёжные сообщества, сцены, солидарный подход, экстремальный спорт, скейтбординг

scene as an example, the article shows the advantages in applying the concept of the post-sport cultures to understand how the common functions of urban infrastructure are redefined, what trends exist on the scene, how they shape the meanings attributed to them by the scene participants, and how those signs are read. The study also employs the solidarity approach to describe the interactions between the scene participants through the ideas and ideological controversies shared by them. The focus of the paper is how to apply solidarity approach to study the nature of urban post-sport cultures based on St Petersburg skateboard scene case study. Given the lack of Russian publications on the topic, the study is also aimed at inscribing the Russian skateboarding experience into the Western academic context.

Keywords: Olympic Games, post-sport cultures, urban youth cultures, scenes, solidarity approach, extreme sports, skateboarding

Введение

Современные города идеально подходят для скейтбординга: катаясь на досках по улицам и площадям, скейтбордисты символически захватывают пространства, наделяя городскую среду альтернативными смыслами [Woolley, Johns, 2000; Penny, 2009; Wood et al., 2014; Carr, 2010; O'Connor, 2018b]. С одной стороны, скейтбординг — это одна из ключевых городских спортивных практик, своеобразная примета современности. С другой — целая культура, состоящая из широкого спектра разделяемых формальных и неформальных практик и знаний [Beal, 1995; Donnelly, 2008; Glenney, Mull, 2018]. При этом тренд на культуру скейтбординга — это главным образом культ юности и свободы, а молодежь, вовлеченная в эту активность, достаточно разнообразна.

Несмотря на очевидность присутствия этого вида спорта в городском пространстве и интерес к скейтбордингу в западной академической традиции, в отече-

ственной социологии скейтбординг исследован крайне слабо. Ряд современных отечественных социологов рассматривают его в контексте интенсификации экстремальных видов спорта в молодежной среде в России [Кондраков и др., 2016; Оробей, 2016; Титов, Титова, 2016] и на постсоветских территориях [Михайлов, 2012]. При этом остаются без внимания как богатая культура скейтбординга, насыщенная взлетами и падениями история, так и сама молодежь, вовлеченная в этот «новый, альтернативный спорт» [Wheaton, 2007], при том что именно подобные исследования способны объяснить тренды, ключевые направления, симпатии современной молодежи. Таким образом, можно говорить об отсутствии работ, которые бы помещали опыт отечественного скейтбординга в западный контекст, что могло бы дополнить международный опыт исследований городских молодежных спортивных культур.

Включение скейтбординга в официальную программу летних Олимпийских игр в Токио (Япония) в 2020 г. привело к новой волне увлечения этим спортом, и, как отмечает L'Officiel Russia, «тренд на эту культуру расцвел с новой силой»¹. Идея представленного здесь исследования и его научная значимость связаны со стремлением вписать культуру отечественного скейтбординга в западный контекст, используя концепт культурной сцены, помогающий описать локальный и глобальный характер сообщества [Karsten, Pel, 2000; Dupont, 2014; Borden, 2017], и через призму солидарного подхода [Омельченко, 2013; Омельченко, Поляков, 2017; O'Connell, 2018a] обозначить смыслы, которые участники вкладывают в свои практики. Новаторство исследования — в описании скейтбординга через концепцию постспорта — естественного городского спорта [Пасынкова, 2014; Нишуков 2014]. Основной вопрос статьи — какие солидарные связи формируются между скейтбордистами в ходе совместных практик? В статье последовательно рассматривается, как скейтбордисты, используя свой метод прочтения пространства города, переопределяют смыслы, вкладываемые в традиционное использование городской среды, а также вокруг каких солидарных связей выстраиваются коммуникации в скейтборд-сцене Санкт-Петербурга.

Этап сбора эмпирических данных начался в сентябре 2016 г. и продолжался до мая 2018 г. Теория и выборка строились по модели «Grounded theory» [Glaser, Strauss, 1999]. Эмпирическая база составляет 21 интервью с участниками санкт-петербургской скейтборд-сцены. Гендерный состав выборки — 15 скейтбордистов и 6 скейтбордисток в возрасте от 16 до 35 лет и «стажем» в скейтбординге от 3 до 23 лет (информацию о каждом интервью см. в *Приложении*). При транскрибировании имена информантов были изменены с целью анонимизации. В исследовании также использованы материалы десяти полувключенных наблюдений в скейтпарках Санкт-Петербурга и восемь go-alone сессий.

Академическая дискуссия вокруг скейтбординга: от субкультур к постсубкультурам

В социологии спорта понятие субкультуры долгое время использовалось как достаточно абстрактный описательный концепт: большинство теоретиков только

¹ Семенькова Т. Скоро рассвет // L'Officiel Russia. 2017. № 156. С. 28.

«предполагали», а не «демонстрировали» существующую связь между спортивными субкультурами и ценностями доминантной культуры [Crosset, Beal, 1997: 77]. Тем не менее академическая традиция исследования скейтбординга берет начало в работах, написанных в рамках субкультурного подхода [Hall, Jefferson, 1975]. Скейтбординг в таких исследованиях позиционировался как субкультура, бросающая символический вызов «нормальному миру» [Flusty, 2000: 154], то есть официальным властным структурам, принятым социальным нормам и правилам, бюрократизированным соревновательным видам спорта, мейнстриму [Beal, 1996]. Неудивительно, что первой реакцией общества на скейтбординг стали моральные паники со стороны представителей доминантной культуры: «даже простое присутствие скейтбордистов представляет собой кризис для публичного пространства» [Carr, 2010: 995]. Скейтбордисты маркировались как часть маргинальной, выходящей из-под контроля культуры, как «типично девиантные объекты социальной критики» [Donnelly, 2008]. В середине 1980-х годов сформировалась идеология скейтбординга, которая находит отклик и сейчас, — «Skate and destroy» — «Катай и разрушай». Большинство скейтбордистов отчетливо отделяли скейтбординг от бюрократизированных соревновательных видов спорта через неформальную структуру и ценности. Белинда Биэл пишет, что в скейтбординге нет тренеров, нет правил, нет «эксклюзивных статусов» и «элитных стандартов», к которым скейтбордисты должны стремиться. В скейтбординге нет конечной цели, к которой нужно идти, и в нем нет ничего, что нужно выигрывать и за что нужно бороться с другими, что отличает скейтбординг от мейнстримных видов спорта [Beal, 1995: 257—258]. Скейтбординг как альтернативная культура и спортивная практика строится на принципах открытости и доступности этого спорта для всех участников, на равенстве и отсутствии строгих внутренних иерархий, на взаимопомощи между участниками [Borden, 2014].

На смену субкультурному пришел постсубкультурный подход [Thornton, 1996], в парадигме которого проводится большинство западных исследований культуры скейтбординга. Скейтбординг изучают не только как альтернативный, экстремальный спорт, но и как спортивную практику, вписанную в контекст городской жизни. В этих исследованиях скейтбординг уже не рассматривается в контексте открытого протеста обществу. Скейтбордисты не маркируются как маргиналы, а наоборот, рассматриваются как привычная часть городской среды, формирующая свои культурные сцены [Wheaton, 2007; Penny, 2009; Wood et al., 2014; O'Connor, 2018b]. В фокусе исследователей оказываются гендерные отношения [Karsten, Pel, 2000; Atencio, Beal, Wilson, 2009], культурные иерархии внутри сообщества и субкультурные карьеры [Dupont, 2014, 2017; O'Connor 2018a], коммерциализация скейтбординга [Lombard, 2010]. Постсубкультурный подход раскрывает тему скейтбординга как культуры и нового, альтернативного спорта: скейтбординг — это не только физические практики катания на доске, но и богатая культура со своим уникальным стилем, языком, музыкой, мировоззрением [Donnelly, 2008]. Скейтбординг начинают рассматривать как естественный городской спорт, вписанный в контекст всей жизни [Glenney, Mull, 2018]. Но для того, чтобы охватить все многообразие смыслов, вкладываемых скейтбордистами в переопределение функций, изначально предписанных городскому пространству, необходимо применение новых

теоретических подходов. Таким подходом может стать использование концепции постспорта [Пасынкова, 2014; Нишуков, 2014].

Постспорт как примета современности

Концепция пост-спорта — достаточно новый феномен как в западной, так и в отечественной академической традиции. В классической работе по социологии спорта «От ритуала к рекорду: природа современного спорта» [Guttman, 1974] Алан Гуттман предлагает концептуализировать понятие спорта через призму его исторического анализа, выделяя при этом традиционный и современный этапы. Здесь этап «традиционного спорта» хронологически относится к периоду с древних времен до первой половины XIX века. Этап «современного спорта», то есть спорта эпохи модерна, — со второй половины XIX века до настоящего времени. Центральными идеями этапа «современного спорта» стали социальное, гендерное и расовое равенство, разнообразие и толерантность, рационализация и формализация спортивных правил, бюрократизация спорта. Также важное значение имеет тенденция к повсеместному измерению и фиксации и сохранению спортивных достижений вместе со стремлением к установлению новых рекордов [Пасынкова, 2014: 47].

Сегодня, спустя несколько десятилетий после выхода книги Гуттмана, мы видим, что эпоха «современного спорта» подошла к завершению, потому что уже не может вместить в себя все многообразие спортивных практик начала XXI века, а также принять во внимание культурный, социальный и научный контекст, в котором это понятие существует [Нишуков 2014: 185]. Концепт «современного спорта» упускает из внимания связь различных видов спорта и городского креативного пространства, которую уже нельзя игнорировать. Прослеживается явная тенденция к выделению следующего этапа, а именно — спорта эпохи постмодерна, иначе — постспорта. Постспорт напрямую связан с процессами глобализации и внедрения в городскую среду инновационных технологий и оборудования [Пасынкова, 2014]. В эпоху постспорта мы можем говорить о переходе многих видов спорта, в том числе и скейт-бординга, к городскому, более неформальному, уличному варианту, в наибольшей степени соответствующему духу времени [Флорида, 2007]. Такой переход адекватен глубоким социальным переменам. Мы видим, что сама культура изменилась: многие виды спорта, казавшиеся ранее несерьезной и временной забавой для школьников, в эпоху постмодерна получают повсеместное распространение и становятся привычной чертой городского ландшафта. Спорт эпохи постмодерна можно назвать своеобразной приметой современности: город перестает рассматриваться как нейтральный «фон» [Hommels, 2005]², а становится отправной точкой для формирования солидарностей внутри молодежных культурных сцен.

Анализ городской среды через концепцию культурных сцен

Концепт культурной сцены, зародившийся как результат критического переосмысления субкультурной и постсубкультурной теории, используется для измерения пространства, которое структурируется за счет локальной или глобальной сети людей, чья совместная деятельность способствует возникновению и распространению

² Цит. по: [Чернышева, 2018: 180].

общего разделяемого знания, практик и вкладываемых в них смыслов. Термин «сцена» акцентирует внимание на вписанности практик сообщества в городской контекст: конкретные места и пространства становятся точками притяжений социальных взаимодействий в сцене и символами групповой идентичности [Омельченко, Поляков, 2017]. Как естественный городской постспорт, скейтбординг интересен тем, что его площадка — это весь город, с его бордюрами, лестницами, перилами и парковками, — то есть спотами, где скейтбордисты катаются, тренируют трюки, где они снимают свои видео и где проводят свое время [Wooley, Johns, 2001]. Споты — это места на территории города, построенные не для катания, но скейтбордисты внесли свой метод прочтения пространства и сделали эти места «своими».

Культурная сцена становится пространством, в котором совместно, за счет приобретаемых неформальных связей и знаний, создаются культурные продукты, наделяемые значимыми для групповой идентичности смыслами. В исследовательском фокусе концепта оказываются разделяемые участниками смыслы, в соответствии с которыми воспроизводится сцена в конкретных местах и пространствах. Обозначая свои границы, скейтбордисты переопределяют традиционное использование городского пространства, превращая парковки для машин в места катаний и съемок скейт-видео, а скейтшопы — в места, где можно провести время с друзьями и единомышленниками [Dupont, 2014]. При этом город не всегда готов к подобному символическому захвату: скейтбординг бросает вызов городскому пространству, нарушая его нормативную логику. «Часто считается, что скейтбордисты создают шум, портят имущество (зеленые насаждения в парках, скамейки, лестницы, перила), скользя по ним, создавая небезопасную окружающую среду для других» [Donnelly, 2008: 200]. В этом смысле «безопасной средой» скейтбординга для городских пространств становятся DIY-скейтпарки, созданные в рамках низовых инициатив скейтбордистами для скейтбордистов, а также профессиональные, государственные или частные скейтпарки.

Солидарный подход: эмоциональные связи и внутригрупповые коммуникации между участниками сцены

Мы видим, что определенные места в пространстве города символически (когда речь идет об уличных спотах) и официально (в случае с государственными и частными скейтпарками) закрепляются за сценой и становятся знаковыми для формирования групповой идентичности. Но важно понимать, что сцена формируется не только за счет общности мест встреч ее участников. Основой современных молодежных сцен становятся внутригрупповые солидарности, вокруг которых выстраиваются коммуникации участников. Солидарные связи формируются между участниками сцены и закрепляются в повседневных практиках: коммуникативных, спортивных, образовательных, а также связанных с потреблением психоактивных веществ. Солидарности можно определить как внутригрупповые «эмоциональные связи с теми, «кто понимает», выражающиеся в «альтруистическом доверии к внутренне «своим», «приверженности неким общим ориентирам», «культурной чувствительности к тому, что является правильным/неправильным, красивым/некрасивым, аутентичным/ неаутентичным» в контексте принадлежности к сцене [Омельченко, 2013: 56]. В исследовании скейтборд-сцены Санкт-Петербурга солидарный подход

используется как методология ценностно-значимых векторов, возникающих вокруг идейных противоречий по отношению к различным практикам внутри сцены.

В 2016 г. скейтбординг был включен в программу Олимпийских игр, которые состоятся в Токио в 2020 г. Это стало переломным моментом в истории скейтбординга, поскольку сделало очевидной тенденцию к бюрократизации и профессионализации его как экстремального спорта. При этом скейтбординг — это гораздо больше, чем форма физической активности или способ занять время. Это целая культура, с которой ее участники себя ассоциируют, это стиль жизни, вовлеченный в символический и телесный перформанс [Glennay, Mull, 2018]. Очевидно, что за счет внутригрупповых коммуникаций и совместных практик между скейтбордистами возникают эмоциональные связи и привязанности, формирующиеся вокруг общих ориентиров, ценностей и идеологических убеждений. В географическом измерении сцена формируется за счет общности мест встреч, в то время как ее нематериальной основой становятся разделяемые участниками практики, смыслы, вкладываемые в них, а также идеологические убеждения, ценности и внутригрупповые солидарности.

Скейтбординг как инструмент прочтения города: скейтпарки и споты Санкт-Петербурга

Началом развития культуры скейтбординга в СССР можно считать конец 1970-х годов, когда в журналах «Юный техник» и «Моделист-конструктор» начали публиковаться чертежи для изготовления скейтбордов. Долгое время (до середины 1990-х годов) скейтбординг в России жил исключительно за счет низовых инициатив, DIY-производства и развивался как андеграундная культура, а техникам выполнения трюков учились по видео от зарубежных райдеров с VHS-кассет. Ближе к концу 1980-х годов началось формирование первого поколения скейтбордистов в СССР. Скейтбордисты также стали появляться в фильмах позднего советского кинематографа: герои фильма «Курьер» Карена Шахназарова (1986 г., киностудия «Мосфильм») катаются на Воробьевых горах на скейтборде, привезенном из Таллина, а в «Приморском бульваре» Вячеслава Добрынина (1988 г., «Одесская киноиндустрия») команда скейтеров на протяжении всего фильма разъезжает по улицам Одессы. Центрами развития скейтбординга того времени стали Москва, Ленинград, Рига, Харьков и Саратов. Одним из ключевых эпизодов развития отечественного скейтбординга стал приезд в Москву в 1989 г. американских райдеров, показавших советским скейтбордистам, что такое «настоящее уличное катание», и подаривших новым друзьям свои доски³. Можно сказать, что с этого момента начинается новая эра отечественного скейтбординга: российских скейтбордистов начинают снимать для зарубежных журналов, таких как «*Transworld Skateboarding*»⁴ и «*Thrasher*»⁵, а в 1997 г. в московских Лужниках поставили первый в России профессиональный скейтпарк.

³ См.: Как скейтбординг появился в Советском Союзе // FurFur Magazine. 08.04.2014. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/171505-skeytbording-v-sovetskom-soyuze> (дата обращения: 20.02.2018).

⁴ «Transworld Skateboarding» (TWS) — международный журнал, посвященный скейтбордингу; основан в 1983 г., базируется в Карлсбаде, Калифорния, США.

⁵ «Thrasher Magazine» — культовый и один из наиболее влиятельных журналов о скейтбординге; основан в 1981 г., штаб-квартира в Сан-Франциско, Калифорния, США.

Скейтбординг в Санкт-Петербурге как во времена СССР (тогда — в Ленинграде), так и в первое десятилетие после его распада, развивался преимущественно за счет DIY-инициатив. Скейтбордисты сами строили парки, рампы, фигуры для трюков, сами делали доски для катания. Немногочисленные муниципальные скейт-парки быстро становились непригодными для катания, поэтому скейтбординг в Санкт-Петербурге, как и в России в целом, долгое время оставался исключительно уличным видом спорта. Положение дел стало меняться ближе к середине 2000-х годов, когда правительство Санкт-Петербурга начало активно строить профессиональные скейтпарки в разных районах города. В 2008 г. благодаря поддержке правительства Санкт-Петербурга открыли скейтпарк в Парке 300-летия, а два года спустя — крытый скейтпарк в центре экстремальных видов спорта «Жесть». Информант Кирилл вспоминает: «Начали в Парке 300-летия катать. И потом уже после этого начали везде парки в каждом районе делать, и как-то начал уровень подниматься. В 2010, что ли, «Жесть» первый сделали, Матвиенко тогда еще была, и зимой хоть стало где кататься» (Кирилл, информант № 12). Открытие этих парков стало мощным импульсом к развитию скейтбординга в Санкт-Петербурге, потому что дало новую профессиональную площадку, на которой можно было повышать уровень катания, учить новые трюки, обмениваться опытом и техниками их выполнения, общаться с единомышленниками.

Говоря о локальном измерении скейтборд-сцены Санкт-Петербурга, следует обозначить следующие локации: скейтпарки (государственные и частные), крытые или открытые скейт-плазы, а также уличные споты. В табл. 1 приведены ключевые для сцены скейтпарки, скейт-плазы и уличные споты.

Таблица 1. Скейтпарки, скейт-плазы и уличные споты Санкт-Петербурга

Скейтпарки и скейт-плазы	Уличные споты
«Жесть», пр. Космонавтов, 38, к. 3А «Смена», Полустровский пр. 72Б Скейтпарк в «Порту Севкабеле», Кожевенная Линия, 40Д «DC Skate Plaza», ул. Введенская, 9 Скейтпарк в Янино, угол ул. Голландская и ул. Орнажевая Скейтпарк и набережная в Парке 300-летия, Приморский пр, 74 Скейтпарк в ЦПКиО, Елагин остров, 4, лит.Б «Скейт-дом», ул. Пионерская, 53 «Стрит-хаус», пр. Обуховской обороны, 38	Сквер «Скрипка», Каменноостровский, 32; Мост у метро «Черная речка», Ушаковская наб., 17; Площадь Дзержинского, «ДзержLife», грани памятника Дзержинскому; Грани фонтанов на Московской площади; Площадь Искусств, ступени Российской гимназии Ступени и перила метро «Владимирская», «Пионерская», «Новокрестовкая»

На момент написания статьи основные для петербургской сцены крытые скейтпарки — «Жесть» (Московский район), «Смена» (Калининский район) и скейтпарк в «Порту Севкабеле» (Василеостровский район). Также есть отдельные скейтпарки, например, «Street house» в Петроградском районе, «Скейт-дом» (Невский район), но они меньше по размеру и не такие вместительные, как «Жесть» и «Смена». Говоря о наиболее значимых для сцены открытых скейтпарках Санкт-Петербурга, следует назвать скейтпарк в Янино и «DC Skate Plaza» на Петроградской стороне. «Смена» и «Жесть» — это платные скейтпарки, при этом «Жесть» — еще и муниципальный парк, где существуют свои формальные и обязательные для выполнения правила поведения, техники безопасности (все скейтбордисты обязаны быть в шлемах), есть охранники, которые следят их соблюдением. Скейтпарк в Янино и «DC Skate Plaza» по духу наиболее приближены к уличному катанию, поскольку там нет охраны, к тому же они бесплатные. Скейтпарки имеют большое значение для формирования сцены, потому что становятся центрами развития скейтбординга не только как культурной практики, но и как профессионального и техничного экстремального спорта, в котором большую роль играют регулярные тренировки.

Города сами по себе не строились под скейтбординг, но скейтбордисты, отстаивая свое право на город, используют городскую инфраструктуру как споты для катания, внося в городские пространства свой ритм и энергию. Если говорить о наиболее посещаемых и важных для Санкт-Петербургской сцены спотах, то стоит обозначить следующие места: культовый спот под мостом у метро «Черная речка», грани фонтанов на Московской площади, спот у памятника на площади Дзержинского, сквер «Скрипка» на Петроградской стороне, Площадь Искусств, набережная Парка 300-летия (также там есть и скейтпарк, но он больше подходит для BMX, а не для скейтбордистов, хотя они тоже там могут кататься), грани ступеней у метро «Владимирская» и «Новокрестовская», ступени и перила у метро «Пионерская».

Скейтбордисты не единственные, кто приходит в скейтпарки и на споты: вместе с ними их разделяют те, кто катаются на самокатах, BMX, роликах. При всей склонности скейтбординга к разнообразию и толерантности, позиционирование «мы» и «они» по отношению к другим постспортивным городским практикам остается достаточно радикальным: скейтбордисты против них. Другие молодежные группы нарушают границы скейтборд-сцены, создают опасные ситуации на площадках, «занимают место» (Алиса, информантка № 9). Но, с другой стороны, именно эти конфликты помогают определить границы сцены в пространстве городских постспортивных молодежных культур.

Подавление внешнего контроля: самодисциплина и инициативность

Как естественный городской спорт, скейтбординг содержит в себе идею свободы от внешнего контроля. Так как споты зачастую охраняются, их символический захват скейтбордистами неизбежно приводит к столкновениям с сотрудниками охраны и полицией, принуждающими покинуть место катания. Подобные стычки не редкость в скейтбординге, большинство скейтбордистов могут рассказать не одну историю о том, как это происходит. Евгений так описывает это: «На Новочеркасской нас хорошо так выписали с места. Ну, там начальник охраны вышел. Он, я так понял, сидел, полжизни так, и на жаргоне начал нас оттуда выписывать» (Евгений, информант № 4). Конфликты между скейтбордистами и сотрудниками полиции и охраны происходят по причине того, что город не всегда оказывается готов к символическому захвату скейтбордистами. Любое катание по граням памятников, фонтанов, перилам расценивается органами власти как порча государственного или частного имущества. Интересно, что присутствие в пространстве города этого конфликта не заставляет скейтбордистов покидать улицы, площади и скверы, а споты и уличное катание остаются значимыми для скейтбординга как для спорта и для самой культуры как одно из проявлений внутригрупповой солидарности.

Идея о подавлении всевозможных форм внешнего контроля в скейтбординге находит отражение и в том, что в аутентичном, уличном скейтбординге нет тренеров, которые учат кататься. Но при этом скейтбордисты не действуют в одиночку, а наоборот, общаются и учатся у тех, кто так же, как и они, пришли на спот или в скейтпарк. Таким образом, среди ключевых категорий для понимания природы скейтбординга как постспорта — инициативность и самодисциплина. Скейтбординг

ничего не навязывает, это личный и осознанный выбор заинтересованных в катании, тех, кто действительно хочет этим заниматься. К этому не принуждает тренер или кто-либо еще. Также среди важных преимуществ скейтбординга перед многими профессиональными видами спорта участники опроса называют то, что он не привязан к какой-то одной локации, к спортзалу или спортивному центру: «Ты катаешься на воздухе, ты катаешься на природе, ты катаешься, и тебя видят люди, в отличие от залов, где ты жизни не знаешь» (Матвей, информант № 13). Скейтбордист сам выбирает, где и когда кататься, сам определяет свой стиль, сам разучивает трюки.

Телесность в скейтбординге: особенности восприятия тела в пространстве города

Как мы видим, постспортивные практики переопределяют функции, изначально предписываемые архитектуре городов. При этом они также переопределяют то, как представлено тело в этом пространстве. В то время как многие спортивные дисциплины основаны на конкуренции между спортсменом и его противником, в постспортивных практиках место противника занимают сложный трюк и собственные физические и психологические ограничения [Флорида, 2007: 206]. В этом контексте тяжелым опытом становится телесный опыт боли и травм. Невозможно научиться делать трюки на скейтборде, не падая. Катание и выполнение трюков, особенно в начале, сопровождается падениями с доски и травмами: ушибами, вывихами запястий, растяжением связок, переломами разной степени тяжести, а колени и спина — самые «больные» места скейтбордистов. Возможно, в этом заключается природа скейтбординга — в особом восприятии собственного тела и пространства, при котором осознание того, что ты можешь получить травмы, потратить время и силы на восстановление не останавливает от катания, и скейтбордисты все равно идут в парк или на спот. Сам трюк на скейтборде можно выучить за пару дней, но его исполнение на какой-либо фигуре в парке или на улице можно отрабатывать не один год. Нужно иметь огромное желание и силу воли, чтобы продолжать кататься, учить новые трюки и развиваться, терпеть физическую боль от падений и травм, о чем говорит Серафима:

«Учение чему-то новому — это всегда выдержка. Раз не получилось, два, три, пока 500 раз не получится, пока колени в кровь не разобьешь, ничего не будет. Все, что связано со скейтбордингом, — это дико сложно, это нереальный спорт, нереальный труд» (Серафима, информантка № 7).

Чтобы успешно кататься на доске, нужно быть физически подготовленным человеком: выдерживать кардионагрузки, чтобы кататься дольше, иметь сильные ноги, чтобы вытягивать трюки. А еще нужно любить адреналин, потому что прыгать на доске с граней памятников или скользить по перилам из 12 ступенек — страшно. Зато с каждым новым сделанным трюком можно видеть свой прогресс. Коммуникативная атмосфера и взаимная поддержка между скейтбордистами на вербальном и невербальном уровне помогает пережить опыт болезненных падений и травм, и при этом дает импульс к дальнейшим тренировкам и повышению уровня катания.

Особенности внутригрупповых коммуникаций и включение в скейтборд-сцену

Во время интервью информанты, описывая основные места для скейтбординга в Санкт-Петербурге, нередко проводили параллель между петербургской скейтборд-сценой и московской. Акцент делался на том, что в Москве профессиональных бетонных скейтпарков и в целом мест для катания гораздо больше. Интересно, что именно из-за того, что петербургская скейтборд-сцена сосредоточена в нескольких ключевых локациях, между ее участниками формируются обширные социальные сети:

«Просто все друг друга знают, потому что катаются на одних и тех же спотах <...> то есть как бы много народу концентрируется в одном пространстве <...> получается, каждый день катаешься среди людей, которых ты видел вчера, позавчера, месяц назад, два месяца назад, ничего не меняется» (Вадим, информант № 5).

За счет общности мест встреч и открытой неформальной коммуникативной атмосферы, которую несет с собой скейтбординг как естественный городской пост-спорт, в парках и на спотах мы видим достаточно сплоченное сообщество. Чтобы стать частью скейтборд-сцены, нужно «Любить угар, драйв и кататься на скейте» (Роман, информант № 20) и «Не нужно быть конформистом» (Тихон, информант № 6). Важно понимать, что человек не становится частью скейтборд-сцены, просто взяв в руки скейтборд и придя на спот или в скейтпарк. Нужно регулярно ходить на споты и в скейтпарки, кататься, учить новые трюки. Проводя время в скейтпарке, начинающий скейтбордист включается в формальные и неформальные практики сцены, получает новые знания, понимание того, какие смыслы лежат в основе солидарных связей между участниками сцены. И если человек принимает и разделяет эти солидарности, он становится частью сцены.

В скейтбординге мощные эмоциональные связи между теми, «кто понимает», выходят далеко за рамки локального контекста сцены одного города. Эта коммуникативная атмосфера описывает скейтбординг как культуру вообще, вне зависимости от района, города или страны:

«Ты можешь приехать в любую точку мира со скейтбордом, и тебя обязательно впишут! Ты можешь потусоваться с большой компанией, обрести новых друзей, и в будущем ездить с ними уже по другим странам, знакомиться с еще новыми и новыми людьми» (Арсений, информант № 1).

Скейтбординг дает возможность путешествовать по разным городам и странам, потому что социальные сети между участниками обеспечивает большую поддержку и взаимопомощь. Центры международной скейтборд-сцены — это, по мнению информантов, Барселона, Шанхай, Пекин, Гуанчжоу, Гонконг, Лос-Анджелес. Такие поездки имеют важное значение, потому что помогают найти единомышленников за пределами одной локальной сцены, стать частью международного скейт-сообщества, увидеть другие стили и техники катания и опробовать их на совсем других ландшафтах, что дает хороший импульс к повышению уровня катания.

Потребление психоактивных веществ (ПАВ) как линия идеологического разлома между участниками сцены

Говоря о скейтбординге как о постспорте и культуре, формирующейся вокруг него, в определенный момент мы неизбежно помещаем его в контекст дискур-

са о здоровом образе жизни и употреблении психоактивных веществ (ПАВ). Скейтбординг не только переопределяет восприятие пространства города, но и переосмысливает идеи о связи спорта, здорового образа жизни и ПАВ. Именно отношение к потреблению ПАВ становится одним из центральных векторов идеологического разлома между участниками сцены. Так, на фоне общей тенденции к снижению потребления алкоголя среди поколения миллениалов [Радаев, 2018], а также долгих и устойчивых коннотаций культуры скейтбординга с культурой потребления марихуаны [Howell, 2005] интересно выяснить, какие смыслы в потребление ПАВ вкладывают участники скейтборд-сцены. Включение скейтбординга в программу Олимпийских игр говорит о том, что этот вид спорта воспринимается сейчас серьезнее, чем когда-либо прежде. Если раньше скейтпарки и споты были местом «тусовок», катание зачастую уходило на второй план, то сейчас информанты отмечают тенденцию к профессионализации скейтбординга, интересу к новым трюкам, повышению уровня катания, а также социальной стигматизации тех, кто употребляет алкоголь в скейтпарках, плазах и спотах. Информант Аркадий рассуждает, как идеология здорового образа жизни находит отклик в современном скейтбординге:

«В наши дни моден ЗОЖ, модно быть трезвым, и мне кажется, в скейтбординге алкоголизм и употребление веществ не совсем законных, он остался именно среди старых ребят, которые давно катаются, и по-другому уже не то чтобы не могут, но уже не хотят» (Аркадий, информант № 10).

Часть представителей сцены радикально выступают против ПАВ, считая, что их потребление приводит к саморазрушению, однако многие участники сцены настроены менее радикально. Часть из них сами потребляют ПАВ: *«Нет зла, нет добра, нет преступлений, нет законов, у тебя есть только ты и то, как ты видишь свою жизнь. Если ты считаешь, что тебе надо курить траву, ты ее куришь, при этом ты занимаешься спортом — скейтбордом» (Арсений, информант № 1).* Многие участники сцены переопределяют традиционные представления о влиянии психоактивных веществ на организм, рассматривая курение марихуаны как более здоровую альтернативу алкоголю, о чем говорит Матвей: *«А так как пить нельзя, так как это ну реально уничтожает нервную систему, чувствуешь себя на следующий день плохо, поэтому они курят траву. Покурил, расслабился, можно спокойно дальше продолжать» (Матвей, информант № 13).* Такое разнообразие убеждений в границах одной сцены становится возможным благодаря тому, что скейтбординг как спорт и как культура, вне зависимости от города, страны, национальной и классовой принадлежности, создает толерантную и открытую среду, где наиболее терпимо относятся к индивидуальному своеобразию участников и множественности убеждений и ценностей.

Вектора солидарностей вокруг включения скейтбординга в программу Олимпийских игр

Как экстремальный вид спорта современный скейтбординг имеет несколько ключевых тенденций развития. Во-первых, это профессионализация скейтбординга за счет строительства профессиональных муниципальных и частных скейтпарков, улучшения технологий производства досок для катания и деталей

для скейтбордов, открытия школ по скейтбордингу. Профессионализации скейтбординга способствует также огромное количество видеоматериалов в различных приложениях (например, Instagram) и видеохостингах (YouTube, Vimeo), дающих возможность доступного и свободного обмена знаниями о скейтбординге. Во-вторых, это тенденция к бюрократизации. Включение скейтбординга в программу летних Олимпийских игр — 2020 в Токио стало переломным моментом, сделавшим очевидным наличие идеологического разлома в сцене и векторов ценностно-идейных противоречий между ее участниками.

Часть участников скейтборд-сцены Санкт-Петербурга не принимают эти тренды и относятся к ним скептически, выражая обеспокоенность тем, что, несмотря на повышение уровня катания и развитие профессиональной городской инфраструктуры для катания, культура скейтбординга может со временем исчезнуть, оставив за собой лишенный какой-либо идеологии профессиональный и коммерциализированный спорт. То есть новые тренды и институционализация скейтбординга через профессионализацию подрывают саму его природу, заключающуюся в свободе от соревнований и оценок. В то же время другие представители скейтборд-сцены достаточно положительно относятся к этим тенденциям и видят в коммерциализации скейтбординга огромный потенциал для его развития и возможность включения этого спорта в контекст всей жизни за счет спонсорства от крупных корпораций и локальных скейт-брендов, работы в скейтшопах, открытия своих скейтпарков, создания скейт-брендов, съемок профессиональных скейт-видео.

Возникающее противоречие между скейтбордингом как естественным городским некоммерциализированным спортом и как профессиональным спортом разрешается тем, что скейтбординг нужно рассматривать не как некую аутентичную категорию, а как феномен, включающий в себя различные вектора солидарностей между участниками сцены. Скейтбординг многолик — так же, как и люди, которые им занимаются. Для кого-то он коммерциализирован, для кого-то он все тот же «Skate and Destroy», каким был раньше. Важно, что, несмотря на тенденцию к бюрократизации, скейтбординг по-прежнему остается андеграундным спортом и культурой с множеством формальных и неформальных практик и знаний. Это стиль жизни, с которым его участники себя ассоциируют, а не только спортивная дисциплина. Включение скейтбординга в программу Олимпийских игр — естественный процесс, говорящий о том, что он развивается в позитивном ключе.

Интересно и важно, что включение скейтбординга в программу Олимпийских игр имеет и патриотические коннотации. Так, информант Никита рассуждает о том, какой потенциал для скейтбордистов может иметь то, что они становятся участниками Олимпийской сборной по скейтбордингу от своей страны:

«Стать олимпийцем — представлять свою страну. Представлять свою страну — это уже патриотизм. Любовь к своей стране — это уже какой-то принцип и ценность. Это уже получается какая-то идеология. Можно представлять свою страну в скейтбординге»
(Никита, информант № 21).

В случае участия сборной России по скейтбордингу в Олимпийских играх в Токио этот спорт выйдет на национальный уровень, будет иметь значение и вызывать интерес не только скейтбордистов и их единомышленников, но граждан всей страны. Скейтбордисты, принявшие участие в Играх, будут позиционироваться

уже не как «районные скейтеры», а как профессиональные и уважаемые соотечественниками и мировым сообществом спортсмены.

Заключение

Одна из центральных идей скейтбординга как городского естественного пост-спорта заключается в стремлении к свободе и подавлению любых форм внешнего контроля и принуждений: со стороны полиции и сотрудников охраны, заставляющих скейтбордистов покидать споты; со стороны системы подчинения тренеру, которая выстраивается в большинстве профессиональных видов спорта; от какой-то одной локации, спортзала или спортивного центра, ведь в скейтбординге площадка — это весь город со всевозможными спотами и скейтпарками. Очевидно, что такая идеология предполагает личную инициативность и самодисциплину как обязательные качества и для скейтбординга, и для постспорта в целом.

Скейтбординг как постспорт переопределяет восприятие тела в пространстве города: осознание возможности получения травм от большого числа падений не останавливает скейтбордистов от катания. Коммуникативная атмосфера скейтбординга и поддержка на вербальном и невербальном уровне помогают пережить телесный опыт болезненных падений и травм. За счет неформальной атмосферы в скейтпарках и на спотах между участниками сцены формируются обширные социальные сети. Умение вписаться в эту атмосферу, наравне с уровнем катания, имеет определяющее значение для включения в контекст одной локальной сцены, а также и в глобальную, международную скейтборд-сцену. Глобальный характер сцены объясняется мощными солидарными связями, формирующимися между скейтбордистами. Совместное противостояние нормативной логике использования городского пространства, включающее общие вербальные и невербальные практики «посвященных», приверженность общим ориентирам, становится основой солидарных связей, на которых выстраиваются локальные и международная скейтборд-сцены.

Идея открытости и разнообразия культуры скейтбординга и стремление ее участников к подавлению всех форм внешнего контроля находят отражение в контексте дискурса о здоровом образе жизни. Отношение к практикам потребления психоактивных веществ — одно из центральных идеологических противоречий внутри сцены. Среди скейтбордистов прослеживается общая тенденция падения употребления алкоголя, но при этом — лояльное отношение к ПАВ в целом и преимущественно к марихуане. Часть сцены негативно относится к потреблению каких-либо форм ПАВ, в то время как другие участники сцены видят в марихуане более здоровую альтернативу алкоголю. Такое разнообразие векторов солидарностей в рамках одной сцены возможно благодаря тому, что культура скейтбординга создает открытую среду, где к убеждениям и ценностям ее участников относятся толерантно.

В августе 2016 г. скейтбординг стал олимпийской дисциплиной. По словам президента Международного олимпийского комитета Томаса Баха, это решение было принято, чтобы «*Преподнести спорт молодой аудитории*»⁶. Это решение при-

⁶ Скейтбординг и серфинг включили в программу Олимпиады. Что с этим не так? // Meduza. 04.08.2016. URL: <https://meduza.io/feature/2016/08/04/skeytbording-i-serfing-vklyuchili-v-programmu-olimpiady-cto-s-etim-ne-tak> (дата обращения: 20.02.2018).

вело к появлению еще одного серьезного идеологического противоречия между участниками скейтборд-сцены как Санкт-Петербурга, так и международного сообщества скейтбордистов в целом. Для части сцены включение скейтбординга в программу Олимпийских игр стало событием, угрожающим аутентичной культуре скейтбординга, способным оставить за собой профессиональный и коммерциализированный спорт, лишенный какой-либо идеологии. В то же время часть сцены воспринимает это как позитивную и закономерную тенденцию развития скейтбординга. Более того, включение в программу Олимпийских игр делает скейтбординг социально одобряемой спортивной практикой, а также приводит к появлению патриотических коннотаций и возможности стать частью олимпийской сборной, представлять свою страну на международном уровне.

Список литературы (References)

- Кондраков Г. Б., Андрущенко Л. Б., Безвесельная З. В., Подоруев Ю. В. Концепция формирования рекреационной физической культуры в экономическом вузе // Теория и практика физической культуры. 2016. № 9. С. 22—24.
- Kondrakov G. B., Andryushchenko L. B., Yablochkina I. V., Podoruev Y. V. (2016) Recreational Physical Culture Formation Concept for University of Economics. *Theory and Practice of Physical Culture*. Vol. 9. P. 22—24. (In Russ.)
- Михайлов В. С. Молодежные субкультуры в современном белорусском обществе // Беларусь в современном мире: материалы V Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Гомель, 24 мая 2012 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого; под общ. ред. В. В. Кириенко. Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2012. С. 386—389.
- Mihajlov V. S. (2012) Youth Cultures in Modern Belarus' Community. In: *Belarus in the Modern World: Materials of the V Intern. Scientific Conf. of students, Graduate Students And Young Scientists, Gomel, May 24, 2012* / Ministry of Education Resp. Belarus, Gomel. State Tech. Un-t named after. P.O. Sukhoi. Ed. by V. V. Kiriienko. Gomel: GSTU named after. P.O. Sukhoi. 2012. P. 386—389. (in Russ.)
- Нишуков В. Понятие спорта // Логос. 2014. № 3. С. 181—190.
- Nishukov V. (2014) The Concept of Sport. *Logos*. No. 3. P. 181—190. (in Russ.)
- Оробей М. Н. Результаты исследования студентов ИРНИТУ по экстремальным видам спорта // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы: сборник статей международной научно-практической конференции, 15 ноября 2016 г. Екатеринбург ; Уфа : Аэтерна. 2016. С. 160—162.
- Orobej M. N. (2016) The Results of Research among the Students of IRNITU Concerning Extreme Sports. In: *Traditional and innovational science: history, current state, perspectives*. Collection of Articles of the International Scientific-Practical Conference, November 15, 2016. Ekaterinburg, Ufa: Aeterna. P. 160—162. (In Russ.)
- Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52—61.

Omelchenko E. L. (2013) Solidarities and Cultural Practices of Russian Youth at the Beginning of XXI Century: Theoretical Context. *Sociological Studies*. No. 10. P. 52—61. (In Russ.)

Омельченко Е., Поляков С. Концепт культурной сцены как теоретическая перспектива и инструмент анализа городских молодежных сообществ // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. № 2. С. 111—132. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-2-111-132>.

Omelchenko E., Poliakov S. The Concept of Cultural Scene as Theoretical Perspective and the Tool of Urban Communities Analysis. *The Russian Sociological Review*. Vol. 16. No. 2. P. 111—132. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-2-111-132>.

Пасынкова В. В. Спорт и политика в Европе. СПб. : Норма. 2014.

Pasynkova V. V. (2014) Sport and Politics in Europe. SPB.: Norma. (In Russ.)

Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15—33. <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029>.

Radaev V. V. (2018) Millennials Compared to Previous Generations: an Empirical Analysis. *Sociological Studies*. No. 3. P. 15—33. (In Russ.) <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029>.

Титова Г. С., Титов С. В. Экстремальные виды деятельности как средство физической рекреации молодежи // О некоторых вопросах и проблемах психологии и педагогики. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Вып. 3. Красноярск : ИЦРОН. 2016. С. 53—57.

Titov S. V., Titova G. S. (2016) Extreme Activities as a Means of Physical Recreation of Young People. In: *On Some Issues and Problems of Psychology and Pedagogy. Collection of Scientific Papers on the Results of the International Scientific-Practical Conference*. Issue 3. Krasnoyarsk: ICRO. P. 53—57. (In Russ.)

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Издательский дом «Классика-XXI». 2007.

Florida R. (2007) Creative Class: People Who Change the Future. M.: Publishing House Classic-XXI (In Russ.)

Чернышева Л. А. Велопрокат вне велополитики: новая городская инфраструктура и связь «мобильных» политики и технологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. Т. 21. № 3. С. 170—200. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.3.8>.

Chernysheva L. (2018) Bikesharing out of a Cycling Policy: a New Urban Infrastructure and the Relation Between the Mobile Policy and Technology. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 21. No. 3. P. 170—200. (In Russ.). <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.3.8>.

Atencio M., Beal B., Wilson C. (2009) The Distinction of Risk: Urban Skateboarding, Street Habitus and the Construction of Hierarchical Gender Relations. *Qualitative Research in Sport and Exercise*. Vol. 1. No. 1. P. 3—20. <https://doi.org/10.1080/19398440802567907>.

- Beal B. (1995) Disqualifying the Official: An Exploration of Social Resistance through the Subculture of Skateboarding. *Sociology of Sport Journal*. Vol. 12. No. 3. P. 252—267. <https://doi.org/10.1123/ssj.12.3.252>.
- Beal B. (1996) Alternative masculinity and its effects on gender relations in the subculture of skateboarding. *Journal of Sport Behavior*. Vol. 19. No. 3. 204—220.
- Borden I. M. (2014) The spaces of Skateboarding. *The Architects' Journal*. P. 56—61. URL: <https://www.architectsjournal.co.uk/news/culture/the-spaces-of-skateboarding/8673291.article> (Accessed: 19.02.2019).
- Borden I. (2017) Skateboard City: London in Skateboarding Films. In: *London on Film* / Hirsch P., O' Rourke C. (Eds.). Cham: Palgrave Macmillan. P. 177—192.
- Borden I. M. (2001) Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body. Oxford: Berg.
- Carr J. (2010) Legal Geographies — Skating around the Edges of the Law: Urban Skateboarding and the Role of Law in Determining Young Peoples' Place in the City. *Urban Geography*. Vol. 31. No. 7. P. 988—1003. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.31.7.988>.
- Crosset T., Beal B. (1997) The Use of “Subculture” and “Subworld” in Ethnographic Works on Sport: A Discussion of Definitional Distinctions. *Sociology of Sport Journal*. Vol. 14. No. 1. P. 73—85. <https://doi.org/10.1123/ssj.14.1.73>.
- Donnelly M. K. (2008) Alternative and Mainstream: Revisiting the Sociological Analysis of Skateboarding. In: *Young K., Atkinson M (eds.). Tribal Play: Subcultural Journeys through Sport*. L.: Emerald Group Publishing. P. 197—214.
- Dupont T. (2014) From core to consumer: The informal hierarchy of the Skateboard Scene. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 43. No. 5. P. 556—581. <https://doi.org/10.1177/0891241613513033>.
- Dupont T. (2017) Skating through Life: Subcultural Careers and Exits from Skateboarding. University at Buffalo. The State University of New York.
- Flusty S. (2000) Thrashing Downtown: Play as resistance to the spatial and representational regulation of Los Angeles. *Cities*. Vol. 17. No. 2. P. 149—158. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(00\)00009-3](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(00)00009-3).
- Glaser B. G., Strauss A. L. (1999) Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. N.Y: Routledge.
- Glenny B., Mull S. (2018) Skateboarding and the Ecology of Urban Space. *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 42. No. 6. P. 437—453. <https://doi.org/10.1177/0193723518800525>.
- Guttman A. (1974) From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports. New York: Columbia University Press.

- Hall S., Jefferson T. (Eds.). (1975) *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. L., NY.: Taylor & Francis Group.
- Hommels A. (2005) Studying Obduracy in the City: Toward a Productive Fusion between Technology Studies and Urban Studies. *Science, Technology & Human Values*. Vol. 30. No. 3. P. 323—351. <https://doi.org/10.1177/0162243904271759>.
- Howell O. (2005) The “Creative Class” and the Gentrifying City: Skateboarding in Philadelphia’s Love Park. *Journal of Architectural Education*. Vol. 59. No. 2. P. 32—42. <https://doi.org/10.1111/j.1531-314X.2005.00014.x>.
- Karsten L., Pel E. (2000) Skateboarders Exploring Urban Public Space: Ollies, Obstacles and Conflicts. *Journal of Housing and the Built Environment*. Vol. 15. No. 4. P. 327—340.
- Lombard K. J. (2010) Skate and create/skate and destroy: The commercial and Governmental Incorporation of Skateboarding. *Continuum*. Vol. 24. No. 4. P. 475—488. <https://doi.org/10.1080/10304310903294713>.
- O’Connor P. (2018a) Handrails, steps and curbs: sacred places and secular pilgrimage in skateboarding. *Sport in Society*. Vol. 21. No. 11. P. 1651—1668. <https://doi.org/10.1080/17430437.2017.1390567>.
- O’Connor P. (2018b) Hong Kong Skateboarding and Network Capital. *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 42. No. 6. P. 419—436. <https://doi.org/10.1177/0193723518797040>.
- Penny J. (2009). *Skate and Destroy?: Subculture, Space and Skateboarding as Performance*. UGRG Dissertation Prize Winner 2009 urban-geography.org.uk. London: University College, London.
- Thornton S. (1996) *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Hanover, NH: Wesleyan University Press.
- Wheaton B. (2007) After sport culture: Rethinking sport and post-subcultural theory. *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 31. No. 3. P. 283—307. <https://doi.org/10.1177/0193723507301049>.
- Wood L., Carter M., Martin K. (2014) Dispelling Stereotypes... Skate Parks as a Setting for Pro-Social Behavior among Young People. *Current Urban Studies*. Vol. 2. No. 1. P. 62—73. <http://dx.doi.org/10.4236/cus.2014.21007>.
- Woolley H., Johns R. (2001) Skateboarding: the City as a Playground. *Journal of Urban Design*. Vol. 6. No. 2. P. 211—230. <https://doi.org/10.1080/13574800120057845>.

Приложение. Список интервью, использованных в статье

Информант 1: Арсений, 23 года, стаж в скейтбординге — 10 лет;

Информант 4: Евгений, 21 год, стаж в скейтбординге — 8 лет;

Информант 5: Вадим, 25 лет, стаж в скейтбординге — 9 лет;

Информант 6: Тихон, 24 года, стаж в скейтбординге — 9 лет;

Информантка 7: Серафима, 23 года, стаж в скейтбординге — 13 лет;

Информантка 9: Алиса, 27 лет, стаж в скейтбординге — 13 лет;

Информант 10: Аркадий, 23 года, стаж в скейтбординге — 12 лет;

Информант 12: Кирилл, 28 лет, стаж в скейтбординге — 16 лет;

Информант 13: Матвей, 35 лет, стаж в скейтбординге — 23 года;

Информант 20: Роман, 27 лет, стаж в скейтбординге — 16 лет;

Информант 21: Никита, 25 лет, стаж в скейтбординге — 14 лет.

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

DOI: 10.14515/monitoring.2018.5.15

Правильная ссылка на статью:

Кузовенкова Ю. А. Молодежные солидарности в граффити-туризме // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 311—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.5.15>.

For citation:

Kuzovenkova Y. A. (2019) Youth solidarities in graffiti tourism. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 311—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.5.15>.



Ю. А. Кузовенкова МОЛОДЕЖНЫЕ СОЛИДАРНОСТИ В ГРАФФИТИ-ТУРИЗМЕ

МОЛОДЕЖНЫЕ СОЛИДАРНОСТИ В ГРАФФИТИ-ТУРИЗМЕ

КУЗОВЕНКОВА Юлия Александровна — кандидат культурологии, доцент, Самарский государственный медицинский университет, Самара, Россия
E-MAIL: mirta-80@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0085-6103>

YOUTH SOLIDARITIES IN GRAFFITI TOURISM

Yuliya A. KUZOVENKOVA¹ — *Cand. Sci. (Cult.)*, Associate Professor
E-MAIL: mirta-80@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0085-6103>

¹ Samara State Medical University, Samara, Russia

Аннотация. Исследование выполнено в рамках солидарного подхода, предложенного Е. Л. Омельченко. Для изучения современного этапа развития молодежной культуры термин «солидарность» удобен тем, что не предполагает обязательного непосредственного взаимодействия субъектов, единства их времени и пространства. Целью работы является изучение особенности формирования солидарностей в среде

Abstract. The study was performed using the solidarity approach proposed by E. L. Omelchenko. The term "solidarity" is convenient to study the contemporary developments in youth culture as it does not require a direct interaction of subjects, the unity of time and space in which they act. The aim of the work is to study the features of solidarity formation among street artists in graffiti tourism. The empirical material is the case study

представителей стрит-арта в процессе граффити-туризма. В качестве эмпирического материала выступает кейс-стади самарского стрит-артиста Арта Абстрактова, имеющего многолетний опыт граффити-туризма.

Автор выделяет два этапа в организации и реализации граффити-туризма: онлайн- и офлайн- этапы. При рассмотрении первого этапа автор описывает роль электронных ресурсов в развитии стрит-арт-культуры: электронные базы блогов, специализированные сайты Art Crimes, 149 St., graffiti.org, Ekosystem, ViVaCity.ru, Petrograff.ru, Ultramarine, социальные сети Livejournal, «ВКонтакте», Facebook, Instagram, Tumblr, фотохостинги Flickr, Pinterest. В статье раскрываются особенности коммуникации стрит-артистов на международном уровне в пространстве социальных сетей, природа солидарностей, возникающих в виртуальном пространстве между лично не знакомыми стрит-артистами.

При описании второго этапа граффити-туризм рассматривается как одна из форм закрепления солидарностей между стрит-артистами из разных стран. Автор описывает роль принимающей стороны, пользу, которую извлекает турист от подобных поездок. Автор приходит к выводу, что с течением времени солидарности трансформируются в иные формы социальных общностей, помогают войти в новый круг общения.

Ключевые слова: граффити-туризм, стрит-арт, солидарности, коммуникация, интернет, культурные практики, свой/чужой

of Samara street artist Art Abstractov, who has many years of experience in graffiti tourism.

The author identifies two stages in the organization and implementation of graffiti tourism: on-line and off-line stages. Considering the first stage, the author describes the role of electronic resources in the development of the street art culture: blog electronic databases, specialized sites such as Art Crimes, 149 St., graffiti.org, Ekosystem, ViVaCity.ru, Petrograff.ru, Ultramarine, social networks such as Livejournal, VKontakte, Facebook, Instagram, Tumblr, image hosting sites such as Flickr, Pinterest, etc. The paper examines the specifics of social networking among street artists at the international level and the nature of solidarity in the virtual space between the street artists not personally known to each other.

The second stage of graffiti tourism is considered as a form of consolidation of solidarities among street artists from different countries. The author describes the role of the host and the benefits that the tourist gets from such trips. The author comes to the conclusion that solidarity is transformed into other forms of social communities over time and helps to enter a new social environment.

Keywords: graffiti tourism, street art, solidarities, communication, Internet, cultural practices, us-them

Возникновение новых средств коммуникации может стать причиной появления новых форм объединений людей с отличными от прежних характеристиками: природа и длительность существования, количество и состав участников, пути возникновения и др. Изучение влияния очередной информационной революции — изобретения интернета — на культуру за последние несколько десятилетий стало актуально и популярно в научном мире. Происходящие изменения правильнее квалифицировать не как свершившийся факт, а как непрерывно длящийся процесс, что удачно зафиксировал З. Бауман в предложенном им понятии «текущая современность» [Бауман, 2008]. Социокультурная реальность непрерывно «поставляет» исследователям новые факты, которые часто требуют и нового языка для своего описания, и новой методологии для изучения. «Инструмент», пригодный для изучения социальных феноменов предыдущих эпох, не всегда эффективен, если речь идет о новых фактах социальной реальности.

Объектом настоящего исследования выступает международный граффити-туризм, в реализации которого ключевую роль играет онлайн-коммуникация. В основу методологии исследования положен солидарный подход, предложенный Е. Л. Омельченко. Он предполагает отход от традиционного использования понятий «сообщество» и «субкультура», «в его фокусе — характер внутри- и межгрупповых коммуникаций, которые рассматриваются в качестве наиболее значимых для образования разделяемой *своими* групповой идентичности и определения демаркационных линий, отграничивающих своих от чужих» [Омельченко, 2013: 52]. В рамках данной статьи считаем важным обосновать данный методологический выбор.

Различные формы социальных объединений, ассоциаций конца XIX — XX в. было принято называть сообществами. Одной из ключевых идей социологии и культурной антропологии XX в. в отношении сообществ было утверждение, согласно которому для их возникновения необходима общая территория, «место сборки» (яркий пример — «Город как социальная лаборатория» Р. Парка [Парк, 2008]). Термин «сообщество», популярный ранее, приобрел значение, связанное с непосредственным взаимодействием его членов и с прикрепленностью сообщества к конкретной территории.

В конце XX в. в науке появились новые концепции социальных объединений, порожденные как изменениями в исследовательских подходах, так и техническим прогрессом, повлиявшим на общество. К примеру, Б. Андерсон в работе «Воображаемые сообщества» (1983) [Андерсон, 2001] доказывает на примере нации, что для возникновения сообщества необязательно иметь единую территорию, общее время и непосредственный контакт его членов. Сообщество может конституироваться на основе чувства солидарности, мысли о принадлежности к одной нации. В свою очередь, М. Маффесоли в книге «Время племен» [Maffesoli, 1996] признает старую терминологию несостоятельной для описания новой социальной реальности: вместо термина «сообщество» исследователь выдвигает термин «племя» (tribe), а общество определяет как рассеянную микроплеменную сеть. М. Маффесоли подчеркивает роль новых медиа в трансформации общества, указывая, что «...современные племена — это коллективности, основанные на ресурсе электронных медиа» [Maffesoli, 1996: 112]. Вместе с тем автор не отка-

зывается от идеи общего места как неотъемлемой черты племени. Исследователь считает, что племена возникают на основе «социальной логики», предполагающей общее место и общий символ.

В начале XXI в. формула, согласно которой сообщество есть совокупность субъектов и общей территории, «помноженная» на социокультурный фактор («институты», «нормативное принуждение», «общность культурных кодов» и т. п.), перестает удовлетворять исследователей. В. С. Вахштайн предполагает, что возможная причина продолжающегося использования этого понятия в гуманитарных исследованиях — «досадная инерция словоупотребления» [Вахштайн, 2013: 10]. Исследователь констатирует: понятие «сообщество» потеряло свою референцию и не объясняет ничего. Описывая сложившуюся ситуацию, он отмечает: «Всплеск интереса к этому понятию в последние два десятилетия связан с необходимостью поиска новых «определителей» сообщества и нового его концептуального образа» [Вахштайн, 2013: 24].

В силу сказанного выше, мы считаем продуктивным отказаться от использования понятия «сообщество» при изучении социальных объединений, освободившись тем самым от «идола сообщества» [Вахштайн, 2013: 21] (по аналогии с идолами Ф. Бэкона), и рассмотреть объект изучения через иной методологический инструментарий — «солидарность», который в рамках традиции, созданной научным коллективом Центра молодежных исследований Национального исследовательского университета — Высшей школы экономики в Санкт-Петербурге, используется для обозначения эмоциональных внутри- и межгрупповых связей, возникающих на базе культурных практик среди их адептов.

Директор Центра Е. Л. Омельченко называет солидарности «...наиболее адекватным способом описания различных типов молодежных формирований XXI в. — временных и постоянных, реальных и воображаемых, существующих в офлайне и в онлайн, отличающихся множеством измерений: гендерным, стилевым, субкультурным» [Омельченко, 2014: 5]. Такое заявление обосновывается тем, что в рамках солидарного подхода фокус исследования переносится с поиска проблемной молодежи на вопросы, актуальные для самой молодежи, связанные с ее индивидуальными и групповыми интересами. В отличие от субкультурных сообществ, солидарности не есть реакция (как правило, протест) на доминирующую культуру. Они — суть реакция на особенности конкретных общественных ситуаций (экономических, культурных и политических режимов).

Фокусировка на характере внутри- и межгрупповой коммуникации объясняется тем, что «...проведенные эмпирические исследования показали, что материальной основой, субстанцией поздних социалистических и постсоциалистических молодежных культур является коммуникация», — объясняет Е. Л. Омельченко [Омельченко, 2013: 56].

Таким образом, цель данного исследования — изучение новой основы молодежных общностей, изначально возникающих в виртуальном пространстве социальных сетей, на материале граффити-туризма.

Задачи работы:

— выявить особенности коммуникации стрит-артистов на международном уровне в пространстве социальных сетей;

— определить природу солидарностей, возникающих в виртуальном пространстве, между лично не знакомыми стрит-артистами;

— рассмотреть граффити-туризм как одну из форм закрепления солидарностей между стрит-артистами из разных стран.

Исследование выполнено с использованием метода глубинного интервью. Интервьюент — самарский стрит-художник Арт Абстрактков, который отсчитывает свой творческий стаж с 1 января 2007 г. (с 18 лет) и за прошедшее время успел посетить различные города Испании и Нидерландов.

Граффити-туризм: онлайн-этап

Под граффити-туризмом мы понимаем путешествие в другой город (как внутри страны, так и за рубеж) с целью создания рисунка на стене здания или на вагоне поезда. Им занимаются и граффитчики, и стрит-художники. Этот вид путешествий существует не только в России, но и, как минимум, в Европе. К примеру, муниципальные власти Берлина подсчитывают убытки от таких посещений города. Согласно статистике, в 2013 г. на берлинской железной дороге было зафиксировано 34 случая рисования на поездах с участием иностранных граффитчиков, в 2014 г. — 12¹. При выборе страны для подобной поездки стрит-художники осведомляются, какие виды наказаний приняты за нелегальное рисование на стенах. Будучи граффити-туристом со стажем, Арт Абстрактков рассказывает: «В Роттердаме большие штрафы. Можно только в разрешенных местах. За них очень большая конкуренция. Там быстро друг друга перекрашивают. Могут буквально через несколько часов после окончания рисования. Чтобы порисовать в Барселоне, нужно подать проект в специальную службу и получить разрешение. В Испании не перекрашивают рисунки, уважают работу. В Лиссабоне — легальные места, за незаконный рисунок — 15 лет тюрьмы. В Сингапуре тоже только в легальных местах. Нарушителям — тюрьма и плеть».

Зарубежные поездки могут быть организованы стрит-художником (или командой) самостоятельно либо с участием «принимающей стороны», которой выступает стрит-художник из города назначения. В поиске такого человека и установлении контактов, согласно Арту Абстракткову, ключевая роль принадлежит социальным сетям: «Ищем друг друга в соцсетях по группам и выставленным там фото. Сходимся с теми, у кого сходный стиль. Ездим друг к другу, предоставляем жилье, вместе рисуем, обмениваемся опытом, делимся секретами». Для установления коммуникации в граффити- и стрит-арт-среде за несколько десятилетий в интернете представители этих арт-практик и их поклонники создали развитую инфраструктуру.

История представленности граффити и стрит-арта на интернет-страницах по своей длительности мало чем уступает длительности существования самого интернета. Уже в первой половине 1990-х годов появились сайты, на которых публиковались как постоянно пополняющиеся коллекции граффити и стрит-арт работ, так и форумы для знакомства, общения и обмена опытом. Свое влияние на лицо мирового граффити и стрит-арта оказали электронные базы блогов, специализи-

¹ Graffiti-Tourismus in Berlin — Hohe Schäden bei der Bahn. (2015) Berliner Morgenpost. April, 16th. URL: <https://www.morgenpost.de/berlin/article138455638/Graffiti-Tourismus-in-Berlin-Hohe-Schaeden-bei-der-Bahn.html> (accessed: 09.01.2019).

рованные сайты Art Crimes, 149 St., graffiti.org, Ekosystem, ViVaCity.ru, Petrograff.ru, Ultramarine, социальные сети Livejournal, «ВКонтакте», Facebook, Instagram, Tumblr, фотохостинги Flickr, Pinterest и др. Интернет предоставил возможность художникам из региональных городов продвинуть себя на российской и международной арене. Специализированные сайты, группы в социальных сетях, личные страницы, ведущиеся самими художниками под творческими псевдонимами или вымышленными именами, пришли на смену специализированным журналам, попасть на страницы которых у провинциального граффити и стрит-арта раньше почти не было шансов, потому что они в подавляющем большинстве издавались в столице. Кроме того, интернет уравнивал и возможность доступа к информации об этих арт-практиках между жителями столицы и жителями любого провинциального города, что проявилось в активном развитии последних в 2000-е годы. Интернет позволяет сделать коммуникацию более тесной и сильно расширяет возможности влияния одних художников на других в короткий промежуток времени вне зависимости от мест их проживания. Так, работа художника из одного города, скажем, Парижа, может оказать влияние на работу художника из другого города, например, из Нижнего Новгорода, буквально в первые дни после своего создания.

Граффитчики и стрит-артисты стремятся к тому, чтобы их работы попали на вышеуказанные электронные ресурсы по ряду причин. Во-первых, «раскрученные» сайты, группы или популярные блоги, личная страница с большим количеством подписчиков обеспечивают хорошую «просматриваемость» фотографий работ, что позволяет их автору стать известным среди широкой аудитории. Во-вторых, публикация фотографий работ художника на специализированных сайтах, таких как ViVaCity.ru, Petrograff.ru, Ultramarine и т. п., свидетельствует о признании его мастерства авторитетным сообществом в лице создателей и модераторов этих электронных ресурсов. В-третьих, создается своеобразная визитная карточка художника, помогающая установить связь и сформировать доверие между людьми из разных городов или стран при отсутствии возможности встретиться лично. Указанные интернет-ресурсы доказывают, что автор размещенных фотографий на самом деле один из своих, то есть принадлежит к миру граффити или стрит-арта.

Как отмечалось выше, знакомства между стрит-артистами из разных стран происходят в интернете. Арт Абстрактов так описывает появление новых онлайн-знакомых в мире стрит-арта: «В основном ребята сами на Фейсбуке находили мои работы. Проявляли симпатию, ставили лайки. Потом я смотрел, кто их ставил, открывал их аккаунт и там смотрел, чем они занимаются. И те, кто были близки мне по духу, то есть рисуют в том же стиле, что и я, находил их, добавлялся в друзья. Некоторые сами мне писали, или я начинал: «Привет, как дела, мне нравится твоя работа». Они мне писали такие же слова. Говорили: «Если будешь в Испании, приезжай, порисуем вместе, покажем тебе Барселону, достанем тебе ночлег». Так я и стал знакомиться с людьми. Сейчас набирает обороты Инстаграм. Ты выкинул историю, а тебе сразу кто-то пишет, что хочет встретиться и порисовать». Подобную коммуникацию В. С. Вахштайн называет «производящей» [Вахштайн, 2013: 24]. В этом отрывке интервью хорошо видно, как зарождаются солидарности в стрит-арт-среде вне связи с единым пространством, основываясь лишь на общих интересах.

Структура коммуникационных обменов свидетельствует о том, что здесь солидарности возникают между людьми, причастными к общей практике, при условии совпадения художественных предпочтений, сходного стиля в рисовании. Поэтому в процессе коммуникации в интернете происходит в первую очередь знакомство с творчеством стрит-артиста. Его стиль, уровень мастерства, разнообразие работ становятся ключевыми факторами, влияющими на зарождение и поддержание коммуникации. Возникновение оценочных суждений «свой/чужой» и появление солидарностей связано главным образом с совпадением/несовпадением художественных стилей стрит-артистов. Именно этот факт делает размещение фотографий своих работ на электронных ресурсах крайне важным.

Возраст не является критерием для выбора партнера по коммуникации и дальнейшего совместного рисования. Не только подростки, но и взрослые стрит-артисты участвуют в граффити-туризме. На примере кейса Арта Абстрактного можно видеть, что адепты этой практики с большим стажем принимают у себя в гостях молодых и делятся с ними опытом. Самому взрослому принимавшему у себя Арта художнику — Мистеру Июню, легенде роттердамского уличного искусства, — 47 лет.

Своего специфического языка коммуникации в социальных сетях стрит-артисты не разработали и пользуются универсальными инструментами и знаками общения, предлагаемыми сайтами всем их посетителям. Можно говорить, что международное общение посредством социальных сетей, возникшее на почве общих интересов, лежит в основе солидарностей, которые начинают составлять наднациональное измерение социальной жизни.

Сходное основание для возникновения в стрит-арт-среде солидарности на расстоянии было зафиксировано и в зарубежных исследованиях. Так, Джессика Пэбон изучала особенности функционирования женской стрит-арт-команды «The Stick Up Girlz», члены которой проживают в разных странах. Она пришла к выводу, что существовать им в качестве команды позволяют причастность к общей практике, подпись индивидуальных работ названием команды и постоянная коммуникация друг с другом через интернет [Pabón, 2013].

В возникновении солидарностей ярко выражена эмоциональная составляющая, так как в их основе — позитивная оценка интересов друг друга, одобрение созданных работ. Как будет показано ниже, эмоциональная составляющая усиливается при непосредственном контакте в процессе совместного рисования и становится одной из побуждающих причин продолжать практиковать граффити-туризм. Роль эмоциональных связей подчеркивали и при исследовании сообществ. Они оказываются прочным основанием различных форм социальных объединений. Так, Ф. Тённис в статье «Общность и общество» [Тённис, 2002], увидевшей свет в 1887 г., и через 90 лет С. Милграм² в книге «Эксперимент в социальной психологии» [Милграм, 2000] (1977 г.) отмечали, что сообщества конституируются через социальные и эмоциональные связи, которые выстраиваются на основе общей идентичности. Так же и М. Маффесоли в работе «Время племен» [Maffesoli, 1996] указывает, что единство племени обеспечивается, в числе прочего, благодаря эмоциональным связям — люди идут в сообщества в том числе за эмоциями.

² Написание фамилии приводится согласно русскому изданию: Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб. : Питер. 2000. — *Примеч. ред.*

Таким образом, в солидарностях осталась эмоциональная (аффективная) составляющая, исходящая из взаимной симпатии, а социальная изменилась — это уже не общее место и общий символ, как писал М. Маффесоли, а общая практика, которая становится основой коммуникации и скрепляет солидарности.

Граффити-туризм: офлайн-этап

Познакомившись через социальные сети, при наличии возможности стрит-артисты приезжают друг к другу в гости, чтобы вместе рисовать. На материале опыта Арта Абстрактного можно говорить, что европейские страны среди россиян для граффити-туризма более популярны, чем Россия для европейских художников. Не только Арт, но и его друзья посещали Европу с целью создания рисунков на стенах зданий. При этом ни один стрит-артист, принимавший их или рисовавший вместе с ними, не посетил Россию.

Уже на стадии общения в социальных сетях между художниками завязываются взаимный интерес и доверие друг к другу. Установившиеся связи дают возможность во многом облегчить совершение путешественником туристической поездки в другую страну. Это связано с различными аспектами. Во-первых, принимающая сторона помогает снизить финансовую нагрузку: «В основном, если ребята приглашают, — говорит Арт Абстрактный, — то размещают в своих апартаментах. Так было в Барселоне, там с парнями из Жироны познакомился, потом Мадрид, Нава...» В ключевом моменте — создании рисунка — также при необходимости предоставляют краску для его создания: «А во время рисования за рубежом, как и у нас, есть негласное правило: если краски нет, можно попросить. Поэтому все меняются. Знаешь, что можешь. Ребята нормальные, если попросишь, они дадут. И я даю. Еще прошу насадки. Они могут забиться, или я их мало купил. В Барселоне товарищ Карлос, у которого я гостил два раза, подарил мне 15 баллонов краски». Общая цель порождает общественные начала в коммуникационных процессах. Таким образом, посредством граффити-туризма его участники продвигают основанные на солидарности ценности внутригруппового доверия и отказа от капиталистической жадности прибыли.

Во-вторых, принимающая сторона выполняет подготовительную работу для того, чтобы достичь цель поездки — создать рисунок. Местные стрит-артисты заранее присматривают место для рисунка, а при необходимости получают разрешение на рисование на стене: «Карлос до моего приезда пошел в специальный департамент Барселоны, предварительно сделав фото стены, где он хотел бы рисовать, потом сделал в фотопрограмме эскиз будущего рисунка и написал письмо к этому фото, что он рисует за свой счет, благоустраивает за свой счет. Письмо согласовывается, много времени проходит. Потом приходит письмо, что рисовать разрешили. Когда я приехал, мы еще дня два ждали, потом пришло это письмо».

В-третьих, местные становятся «проводниками» в чужом социальном пространстве со своими нормами и правилами поведения. Несмотря на то, что практика общая, устоявшиеся в местных уличных средах правила отличаются от страны к стране, от города к городу: «Принимающая сторона не только показывает, где можно рисовать, но и объясняет правила... Такие правила ты сам не узнаешь

и можно попасть в передрагу — встретиться с полицией или с местными бандами, которые в этом районе кучкуются».

В-четвертых, подобные контакты дают возможность обмена опытом. Обсуждаются краски, выполненные работы, новые источники информации о стрит-арте, непосредственно в процессе рисования показываются технические приемы: «На другой день, — рассказывает Арт, — я списался с легендой Роттердама Дэвидом. Мистер Июнь у него псевдоним. Он пригласил в свой дом, его жена приготовила нам ужин, все его дети нас встретили. Показал нам свою студию. У него трехэтажный дом на одном из каналов реки. Мы покушали, он показал свои работы — графический дизайн и холсты, показал свои баллоны, обсудили работы — какие он цвета использует, какие я. Потом взяли два вела, он мне один предоставил, и поехали по каналам кататься и на мосточках под каналами искать места рисовать».

Несмотря на все более тесное переплетение между собой информационных пространств разных стран, сохраняется ситуация ограниченного доступа к информационным ресурсам в той или иной стране, поэтому для отечественных стрит-артистов зарубежный граффити-туризм — это еще и способ заполнить информационные лакуны. Говоря об этом аспекте граффити-поездок, Арт Абстрактков отмечает, что можно приобрести «...какие-то книжки, которых нет в доступе в нашей стране, можно скачать какие-то видео». Происходит знакомство и со своего рода местным фольклором: «Например, как в Европе отличают работы граффитиста от стрит-артиста? Граффитист около работы пишет свой тэг, а стрит-артист указывает свой никнейм из инстаграма с «собакой» в начале. Это такой юморок».

В-пятых, стрит-артистов привлекает сам процесс совместного рисования, опыт коллективной работы: «Ты обсуждаешь с новыми людьми, как можно сделать работу четверем людям, которые плохо знают английский, знают только испанский. Это круто, когда ты обсуждаешь, а потом видишь конечную картинку. Все получается фристайлом и экспромтом. Но все получается очень круто». Здесь хорошо видно, что важная роль в совместном рисовании как форме проявления солидарности принадлежит эмоциональной составляющей, проявленной более отчетливо, нежели во время онлайн-коммуникации.

И, наконец, зарубежные поездки, дают возможность завязать новые знакомства не только с новыми стрит-артистами, но и с организаторами выставок и фестивалей, продвинуть себя как художника среди новой публики: «Рисуя за рубежом, — говорит Арт Абстрактков, — ты получаешь дополнительную славу и успех того, что ты рисуешь за рубежом. Кто-то из европейских стран обращает на тебя внимание, появляются новые фолловеры, знакомишься с еще большим количеством новых художников, которых ты в интернете не видел, а вживую встретился, познакомился. И, как правило, бывает аудитории больше — в Европе больше людей этим интересуется и, соответственно, больше тебя просматривает. На месте ты можешь познакомиться с кураторами, организаторами фестивалей. Они могут тебя куда-то приглашать. Если ты ни с кем не знаком, то вряд ли тебя куда-то пригласят». Этот пример показывает, что принимающая сторона может не только оказывать материальную поддержку, но и делиться связями, ведь знакомство с новыми художниками и кураторами происходит по протекции местных

стрит-артистов. Таким образом, благодаря возникновению солидарности с одним из представителей определенной группы единомышленников можно попасть в нее, стать своим в новом кругу лиц.

Солидарности при встрече закрепляются различными формами благодарностей. Как правило, это обмен подарками, которые могут иметь, но могут и не иметь непосредственного отношения к стрит-арту. Еще в работе Ф. Тённиса «Общность и общество» мы находим определение обмена как простейшего случая социальной связанности [Тённис, 2002: 224]. Очевидно, что в случае солидарностей он выполняет ту же функцию. Так, Арт Абстрактов, готовясь к поездке, покупает местные сувениры: «Привозил в другие страны сувениры, кружки с надписью Самара. Ребята в Испании на своих виллах потягивают пиво из этих кружек. Магниты с надписью Самара на английском языке. Они мне в ответ мини-холсты, участки стены, на которых рисовали многие легендарные художники, на них много слоев, либо свои древние стикеры, нашивки, которые ребята делали, чтоб обозначить свою команду. Бывало, мне дарили свои фирменные майки с названиями команд, в которые входят Франция, Испания. Это большая международная команда... Если краска остается, то ее принято дарить тем, с кем ты рисовал, кто тебе помогал, в качестве подарка ты им отдаешь свою краску». Таким образом, символическим закреплением солидарности становится обмен материальными благами между участниками граффити-туризма.

Возникшие солидарности могут перерасти в дружеские связи с более широким перечнем общих интересов по сравнению с начальным этапом общения: «Если ты едешь в те города, в которых уже был, ты можешь написать ребятам, с которыми рисовал — выходи, пошли порисуем. Если ребята на месте, то они продолжают с тобой общение. Это может длиться в течение многих лет. Мы можем просто собраться и поехать на природу на пикник или в другой город, чтобы погулять. Не обязательно встречаться с художниками, чтобы рисовать. Можно просто приятно проводить время. Иногда мы просто приезжали к нашему общему другу в Испании — к его матери, она нас кормила на убой, и мы потом целый день еще ездили на природу, просто гуляли. Это друзья, которых ты находишь по одним интересам, а потом они становятся друзьями по разным интересам. Получаются полноценные зарубежные товарищи, как говорится, *graffiti connecting people*».

Возникающие солидарности лишены политической составляющей. Стрит-артисты не противопоставляют себя доминирующей культуре и не пытаются с ней бороться. Нелегальное рисование на стенах нельзя считать протестом против установленных в обществе норм поведения, так как перечисленные цели граффити-туризма не связаны с ним, а проведенные ранее исследования показывают, что причина нелегального рисования в стрит-арте — желание творческой самореализации [Кузовенкова, 2016]. И цель даже более бескомпромиссного граффити — не оспаривание установленных норм, а получение адреналина и подтверждение своей маскулинности [Кузовенкова, 2017].

Пребывание за границей не только обогащает профессиональный опыт стрит-артиста, но и может менять понимание уличного искусства как такового. Непосредственно наблюдая легитимное положение стрит-арта в ряде европейских стран, путешественники «привозят» эти качественно новые представления в регио-

нальные города (в частности, в Самаре) и делают попытки изменить отношение горожан к стрит-арту. Так, Арт Абстрактвов полностью открыт к общению с различными субъектами городской жизни: помогает вести научные исследования культуры стрит-арта, поддерживает связи с информационными порталами о городской жизни «63.ru», «Большая деревня» и другими³, сотрудничает с Департаментом культуры и молодежной политики по поводу реализации проектов, связанных со стрит-артом. Посещение во время граффити-туризма европейских стран подготавливает сознание художника к тому, что стрит-арт может быть легальным средством благоустройства городского пространства, а сотрудничество с городскими властями — естественной формой коммуникации.

Подводя итог исследования, можно отметить, что онлайн-коммуникация стрит-артистов на международном уровне совершается с помощью социальных сетей. При этом ключевую роль в решении о начале коммуникации играют выложенные в сеть фотографии работ. В процессе общения используются общепринятые средства: обмен сообщениями и «лайками». Солидарности в виртуальном пространстве между лично не знакомыми стрит-артистами возникают в силу их причастности к общей практике и совпадения художественных стилей. Сравнивая солидарности с сообществами, мы заключаем, что их объединяет эмоциональная (аффективная) составляющая, основанная на взаимной симпатии, а социальная претерпела изменения: общему месту и общему символу пришла на смену общая практика. Возникнув онлайн, солидарности становятся базой для офлайн-коммуникации. Одна из подобных форм — граффити-туризм. В его рамках участники продвигают основанные на солидарности ценности внутригруппового доверия и отказа от капиталистической жадности прибыли. Благодаря возникновению солидарности с одним из представителей определенной группы единомышленников можно попасть в нее, стать своим в новом кругу лиц. Символическим закреплением солидарности становится обмен материальными благами между участниками граффити-туризма. Кроме того, солидарности лишены политической составляющей и могут перерасти в длительные дружеские связи с более широким перечнем общих интересов.

Список литературы (References)

- Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М. : Канон-Пресс-Ц. Кучково поле. 2001. Anderson B. (2001) Imagined Communities. Moscow: Kanon-PRESS-Ch. Kuchkovo pole. (In Russ.)
- Бауман З. Текучая современность / пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. Спб. : Питер. 2008. 240 с.
- Bauman Z. (2008) Liquid Modernity / Trans. from English under the editorship by Yu. V. Asochakov. St. Petersburg: Piter. 240 p. (In Russ.)

³ См.: Скокова Ж. Стрит-арт — это не вандализм: уличный художник рассказал о работе в Самаре // 63.ru: Самара онлайн. 21.02.2018. URL: <https://63.ru/text/culture/401186952130560.html> (дата обращения: 25.09.2018). А также: Арт Абстрактвов расписывает стены в испанской провинции // Большая деревня: Сайт о Самаре, в которой интересно жить. 17.08.2018. URL: <https://bigvill.ru/news/2017/08/17/art-abstraktov-raspisyvaet-steny-v-ispanskoj-provintsii/> (дата обращения: 25.09.2018).

Вахштайн В. С. К концептуализации сообщества: еще раз о резидентности или работа над ошибками // Социология власти. 2013. № 3. С. 8—26. URL: [http://socofpower.ranepa.ru/files/docs/3\(2013\)/SV2.pdf](http://socofpower.ranepa.ru/files/docs/3(2013)/SV2.pdf) (дата обращения: 12.01.2018).
Vakhshstein V. S. (2013) Towards Community Conceptualization: Once Again on Residency or Correction of Errors. *Sociology of Power*. No. 3. P. 8—26. (In Russ.) URL: [http://socofpower.ranepa.ru/files/docs/3\(2013\)/SV2.pdf](http://socofpower.ranepa.ru/files/docs/3(2013)/SV2.pdf) (accessed: 12.01.2018).

Кузовенкова Ю. А. Граффити Самары: сопротивление и присваивание / Городские тексты и практики. Том I: Символическое сопротивление / сост. А. С. Архипова*, Д. А. Радченко, А. С. Титков. М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС. 2017. С. 196—211.
Kuzovenkova Y. A. (2017) Samara graffiti: resistance and assignment. In: *Urban texts and practices. Volume I: Symbolic resistance*. Comp. A. S. Arkhipova*, D. A. Radchenko, A. S. Titkov. Moscow: Publishing House “Delo” RANEPa. P. 196—211. (In Russ.)

Кузовенкова Ю. А. Диалектика музея и улицы сквозь призму становления стрит-артиста // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3 (24). С. 58—68. URL: <https://www.culturalresearch.ru/ru/archives/106-324-> (дата обращения: 23.09.2018).

Kuzovenkova Y. A. (2016) The dialectics of museum and street through the lens of becoming a street artist. *International journal of cultural research*. No. 3 (24). P. 58—68. <https://www.culturalresearch.ru/ru/archives/106-324->. (In Russ.)

Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб. : Питер. 2000.
Milgram S. (2000) Obedience Experiments in Social Psychology. St. Petersburg: Piter. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. От субкультур к солидарностям и назад к субкультурам? // Современный социум и современная молодежь: актуальные вопросы : Материалы Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции (24 апреля 2014 г., г. Пермь). Пермь : ПГНИУ. С. 5—18.

Omelchenko E. L. (2014) From subcultures to solidarities and to subcultures again? In: *Modern society and modern youth: topical issues: Materials of the all-Russian part-time scientific and practical conference (April 24, Perm)*. Perm: PSU. P. 5—18. (In Russ.)

Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52—61.

Omelchenko E. L. (2013) Solidarities and Cultural Practices of Early 21st Century Youth: Theoretical Context. *Sociological Studies*. No. 10. P. 52—61. (In Russ.)

Парк Р. Город как социальная лаборатория // Социологическая теория: история, современность, перспективы. СПб. : Владимир Даль. 2008. С. 30—46.

Park R. (2008) The City as a Social Laboratory. In: *Sociological theory: history, modernity, prospects*. St. Petersburg: Vladimir Dal. P. 30—46. (In Russ.)

Тённис Ф. Общность и общество // Теоретическая социология: Антология / под ред. С. Баньковской. Ч. 1. М. : Книжный дом университет. 2002. С. 216—249.

* 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

Tönnies F. (2002) Gemeinschaft und Gesellschaft. In: *Theoretical sociology: The anthology*/ Ed. by S. Bankovskaya. Part 1. Moscow: Book House University. P. 216—249. (In Russ.)

Maffesoli M. (1996) *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in the Mass Society*. London: SAGE Publications; Thousand Oaks, New Delhi.

Pabón J. N. (2013) Shifting Aesthetics: The Stick Up Girlz Perform Crew in a Virtual World. *Rhizomes: Cultural Studies in Emerging Knowledge*. No. 25. URL: <http://rhizomes.net/issue25/pabon/index.html> (accessed: 9.01.2019).

ИДЕНТИЧНОСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.16

Правильная ссылка на статью:

Литвина Д. А. Что значит быть настоящим: молодежные культуры в поисках аутентичности // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 324—341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.16>.

For citation:

Litvina D. A. (2019) What it means to be “true”: youth cultures in search of authenticity. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 324—341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.16>.



Д. А. Литвина

ЧТО ЗНАЧИТ БЫТЬ НАСТОЯЩИМ: МОЛОДЕЖНЫЕ КУЛЬТУРЫ В ПОИСКАХ АУТЕНТИЧНОСТИ

ЧТО ЗНАЧИТ БЫТЬ НАСТОЯЩИМ: МОЛОДЕЖНЫЕ КУЛЬТУРЫ В ПОИСКАХ АУТЕНТИЧНОСТИ

WHAT IT MEANS TO BE “TRUE”: YOUTH CULTURES IN SEARCH OF AUTHENTICITY

ЛИТВИНА Дарья Александровна — младший специалист-исследователь, Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия; аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: litvina.darya@mail.ru

<http://orcid.org/0000-0003-4641-886X>

Daria A. LITVINA^{1,2} — Junior Researcher; Post-Graduate Student

E-MAIL: litvina.darya@mail.ru

<http://orcid.org/0000-0003-4641-886X>

¹ European University at Saint Petersburg, St. Petersburg, Russia

² National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Способы концептуализации аутентичности (суб)культур менялись с течением времени. Под (суб)культурной аутентичностью/особостью долго понимали преимущественно ра-

Abstract. Ways of conceptualizing the authenticity of (sub)cultures have been changing over time. (Sub)cultural authenticity/identity had long been understood as radical stylistic exclusivity: mohawks

дикальную стилистическую эксклюзивность — ирокезы и клепаные кожаные куртки сигнализировали о принадлежности к той или иной (суб)культуре. С развитием интернета и рынка (суб)культурные образы стали общедоступны для изучения и копирования, что обострило вопросы о том, кто является настоящим представителем (суб)культур, а кто — «позером», копией, подражателем. Некоторые (суб)культуры заплатили большую цену за внимание к себе со стороны мейнстрима: кооптация протеста, коммерциализация музыки и стиля, моральные паники в прессе, преследования со стороны властей, постоянная ротация новых участников. Для того чтобы выжить, некоторым (суб)культурам (например, панку) пришлось имитировать свою «смерть», другие (готы, эмо) оказались на грани исчезновения, но продолжают предпринимать попытки реанимировать свою культуру после мейнстримной интервенции.

В данной статье рассматриваются способы (вос)производства аутентичности в молодежных (суб)культурах/солидарностях/сценах. Эмпирическую базу исследования составляют материалы двух этнографических кейс-стади: анархической солидарности и дарк-сцены. Оба исследования выполнены в качественной методологии (глубинные интервью, включенные наблюдения) в Санкт-Петербурге. Через призму нарративов молодых людей, идентифицирующих себя как анархистов, панков, готов, неформалов, антифашистов, рассматривается, что значит быть аутентичным (где пролегает граница между «настоящими» и «позерами») и как внешние факторы (такие как интернет и рынок) влияют

and leather jackets were emblematic of belonging to a certain (sub)culture. As the Internet and market developed, (sub)cultural images became publicly available for investigation and copying, which in turn exacerbated the questions of distinguishing between “genuine” representatives of (sub)cultures and posers, copies, wannabes. Certain (sub)cultures have paid a price for such mainstream attention: cooptation of protest, commercialization of music and style, moral panics in the media, persecution by authorities, constant rotation of new participants. In order to survive some (sub)cultures (such as punks) had to simulate their “death”, while others (goths, emos) were on the brink of extinction, but still attempting to reanimate their culture after the intervention of mainstream. The paper explores the ways of (re)production of authenticity in youth (sub)cultures/solidarities/scenes. The empirical bases of the research are two ethnographic case-studies: anarchistic solidarity and dark scene. Both case-studies were conducted using qualitative methodology (in-depth interviews, participant observations) in St Petersburg. Through the prism of narratives of young people identifying themselves with anarchists, punks, goths, neformaly or antifascists the author examines what it means to be authentic (where lies the boundary between “true” participants and “posers”) and how external factors (such as Internet and market) influence transformations inside youth (sub)cultures.

на трансформации внутри молодежных (суб)культур.

Ключевые слова: молодежные культуры, молодежные исследования, сцены, готы, анархисты, панки, аутентичность, дарк-сцена, субкультуры, (суб)культуры

Keywords: youth cultures, youth studies, scenes, goths, anarchists, punks, authenticity, dark scene, subcultures, (sub)cultures

Введение

За время существования термина «субкультуры» его трактовка неоднократно менялась, при этом аутентичность всегда оставалась в центре внимания исследователей. Вплоть до настоящего момента пространство молодежных исследований находится в ситуации мультипарадигмальности. Исследователи по-разному понимают и пытаются описать способы (вос)производства молодежной коллективной идентичности, а также объяснить угасание одних (суб)культур, трансформацию других и возникновение третьих. Для того чтобы приблизиться к объяснению данных процессов, нужно представлять, что является ядром (суб)культур, в чем заключена их суть, их отличность, их инаковость — в чем состоит их аутентичность? И как она соотносится с той культурой, которую часто обозначают как «мейнстримную»?

Аутентичность в контексте исследования молодежных (суб)культур можно понимать в двух смыслах. Во-первых, это некоторое качество (суб)культуры, которое делает ее «подлинной», «особой», отличной от других (суб)культур и мейнстрима. Во-вторых, это индивидуальная характеристика, помогающая очертить круг «настоящих» («аутентичных») участников (суб)культуры, разграничив их с теми, кто вслепую следует (суб)культурным трендам («позерами»). «Неаутентичные» участники обладают более низким статусом и получают негативные ярлыки со стороны других участников (суб)культур. «Wannabies», «fad-followers», «говнари» (у панков), «не тру» (от англ. «true»), «херки» (у готов) и «позеры» заполняют культурное пространство между мейнстримом («Обывалами», «цивилами») и «настоящими», «аутентичными», «идейными» представителями (суб)культуры. Данные процессы — производство аутентичности (суб)культурой и производство аутентичности индивидом в (суб)культуре, — тесно взаимосвязаны и эмпирически практически неотделимы друг от друга. Тем не менее их аналитическое разграничение необходимо для последующего анализа, в результате которого мы увидим, как производится аутентичность на разных уровнях — культурном и индивидуальном.

Поиск аутентичности — исследовательский термин, подразумевающий процессы, происходящие в молодежных (суб)культурах/сценах/солидарностях, которые под влиянием внешних и внутренних обстоятельств вынуждены преобразоваться и (пере)определять свои ключевые, сущностные характеристики.

В данной статье мы рассмотрим на эмпирическом материале, как происходят (вос)производство/поиск аутентичности в молодежных (суб)культурных коллективностях. А также обратим внимание на два ключевых фактора, оказывающих влияние на этот процесс — кооптацию и коммерциализацию аутентичных (суб)культурных находок рынком и медиа.

От Чикагской школы к постсубкультурным исследованиям, и дальше

Молодежные коллективности на протяжении долгого времени рассматривались в качестве девиантных групп. Важную роль в формировании современного понимания взаимоотношений между «девиантными» группами и «мейнстримом» сыграл в свое время Говард Беккер, продемонстрировав на примере исследования джазовых музыкантов и потребителей марихуаны контекстуальность понятия «девианты». Теория, развиваемая Г. Беккером, известна как «теория наклеивания ярлыков». В своей работе «Аутсайдеры» он на эмпирическом материале показывает, что «девиантное поведение» является не личностной характеристикой, а следствием социального процесса, в результате которого те или иные индивиды и группы определяются в качестве «аутсайдеров» и получают негативные наименования/ярлыки. Однако закрепление за кем-то статуса «аутсайдера» происходит в двухстороннем порядке. Беккер показывает, как важно для джазовых музыкантов выстроить культурную (а порой и реальную — например, с помощью стульев во время исполнения) дистанцию между собой и публикой, неспособной оценить «настоящую» джазовую музыку и требующей исполнения популярных мотивов. По отношению к миру джазовых исполнителей такая публика представляет собой «аутсайдеров», которых музыканты презрительно называют «жлобами» («squares») [Беккер, 2018 [1963]]. Несмотря на то, что Г. Беккер не использует термины «мейнстрим», «субкультура» и «аутентичность», его исследования служат одной из отправных точек для более поздних работ, авторы которых пытаются понять отношения между культурным большинством и меньшинством.

(Суб)культуры долгое время приковывали к себе внимание характерной радикальной креативностью — способностью производить новые смыслы, — которая интерпретировалась как символическое сопротивление родительской культуре и социальному классу [Clarke et al., 2003 [1976]]. Так, в классической работе представителя Бирмингемской школы (CCCS) Дика Хебдиджа «Субкультура: значение стиля» аутентичность описывается как качество, присущее субкультуре до того момента, пока не вырастает ее популярность, «отрывающая» стиль от тех политических, социальных и культурных значений, которые придавали ему ранние участники субкультуры. Происходит ее «инкорпорирование» в двух направлениях: первое — семантическое/идеологическое (СМИ) и второе — «реальное»/коммерческое (рынок) [Hebdige, 1979: 96]. Д. Хебдидж в своей работе пишет:

«Таким образом, как только оригинальные инновации, которые означают „субкультуру“, транслируются в вещи и становятся общедоступными, они становятся „замороженными“. Однажды вырванные из своих частных контекстов маленькими предпринимателями и большими интересами моды, которые производят их в массовом порядке, они становятся упорядоченными, делаются понятными, отданными в одночасье в публичную собственность, и прибыльными товарами» [Hebdige, 1979: 96] (перевод здесь и далее — Д.Л.).

По мнению Д. Хебдиджа, стиль является аутентичным только во время первой волны субкультуры — когда участники принимают непосредственное участие в создании культурных инноваций. Он отмечает, что для тех, кто присоединился к субкультуре после того, как она «вышла на поверхность» и обрела публичность, аутентичность оказывается недостижимой. Для субкультур всегда важно разли-

чение «оригиналов» от «последователей» («hangers-on»), что часто вербализуется участниками субкультур, противопоставляющими «пластиковых панков» или «хиппи выходного дня» аутентичным представителям этих субкультур [Hebdige, 1979: 122].

Подобный подход, в котором аутентичность закрепляется за оригинальными, но вполне определенными стилями, подвергся критике со стороны постсубкультурных исследователей, пришедших на смену Бирмингемской школе. Опираясь на работы социологов Чикагской школы (Говарда Беккера и Неда Польски), а также работы Пьера Бурдьё, Сара Торнтон разрабатывает ключевую для современных исследований молодежи концепцию «субкультурного капитала». В своем исследовании рейвов Торнтон отмечает, что аутентичность не определяется фиксированным набором характеристик, а производится путем накопления индивидами субкультурного капитала, который постоянно (медленно или быстро) преобразуется [Thornton, 1995]. Субкультурный капитал является способом провести линию между эксклюзивным «андеграундным» и коммерциализированным/неаутентичным/мейнстримным вкусом. По словам Торнтон, «субкультурные идеологии — это те средства, с помощью которых молодежь представляет свои и другие социальные группы, заявляет их отличный (distinctive) характер и утверждает, что они не анонимные члены недифференцированной массы» [Thornton, 1997: 201]. В своем исследовании клубных культур она фокусируется на том, как молодые люди используют «субкультурный капитал» для того, чтобы получить более высокий, «крутой» статус («hip», «cool») внутри сообщества.

В отличие от более ранних теорий CCCS, концепция субкультурного капитала позволяет посмотреть на аутентичность не как на некоторый набор стилистических предпочтений, «схваченных» в определенный отрезок времени, а как на постоянный процесс (пере)оценки определенных вкусов в качестве допустимых, «настоящих», «крутых» или «мейнстримных». При помощи внешнего вида, стиля жизни, культурных предпочтений, способов коммуникации и систем знания субкультуры утверждают свою «отличность» (distinction), свой способ восприятия мира. Внутри субкультуры выстраиваются специфические иерархии, основанные на субкультурном капитале, который определяет статусы ее участников. При этом субкультурная аутентичность в некотором смысле находится в зависимости от постоянно преобразующейся мейнстримной культуры, на которую она вынуждена реагировать. В связи с этим важную роль в трансформации и угасании (суб)культур играют медиа и рынок.

Как отмечает Патрик Дж. Вильямс, «в информационных обществах, где репрезентации девиантности становятся вездесущими во всем диапазоне медиа — телевидение, радио, интернет, игры, и так далее, — девиантность сама по себе превращается в товар для потребления» [Williams, 2014: 42]. Это создает проблему для определения «субкультурных» индивидов и групп, поскольку их статус, который предполагается как отличный от мейнстрима, оказывается размытым [там же]. Разрушительные для аутентичности процессы коммодификации/кооптации приводят к тому, что (суб)культуры в их классическом понимании оказываются под угрозой исчезновения. Как только мы становимся способны дать исчерпывающее определение тому, что представляет собой, например, «настоящий», аутентичный панк, он исчезает [Гололобов, Стейнхольт, Пилкингтон, 2016]. Попытка отстраниться от угрозы артикуляции (суб)культурной идентичности, ее классификации

и последующего тиражирования приводит к тому, что участники (суб)культур часто склонны дистанцироваться от наименований, которые им дают [Clarke, 2003; Jasper, 2004; Литвина, 2014].

Дилан Кларке в своем исследовании панков формулирует важный тезис (который может быть применен и к другим (суб)культурам):

*«Возможно, это один из великих секретов субкультурной истории: **панк симитировал свою собственную смерть** [курсив. — Авт.]. Ушли прически, ушла одежда из бутиков, ушло негативное сопротивление (что бы они ни делали, мы сделаем по-другому). Ушло имя. Возможно, он должен был умереть для того, чтобы получить выплаты по страховке... Панк симитировал свою смерть так хорошо, что все поверили в нее... Панк может быть спрятан даже от себя самого. Ускользнув от своих ортодоксов — своих костюмов, музыкальных регламентов, поступков и мыслей — панк воплотил в себе анархизм, к которому стремился... Им нельзя обладать; его нельзя продать. Он придерживается принципов анархизма, хотя у него нет идеологии. Он называется панком, хотя у него нет имени» [Clarke, 2003: 234].*

Кооптация и последующая «смерть» аутентичной субкультуры служит для панков первым шагом в осознании того, что максимальная аутентичность заключена не в символическом сопротивлении, а в политическом действии. Как описывает этот процесс Дилан Кларке, «угрожающая поза была заменена настоящей угрозой» [там же].

«Настоящая угроза», реальный протест включает в себя не (с)только прямое действие, но и (преимущественно) «повседневное сопротивление» или «сопротивление через стиль жизни» («everyday life resistance», «lifestyle resistance»). Для современных политизированных молодежных культур повседневность становится той площадкой, на которой реализуются на практике их культурные идеалы. Для политизированных панков, антифашистов и анархистов такие практики, как бойкотирование «неэтичных» товаров, веганство, безденежное потребление (DIY, шоплифтинг, фриганство, сквоттинг), куда более значимы, чем эксклюзивность в стиле или музыкальных предпочтениях [Portwood-Stacer, 2012; Литвина, 2014].

Политики повседневности в меньшей степени характерны для таких вкусовых/имиджевых культур, как готы. Тем не менее для них, так же как для панков и анархистов, центр аутентичности составляет некая абстрактная, непроизносимая «субкультурная мораль» [Jasper, 2004]. Отсутствие нужного языка для описания аутентичности служит защитой от культурных посягательств со стороны аутсайдеров — мейнстримной публики, рынка, медиа:

«Быть „аутентичным“ и естественным — субкультурная норма, но эта норма носит невыразимый и непостижимый (ungraspable) характер, который состоит из морального кода: гот только тогда может быть настоящим, если он или она неопределим, что делает аутентичность в себе пустотой (void)» [Jasper, 2004: 112].

Другие современные исследователи также считают, что полное сведение (суб)культур к стилю является чрезмерным упрощением. В своем исследовании способов производства аутентичности в субкультуре панков Патрик Вильямс и Филипп Льюин перемещают акцент с материальной культуры на ценности и системы верований [Lewin, Williams, 2009: 68]. Панки говорят об аутентичности как об искреннем выражении «настоящего себя», для них символический стилистический

протест больше не является показателем аутентичности. В отличие от искренности, которую нельзя подделать и превратить в товар.

В данной статье на примере дарк-сцены и анархической солидарности мы посмотрим, что приходит на смену «классической» аутентичности, основанной на стилистической оригинальности; по каким «маячкам» проводится граница между настоящими участниками (суб)культуры и «позерами»; как взаимодействуют между собой (суб)культура и мейнстрим; как наполнение понятия «аутентичность» видоизменяется под воздействием медиа и рынка.

Эмпирическая база исследования

Данная статья опирается на материалы двух этнографических кейс-стади, выполненных автором данной статьи в рамках проектов Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург¹. Большая часть эмпирических данных была собрана автором в Санкт-Петербурге в течение 2012—2013 гг., однако контакт с информантами сохранялся еще долгое время после этого.

Первый кейс состоит из 52 описанных в дневнике включенных наблюдений и 28 глубинных интервью с молодыми людьми, относящими себя к анархической солидарности (и часто идентифицирующими себя как панков, антифашистов, стрэйт-эджеров, анархо-феминисток).

Второй кейс включает материалы 20 включенных наблюдений и 15 интервью с молодыми людьми, которые включены в культурные практики дарк-сцены (и в том числе идентифицируют себя как готы, EDM-щиков, киберготов, неформалов, а также бывших готы и эмо). Также осенью 2018 г. мной было проведено одно экспертное интервью с молодой женщиной, длительное время идентифицировавшей себя как гота и имевшей опыт организации тематических вечеринок для готических лолит. Ее подробные и содержательные комментарии относительно изучаемой темы внесли значимый вклад в понимание поставленных в данной статье вопросов и указали на актуальность изучения современных (суб)культур, несмотря на их кажущееся отсутствие в палитре городской жизни.

Краткое представление объектов исследования

Изучаемые молодежные коллективности представляют собой фрагментированные культурные пространства, в которых сосуществуют разные стили жизни, ценностные ядра, отдельные тусовки. Такого рода молодежные социальности в разных исследовательских трактовках могут концептуализироваться как «субкультуры», «молодежные культуры», «неоплемена», «сцены», «мильё» или «солидарности». Каждая концепция имеет свои эпистемологические преимущества и может быть использована по отношению к изучаемым объектам. В данной статье мы не будем подробно разбирать достоинства и ограничения каждого из указанных подходов². Наиболее распространенными терминами (особенно в российском

¹ Исследование анархической солидарности проводилось в рамках международного проекта MYPLACE (Memory, Youth, Political Legacy and Civic Engagement). Исследование дарк-сцены проводилось в рамках проекта ЦФИ «Гражданственность молодежи России: современные смыслы и практики».

² Подробную дискуссию вокруг субкультурного и постсубкультурного подходов можно посмотреть, например, в журнале *Journal of Youth Studies* за 2005 г. (Vol. 8. No. 1).

академическом сообществе) остаются «субкультуры» или «молодежные культуры». В данном исследовании я использую термин (суб)культура³ в связке с такими концепциями, как «солидарности» и «сцены».

Сложность выбранного теоретико-методологического аппарата обусловлена несколькими ключевыми причинами. Во-первых, использование несколько устаревшей концепции «субкультур» необходимо в данном исследовании, поскольку она отсылает к длительной традиции изучения «субкультурной аутентичности», а также по причине того, что многие информанты (в первую очередь это касается панков и готов) активно употребляли термин «субкультура», что делает его в некотором смысле эмным термином. Во-вторых, концепция «сцен», которая сравнительно недавно стала активно использоваться исследователями молодежи (подробнее см. [Омельченко, Поляков, 2017]), наиболее полно описывает гетерогенный характер «темной культуры», или «дарк-сцены». В-третьих, для описания анархистов наиболее подходящей оказывается концепция «солидарности», поскольку понимается как особая форма социальности, которая формируется вокруг идейных векторов и противопоставляет себя группам-антиподам, вступая с ними в символическую (или реальную) борьбу [Омельченко, Сабирова, 2011].

Дарк-сцена во многом наследует черты готической (суб)культуры: узнаваемой, стилистически оформленной, бросающей культурный вызов мейнстриму. Ее аутентичность базируется в первую очередь на стиле и музыке. Готическая (суб)культура обязана своим появлением панку, который дал начало многочисленным молодежным культурным формам. В качестве отдельной (в музыкальном и стилевом смысле) (суб)культуры готика выделилась в конце 70-х годов и в 1982 г. находилась на пике своей популярности (на Западе). Началом формирования готической сцены принято считать возникновение таких британских постпанковых музыкальных групп, как Bauhaus, Siouxsie and The Banshees, The Cure и The Sisters of Mercy [Стил, 2011: 42—43]. Отличительный, яркий имидж стал знаковым для готической (суб)культуры, которая выделялась эклектичностью и вбирала в себя многочисленные и разнообразные элементы панка, викторианского стиля, стилистики средневековья, стиля милитари и вызывающих деталей сексуальной фетиш-эстетики (сетка, латекс, ошейники). Как отмечает Валери Стил, «готический стиль представлял собой намеренный пастиш: викторианские корсеты и сияющий латекс, траурные вуали и помоечные колготки в сеточку... Все смешалось — нигилизм и фетишизм панков, глэм-рок в понимании Дэвида Боуи и хоррор-стиль» [Стил, 2011: 44]. По воспоминаниям информантов, в России (суб)культура пережила волну интереса в начале 2000-х годов, после чего готы быстро стали терять популярность, и в начале 2010-х были практически забыты. Тем не менее, подобно панкам, о которых писал Д. Кларке, есть основания полагать, что готы сумели пережить свою «смерть»⁴.

³ В данном тексте предпочтение отдается термину «(суб)культуры», который используется всегда, за исключением случаев, когда рассматриваются авторские теории или исследовательские традиции, в которых принят иной вариант написания («субкультуры»).

⁴ В связи с этим хочется сделать лирическое отступление и вспомнить устойчивое выражение «Goths Undead!» («Готы — живые мертвецы!»), которое отсылает к созвучному лозунгу панков «Punks Not Dead!» («Панки не мертвы!»). Происходит игра слов «not dead» («не мертвы») и «undead» («живые мертвецы»).

Анархическая солидарность уходит корнями в анархические движения прошлого, (суб)культуру панков, антифашистские и «новые левые» движения. Радикальной целью анархистов является полный отказ от властных отношений, а в качестве ключевых ценностей провозглашаются солидарность и всеобщее равенство. В России анархическая солидарность возникла под влиянием набирающей обороты «левой» хардкор-сцены с выраженным антифашистским ядром, появившейся в середине 1990-х годов [Гололобов, Стейнхольд, Пилкингтон, 2016: 45]. Со временем анархические идеи начали привлекать аполитичных до того момента панков, которые постепенно, используя доступные источники информации, «уяснили смысл подозрительных и неизвестных доселе слов — DIY, сквот, SXE:(, зин, веган, сексизм, эйджизм, дистро, RASH, hardcore и пр.»⁵ Как отмечает Иван Гололобов и его соавторы, в нулевые годы «...хардкор-сцена сформировала закрытую, но довольно эффективную сеть, основанную на общих идеологических убеждениях левого и антифашистского толка» [там же: 50].

Похожие своей символичной протестностью, но очень разные в своих жизненных стилях, молодые люди оказываются в схожей позиции, обусловленной необходимостью искать убежище для своей культуры с целью сохранить ее аутентичное ценностно-смысловое ядро. Пройдя через испытание мейнстримной популярностью, коммерческим успехом и моральными паниками, они продолжают конструировать свои (суб)культурные идентичности, затерявшись среди ярких имиджей большого города.

Индивидуальные стратегии производства аутентичности: что значит быть (не)настоящим

Принадлежность к той или иной молодежной культуре определяется через разделение ценностей; формирование соответствующих знаний и компетенций (о стиле, музыке, политике); солидарность с другими участниками; понимание границ своего сообщества; включенность в тусовку (реальную или виртуальную); интегрированность в культуру (телесное, дискурсивное, жизненно-стилевое соответствие ее канонам); знание правил взаимодействия и активное участие в практиках сообщества. Степень, в которой индивид обладает данными характеристиками, определяет объем его (суб)культурного капитала, его право претендовать на определение себя в качестве аутентичного участника, его статус в (суб)культуре.

«Настоящим» участникам (суб)культуры противопоставляются подражатели или новички, в которых критикуется отсутствие «идейности», следование моде, отрыв от «истоков», излишняя «бравата». В готической среде по отношению к подобным участникам применяются такие термины, как «химозник», «херка»⁶ или «алкогот»;

⁵ Как все начиналось, или краткая справка о ПВ [Электронный ресурс] // Сообщество анархо-панков «Панк Возрождение». URL: <http://a-pesni.org/squat/klizma/pv-spravka.php> (дата обращения: 24.02.2019).

⁶ Термины «химозник» и «херка» произошли от названия финской рок-группы HIM, которая ассоциировалась с готической культурой и пользовалась популярностью у мейнстримной молодежи. Наиболее используемый термин «херка» формируется из игры английских слов: «him» — его, «her» — ее. Буквально: это девушка, являющаяся фанаткой группы HIM (соответственно, «химозник» — это «мужской» вариант). Однако этот эпитет быстро нашел более широкое применение и стал использоваться по отношению к «позерам» и неопитам — тем, кто начал идентифицировать себя с готической субкультурой на фоне ее массовой популярности, но не «продвинулся» вглубь культуры, оставаясь на уровне потребителя массовой продукции.

в среде панков — «говнарь»; распространен «общий» термин «позер». Наличие в (суб)культуре большого количества «позеров» ставит ее под угрозу, способствуя формированию негативного образа и вымыванию аутентичного смысла:

«Меня единственное, вот, немножко раздражает вот это позерство некоторых людей... Мне неприятно, когда у людей создается ложное впечатление, в принципе, когда по одному, там, или несколькими экземплярам судят о всей вот этой субкультуре, скажем, там» (Тамара, 28 лет, дарк-сцена).

Некомпетентность «позеров» проявляется в клишированном стиле, любви к популярным исполнителям, отсутствии «идейности», карнавальности. Способность расшифровывать сложные (суб)культурные коды развивается постепенно. Например, чтобы распознать в одной из студенток своего ВУЗа готическую лолиту, информантке достаточно было увидеть на ней заколку-бантик от определенного производителя. Все эти трудноуловимые для внешнего глаза тонкости — толщина ирокеза, способ нанесения макияжа, бренды, принты, и даже позы, — вполне очевидные (но с трудом поддающиеся артикуляции) свидетельства (суб)культурных диспозиций для включенной молодежи:

«Никита: Ну, только, разумеется, если я увижу подобную девушку [тогда я пойму, что она позер]. Скажем, не знаю, в кружевах, с черными волосами. С черным макияжем. И с торбой „Cradle of Filth“. Я, скорее всего, причисляю к херкам, конечно. Причисляю.

Интервьюер: А в чем тогда заключается вот это? Что значит, не знаю, быть каким-то аутентичным, да, настоящим таким?

Никита: Не знаю, непонятно» (Никита, 24 года, дарк-сцена).

Если оценить, кто не является аутентичным представителем (суб)культуры/сцены/солидарности, не составляет большого труда, то определить, кто им является, гораздо сложнее. Затруднения, вызванные необходимостью артикулировать, что значит быть «аутентичным», возникали у большинства информантов. В основном молодые люди на вопрос о том, что значит быть анархистом/готом/панком, говорили об искренности, разделенности ценностей, эрудированности, активности. Тогда как стили и музыкальным предпочтениям отводилось второстепенное место:

«Нельзя создать, знаешь, определенную картину, там, анархиста. Это может быть, там, допустим, человек, там, не знаю, с огромным зеленым ирокезом, да, там, в косухе проклепанной... И может быть анархистом какой-нибудь, там, человек, который будет стоять с ним рядом, знаешь, в очках, там, в костюме, там, в ботиночках начищенных, и он тоже может разделять такие же точно взгляды. И поэтому, знаешь, ну, нет такой общей картины какой-то» (Глеб, 24 года, анархическая солидарность).

В целом большинство информантов отмечали важность того, чтобы первоначальная увлеченность музыкой и/или романтическим флером протестной символики в определенный момент сменялась желанием узнать больше об идейной составляющей своей культуры. Об этом начальном отрезке своей (суб)культурной карьеры информанты часто вспоминают с иронией, отмечая, что тогда они были «херками» или «просто тусовались». Более осознанный период нахождения в (суб)культуре, как правило, они связывают либо с вхождением в новую тусовку, либо с появлением новой информации. При этом важно, что определенные ценности, эстетические предпочтения и взгляды начинают формироваться еще до знакомства с (суб)культурой, как некоторое внутреннее, сущностное, индивидуальное чувство:

«Я начал панковать, слушать панк-рок. То есть взгляды у меня, скорее всего, появились раньше того, как я начал приобщаться к этой субкультуре... Я был очень долго панком, начиная с класса с шестого-седьмого... К анархическим [взглядам пришел]— это было очень так банально. У меня появился интернет, и я сам вышел на людей... Пришел туда, пообщался и понял, что это люди, которые разделяют мои убеждения, придерживаются примерно тех же взглядов, и я стал с ними общаться» (Коля, 25 лет, анархическая солидарность).

Соответствующие компетенции появляются постепенно, с получением новой информации и активным участием в жизни сообщества. Специфический (суб) культурный фрейм формируется посредством информального образования, опирающегося на знания и представления, существующие внутри сообщества. Рассказы друзей, чтение специализированных журналов, самиздата, зинов, поиск информации в интернете, совместный опыт — как из кусочков мозаики, из них складывается общая картина мира (подробнее см. [Литвина, Омельченко, 2013]). Таким образом, информальные знания, стиль жизни и культурные предпочтения у аутентичных участников (суб)культуры оказываются когерентными друг другу. В противном случае индивид воспринимается как «ненастоящий», «ряженный»:

«Сейчас можно любого человека одеть в дарк-стилистике. И делать фотосессию. А раньше человек был реальным представителем этой культуры, и мы его запечатлевали [на фотографиях]. А сейчас это все, как бы, вообще, театр обряженных людей. То есть раньше человек был настоящим. Это гот настоящий. Фотки на кладбище. Или там еще. Это он настоящий был. Он так ходит, он так живет... Ну, сейчас этого нет... Сейчас стало все очень просто и неинтересно, понимаешь?» (Константин, 29 лет, дарк-сцена).

Аутентичность в первую очередь определяется как некое чувство, как приверженность определенным ценностям, «состояние души». Внешние атрибуты — стиль жизни, имидж, участие в практиках, — могут сопровождать это состояние, но необязательно. По мере увеличения стажа участия в (суб)культуре, значимость таких атрибутов постепенно снижается. Более того, у более старших участников (суб)культуры часто либо формируется отдельная дружеская тусовка (в которой стили оказываются совершенно не важны), либо их личный опыт трансформируется в профессиональный. «Опытные»/«старшие» (некоторые информанты сказали бы «олдовые», от англ. «old») анархисты, панки и готы могут заниматься исследованиями, организовывать концерты, становиться стилистами/поварами/фотографами, используя навыки, полученные в рамках (суб)культуры. В связи с этим «старшие» участники (суб)культуры часто оказываются незаметны на фоне яркой молодежи. Они держатся обособленно, редко посещают мероприятия, частично или полностью отказываются от имиджа и не всегда могут/хотят позволить себе прежний стиль жизни:

«То есть вот, ну, сколько тусовка вот уже? Если брать с 2003-го года, уже 10 лет... [М]ы общаемся сейчас, видимся на концертах... Мы просто приходим сейчас в приятную обстановку. Знаем, что там нет никакого быдла. Мы можем спокойно посидеть, пообщаться, расслабиться под, ну, ту музыку, которая нам нравится. Скажем, так. Конечно, какие-то внешние аксессуары, как одежда и макияж, тоже могут быть, но это уже необязательно...» (Тамара, 28 лет, дарк-сцена).

Исчезновение тех или иных культур из поля зрения объясняется некоторыми исследователями через смену поколений, «старение» (ageing) или «выгорание»

ее участников [Hodkinson, 2013; Anderson, 2009]. В связи с необходимостью обеспечивать детей/партнеров/родителей и строить карьеру они часто отказываются участвовать в ночных мероприятиях, не хотят подвергаться риску быть задержанными полицией или потерять работу. Ностальгическая разница между «тем, что происходит сейчас», и «тем, что было раньше», о которой говорит подавляющее большинство информантов, указывает не только на изменения личного восприятия культуры, но и на то, что сама культура постоянно трансформируется. На индивидуальном уровне молодые люди стараются выстроить дистанцию между собой (аутентичными участниками) и «позерами». Персональные стратегии в итоге складываются в общие тренды, связанные с попыткой вывести (суб)культурную аутентичность из-под прицела массовой культуры.

Смысловое наполнение понятий «настоящий панк» или «настоящий гот» меняется с течением времени под воздействием многочисленных факторов, таких как: 1) появление новых культурных течений, 2) политическая повестка, 3) взаимодействие с «вражескими» и/или конкурирующими (суб)культурами, 4) возникновение или исчезновение инфраструктурных возможностей (например, знаковых клубов — «Орландина», «Арктика», «Fish Fabrique», «Молоко»), 5) смена поколений, и так далее. К сожалению, объем статьи не позволяет подробно описать все факторы, повлиявшие на культурную эволюцию рассматриваемых молодежных коллективов. Остановим свое внимание на роли интернета и рынка, поскольку именно они служат каналами, по которым аутентичность перетекает из эксклюзивного (суб)культурного пространства в массовую культуру.

«Протест быстрого приготовления»: как интернет и рынок влияют на аутентичность

Интенсивное развитие средств коммуникации и медиавещания «привело к расширению объема, увеличению разнообразия и ускорению глобальных культурных потоков, повышению интенсивности и скорости культурного обмена» [Пилкингтон, Блюдина, 2004: 19]. Как отмечает Хилари Пилкингтон, «глобализация открыла молодым россиянам новые каналы информации и новые пространства, где можно изобретать и конструировать свою идентичность» [Пилкингтон, 2004: 241]. Для многих молодых людей интернет стал важным источником знания о стиле/музыке/идеологии, открыл возможности для коммуникации с единомышленниками из других городов и даже стран. Если раньше поиск информации сопровождался множеством сложностей, то появление скоростного интернета одномоментно решило эту проблему, забрав в счет оплаты эксклюзивность такого знания и приватные контексты его передачи:

«Была такая невская тусовка, так называемая. Но она не связана с готической субкультурой. Это просто тусовка, грубо говоря, ребят, которые обменивались информацией, фотографиями, статьями о каких-то там известных исполнителях... А, ну, за деньги... Кто ездил на тот момент уже за границу, вот, у меня есть пара постеров с финских журналов. С Вилле Вало. Вот... там, статьи оттуда же. Естественно, статьи по-фински я читать-то не умею. Мне же нужен был сам факт наличия. То, что у меня есть. Я же собираю, блин, всю инфу, которую могу только собрать. Вот. Ну, а с появлением интернета, там, как бы, ну, все логично и понятно» (Тамара, 28 лет, дарк-сцена).

Глобальный рынок и развитие средств обмена информацией оказали значительное влияние на (суб)культуры, превращая протест, некогда ощущавшийся как вполне реальный вызов общественным культурным нормам, в популярный товар, доступный для покупки или скачивания. В некоторых случаях протестность интерпретируется участниками (суб)культур как значимая веха в истории (суб)культуры, ставшая в настоящий момент не более чем атавизмом. Исчезновение реального протестного потенциала интерпретируется как симптом угасания, признак неаутентичности:

«И, знаешь, на самом деле я бы назвал всех представителей субкультур... товарищами по несчастью... Сейчас на самом деле, знаешь, в чем дело, вся проблема-то в чем? Люди, представители субкультур, не противопоставляют себя обществу, понимаешь? Это главная философская проблема... Я просто хожу, как ряженный, допустим, да... То есть все субкультуры сейчас — часть общества. И не противопоставляют себя, как это было в начале, там, как в конце Советского Союза: панки против Советского Союза. А чего мы, против России, что ли? Что мы, дураки, что ли?» (Константин, 29 лет, дарк-сцена).

Рынок быстро отреагировал на запрос на культурные инновации со стороны молодежи, предоставив многочисленные масс-маркетные вариации «готов», «панков», «эмо», и так далее. Если раньше создание определенного стиля могли позволить себе только те представители (суб)культуры, которые были включены в тусовку, то с развитием рынка любой желающий смог позволить себе желаемый стиль, вне зависимости от наличия соответствующего (суб)культурного капитала.

Интересно, что (суб)культурные образы проникли не только в «низкое» в эстетическом отношении массовое производство, но и на pret-a-porter известных модных домов, и даже в высокую моду [Стил, 2011]. В то время как черные плащи, цветные колготки в сетку и кожаные юбки заполнили масс-маркет, на подиуме можно было увидеть модели, одетых в эксклюзивные «готические» костюмы от Alexander McQueen или «панковские» наряды Vivienne Westwood.

Коммерциализация культуры, кооптация ее протестного потенциала и философии (превращение их в популярный товар), сведение (суб)культуры к имиджу поставили под угрозу возможность сохранения аутентичности. Особенно острой эта проблема стала для имиджевых (суб)культур, таких как готы и эмо, которые не без потерь пережили волну мейнстримной популярности:

«Помню такой момент, я обратила внимание, что стало больше продаваться именно дисков, фильмов такой [готической] направленности. А потом, когда я приехала в Петербург, здесь уже я застала, наверное, пик развития этой культуры. Мне кажется, что он как раз пришелся на две тысячи шестой — седьмой года примерно. У меня такое впечатление. Сейчас этого всего действительно гораздо меньше, внешней атрибутики стало гораздо меньше, и такое впечатление складывается, что субкультура немного угасает» (Анна, 24 года, дарк-сцена).

Просьюмеризм — одна из стратегий, помогающих сопротивляться процессам кооптации и коммерциализации. В поисках аутентичности молодые люди включаются в DIY-практики, развивают безденежное потребление (шоплифтинг, фримаркеты, обмен), совершают покупки в секонд-хендах, создают собственные небольшие производства (ателье по пошиву готической одежды, кондитер-

ская по приготовлению веганских тортов). Аутентичность образа и стиля жизни определяется в том числе через потребление эксклюзивных товаров (купленные на «барахолке» в Берлине сапоги; бижутерия ручной работы; проклепанная подругой «косуха»); отказ от потребления «готовых» стилей; обращение к оригиналам, а не копиям (оригинальные ботинки Dr. Martens; знание музыкальных групп — родоначальников жанра); умение конструировать оригинальный стиль из доступных средств (техника бриколажа):

«Я иду в секонд-хенд. Покупаю то, что мне нравится... Вот, например, в день „Дескейва“ я пошел в магазин, увидел эту рубашку... Вспомнил, что у меня дома как раз валяются фиолетовые колготки, фиолетовые тени. Что мне не надо будет их покупать. Купил, я купил булавочек. Все. Все получилось. Порвал колготки [специально]... [У панков] хорошо с фантазией. Они всегда, они круто работают над внешним видом. Вот именно такие, трушные⁷ панки, не говнари, а... У всех же, у любой культуры есть такие ребята, да. У готов есть херки, у скинхедов, там, есть боны, у панков есть вот эти говнари, которые кричат „хой“, и все такое. Вот. А есть нормальные панки, которые слушают английскую музыку. И вот... Они у меня только восхищение вызывают своим видом» (Никита, 24 года, дарк-сцена).

Помимо разрушения аутентичности, в результате массовой популярности готическая (суб)культура столкнулась с моральными паниками в СМИ и реальными преследованиями со стороны общества, обеспокоенного увлеченностью «детей» темами, связанными со смертью. На волне популярности дарк-стилистики властные структуры особенно активно внедряли «профилактические» меры по исправлению неправильной субъектности учеников школ, которые стилистически соотносили себя с (суб)культурами «готов» и «эмо»⁸. Одновременно с ростом популярности (суб)культуры разграничение между «настоящими» и «позерами» становится предметом яростных дискуссий между ее участниками.

Анархисты, склонные к реальным протестным действиям, также регулярно обращают на себя внимание СМИ и правоохранительных органов. Реальная возможность административного или уголовного наказания делает вопросы, связанные с аутентичностью участников, максимально значимыми. Настоящий ли он анархист? Что я знаю о нем? Могу ли я ему доверять?

«Опять-таки, вся проблема в интернете... [М]не тяжело доверять человеку, которого я знаю, там, пару раз на концерте видела, пару раз на демонстрации, и вот в интернете мы с ним, там, через день... Потому что можно надеть на себя какую угодно маску во время общественного мероприятия, а при этом быть полной мразью» (Карина, 22 года, анархическая солидарность).

Отсутствие реального взаимодействия — ключевая проблема, которую называют информанты. С развитием интернета сокращается количество участников массовых мероприятий (концертов, акций); уничтожаются «реальные» места для общения; открываются возможности для «культурного серфинга» (быстрой смены интереса от одной культуры к другой без глубокого погружения). Реальное при-

⁷ «Трушный», «тру» (от англ. «true») — распространенный эпитет, использующийся для обозначения настоящих, правдивых, аутентичных представителей (суб)культуры.

⁸ См.: Омельченко Е. Про эмо, готов и нравственность [Электронный ресурс] // Полит.ру. 23.01.2009. URL: <http://www.polit.ru/article/2009/01/23/subkult/> (Дата обращения: 20.02.2019).

сутствие и участие в групповых практиках становятся «гарантами» аутентичности (искренности, причастности, надежности), которые особенно ценятся в цифровую эпоху. Тогда как дистанцирование, отсутствие реальной включенности вызывает настороженность и расценивается как признак неаутентичности:

«А сейчас... ту информацию, которую мы получали от людей в процессе общения, — очень легко набираешь буковки [в поисковике] — вот тебе, пожалуйста, все готовое. „Протест быстрого приготовления“, как я уже говорила. Это — хорошо, это — плохо. Быть, там, вегетарианцем — хорошо, быть ментом — плохо... Сейчас гораздо проще вот эту информацию получить, но при этом, когда ты ее быстро всасываешь, ты не успеваешь ее утрясти внутри себя — это большая проблема» (Карина, 22 года, анархическая солидарность).

«[М]ы их плохо знаем, потому что они сидят по домам. Они всегда были. Пассивные представители субкультуры, да... Но какие они представители субкультуры вообще? Они, да, самоопределяют себя, но если они не выходят в реал, то они не являются представителями» (Константин, 29 лет, дарк-сцена).

Постепенно с культурной карты города стали стираться места, ассоциировавшиеся с молодежными культурными сценами. Клубы и магазины закрылись или заполнились новой публикой, а места сходов стали пустеть и забываться. Как отметил в беседе один из организаторов концертов дарк-направленности, если раньше в Санкт-Петербурге были особые места, то сейчас они исчезли и остались лишь события, которые организуются небольшим количеством заинтересованных людей. Конкуренция снижается вместе с количеством зрителей, многие из которых теперь предпочитают слушать музыку, общаться и смотреть концерты в интернете:

«Раньше была жесткая конкуренция... Концерты делались в перебивки концерта. Это когда... конкурирующий организатор делает концерт, вот, ровно за день до тебя... Чтoб к тебе завтра уже никто не пришел, потому что они здесь уже сегодня все были. Флаеры друг другу портили... Подставы какие-то, короче, творили друг другу. Но сейчас этого нет» (Константин, 29 лет, дарк-сцена).

На смену классическим субкультурам приходят гибридные сцены, возникающие в результате соединения разных стилей и философий. (Суб)культуры угасают и распадаются, а их фрагменты объединяются во что-то новое, вступают друг с другом во взаимодействие. Например, сейчас можно встретить в одном баре одновременно бывших представителей рейв-сцены, готы и эмо. (Суб)культурные имена теряют свое значение, и многие молодые люди отказываются напрямую называть себя готами или анархистами, в том числе в попытке дистанцироваться от клишированных образов и ограничить возможности для манипулирования своим (суб)культурным именем в СМИ:

«Но в целом я бы не мог себя к кому-то отнести. Я так понял, когда приехал в Петербург... [З]десь все очень размыто с субкультурами вообще. Ты можешь быть каким-то непонятным чуваком и не относить себя никуда — и это нормально. На самом деле все те готы и металлисты, и прочие ребята, они уже устарели. Они остались где-то, наверное, в 2000-м» (Никита, 24 года, дарк-сцена).

Развитие интернета и рынков радикальным образом преобразует молодежные культурные сцены. «Реальная» жизнь сменяется «виртуальной», авангардные молодежные культуры захватываются рынком и изменяются под его влиянием, сти-

листический протест теряет свою значимость, и аутентичность старается скрыться от публичного внимания в частных практиках — в стиле жизни, особых системах знания, в общении.

Заключение

Долгое время (суб)культуры определялись через стилистические и музыкальные особенности, которые воспринимались в качестве протеста социальным и культурным нормам конвенционального большинства. С развитием информационных технологий эксклюзивное знание быстро стало доступно для широких масс. История (суб)культуры, ее философия и стиль оказались открыты для тиражирования. Рыночные индустрии быстро почувствовали потенциал в том, чтобы вместо создания собственной креативной продукции использовать культурные наработки андеграундной молодежи. Смягченные версии панков и готов в разное время наводняли как низовой масс-маркет, так и высокие подиумы. Многие молодые люди получили, как им казалось, относительно легкий доступ к протестной идентичности, которая шла в комплекте с книжными бестселлерами, булавками, косухами и черными майками из сетевых магазинов. Большое количество «подражателей» обострило вопрос о том, кто может называться «настоящим» представителем (суб)культуры. От разбора «правильных» групп и стилей молодые люди постепенно пришли к пониманию того, что абсолютная аутентичность заключается в глубинном понимании «непроизносимой» морали, в неартикулируемых ценностях, которые невозможно купить или продать. Ценой значительных культурных потерь бунт удалось снять с продажи.

У многих из них нет имени, нет места, нет стиля. Тем не менее молодежные культуры продолжают существовать. Молодые люди перебрались с центральных площадей в квартиры/сквоты/коммунальные проекты. Сменили яркие имиджи на неброскую систему символов, распознать которые способны только инсайдеры. Отказались от имени, которым можно было бы манипулировать. Мы помним, как панк на Западе ловко съимитировал свою смерть для того, чтобы выжить [Clarke, 2003]. Нечто похожее мы наблюдаем и сейчас, когда классические (суб)культуры скрываются или уходят в прошлое. В отличие от «луков» и «саундов», стремление к свободе и новизне невозможно фальсифицировать, купить или продать. А значит, авангардная молодежь не исчезла и будет продолжать поиск аутентичности через сложные культурные эксперименты.

Список литературы (References)

- Беккер Г. Аутсайдеры. М. : Элементарные формы. 2018 [1963].
Becker H. (2018 [1963]) *Outsiders*. Moscow: Elementary Forms Press. (In Russ.)
- Гололобов И., Стейнхольц И., Пилкингтон Х. Панк в России: краткая история эволюции // Логос. 2016. Т. 26. № 4. С. 27—61.
Gololobov I., Steinholt Y., Pilkington H. (2016) *Punk In Russia: a Short History. The Logos*. Vol. 26. No. 4. P. 27—61. (In Russ.)

Литвина Д. А. (Без)денежное потребление в среде антикапиталистически настроенной молодежи: опыт полевого исследования анархистов // Этнографическое обозрение. 2014. № 1. С. 47—60.

Litvina D. A. (2014) (Non-)Monetary Consumption in the Anti-Capitalist Youth Milieu: An Experience of Field Study of Anarchists. *Etnograficheskoe obozrenie*. No. 1. P. 47—60. (In Russ.)

Литвина Д. А., Омельченко Е. Л. Риторика и повседневность информального образования анархистов // Вопросы образования. 2013. № 2. С. 133—153.

Litvina D. A., Omelchenko E. I. (2013). Rhetorical and Everyday Aspects of Anarchist Informal Education. *Educational Studies Moscow*. No. 2. P. 133—153. (In Russ.)

Омельченко Е. Л., Поляков С. И. Концепт культурной сцены как теоретическая перспектива и инструмент анализа городских молодежных сообществ // Социологическое обозрение. 2017. Том 16. № 2. С. 111—132. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-2-111-132>.

Omelchenko E., Poliakov S. The Concept of Cultural Scene as Theoretical Perspective and the Tool of Urban Communities Analysis. *The Russian Sociological Review*. Vol. 16. No. 2. P. 111—132 (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-2-111-132>.

Омельченко Е., Сабирова Г. Молодежный вопрос: смена оптики. От субкультур к солидарностям // Новые молодежные движения и солидарности России / под ред. Е. Л. Омельченко, Г. А. Сабировой. Ульяновск : Изд-во Ульяновского гос. Ун-та, 2011. С. 5—20.

Omelchenko E., Sabirova G. (2011) Youth Issue: Optics Change. From Subcultures to Solidarity. In: *New Youth Movements and Solidarity in Russia*. / Ed. by Omelchenko E., Sabirova G. Ulyanovsk: Publishing House of the Ulyanovsk State University. P. 5—20 (In Russ.)

Пилкингтон Х. Заключение // Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры / Пилкингтон Х. [и др.]. СПб. : Алетейя, 2004. С. 240—250.

Pilkington H. (2004) Conclusion. In: *Looking West? Cultural Globalization and Russian Youth Cultures* / Pilkington H. et al. St. Petersburg: Aletheia. P. 240—250. (In Russ.)

Пилкингтон Х., Блюдина У. Культурная Глобализация: точка зрения периферии // Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры / Пилкингтон Х. [и др.]. СПб. : Алетейя. 2004. С. 19—38.

Pilkington H., Bliudina U. (2004) Cultural Globalization: a Peripheral Perspective. In: *Looking West? Cultural Globalization and Russian Youth Cultures* / Pilkington H. et al. St. Petersburg: Aletheia. P. 19—38. (In Russ.)

Стил В. Готика. Мрачный гламур // В. Стил, Дж. Парк. Готика. Мрачный гламур. М. : Новое литературное обозрение. 2011. С. 9—127.

Steele V. (2011) Gothic: Dark Glamour. In: *Steele V. Steele V. Park J. Gothic: Dark Glamour*. Moscow: New Literary Review. P. 9—127. (In Russ.)

- Anderson T. L. (2009) Understanding the Alteration and Decline of a Music Scene: Observations from Rave Culture. *Sociological Forum*. Vol. 24. No. 2. P. 307—336. <https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2009.01101.x>.
- Clarke D. (2003) The Death and Life of Punk, the Last Subculture. In: *The Post-Subcultures Reader* / ed. by D. Muggleton, R. Weinzierl. Oxford, New York: Berg. P. 223—236.
- Clarke J., Hall S., Jefferson T., Roberts B. (2003 [1976]) Subcultures, Cultures and Class: A theoretical overview. In: *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* / ed. By S. Hall, T. Jefferson. London: Routledge. P. 9—74.
- Hebdige D. (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Hodkinson P. (2013) Spectacular Youth Cultures and Ageing: Beyond Refusing to Grow Up. *Wiley Sociology Compass*. Vol. 7. No. 1. P. 13—22. <https://doi.org/10.1111/soc4.12008>.
- Jasper A. (2004) «I am not a goth!» The Unspoken Morale of Authenticity within the Dutch Gothic Subculture. *Etnofoor*. Vol. 17. No. 1/2. P. 90—115.
- Lewin P., Williams J. P. (2009) The Ideology and Practice of Authenticity in Punk Subculture. In: *Authenticity in Culture, Self and Society* / by P. Vannini, J. P. Williams. Surrey: Ashgate Publishing Limited. P. 65—83.
- Portwood-Stacer L. (2012) Anti-consumption as tactical resistance: Anarchists, subculture, and activist strategy. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 12. No 1. P. 87—105. <https://doi.org/10.1177/1469540512442029>.
- Thornton S. (1995) *Club cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- Thornton S. (1997) The Social Logic of Subcultural Capital. In: *The Subcultures Reader* / ed. by K. Gelder, S. Thornton. New York, London: Routledge. P. 200—209.
- Williams J. P. (2014) Authenticity. In: *Encyclopedia of Social Deviance* / ed. by C. J. Forsyth, H. Copes. Los Angeles, London, Nes Dehli, Singapore, Washington DC: Sage. P. 42—43.

ИДЕНТИЧНОСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2019.1.17

Правильная ссылка на статью:

Нартова Н. А., Крупец Я. Н. «Мне довольно-таки тяжело жить в городе»: локальные идентичности и сопричастность месту молодых сельских россиян // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 342—361. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.17>.

For citation:

Nartova N. A., Krupets Y. N. (2019) 'It is hard for me to live in the city': local identities and place attachment among young rural Russians. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 342—361. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.17>.



Н. А. Нартова, Я. Н. Крупец
**«МНЕ ДОВОЛЬНО-ТАКИ ТЯЖЕЛО ЖИТЬ В ГОРОДЕ»:
ЛОКАЛЬНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ И СОПРИЧАСТНОСТЬ МЕСТУ
МОЛОДЫХ СЕЛЬСКИХ РОССИЯН**

«МНЕ ДОВОЛЬНО-ТАКИ ТЯЖЕЛО ЖИТЬ В ГОРОДЕ»: ЛОКАЛЬНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ И СОПРИЧАСТНОСТЬ МЕСТУ МОЛОДЫХ СЕЛЬСКИХ РОССИЯН

'IT IS HARD FOR ME TO LIVE IN THE CITY': LOCAL IDENTITIES AND PLACE ATTACHMENT AMONG YOUNG RURAL RUSSIANS

НАРТОВА Надежда Андреевна — старший преподаватель, старший научный сотрудник, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: nnartova@hse.ru

<http://orcid.org/0000-0001-9026-3047>

Nadezhda A. NARTOVA¹ — Senior Lecturer, Senior Research Fellow

E-MAIL: nnartova@hse.ru

<http://orcid.org/0000-0001-9026-3047>

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

КРУПЕЦ Яна Николаевна — кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора научного центра, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: ykrupets@hse.ru
<http://orcid.org/0000-0003-4575-2815>

Yana N. KRUPETS¹ — Cand Sci. (Soc.), Associate Professor, Scientific Centre Deputy Director
E-MAIL: ykrupets@hse.ru
<http://orcid.org/0000-0003-4575-2815>

¹ National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Молодежные исследования в основном развиваются вокруг мегаполисной культуры. Сельская молодежь в них часто выпадает из фокуса исследователей и маргинализуется в сравнении с городской молодежью, чей опыт и стиль жизни воспринимаются как нормативная модель. При этом само пространство деревни маркируется как нелегитимное и структурно депривизирующее молодежь. Такой подход критикуют исследователи, работающие в традиции культурной географии детства и молодежи и принимающие во внимание множественный, сложный, зачастую противоречивый, но в то же время уникальный и автономный опыт молодежи, проживающей в сельских регионах. В данной статье на основе 59 биографических интервью авторы показывают, как российская сельская молодежь мыслит свою сопричастность месту в контексте трех сельских локальностей, и выделяют три типа предпосылок, определяющих принадлежность месту и конституирующих локальные идентичности молодежи: рациональный выбор, биографическая связность и социальная укорененность.

Ключевые слова: молодежь, молодые взрослые, сельский, Россия, принадлежность месту, локальная идентичность

Abstract. The contemporary youth studies are mostly metrocentric. As a result, rural youth often find themselves outside the focus of researchers' attention being marginalized in comparison with urban youth whose experience and lifestyle are perceived as a normative model. In these conditions, rural space is labeled as illegitimate and structurally depriving for youth. This approach is criticized by researchers who work in the tradition of the cultural geographies of childhood and youth and take into account complex, often contradictory but still unique and autonomous experiences of today's young people living in rural areas. The article is based on 59 biographical interviews and describes how Russian rural youth comprehend belonging to places in three rural localities. The authors single out three types of prerequisites defining the place attachment and local identities among young people: rational choice, biographical rootedness, and community rootedness.

Keywords: youth, young adults, rural, Russia, place attachment, local identity

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2015—2016 годах.

Мы благодарим наших коллег из Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, которые приняли участие в сборе интервью, и чья отличная и профессиональная работа сделала возможным написание этой статьи.

Acknowledgments. The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2015–2016.

We thank our colleagues from the Centre for Youth Studies at NRU HSE in St. Petersburg who participated in interviewing the respondents and whose excellent and professional work was indispensable for writing this article.

Introduction

Contemporary scholars point out that the global urban imagination is becoming central to the present age [Madden, 2012: 784]. This does not mean that all inhabitants of the Earth live in cities, but it means that modern life, development and future are viewed as urban phenomena. According to David J. Madden, 'for a growing number of analysts, boosters, critics, and political actors this is the era of megacities and urban hyperdevelopment, an epoch marked by the demise of rural autonomy and the unprecedented permeation of the world by urban society [Madden, 2012: 772].

Global shifts in economic and cultural foundations of rural areas, such as the decline in agriculture, development of service economy, tourism, development of communication and transportation networks, all lead to significant changes in the traditional social way of life in rural areas [Rye, 2011]. Globalization blurs the line between the city and the countryside even more, making it mobile and ambiguous [Hogan, 2004], [Lynch, 2004], [Cid Aguayo, 2008]. Researchers note that the urban lifestyle becomes normative and rurality turns into 'mental categories, located in people's minds, rather than ... outward reality' [Rye, 2011: 173].

However, the binary division into 'rural' and 'urban' still exists. This division no longer looks like the gap between 'gesellschaft' and 'gemeinschaft' [Tonnies, [1887] 1963], but rather takes the form of a structural and symbolic inequality. In contrast with the city, rural areas are conceived as deprived, which, in both academic and policy debates, calls for the idea of additional development of rural areas, following the example of urban ones, and of economic, social and other limitations overcoming.

In many ways, youth studies, as well as wider debate of the social sciences, are developing in a metrocentric manner [Farrugia, 2014]. It is important to note not only that the dominant number of works is focused on urban youth studying, but also the fact that the experience and practices of latter are seen as universal and normative for young people in general [Cuervo, 2014: 546]. This considerably marginalises rural youth [Leyshon, 2008], [Leyshon, Bull, 2011], [Farrugia, Smyth, Harrison, 2014]—they find themselves outside of researchers' attention focus; their experiences are not regarded as autonomous and significant in the modern conditions; they are compared with urban youth and regarded as a group deprived by the structural conditions of the

countryside. For instance, according to Hernan Cuervo, despite the increased interest in studying rural youth in the last decade, most studies are focused on their social and economic exclusion [Cuervo, 2014].

Along with the marginalisation of rural youth's agency, rural place itself as a legitimate space for young people is marginalised as well. Rye says: 'For all social classes, rural-to-urban migration is beneficial in terms of the long term accumulation of cultural and economic capital' [Rye, 2011: 6]. Countryside is regarded as a space that significantly limits young people's life opportunities [Alston, Kent, 2009]. Moreover, popular, political and academic discourses consider rural youth's place attachment as a negative subjective emotional and structural engagement that prevents young people from implementation of their life plans [Evans, 2016: 502]. Therefore, rural-to-urban migration is not just a typical contemporary process: it is expected from young people, among other things, as a way of overcoming structural inequalities of the rural area [Looker, Naylor, 2009], becoming 'the mobility imperative for rural youth' [Farrugia, 2016].

Russian studies, with the exception of several works [Brednikova, 2012], [Melikhow, 2011] also focus on 'rural problems' that 'objectively present' (unemployment, alcoholism, the collapse of agriculture) and on the analysis of survival strategies in rural areas in the context of post-Soviet recessionary transformations [Veliky, 2010], [Staroverov, 2004], [Paciorkovskij, 2003], [Kalugina, Fadeeva, 2009]. On the whole, young people mostly are out of researchers attention, and works which do take rural youth into account also focus on their survival strategies [Gataullina, 2007] or on their rural-to-urban migration [Veliky, 2010], [Kareva, 2003].

However, despite all this, it is obvious that spaces marked as rural (both outside and inside) still exist, and youth are a part of their inhabitants. Moreover, some rural youth return back to the countryside after living in the city [Rérat, 2014], and some urban youth migrate to the countryside [Kloep et al., 2003], [Henderson, 2005]. In this context, we turn to studying place experiences and senses of youth that live and are rooted in Russian rural areas, and we follow the developing trend [Panelli, Nairn, McCormack, 2002], [Leyshon, 2008], [Leyshon, Bull, 2011], [Farrugia, Smyth, Harrison, 2014] of critical consideration of the marginalisation of rural youth, which takes into account the multiple, complex, often contradictory, but still unique and autonomous experiences of today's young people living in rural areas.

This article demonstrates how Russian rural youth conceive their 'place, space and identity' [Farrugia, Smyth, Harrison, 2016] in the context of three rural localities and defines three types of place attachment that constitute local identities of young people: rational choice, biographical rootedness, and community rootedness.

Locating our research in current debate

The emergence of the 'cultural' and 'spatial' terms made in social sciences make a major contribution to rural youth studies in the 1990s [Rye, 2006a]. In 2002, Ruth Panelli even defines a direction for the rural youth studies development as 'negotiating rural space and place (spatial and cultural)' [Panelli, 2002]. Within this approach, researchers usually focus on the social construction of 'rurality', on the meanings vested in it and on the way it is imagined.

A number of studies analyses young people's images of the countryside [Jones, 1995], [McCormack, 2002], [Vanderbeck, Dunckley, 2003], [Leyshon, 2008], [Rye, 2006a] both as images of an autonomous space and in relation to the city. For instance, describing rural youth in New Zealand, McCormack says that their view of the countryside is constructed primarily through two images: 'agriculture' and 'nature' [McCormack, 2002]. Defining 'rural' as 'nature' is quite common in other geographic regions as well (see, e. g. [Wiborg, 2004]), including Russia [Brednikova, 2012]. Moreover, 'nature' is often presented as a part of more complex positive image of the countryside called 'rural idyll' [Leyshon, 2008], [Vanderbeck, Dunckley, 2003] associated with peace, fresh air, freedom and close social ties.

On the other hand, the opposite of the 'rural idyll' is the 'rural dull' [Rye, 2006b]. When articulating this image, young people mention the lack of entertainment, mundane routine life, underdeveloped infrastructure and limited opportunities. However, researchers underscore the fact that in everyday narratives of young people don't confront these images, but rather complement each other [Leyshon, 2008]. In general, it can be noted that although young people's images of the countryside and their experience (amongst other things, inclusion and exclusion) are multiple and inconsistent [Panelli, Nairn, McCormack, 2002], [Kraack, Kenway, 2002], but they co-exist in the same space and constitute holistic local identities together.

Conflicting images of the 'rural' become part of a person's attitude to the place: their local rootedness and place attachment. The feeling of attachment to rural place maintains the establishment of a local identity [Leyshon, 2008]. In our study, we use the idea of geographical imagination in order to understand the construction of local identity and place attachment [Hung, 2011], which, along with personalized experiences (including bodily experiences) of living in a place and with its images [Crouch, 2001], [Saunders, Moles, 2013], [Farrugia, 2014] include a critical reflection of its socio-economic structure and its location in broader geographical and social contexts [Hung, 2011: 590]. For instance, in our research young people focus on the three key components when interpreting their place of residence: environmental, social and working conditions. Different assessment of structural conditions not only results in different narratives about the localities but also place them onto a bigger socio-geographical map, which is discussed in detail below. In this case, geographical imagination allows us to consider local rootedness as a reflectively established link between 'biography and geography' [Hung, 2011: 580].

Place attachment, in turn, may be determined 'as a form of belonging' [Cuervo, Wyn, 2014: 906—907]. Hernan Cuervo and Johanna Wyn convincingly substantiate the necessity of sometimes shifting the interpretative emphasis of youth studies from the metaphor of transitions (see, e. g.: [Shucksmith, 2004], [Hall, Coffey, Lashua, 2009]) to the metaphor of belonging, since it makes it possible to accentuate a subjective emotional connection with a place, people and generations without the objectifying transitional discourse (transition into adulthood, employment, family, and also to the city). We adopt this idea in our study and lay the main emphasis on analysing belonging, putting transition and mobility aside. The current youth studies often regard spatial belonging solely as an emotional affective relationship with a place [Leyshon, Bull, 2011], [Power, Norman, Dupré, 2014], [Farrugia, Smyth,

Harrison, 2016]. However, in our study we encounter multiple interpretations of place belonging: along with emotional ties, young people also use rational arguments. Therefore, we believe that spatial belonging should be discussed as a reflective emotional and rational object.

Michael Leyshon [Leyshon, 2008], [Leyshon, Bull, 2011] notes that local identities are produced through autobiographical narratives for oneself and for others in relatively coherent and stable manner and in these narratives controversial circumstances of life are interpreted and linked together. However, a 'stable sense of self should not be assumed to be synonymous with a "good" or "happy" life' [Leyshon, Bull, 2011: 176]. There are two reasons why this idea is important for our study. First, our informants also produce relatively stable coherent identities and place attachments, regardless of their evaluation of place, their life satisfaction, etc. And second, it allows us, as researchers and readers, to step away from value judgements about the standards of living and well-being of rural youth, and view them as subjects coping with controversial and often difficult circumstances.

However, modern conditions don't allow us to consider rural youth as some solid group [Matthews et al., 2000], as it is highly differentiated in terms of their experience and understandings of rurality. We agree with Rye that the most valuable studies in today's debate are those that do not take everyday experiences and understandings of rurality as something common and universal but consider them to be differentiated, and often unequal [Layshon, 2011]. Researchers indicate that key distinctions are related to the following: class [Matthews et al, 2000], [Rye, 2006b], gender [Rye, 2006a], ethnicity [Haug, 2002] and the experience of mobility [Jamieson, 2000]. In our study, we do not focus on such basic distinctions as class, gender or race, but on the structural and subjectively different local experience of Russian rural youth. Life in territorial localities with social, economic and cultural differences leads to the production of various narratives of place, space and identities.

Methodology and empirical data

The study was conducted in the Leningrad Oblast in 2015. The Leningrad Oblast is a large area in the North-West of Russia bordering Estonia and Finland, with a total area of about 84,000 square kilometres. Despite the fact that the Leningrad Oblast is geographically located around the metropolitan city of St. Petersburg, it is an independent federal subject of the Russian Federation. This territory is home to about 1,800,000 people, 35% of whom live in rural areas¹. Despite the fact that there are different types of settlements in the Leningrad Oblast — cities, towns, villages — in the stable metacultural Russian narrative it is perceived as a suburban and rural area compared to the metropolitan city of Saint Petersburg. The region has a high developed industrial production; its agriculture is dominated by livestock breeding.

We have picked three districts in the Leningrad Oblast as research sites: Luzhsky, Priozersky and Volkhovsky. These districts are located in different geographical areas (north-west, south and east) and at approximately equal distances from Saint Petersburg (135, 140 and 145 km). Saint Petersburg is the closest big city for each

¹ Russian Federal State Statistics Service (2015). The number of the population of the Russian Federation for municipalities on January 1, 2015. Moskva. (In Russ.).

district. However, the considerable distance between districts and Saint Petersburg does not allow young people to commute to the city every day to go to work/school (on average, a one-way trip takes about 2—3 hours).

These districts are similar in many ways, but each of them has its own unique features. For instance, Luzhsky district has a number of industrial enterprises (mainly chemical and food industries), and a decrease in industrial production coincides with increase in agriculture, hunting and fishing. Its labour market is stable; the number of vacancies exceeds the number of applicants.

In Priozersky district, the most developed areas of industrial sector are granite mining and processing as well as woodworking; however, agriculture is more developed there, especially dairy, fish and pig farming. In the area domestic tourism is also actively developing (there are museums, cultural attractions, sports facilities and a developed hotel industry). Its labour market is also stable, with the demand for labour exceeding the supply.

In Volkhovsky district, where the Volkhov aluminium plant, the largest industrial enterprise in the area is located, the industrial sector of the economy is the strongest one. There are also sizeable contributions from pulp and paper, textile, food processing and oil refining industries. Dairy farming is the primary agricultural activity of local enterprises. Until 2009, the area had a relatively high unemployment rate (1.9%)², but the situation has stabilised over the last few years (the unemployment rate in 2015: 0.61%)³; however, the problem still is quite acute, and there is a shortage of jobs.

The study was conducted in villages, rural settlements and small towns. We do realize that defining these areas and our informants as 'rural' is to some extent our own artificial construct (on the debate on who should be considered as 'rural youth' see e.g. Vanderbeck & Dunkley, 2003). However, we decide to use this term since, according to statistics, most of the settlements in these areas are towns and villages (Volkhovsky: 12 rural/3 urban settlements, Priozersky: 12/2, Luzhsky: 13/2), and the sizes of towns let us classify them as small towns, whose population does not exceed 50,000 people. In general, the Leningrad region population density is 21.2 people/km²⁴, which corresponds to 'Randall's [1992] definition of rural districts as having fewer than 100 persons/km², and being located at least 50 km from large urban conurbations' [Kloep et al., 2003: 94].

Data collection took place in the form of research expeditions: a team of researchers travelled to selected settlements, where they spent several days collecting interviews and making observations. On average, there were three to four expeditions to each location. Finding young people for interview usually started in local large-scale enterprises (plants, factories, agricultural facilities); then, the researchers looked for informants in public institutions (kindergartens, schools, shops, community centres,

² The report of the head of administration of the Volkhov municipal district Akulishin S. A. in 2009. URL: <https://volkhov-raion.ru/index.php/2-uncategorised/120-doklad-glavy-administratsii-volkhovskogo-munitsipalnogo-rajona-akulishnina-sergeya-alekseevicha-za-2009-god> (accessed: 19.02.2019) (In Russ.).

³ Passport of the labor sources. Volkhov municipal district. 2017. (In Russ.).

⁴ Russian Federal State Statistics Service (2015). The number of the population of the Russian Federation for municipalities on January 1, 2015. Moskva. (In Russ.).

city hall, fire station, etc.), leisure facilities (playgrounds and sports facilities, cafés, squares) and shopping areas.

The early stages of the study already made it apparent that rural youth has a relatively high mobility level within their districts (i. e. some live in a small town and work in nearby larger settlements), which is explained by a greater amount of jobs in large industrial enterprises and in the trade sector, which are more developed in certain locations and near regional centres. Therefore, the main informant selection criteria belong to a certain age group and have long-term experience of living and working in the research sites without ties to a particular locality but with rootedness within the boundaries of the district.

This study focuses on young adults, whose choice of their place of residence, life-style, work and leisure, albeit limited by structural conditions and parents, is in many ways already an independent project, as opposed to, for example, adolescents who are more dependent on their parents. We find it important to understand how the young interpret their experiences at the beginning of their 'adult' life (20—25 years) and how those who have been relatively self-sufficient for a relatively long time already (30—35 years) understand it. The key research method is a biographical interview. Young people interviews with duration from 80 to 120 minute have been recorded and transcribed. All personal data is anonymised, with the exception of districts names and relevant geographical points.

The study includes 59 young economically active residents of the Leningrad region, who work in different areas and have different levels of education. Men and women are represented almost equally (29 men, 30 women), as well as the two age groups (20—25 years old — 31 respondents; 30—35 years old — 28 respondents). The sample also demonstrates a relatively even distribution across the three districts of the Leningrad region (Luzhsky district — 21 respondents, Priozersky district — 18, Volkhovsky — 20). The resulting collection of interviews represents rather diverse picture. It includes staff of agricultural and industrial enterprises with different positions (from unskilled workers to mid-level managers), workers of budgetary and municipal government organizations (teachers, municipal employees), private sector employees (lawyers, bank clerks), representatives of service and trade sectors (shop assistants, bartenders, waiters), and the self-employed (those who work under short-term contracts and individual entrepreneurs). We collect such a variety of narratives with purpose, so that we could see the image of rural life as a whole on the one hand (with the views of people with different social statuses and from different areas of employment), and understand conventional ideas about rural life on the other.

Local identities and place belonging of young people in Leningrad Oblast

The interview analysis shows that the Leningrad Oblast is a heterogeneous space where several types of local identities coexist. Attachment to place of young adults living in the research sites is significantly different. The sense of place and place belonging in young people's biographical narratives is constructed through the description and evaluation of the labour market (both personal and general), through the description of infrastructural opportunities for young people, through the assessment

of environmental and social conditions of a locality, as well as through the comparison of their place of residence with other places.

Site 1. Luzhsky district: Place attachment as a rational choice

Informants describe Luzhsky district as developing and promising. By the former they mean the development of (agricultural) production, which, in turn, defines job market growth. Jobs in the industrial sector, agriculture and trade are in demand. Salary levels in various sectors of the economy are interpreted somewhat differently, but in general, jobs are perceived as satisfying. Here is what Nikolay, a young 23-year-old lawyer, mentions in his overall assessment of the labour market in the district:

Shops offer positions of shop assistants, you know, unskilled workers. This is mostly a blue-collar town.

We have several plants. They also offer jobs with average salaries, not really well-paid but okay for our town (Int. 2, Luzhsky district, male, 23 y. o., lawyer)

However, the labour market seems problematic for educated workers who want to find white-collar jobs. The respondents say that such jobs are not easily available and that salary does not match qualification requirements. Nikolay finds this a very pressing problem:

Look at the position of a lawyer or of a good economist, and you will see, that such employment does exist here but it is extremely underpaid. So, for a man with self-respect who wants to provide for his family — [he got] no chance, there are no well-paid jobs [for him] (Int. 2, Luzhsky district, male, 23 y. o., lawyer)

At the same time, those who are looking for blue-collar jobs see an open labour market. Vasiliy, a 21-year-old unskilled worker, is highly confident in employment availability:

There is lots of work. You can go into crop farming. Or work in a garage, as a driver — I don't know — as a mechanic, as a loader. Well, I don't know. You can find work if you want to. So, you won't be unemployed at all (Int. 5, Luzhsky district, male, 21 y. o., unskilled worker)

It is important to emphasize that jobs in the agricultural sector are not marginalised — on the contrary, they are regarded as important, respected and good. For example, 21-year-old Elena, a foreman on a dairy farm, describes rural workers as a part of an 'elite':

Milkmaids are our elite — milkmaids and feeders — because they generate our main income; they, so to say, make money with their hands (Int. 7, Luzhsky district, female, 21 y. o., stockbreeder)

The informants also believe that the expansion of the labour market and the area growth could be achieved through infrastructure development. Anna, a 34-year-old kindergarten teacher, indicates a significant increase in demand for skilled workforce:

...at least to go study somewhere and then come back, because there are new medical centres, new kindergartens — we will need professionals soon; I mean, we will soon need health workers (Int. 19, Luzhsky district, female, 34 y. o., kindergarten teacher)

In general, the infrastructure of the area is described as developed: kindergartens, schools, hospitals, bakeries, shops, etc. Young residents point out that the district offers most kinds of services, albeit on a limited scale. For instance, young people em-

phasize the availability of leisure and sports infrastructure. Young parents emphasize the development of educational services for children.

One of the important elements of the local infrastructure for young people is available housing for employees, as well as the availability of state housing subsidies for young people under the rural development programmes. Young adults do not only have access to social rent in blocks of flats but also make plans to build their own private homes, what is not typical for Russian youth, who experience significant difficulties with the access to housing.

Local youth compare living in their district with living in other localities, choosing Saint Petersburg as a point of reference. Life in a big city is considered to be time-consuming and resource-consuming in general — psychologically, emotionally and financially. According to the informants, higher salaries in large cities don't make up for the high cost of living, and thus don't give permanent residents any advantages. Aleksandr, a 33-year-old driver, offers his detailed calculations and explains why it would be unprofitable for him to move to a big city:

Let's take Saint Petersburg: the salary is 50 thousand, renting a one-bedroom flat is 20 thousand. This leaves me with 30. Transport expenses, even if I come here, would be, say, about five thousand. Subtotal: 25 thousand left. Now, food. Well, roughly speaking, it would be about ten thousand for my family. 15 left. Oh, I mean, ten. I can earn ten thousand here, in my village, which needs help anyway (Int. 14, Luzhsky district, male, 33 y. o., driver).

Saint Petersburg is an available space for leisure activities (walks, museums, cinema) and shopping rather than a fascinating metropolis. 24-year-old Irina, a hotel receptionist, says the following in her description of Saint Petersburg:

Well, Saint Petersburg... We have been visiting it almost since childhood, sometimes going there just to run some errands — an hour and a half and you're there. Well, this is not a problem, I mean, [that you absolutely have to live in] Saint Petersburg. I mean, maybe someone come from some faraway place, and it is everything for them, so they get a mortgage, a flat — everything to live in Saint Petersburg. I don't really want to; it is even rather hard for me to live in the city (Int. 10, Luzhsky district, female, 24 y. o., manager)

Thus, the metropolis with its resources is regarded as a close and available place, but not as an attractive place for living there.

The possibility of building their own homes, satisfying jobs and developing infrastructure let young people view living in the Luzhsky district and their local belonging as a rational choice. The informants appreciate the advantages of living in their (small) towns/villages compared to larger cities and reflectively refer to a number of benefits. The key ones are the following: first, favourable environmental situation, which is an important and attractive feature for families with children. Here is what 23-year-old Pyotr, who works as a loader, says about his decision to stay in the countryside:

Initially, I made plans to move to Saint Petersburg to continue my studies. But I sort of decided to stay here, kind of. Here, kind of, in the future, if I have a child, he will have to live here, well, you know. Not breathe those carbon dioxides in Saint Petersburg, those, you know, exhaust fumes. And it is kind of calm here, fresh air, you know. Nature and sports facilities, where you can... A playground where you can go play with your child, or simply go for a walk. There are many interesting places here. A lot of young people, and, as far as I see, basically no one leaves the town, everyone stays here. There are

jobs [in our town], and everything is all right here. (Int. 11, Luzhsky district, male, 23 y. o., unskilled worker).

Second, territorial compactness. Proximity and walking-distance access are viewed as key resources of life in a rural area because they allow to save time and financial resources. 30-year-old accountant Maria underscores:

Well, it's, like, walking distance; I mean, even if I can't find suitable transport, you know, it will take me, well, a little more time, [but] I will be able to get there on foot — I mean, from one side of the town to another, so... (Int. 17, Luzhsky district, female, 30 y. o., accountant)

Third, the particular rhythm of life associated with routine time structuring (early start of the work day, ability to plan the time spent on getting about), the lack of haste and competition, economical lifestyle (the lack of opportunities for spending money) and non-consumptive leisure activities (sports, crafts, walks, building and keeping house).

Thus, we can say that place attachment of young adults from Luzhsky district look-sin their narratives like a conscious, reflective and rational choice. According to the informants, satisfying jobs and the developing infrastructure, along with favourable environmental conditions, compactness and slow-paced lifestyle result in the standard of living that cannot be found in a big city.

Site 2. Priozersky district: Biographical rootedness

The interview analysis shows that Priozersky district offers a different kind of narratives about local belongings. Just like the informants from Luzhsky district, young adults from Priozersky district consider labour market opportunities crucial. Here they are primarily linked to industrial enterprises and are problematised as limited. Andrey, a 29-year-old firefighter, mentions a considerable shortage of jobs: *'there is not enough choice. Just these plants'* (Int. 32, Priozersky District, male, 29 y. o., firefighter).

Several enterprises that do exist there do not provide the required number of satisfying jobs. And this is not only with industrial production being named as environmentally harmful, but also with the unstable operation of enterprises during a crisis. The industrial sector responded to recent crisis-related economic changes with a decrease in the pace of production and suspensions of plants, which resulted in an instant reduction in wages and in the number of employees. 23-year-old lumberjack Mikhail is very pessimistic about the future:

They lay off people from factories; I just don't know where people are going to work. There is nowhere to work here (Int. 25, Priozersky district, male, 23 y. o., lumberjack).

The decline in the labour market leads to competition, unemployment and the need for temporary side jobs. In the context of a crisis, declining production, and private businesses' difficulties, government jobs (in the housing and public utility sector, the police and the army) are seen as valuable. Olga, a 26-year-old manager in housing and public utility services, emphasizes the advantages of her position:

The fact that we work in the housing and utility sector. Well, that there is stability, and [it's a] public institution (Int. 30, Priozersky district, female, 26 y. o., manager).

Stability, social protection and state-provided salary make these places much more attractive than the industrial and commercial sectors of economy, even if the latter offer higher pay. However, most informants mention a reduction of blue-collar and service jobs and the fact that young people leave the district to work in Saint Petersburg.

Young adults in Priozersky district describe both the labour market and the present infrastructure through the concepts of limitation and instability. The informants from small communities do not have enough educational opportunities and accessible health services. Young men and women report difficulties with transportation and with public and social services. In general, the interviews demonstrate dissatisfaction with local structural conditions and the quality of services available. For example, Olga is rather critical about the existing leisure infrastructure:

Interviewer: What leisure activities do people take part in? What do young people do?

Respondent: I don't know. Just walk around the town.

Interviewer: Is there any nightlife?

Respondent: Well, that's not true. There are three bars. So, on Fridays and Saturdays you can go to a bar, drink expired beer and feel as if you are dying the next morning. And that's it — there is nothing else here (Int. 30, Priozersky district, female, 26 y. o., manager).

Most informants place the blame for this on district authorities. However, some problems are attributed to the nature of local industrial enterprises. Rock mining and processing results in peculiar infrastructure development. Andrey says:

We don't have any petrol stations because there are quarries here... Not a single petrol station.

Interviewer: You can't have them near quarries?

Respondent: Because there are explosions all the time. (Int. 32, Priozersky district, male, 29 y. o., firefighter).

The local industry also damages environment. Tatyana, a 24-year-old teacher, complains:

Well, of course you can feel the explosions when they do it; they carry out explosions every day, and of course you feel it. Can't even go to the forest — there is so much dust there. If it hasn't been raining, for example, there is no sense in going there at all — you will be covered in dust. (Int. 28, Priozersky district, female, 24 y. o., teacher).

But despite all the difficulties with employment, services and environment, young people still demonstrate place attachment. However, it is not the rational decision as in Luzhsky district — it is a belonging through biographical rootedness. Place attachment is defined by one's family and rural (as opposed to urban) socialisation. The biographical experience of life and socialisation in small settlements constructs a certain order of involvement in the community — to live among those whom you know and to abide the rules you have known since childhood. 31-year-old shop assistant Natalya is emotional in describing her district:

Everything is dear to you. Well, people, of course; I mean, the atmosphere. You know, we grew up here, we are used to it, we know all the ins and outs, and it's, you know, ours. (Int. 38, Priozersky district, female, 31 y. o., shop assistant)

22-year-old waiter Ivan emphasizes the importance of a familiar community:

I lived in a city for half a year, and my neighbour wouldn't even say hello to me. I mean, here you basically know everyone, and I like it a lot. (Int. 22, Priozersky district, male, 22 y. o., waiter).

Local identity and place belonging is constructed in opposition to the city. The latter is regarded as full of vital dangers. For example, Vera, a 24-year-old recreational centre employee, believes that cities teem with criminals and endanger lives:

I'm scared that there are all kinds of criminals in the city; it's like a different country. How will I go home from work when it's already dark — someone will definitely cut me or something like that (Int. 27, Priozersky district, female, 24 y. o., manager).

Along with hazards to one's life, the city presents moral dangers. Aleksey, a 22-year-old shop assistant, believes that:

The city allows... the city makes you, I guess, vulgar; it shows you what other people have — that is, what you could have, and it pushes you towards things that you would never do living here (Int. 23, Priozersky district, male, 22 y. o., shop assistant)

In contrast to the city, which is full of both resources and risks, life in Priozersky district is perceived as emotionally and psychologically stable, and therefore more acceptable. For instance, Viktor, an excavator operator, views the city as a completely alien space:

We once thought that, I mean, the city for me, I... I have relatives in Vsevolozhsk [city near St. Petersburg, the centre of Vsevolozhsky district in Leningrad region]. We would visit them and, well, I can stay there for three days maximum. Four days, a week — this is just too much for me. I once went there for a week and by the end of the week I thought I would scream. I don't know, the city is not for me. All that bustle... (Int. 34, Priozersky district, male, 31 y. o., worker)

On the other hand, big cities (primarily Saint Petersburg) are viewed as a leisure and consumer resource. However, the narratives describe it as a farther place, not easily accessible in terms of regular trips. Vera is one of the people who mention that:

I mean, it's a beautiful city; I love this city and I like walking around it. But [...] I can't visit it often. (Int. 27, Priozersky district, female, 24 y. o., manager).

On the whole, the interview analysis showed that young adults from Priozersky district assess the local labour market, infrastructure and environment are limited. The industrial instability during the crisis leads to a decrease in revenues, job losses and the formation of an unstable informal employment sector. At the same time, young men and women demonstrate local rootedness through the articulation of local biographies, personal connections with their families and the community, as well as through the establishment of a peculiar 'rural'/'non-urban' habitus and identity. As Marina, a 33-year-old teacher, says, *'it is not for me, big cities — I've decided it right away. Visiting — yes; living there — no. Well, that's who I am, a small-town girl'* (Int. 39, Priozersky district, female, 33 y. o., teacher).

Site 3. Volkhovsky district: community rootedness

The analysis of the interviews shows that in the narratives of young people from Volkhovsky district local belonging is constructed through similar but still rather peculiar categories. For instance, the labour market is described as 'highly problematic', which, first of all, has to do with low wages, and only then with the lack of available jobs. Here is how Nadezhda, a 24-year-old accountant, sees the situation:

I mean, maybe you can get a job, but I doubt that whatever you will earn will be enough to feed your family, especially if your wife is on maternity leave. So I think that the employment issue is of course very pressing. Or rather, the situation with salaries (Int. 47, Volkhovsky district, female, 24 y. o., accountant).

At the same time, the informants indicate that prices and households' expenses are not that different from those in a big city (Saint Petersburg). The fact that salaries

do not match the needs of the population in small settlements makes young people move to the district centre (Volkhov) and to the metropolis of Saint Petersburg. For example, 34-year-old Margarita, who works in a school, is sure that all ambitious young people leave the district:

Yeah, I think they... They all stay in Saint Petersburg. Yeah, yeah, St. Petersburg, Volkhov. Because here, here if you are, you know, smart and have some ambition, there is no way [to grow] here, really (Int. 56, Volkhovsky district, female, 34 y. o., school administrator).

Those who do not stay in bigger cities after finishing their studies and do not move there agree to work for whatever salary they are offered. It is important to note that the situation is particularly difficult for young people with low levels of education. This has to do with a limited number of jobs, low wages and the lack of opportunities to learn and train for a new profession among blue-collar workers. According to the informants, the lack of adequate employment is made up for by non-capitalist priorities and by the potential of household plots. Anastasia, an accountant, draws attention to additional resources of the countryside and to local values, which differ from those in the city:

Competition, there is a lot of competition in the city. It's not like that here; here people are grateful for having lived another day. I mean, people here have different values. More attention to summer houses. Yeah, they are more affordable here than in the city. There are lots of vegetable gardens — potatoes, carrots; it is all accessible here. If you have hands, if you are able to do it — by all means, do it. So, the pay is lower, but there are opportunities to feed your family with whatever food you can grow (Int. 58, Volkhovsky district, female, 32 y. o., accountant).

On the whole, compared with smaller nearby settlements, Volkhov (the central city of the district) looks much more promising and progressive, both in terms of employment and infrastructure. The concentration of services in the regional centre together with the limited income of the population creates new hierarchies and inequalities in access to education, extracurricular activities, etc. And the transportation network shows that Volkhovsky district has a centripetal structure: communication with Volkhov is well-established, while horizontal communication between smaller settlements is limited. Antonina, a 33 year-old municipal employee, says:

Access to transportation to other towns and villages is weak. Interviewer: Yes. So, Volkhov is the only thing here, right? Respondent: Yeah, well, buses go there every hour, for real, yeah (Int. 57, Volkhovsky district, female, 33 y. o., municipal employee).

It does not allow people to use the potential of the district neither for employment, nor for leisure or education. All intraregional mobility is directed towards Volkhov.

The accumulation of resources in Volkhov and its unique status in the district result in the fact that the residents contrast their settlements with Volkhov as a large city. Evgeniy, a 21-year-old fire department employee, underscores that differences manifest themselves in the very nature of human interaction:

...even comparing people from village N and people from Volkhov — they are different people altogether. In N, people are more calm, generally, more kind, more sociable (Int. 42, Volkhovsky district, male, 21 y. o., firefighter)

Though, there is the main opposition, of course, with Saint Petersburg. It is considered to be a city of possibilities. For instance, Varvara, a young municipal employee, says:

Saint Petersburg still offers more opportunities in everything: work, leisure, some self-education, self-realisation (Int. 49, Volkhovsky district, female, 23 y. o., municipal employee).

However, it appears more impersonal and aloof. This is how Vasilisa, a 22-year-old kindergarten teacher, describes it:

Well, as I have said — the pace, everyone is crazy. And, perhaps, in a small town people are 'bigger', they are kinder, well, people themselves. And they follow, you know, events more, take things more personally, while in a big city everyone is on their own, and no one will help anyone with anything (Int. 48, Volkhovsky district, female, 22 y. o., kindergarten teacher).

Personal relationships are constructed as a dominant value, one of the main resources and bases for one's local identity. Artem, a 22-year-old veterinarian, talks about the symbolic and social significance of a local community:

The relationship between people in rural areas are closer; that is, we all know each other in person, by name; it is basically a community. Again, this means that we often help each other free of charge: I treat someone's cat for free, someone tells me not to buy this sausage because it is bad — this kind of thing. We lived in Saint Petersburg for 5 years, and it was not like this at all. Our neighbours were pretty much the only people we knew (Int. 52, Volkhovsky district, male, 32 y. o., veterinarian).

Stable social relationships in the community create a sense of security and general tranquillity. Anastasia finds the safety of her children especially important:

Children are safer here; here you can just let them go for a walk in front of the house, in front of your windows. You can watch them, you can see them. In Saint Petersburg I wouldn't let them to go outside alone even if they stayed in front of the windows. (Int. 58, Volkhovsky district, female, 32 y. o., accountant)

For young adults who live and work in the Volkhovsky region, this world is their own — their home, their place. What 30-year-old Vladimir, an equipment adjuster at a plant, says is very illustrative:

I don't know why my soul is at peace here; well, I wouldn't want to live in the city for sure — those crowds of people, I find them a little uncomfortable. I am really attached to this place. It's calm here. Just calm. But in the city it seems that you always have to... a bunch of thoughts in your head. I would move if I had something of my own there, if something was already beginning. And, as I have said, I have tried several times, but I never achieved anything of my own. That is to say, if you live there, you have to rent an apartment — you don't have anything. And here you have your own corner, your land, your people, right here — this is what makes it easier (Int. 54, Volkhovsky district, male, 30 y. o., worker).

Thus, Volkhovsky district has its own peculiarities demonstrated in the narratives of the informants; they are primarily related to low wages and uneven development of the area. The district centre, Volkhov, is constructed as relatively large, more developed and with more resources than the other towns, which results in new inequalities within the district. However, young men and women living and working in the Volkhovsky district constitute their small towns as spaces with personalised relations, security, peace and a strong sense of place and place belonging.

Conclusion

In conclusion, it should be said that the Leningrad Oblast is a heterogeneous space. This 'rural' area in the narratives of young adults living there is articulated in different ways, with different constructions of local identities and interpretations of belonging.

For example, Luzhsky district is described as a rapidly developing area with satisfying jobs, developed infrastructure, high standard of living and good environmental conditions. This articulation of place image is similar to the concept of a 'rural idyll' found in many studies of rural youth in other countries [Vanderbeck, Dunckley, 2003]. However, this idyll is not just experienced through one's sensations as a given and is not inherited through one's place of birth; it is rationally evaluated, reflectively selected and, among other things, is created by one's participation in the everyday life of the rural settlement. Local belonging is constituted as a conscious ration choice.

Priozersky district is described as an industrial area undergoing great difficulties due to the crisis. Young men and women underscore the shortage of jobs, poor environmental conditions and poor infrastructure. Such a perspective on their own region corresponds to the image of an 'anti-idyll' [Kraack, Kenway, 2002]. But such a negative image of the place doesn't mean that there is no sense of belonging. Moreover, place attachment is underscored and even cultivated as a unique kind of socialisation, a non-urban habitus and embeddedness in the local world with its clear rules. Therefore, we can draw the conclusion that place belonging and place identity are constructed here as biographic rootedness.

Volkhovsky district is described as a low-income and poorly developed area in terms of infrastructure. The lack of opportunities for leisure activities variety, mobility and consumption creates an image of the place close to the 'rural dull'. However, embeddedness in the local community and in the rural way of life, as well as involvement in social networks, makes it possible to overcome existing limitations and even redefine boredom as safety. The main value of living in this rural area is personalised human relationships. The local identity of young adults from Volkhovsky district is constructed as rootedness in the community.

Young adults from all the three districts mainly choose Saint Petersburg along with other major cities (not other districts of the Leningrad Oblast) as the main point of reference for the comparison and evaluation of opportunities, standards of living, etc. All the informants have been to Saint Petersburg, and some have even lived there. However, it is constructed in their narratives in different ways: from being a city of opportunities to being a city of mental risks. But more important, depending on the rootedness and the image of their place young people have, they propose different positions of Saint Petersburg and their locality on the global map. Confident Luzhsky district inhabitants see Saint Petersburg as an available nearby city. Residents of Priozersky district perceive the metropolis as a place for rare tourist trips. And as to young people from Volkhovsky district, Saint Petersburg is not on their everyday horizon and is seen as a distant migration destination. Geographical imagination links together the well-being of the place, one's own capabilities and spatial horizons.

Thus, we see that young adults from different areas of the Leningrad Oblast have different views on the opportunities and limitations of their localities, and different assessments of the level of well-being and geographical location; however, they still create relatively coherent and consistent local identities. At the same time, belonging is constituted through both emotional involvement and rational interpretation. Overall, young adults living in the Leningrad Oblast are very reflective about their rural areas, their place in them and their rootedness.

References

- Alston M., Kent J. (2009). Generation X-pendable. The social exclusion of rural and remote young people. *Journal of Sociology*. Vol. 45. No. 1. P. 89—107. <https://doi.org/10.1177/1440783308099988>.
- Brednikova O. (2012) Village is dead? Vive the village! (Again about the differences of urban and rural. In: *Bogdanova E., Brednikova O. (Eds.) Away from cities. Post-Soviet village life*. Saint Petersburg, SPb: Aletejja. P. 28—59. (In Russ.).
- Бредникова О. Деревня умерла? Да здравствует деревня! Еще раз к вопросу о различиях города и деревни // Вдали от городов. Жизнь постсоветской деревни / под ред. Богдановой Е., Бредниковой О. СПб. : Алетейя. С. 28—59.
- Cid Aguayo B. E. (2008). Global villages and rural cosmopolitanism: exploring global ruralities. *Globalizations*. Vol. 5. No. 4. P. 541—554. <https://doi.org/10.1080/14747730802500281>.
- Crouch D. (2001). Spatialities and the feeling of doing. *Social & Cultural Geography*. Vol. 2. No. 1. P. 61—75. <https://doi.org/10.1080/14649360020028276>.
- Cuervo H. (2014). Critical reflections on youth and equality in the rural context. *Journal of Youth Studies*. Vol. 17. No. 4. P. 544—557. <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.844781>.
- Cuervo H., Wyn J. (2014). Reflections on the use of spatial and relational metaphors in youth studies. *Journal of Youth Studies*. Vol. 17. No. 7. P. 901—915. <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.878796>.
- Evans C. (2016). Moving away or staying local: the role of locality in young people's 'spatial horizons' and career aspirations. *Journal of Youth Studies*. Vol. 19. No. 4. P. 501—516. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1083955>.
- Farrugia D. (2016) The mobility imperative for rural youth: the structural, symbolic and non-representational dimensions rural youth mobilities. *Journal of Youth Studies*. Vol. 19. No. 6. P. 836—851. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1112886>.
- Farrugia D. (2014). Towards a spatialised youth sociology: The rural and the urban in times of change. *Journal of Youth Studies*. Vol. 17. No. 3. P. 293—307. <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.830700>.
- Farrugia D., Smyth J., Harrison T. (2014). Rural young people in late modernity: Place, globalisation and the spatial contours of identity. *Current Sociology*. Vol. 62. No. 7. P. 1036—1054. <https://doi.org/10.1177/0011392114538959>.
- Farrugia D., Smyth J., Harrison T. (2016). Affective topologies of rural youth embodiment. *Sociologia Ruralis*. Vol. 56. No. 1. P. 116—132. <https://doi.org/10.1111/soru.12077>.
- Gataullina L. (2007). Socio-economic conditions for the formation of life strategies of rural youth (based on the data from Tatarstan republic. Synopsis of the dissertation. Kazanj. URL: http://kgfei.ru/example/news/doc/avt_43.pdf (accessed: 20.12.2018) (In Russ.).

- Гатауллина Л. Н. Социально-экономические условия формирования жизненных стратегий сельской молодежи (на материалах республики Татарстан). Автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. соц. наук. URL: http://kgfei.ru/example/news/doc/avt_43.pdf (доступ: 20.12.2018)
- Hall T., Coffey A., Lashua B. (2009). Steps and stages: Rethinking transitions in youth and place. *Journal of Youth Studies*. Vol. 12. No. 5. P. 547—561. <https://doi.org/10.1080/13676260903081665>.
- Haug S. W. (2002). Ethnicity and multi-ethnicity in the lives of Belizean rural youth. *Journal of Rural Studies*. Vol. 18. No. 2. P. 219—223. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(01\)00041-9](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(01)00041-9).
- Henderson S. (2005). Sticks and smoke. Growing up with a sense of the city in the English countryside. *Young*. Vol. 13. No. 4. P. 363—379. <https://doi.org/10.1177/1103308805057053>.
- Hogan J. (2004). Constructing the global in two rural communities in Australia and Japan. *Journal of Sociology*. Vol. 40. No. 1. P. 21—40. <https://doi.org/10.1177/1440783304040451>.
- Hung Y. (2011). The role of the geographical imagination in young people's political engagement. *Environment and Planning A*. Vol. 43. No. 3. P. 578—593. <https://doi.org/10.1068/a43165>.
- Jamieson L. (2000). Migration, place and class: youth in a rural area. *The Sociological Review*. Vol. 48. No. 2. P. 203—223. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00212>.
- Jones O. (1995). Lay discourses of the rural: developments and implications for rural studies. *Journal of rural studies*. Vol. 11. No. 1. P. 35—49.
- Kalugina Z., Fadeeva O. (2009) Russian village in the labyrinth of the reforms: sociological sketches. Novosibirsk: Institute of Economics and Industrial Engineering SB RAS. (In Russ.).
- Калугина З. И., Фадеева О. П. Российская деревня в лабиринте реформ: социологические зарисовки. Новосибирск : Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН.
- Kareva S. V. (2003). From the village to the city. Explication of youth orientations. In: *Cities of the region. Cultural and symbolic heritage as a humanitarian resource of the future. Materials of the international scientific-practical conference*. Saratov: SSU. P. 15—17. (In Russ.).
- Карева С. В. Из деревни в город: экспликация молодежных ориентиров // Города региона. Культурно-символическое наследие как гуманитарный ресурс будущего. Материалы международной научно-практической конференции. Саратов : СГУ. 2003. С. 15—17.
- Kloep M., Hendry L. B., Glendinning A., Ingebrigtsen J. E., Espnes G. A. (2003). Peripheral visions? A cross-cultural study of rural youths' views on migration. *Children's Geographies*. Vol. 1. No. 1. P. 91—109. <https://doi.org/10.1080/14733280302189>.

Kraack A., Kenway J. (2002). Place, time and stigmatised youthful identities: bad boys in paradise. *Journal of Rural Studies*. Vol. 18. No. 2. P. 145—155. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(01\)00033-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(01)00033-X)

Leyshon M. (2008). The betweenness of being a rural youth: inclusive and exclusive lifestyles. *Social & Cultural Geography*. Vol. 9. No. 1. P. 1—26. <https://doi.org/10.1080/14649360701789535>.

Leyshon M. (2011). The struggle to belong: Young people on the move in the countryside. *Population, Space and Place*. Vol. 17. No. 4. P. 304—325. <https://doi.org/10.1002/psp.580>.

Leyshon M., Bull J. (2011). The bricolage of the here: young people's narratives of identity in the countryside. *Social & Cultural Geography*. Vol. 12. No. 2. P. 159—180. <https://doi.org/10.1080/14649365.2011.545141>.

Looker D. E., Naylor T. D. (2009). 'At risk' of being rural? The experience of rural youth in a risk society. *Journal of rural and community development*. Vol. 4. No. 2. P. 39—64.

Lynch K. (2004). *Rural-Urban Interaction in the Developing World*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203646274>.

Madden D. J. (2012). City becoming world: Nancy, Lefebvre, and the global — urban imagination. *Environment and Planning D: Society and Space*. Vol. 30. No. 5. P. 772—787. <https://doi.org/10.1068/d17310>.

Matthews H., Taylor M., Sherwood K., Tucker F., Limb M. (2000). Growing-up in the countryside: children and the rural idyll. *Journal of Rural Studies*. Vol. 16. No. 2. P. 141—153. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(99\)00059-5](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(99)00059-5).

McCormack J. (2002). Children's understandings of rurality: exploring the interrelationship between experience and understanding. *Journal of Rural Studies*. Vol. 18. No. 2. P. 193—207. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(01\)00043-2](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(01)00043-2).

Melikhov S. V. (2011). Author's Characteristics as the factor of representation of the concepts 'urban' and 'rural'. *Bulletin of Pskov State University. Series: Social and Human Sciences*. No. 13. P. 142—146. (In Russ.).

Мелихов С. В. Характеристика автора как фактор презентации концептов «Город» и «Деревня» // Вестник Псковского государственного университета. 2011. № 13. С. 142—146. (Серия: Социально-гуманитарные науки).

Paciorkovskij V. V. (2003). *Rural Russia, 1991—2001*. M.: Finance and Statistics. (In Russ.).

Пациорковский В. В. *Сельская Россия: 1991—2001*. М. : Финансы и статистика. 2003.

Panelli R. (2002). Young rural lives: strategies beyond diversity. *Journal of Rural Studies*. Vol. 18. No. 2. P. 113—122. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(01\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(01)00047-X).

- Panelli R., Nairn K., McCormack J. (2002). 'We make our own fun': Reading the politics of youth with (in) community. *Sociologia Ruralis*. Vol. 42. No. 2. P. 106—130. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00205>.
- Power N. G., Norman M. E., Dupré K. (2014). Rural youth and emotional geographies: how photovoice and words-alone methods tell different stories of place. *Journal of Youth Studies*. Vol. 17. No. 8. P. 1114—1129. <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.881983>.
- Rérat P. (2014). Highly qualified rural youth: why do young graduates return to their home region? *Children's Geographies*. Vol. 12. No. 1. P. 70—86. <https://doi.org/10.1080/14733285.2013.850849>.
- Rye J. F. (2006a). Heading for the cities? Gender and lifestyle patterns in rural youths' residential preferences. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, Vol. 60. No. 3. P. 199—208. <https://doi.org/10.1080/00291950600889988>.
- Rye J. F. (2006b). Rural youths' images of the rural. *Journal of Rural Studies*. Vol. 22. No. 4. P. 409—421. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.01.005>.
- Rye J. F. (2011). Youth migration, rurality and class: a Bourdieusian approach. *European Urban and Regional Studies*. Vol. 18. No. 2. P. 170—183. <https://doi.org/10.1177/0969776410390747>.
- Saunders A., Moles K. (2013). The spatial practice of public engagement: 'doing' geography in the South Wales valleys. *Social & Cultural Geography*. Vol. 14. No. 1. P. 23—40. <https://doi.org/10.1080/14649365.2012.733407>.
- Shucksmith M. (2004). Young people and social exclusion in rural areas. *Sociologia Ruralis*. Vol. 44. No. 1. P. 43—59. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00261.x>.
- Staroverov V. I. (2004). The results of liberal modernization of Russian village. *Sociological Studies*. No. 12. P. 64—74. (In Russ.).
Староверов В. И. Результаты либеральной модернизации российской деревни // Социологические исследования. 2004, № 12. С. 64—74.
- Tönnies F. ([1887] 1963). *Gemeinschaft and Gesellschaft*, translated by C. P. Loomis. New York: American Book Company.
- Vanderbeck R. M., Dunkley C. M. (2003). Young People's Narratives of Rural-Urban Difference. *Children's Geographies*. Vol. 1. No. 2. P. 241—259. <http://doi.org/10.1080/14733280302192>.
- Veliky P. (2010) Neo seasonal work or superfluous people of contemporary village. *Sociological Studies*. No. 9. P. 44—49. (In Russ.).
Великий П. П. Неоотходничество, или лишние люди современной деревни // Социологические исследования. 2010. № 9. С. 44—49.
- Wiborg A. (2004). Place, nature and migration: Students' attachment to their rural home places. *Sociologia Ruralis*. Vol. 44. No. 4. P. 416—432. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00284.x>.



