



СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ SOCIO-CULTURAL ACTIVITY

УДК 316.773.4

ВОЗДЕЙСТВИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ СЕТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ВСЕРОССИЙСКОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)¹

Паршиков Николай Александрович, доктор педагогических наук, профессор, ректор, Орловский государственный институт искусств и культуры (г. Орел, РФ). E-mail: ogiik@orel.ru

Домаренко Елена Васильевна, доцент, заведующая кафедрой социально-культурной деятельности, Орловский государственный институт искусств и культуры (г. Орел, РФ). E-mail: e.v.domar@mail.ru

Домбровская Анна Юрьевна, заведующая лабораторией «Социология Интернета», Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, Орловский государственный институт искусств и культуры (г. Орел, РФ). E-mail: an-doc@yandex.ru

Степанченко Оксана Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, Орловский государственный институт искусств и культуры (г. Орел, РФ). E-mail: tita075@yandex.ru

В статье представлены результаты анализа воздействия Глобальной электронной сети на формирование духовных ориентиров молодежи России. Использовались методы киберметрики и глубинного интервью с молодежью. Сопоставление результатов киберметрического и опросного методов позволило выявить ценностные стратегии, социально-политические профили представителей российской молодежи, а также модели их интернет-коммуникации.

Ключевые слова: Интернет, молодёжь, ценностные ориентации, интернет-коммуникация, глубинное интервью, киберметрика.

THE IMPACT OF INTERNET COMMUNICATIONS ON THE FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS OF RUSSIAN YOUTH (THE RESULTS OF NATIONAL SOCIOLOGICAL RESEARCH)

Parshikov Nikolay Aleksandrovich, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Rector, Oryol State Institute of Arts and Culture (Orel, Russian Federation). E-mail: ogiik@orel.ru

Domarenko Elena Vasilievna, Docent, Chair of the Social and Cultural Activities, Oryol State Institute of Arts and Culture (Orel, Russian Federation). E-mail: e.v.domar@mail.ru

¹ Статья подготовлена при поддержке Федерального агентства по науке и технологиям Министерства науки и образования в рамках выполнения государственного задания на тему «Разработка и апробация организационно-методических моделей и технологий сопровождения информального самообразования взрослых на основе комплексного анализа духовных потребностей различных возрастных и гендерных групп взрослого населения России» (ТЗ 12.9220.2014).

Dombrovskaya Anna Yurievna, Chair of the Laboratory of “Sociology of the Internet”, M. A. Sholokhov Moscow State University for the Humanities, Candidate of Sociology Science, Docent of Chair of Social and Cultural Activities, Oryol State Institute of Arts and Culture (Orel, Russian Federation). E-mail: an-doc@yandex.ru

Stepanchenko Oksana Vladimirovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Docent of Chair of Social and Cultural Activities, Oryol State Institute of Arts and Culture (Orel, Russian Federation). E-mail: tita075@yandex.ru

The article analyzes the influence of the Internet communication on the formation of values of Russian youth. The research methodology is based on the combination of cyber-metrical methods and in-depth interviews. Cyber-metrics allowed to reveal the dominating value orientations of Russian youth and their representation in the global electronic network. In-depth interviews provided understanding the senses of the Russian youth in different types of values, gave a reason why these values are an important core of their identity. As the main results of the article should be called rating represented in consciousness and behavior, the Russian youth values and establishment of a relationship realizable values and socio-demographic characteristics of young people (gender, age subgroup, region of residence, occupation). The life strategy, social-political profile, type of Internet communications, features of national identity are among the analysed categories of values. The research result is a conclusion on rapidly changing gender contract, reflected in the behavior of feminine and masculine gender youth groups, improvement of patriotism, degree of positivity of national identity, domination and microsocioal achieving values, predominance of political indifference in attitudes of the young Russians.

Keywords: Internet, young people, value orientation, Internet communication, in-depth interviews, kibermetrics.

Масштабы влияния Глобальной сети на сознание и поведение людей в настоящее время всё усиливается. Интернет проникает во все сферы жизнедеятельности, переводя жизнь человека в онлайнное пространство. Особенно подвержены воздействию Интернета представители молодого поколения. В связи с этим необходимо измерить структурные и содержательные показатели влияния Глобальной сети на российскую молодёжь.

Для достижения этой цели предпринято исследование с использованием двух методов:

- киберметрического анализа (с применением возможностей поисковых систем Yandex, Google, Mail.ru и онлайн интернет-сервера для мониторинга социальных медиа IQBuzz²);

- глубинного интервью с молодёжью в возрасте 14–35 лет городов Центрального, Северо-Западного, Южного, Сибирского, Уральского,

Приволжского и Дальневосточного федеральных округов РФ (всего 40 человек)³.

На первом этапе анализа с привлечением указанных поисковых систем и указанного сервера был получен перечень из 138 вопросов, наиболее часто задаваемых пользователями русскоязычного сегмента Интернета. Данный список был типологизирован и установлено соответствие между вопросами и актуализированными в этих вопросах ценностными ориентациями (см. табл. 1). На втором этапе были установлены взаимосвязи между актуализированными ценностями и половозрастными характеристиками пользователей, задающих данные вопросы. На третьем этапе осуществлен поиск смысловых полей вокруг выявленных доминирующих, значимых для пользователей ценностей. Эти данные позволили понять структуру ценностной ориентации, смыслы и значения, актуализируемые пользователями при вербализации данной ценности.

² Настройки мониторинга блоггостингов:

- Период: 19 января – 19 февраля 2014 г.
- Язык: русский
- География: Россия.

Поисковые критерии задавались отдельно для каждого выделенного в результате мониторинга поисковых систем вопроса. В формулировке поискового запроса учитывалась общая тема запроса.

³ Исследование проведено научным коллективом МГГУ им. М. А. Шолохова при участии сотрудников лаборатории «Взаимодействие учреждений социально-культурной сферы в формировании ценностных ориентаций молодежи» и научной школы под руководством Н. А. Паршикова «Системный подход к организации социально-культурной деятельности» Орловского государственного института искусств и культуры.

Вначале проанализируем структурные и смысловые характеристики наиболее часто задаваемых россиянами вопросов по схеме: ранг в структуре выявленного списка вопросов, половозрастные корреляции, значения смысловых полей.

I место: вопросы об интернет-технологиях.

Анализ гендерных и возрастных особенностей пользователей, интересующихся вопросами интернет-технологий позволил сделать вывод о преобладании интереса маскулинной гендерной группы к данному типу вопросов (с учетом принятия за 100 % пользователей, пол которых установлен). Исключение составляют вопросы о так называемых простых, невысокотехнологичных действиях – это «территория женского интереса».

Что касается возрастной специфики, то по большинству вопросов типа «об интернет-технологиях» наблюдается довольно равномерное распределение интереса пользователей в возрасте 16–35 лет (то есть вся социальная группа молодежи).

Анализ смысловых полей, образующихся вокруг вопроса об использовании интернет-технологий, выявил четыре основных значения:

1. Важность ощущения «бесплатных благ».
2. Значимость чувства консолидации, принадлежности, возможности эффективной самопрезентации и саморекламы на глобальном уровне.
3. Виртуализация: ускорение и упрощение значимых и необходимых действий.
4. Осознание необходимости информационной защиты.

Таблица 1

Типы вопросов и соответствующие ценностные ориентации пользователей русскоязычного сегмента Интернета

Тип вопросов и соответствующая ценностная ориентация	Ранг типа вопросов	Абс. зн.
Вопросы о возможностях и использовании Глобальной сети = Ценности обладания и пользования информационными технологиями и Интернетом	I	342 064 509
Вопросы о приготовлении блюд и ухода за домом = Ценности обладания информацией о ведении домашнего хозяйства	III	45 760 237

Окончание таблицы 1

Тип вопросов и соответствующая ценностная ориентация	Ранг типа вопросов	Абс. зн.
Вопросы о рынке различных товаров и услуг = Ценности обладания информацией о рациональном потребительском поведении	IV	13 930 427
Вопросы о признаках заболеваний и способах их лечения = Ценности обладания информацией о поддержании здоровья и ухода за внешностью	VI	7 739 588
Вопросы о досуге = Ценности обладания информацией о способах рекреации	V	11 500 473
Вопросы об общении с противоположным полом = Ценности обладания информацией о формировании и поддержании отношений с противоположным полом	VIII	1 265 943
Вопросы о значении каких-либо понятий и причин интересующих явлений, вопросы обучения = Ценности познавательного интереса и образования	II	75 301 947
Вопросы о местоположении чего-то и датах = Ценности обладания информацией об ориентации во времени и пространстве	VII	4 866 274
Вопросы о трудоустройстве и улучшении материального положения = Ценности материального благополучия	X	343 325
Вопросы о суевериях, риторические и праздные вопросы = Ценности обладания информацией об ответах на нерациональные вопросы	IX	489 731

II место: познавательные вопросы, вопросы любопытного пользователя.

Гендерный анализ данных по этому типу вопросов указывает на отсутствие явного домини-

рования мужчин или женщин в числе интересующихся темами познавательного толка. Наиболее характерная возрастная категория проявляющих любопытство относительно каких-либо понятий или слов 26–35 лет.

Смысловые поля данного типа вопросов:

1. Значимость информированности и высокого интеллекта.
2. Проекция высокого социально-культурного статуса.

III место: вопросы о ведении домашнего хозяйства и кулинарии.

Гендерный и возрастной анализ интересующихся темой кулинарного искусства позволил описать типичный образ этих людей как женщин, пребывающих в возрасте от 16 до 35 лет. Другими словами, и это вполне очевидно, что речь идет о феминной гендерной группе, представители которой осваивают или активно реализуют социальные роли, связанные с ведением домашнего хозяйства.

Изучение смысловых полей данного типа вопросов выявило два контекста обсуждения темы кулинарии (и ведения домашнего хозяйства в более широком смысле):

1. Проекция идеальности.
2. Рассмотрение кулинарии как единственного оплота разрушаемой и утрачиваемой традиционности в устройстве современной семьи.

IV место: вопросы потребителя.

Гендерный анализ задающих данный тип вопросов показал, что информация о действительно серьезных и дорогостоящих покупках (квартира, автомобиль) в большей степени интересует мужчин. В случае с товарами бытового назначения (в первую очередь, бытовая техника) среди интересующихся доминируют женщины.

Среди пользователей, задающих «вопросы потребителя» чаще всего присутствуют лица в возрасте от 16 до 35 лет.

Смысловые поля данного типа вопросов:

1. Значимость получения неангажированной информации и объективных отзывов о предлагаемых товарах.
2. Проекция покупательской способности на уровень социального статуса, приобретение товара как символ и атрибут высокого социального положения.

V место: вопросы, связанные с поиском возможностей проведения интересного досуга в сети и офлайн.

Чаще всего в получении информации такого рода заинтересованы девушки (молодые женщины) в возрасте 16–35 лет (примерно равномерно по всем интервалам возрастов).

Смысловые поля вопросов о досуге:

1. Значимость ценности семейного досуга.
2. Получение объективной информации о конкретной продукции индустрии досуга.
3. Сбор информации с целью выбора книг для прочтения.

VI место: вопросы о поддержании здоровья и лечении.

Смысловые поля вопросов о здоровье и лечении:

1. Востребованность информации о нетрадиционных методах лечения, народной медицине.
2. Обращение к духовным практикам для восстановления здоровья.
3. Инициирование и участие в сборе благотворительной помощи нуждающимся в срочном лечении.

VII место: вопросы о сиоиминутной ориентации в пространстве и времени, наиболее удобной посредством оперативной интернет-коммуникации.

Если анализировать гендерное сопряжение данных по этому типу вопросов, то, исходя из совокупности пользователей с идентифицированным полом, несколько чаще своей геолокацией с помощью Интернета интересуются мужчины. Что касается возраста задающих подобными вопросами, то их примерно одинаковое количество по всем возрастным интервалам от 16 до 35 лет. Очевидно, что такое возрастное распределение обусловлено самой возрастной структурой пользователей Интернета.

Смысловые поля вопросов об ориентации в пространстве и времени:

1. Поиск наиболее оптимальных маршрутов.
2. Поиск географической информации.
3. Уточнение значимых дат.
4. Востребованность поздравительного контента.

VIII место: вопросы о формировании отношений с противоположным полом.

Гендерное распределение интересующихся данным типом вопросов свидетельствует о довольно существенном преобладании женщин. Именно для женщин наибольшую значимость имеют сведения о построении желаемых отношений с противоположным полом.

Портрет интересующихся вопросами межполовых отношений имеет также возрастную специфику, связанную с относительно большей численной представленностью лиц младше 16 лет (в сравнении с социально-демографическим сопровождением других вопросов).

Смысловые поля данного типа вопросов:

1. Выбор правильного подарка.
2. Инструкции о конкретных действиях по формированию отношений.
3. Инструкции о конкретных действиях по прекращению отношений.
4. Обсуждение личной жизни знаменитостей.

IX место: так называемые иррациональные и праздные вопросы.

Востребованных этих запросов объясняют результаты пилотажной фокус-группы, в соответствии с которыми, определенная часть россиян готова специально искать и платить за информацию о необъяснимых, секретных, сенсационных фактах, касающихся плоскости иррационального. Вполне ожидаемо выявлено «феминное преобладание» в числе интересующихся данным типом вопросов. Что касается возрастных параметров пользователей этого типа контента, то явного доминирования какой-либо возрастной группы не выявлено.

Смысловые поля праздных вопросов:

1. Обладание информацией о необъяснимых явлениях.
2. Обладание информацией о секретных государственных разработках.
3. Объяснение суеверий.
4. Подробности громких событий с известными людьми.

X место: вопросы об улучшении материального положения.

В гендерном отношении к данным вопросам более тяготеют женщины. Помимо традиционного поиска работы, женщины в контексте способов обогащения интересуются альтернативными стратегиями повышения экономического статуса.

Чаще всего о поиске работы спрашивают лица в возрасте 16–35 лет.

Смысловые поля вопросов об улучшении материального благополучия:

1. Деньги – средство свободы и независимости.
2. Значимость легкого обогащения.
3. Образование: потенциальный доход или потеря времени?
4. Быстрое обогащение требует соблюдения ритуалов и наличия магических предметов.
5. Деньги – главный атрибут социального положения.

На следующем этапе исследования изучалось содержание глубинных интервью с представителями молодого поколения о реализуемых ими в жизни ценностных ориентациях. Проведение глубинного интервью предполагало использование неслучайной (невероятностной, целевой) выборки. При этом использовался направленный отбор (метод типичных представителей), предполагающий выбор единиц по заранее определенному принципу: выделению индивидуальных характеристик (пол, возраст, уровень образования, характер занятости, федеральный округ, тип населенного пункта), кроме того во внимание принималась интенсивность вовлеченности пользователя в интернет-коммуникацию (не реже одного раза в неделю) и наличие аккаунта в одной из социальных сетей.

Анализируя полученные результаты, отметим, что в текстах интервью выделяются несколько смысловых концептов, составляющие которых связаны общей идеей:

- жизненная стратегия;
- стратегия поведения в сфере пользования

Глобальной сети;

- социально-политический профиль.

Кроме того установлено, что лейтмотивом содержания интервью практически во всех исследовательских случаях является внутренняя установка личности информанта, выраженная в индивидуальном слогане. Выделенная в том или ином высказывании главная идея жизненной стратегии очерчивает общий смысловой контур размышлений участников интервью на все темы беседы. Поэтому вначале выявим эти ценностные доминанты жизненных позиций, вербализированные в личном девизе участников интервью.

Модальным концептом названных информантами слоганов служат идеи целеустремленности, активного и позитивного настроя на достижение успеха. Данный концепт четко прослеживается в таких девизах, как «1000 миль начинается с первого шага», «Под лежащий камень вода не течет», «Кто хочет – ищет способы, кто не хочет – ищет причины», «Двигаться только вперед», «Добиться цели любой ценой», «Всегда двигайся к цели», «Все к лучшему», «Никогда не сдавайся!» и т. п. Тяготение к этим ориентирам детерминировано в большей степени возрастными особенностями, нежели территориальными или гендерными. В частности, указанная жизненная позиция характеризует стратегию более юной части информантов (моложе 25 лет). Старшие участники интервью (26–33 года) чаще демонстрируют приверженность иным девизам, связанным с более рефлексивной стратегией. Показательны такие девизы, как «Всё приходит с годами», «Дождь не может идти вечно».

Переходя к социально-политическим профилям информантов (реализуемые политические ценности), отметим, что явно выделились четыре позиции:

- пассивные центристы (on-line-центристы);
- активные центристы (on-line- и off-line-центристы);
- пассивные оппозиционеры (on-line-оппозиционеры);
- аполитичные.

Предлагаемая типология социально-политических профилей основана на синтезе идеи традиционного деления видов политических ориентаций молодежи на центристов и оппозиционеров [2] и необходимого исходя из нашего предмета исследования критерия предпочитаемой среды проявления социально-политического участия (on-line или off-line), предопределяющей степень активности политической деятельности молодежи.

Концепция политического участия пассивных центристов заключается в поиске и анализе политической информации в Глобальной сети, позитивном отношении к существующей власти и убеждении в правильном направлении политического развития страны. Данные информанты выражают мнение, что заниматься политикой нет смысла, так как «все и так идет нормально».

Эта часть молодежи положительно оценивает свои будущие перспективы и акцентируется на процессе вхождения в социально-экономическую жизнь. Эта часть молодых россиян позитивно относится к демотиваторам проправительственной направленности и осуждает «низкокачественную антирекламу Президента РФ». Вместе с тем данные информанты не расположены переводить свои политические взгляды из режима on-line в off-line. Это «бездеятельные» поклонники власти.

Активные центристы в отличие от пассивных готовы участвовать и даже самостоятельно создавать молодежные движения центристской направленности. В русле воспринятых идей социального процветания государства эта часть молодых россиян инициирует различного рода молодежные проекты. Активные центристы ориентированы в будущем на позиции глав муниципальных образований, депутатов Государственной думы и политиков. Это та часть молодежи, на которую власть может рассчитывать как на активных помощников в реализации государственных программ и прочих инициатив.

Пассивные оппозиционеры представляют собой общность информантов, склонных к критическому осмыслению действий власти. Эта часть российской молодежи интересуется оппозиционным контентом в Глобальной сети, размещает свои комментарии и статьи об оценке тех или иных сторон российской социально-политической реальности. Однако данная часть информантов считает достаточным так называемую виртуальную политическую активность и не готова перевести ее в режим off-line.

Аполитичные информанты вовсе пренебрегают возможностью интересоваться и участвовать в политической жизни страны. Причин тому – несколько:

- условия жизни вполне устраивают;
- доминантой сегодняшнего дня считают образование и получение желаемой работы, необходимой для самореализации и создания собственной семьи;
- конформность личности.

Анализируя те фрагменты транскрибов интервью, которые касаются политического участия молодежи, необходимо подчеркнуть узость и поверхностность рассуждений информантов, ста-

рающихся как бы избегать подробных разговоров. За очень малочисленным исключением тексты интервью лишаются архитектоники по большей части ввиду весьма скромных и односложных ответов на «политические вопросы».

Сравнивая данные кластерного анализа и глубинного интервью, можно проследить некоторое соответствие выявленных кластеров и социально-политических профилей. Так, активные центристы по сути входят в число макросоциалов с их установками на высокие общественные позиции и ориентированность на свершение значимых социальных проектов. Пассивные центристы соответствуют кластеру индивидуалов-прагматиков, которым необходима социальная стабильность и сильная власть для ведения собственного бизнеса или осуществления руководящих функций на разных уровнях институционального и организационного управления.

Аполитичные информанты в точности повторяют жизненные позиции микросоциалов, нацеленных на традиционные семейные ценности и межличностные отношения благополучной спокойной жизни.

Немного сложнее с пассивными оппозиционерами. Эта подгруппа социально-политического профиля, на наш взгляд, включает в себя представителей двух кластеров: индивидуалистов-созерцателей (думающих, анализирующих, критикующих окружающую реальность) и потенциальный прекариат (способный в перспективе при возникновении определенных условий активизировать свое политическое участие оппозиционной направленности). Важной задачей в связи с этим представляется анализ тех факторов, которые могут способствовать переходу из on-line в off-line-активность. Ряд исследований отечественных ученых показывает, что современная молодежь склонна к приспособлению и адаптации при наличии хотя бы каких-либо возможностей спокойной жизни и не стремится к отстаиванию своих интересов насильственными средствами [2; 3]. Вместе с тем необходимо учитывать внутренние побудительные мотивы особого типа личности (прекариата), поведение которой подчиняется логике девиации и аномии (по Э. Дюркгейму). Индивидуальные жизненные обстоятельства вполне могут стать теми недостающими элементами пазла, способными простимулировать пере-

ход оппозиционной активности из виртуального мира в мир реальный.

Социально-политические профили и ценностные предпочтения информантов по сути сформировали конструкты интернет-коммуникаций молодежи. Аполитичная часть молодежи, тяготеющая к традиционным ценностям (Южный и Дальневосточный федеральные округа), ориентирована на использование Глобальной сети для удовлетворения основных социальных потребностей: общение, поиск необходимой информации, самопрезентация, развлечения. Центристски ориентированная и настроенная на утилитарные жизненные ценности молодежь (мускулинная гендерная группа старше 26 лет Центрального и Северо-Западного федеральных округов) акцентирует внимание на применение мировой паутины для работы или ведения собственного бизнеса.

Оппозиционеры, нацеленные на индивидуалистические ценности самопознания, познания мира и критическую оценку социальной реальности, сориентированы на Интернет как на средство получения необходимой информации для собственных умозаключений и платформу для апробации своих социально-политических воззрений.

Семантическими конструкциями, подтверждающими так называемую интернет-зависимость всех территориальных, гендерных и возрастных групп участников интервью, служат высказывания информантов наподобие «не взял с собой планшет... первое время испытывал ломку, потом стало легче» или «не выпускаю из рук телефон, подключенный к сети» и т. д.

Вместе с тем, как показывают данные массового опроса и глубинного интервью, пока говорить о полной подмене реальной жизни виртуальной активностью не приходится: молодежь осознает преимущества непосредственного общения и использует социальные сети в основном в ситуации невозможности непосредственного контакта. Другими словами, на данный момент выбор межличностной on-line- или off-line-коммуникации происходит в режиме рациональности: в отсутствии времени, территориальной удаленности предпочтение отдается Интернету; в остальных случаях молодежь предпочитает мир реального взаимодействия. А Глобальная сеть при этом рассматривается как гигантский архив – регистратор и свидетель всех значимых жизненных событий.

Продолжая анализ включенности молодежи в интернет-коммуникацию, исследуем отношение информантов к демотиваторам. Важность этой переменной определяется тем, что в ней в значительной степени проявляются уже выявленные ранее ценностные приоритеты молодежи, тем самым подтверждая полученные результаты исследования. Прежде всего необходимо констатировать безусловно позитивное отношение информантов к явлению демотиваторов в целом. Комментируя свое мнение о данном явлении, молодые россияне акцентируют внимание на потенциале демотиваторов как остроумного способа заставить людей задуматься над привычным и увидеть обыденное в новом свете, как способ развенчать стереотипы. В этом магистральном для информантов мнении прослеживается ранее выделенная ценностная доминанта личностной уникальности, возможности высказать свой особый взгляд на мир.

В выборе молодежью одобряемых или неподдерживаемых ими демотиваторов явно доминируют две темы: о Президенте и о национальных отношениях. Информанты подчеркивают неприемлемость распространенных в сети низкокачественных демотиваторов, критикующих В. Путина и, напротив, одобряют демотиваторы высокого профессионального уровня в защиту и поддержку Президента. Что касается националистических демотиваторов, то участники интервью выражают умеренно этноцентрированную позицию, присоединяясь к концепту «Россия для русских», при этом признавая многонациональность государства, а также не приемля национальный экстремизм.

Наиболее болезненно национальную тему «Россия для русских» воспринимают информанты из Северо-Кавказского федерального округа. Фокус размышлений весьма четко прослеживается в следующем высказывании: «Я сам с Кавказа. Я видел, как ведут себя кавказцы, такое поведение неприемлемо. Я абсолютно понимаю русских. Но нельзя всех кавказцев бросать под одну эгиду. Потому что сейчас это пропаганда «Россия для русских!». Хотя Россия – огромное государство, где тот же самый Кавказ является одним из субъектов Российской Федерации. Так что я не думаю. Что всех надо одной эгидой закидывать» (Без имени, 21 год, Северо-Кавказский федеральный округ). Представители

данного округа ставят акцент на необходимости восстановить социальную справедливость и выстраивать межнациональные отношения с учетом принципа «нет плохой нации, есть отдельные плохие представители нации».

Развивая данную тему, перейдем к анализу самоидентификационных особенностей российской молодежи. Изучение транскрибов интервью показывает единство информантов в позитивной национальной самоидентификации. Ощущение себя русским у молодежи напрямую связано с чувством гордости за свою страну, стремлением работать на ее процветание. Такие патриотические установки во многом могут объясняться ситуацией глубинного интервью, проводимого во время молодежного форума, усиливающего патриотические чувства. С другой стороны, никакие мероприятия патриотической направленности не могут за короткое время сформировать такой осмысленный, зрелый, устойчивый патриотизм, проходящий красной нитью практически через все ответы на вопросы национального свойства.

Заметим, что национальное чувство информантов имеет некоторые особенности, диктуемые социально-психологическими эффектами. В частности, выявлены сегрегационные установки молодежи по отношению к «нерусским» мигрантам. Эти установки проявляются в эффекте большего осуждения за преступления людей из числа нероссийских народов. Другими словами, складывается впечатление «декларируемого права на преступление только представителей народов России». При этом информанты все же не придерживаются жестких и категоричных позиций в отношении зарубежных мигрантов, тем более яркий акцент большинства интервью делается на осуждении экстремистских методов решения межнациональных вопросов. Эти выводы об отсутствии экстремистских установок у современной российской молодежи подтверждаются результатами массового опроса в рамках настоящего исследования, а также данными исследований социально-политической активности данной социальной группы, осуществленных Ю. А. Зубок и В. И. Чупровым, Е. В. Бродовской [1; 4; 6].

Переходя в связи с разговором о национальных чувствах к эмиграционному потенциалу информантов, отметим, что, как и частотные распределения ответов респондентов на соответ-

ствующие вопросы, транскрибы свидетельствуют об отсутствии у молодежи ярко выраженных внешних миграционных установок. Желание совершить территориальную мобильность в основном ограничивается пределами страны. Однако представители Центрального и Северо-Западного округов чаще, чем остальные информанты выражают установку на возможный переезд за границу. Наиболее типичное высказывание в подтверждение тому: «Вполне (соглашается на возможную перспективу жизни за границей для карьерного роста), наши ребята учатся за рубежом, для карьерного роста, чтобы выходить потом на более европейский уровень. Ребята из РосМолодёжи получают гранты для обучения за границей» (Мария, 19 лет, Северо-Западный федеральный округ). Вместе с тем, объясняя в дальнейшем свои миграционные установки, данная часть молодежи чаще всего подчеркивает установку на неперманентность пребывания за рубежом, а только с позиций пользы для своей социальной мобильности (приобретение профессионального опыта, знаний, изучение языка).

Ориентация на внутреннюю миграцию наиболее характерная для молодых представителей малых городов России, выражается в стремлении переехать в более крупные города, но, что характерно, не в столицу. Формирование внутренних миграционных установок участников интервью определяется как минимум двумя факторами:

- представлением о России как наиболее желательной стране для жизни;
- предпочтением тех городов, в которых есть возможность профессиональной и личностной самореализации, но не имеющих масштаб столицы и уровень интенсивности ее жизни.

Переходя к интегральному по отношению ко всем предыдущим темам направлению анализа – жизненной стратегии информантов, рассмотрим доминирующие ценностные ориентации молодежи, ее жизненные цели и способы их достижения.

Прежде всего, отметим, что данные глубинного интервью несколько заостряют исследовательское внимание на достигательных установках молодежи. Если количественный срез анализа с помощью массового опроса указал на первостепенность ценностей межличностного общения, семейных отношений, то транскрибы интервью свидетельствуют о приоритетности жизненного

успеха, понимаемого как триединство карьеры, материального благополучия и семейного счастья. Наиболее выражена данная позиция у представителей Центрального и Северо-Западного федеральных округов мужского пола. Наиболее развернуто идея неразрывности материального и семейного благополучия выражена в таком фрагменте транскриба: «В любом случае на данном этапе жизни – это все-таки попробовать реализовать себя. Как самостоятельную личность, основать свой бизнес – это попытка повести за собой людей, которые будут со мной, которые будут помогать мне строить этот бизнес. Это направление позволит достигнуть следующей цели. Мне необходимо получить финансовую независимость, потому что работать на “дядю” мне никогда не нравилось, я по натуре лидер, но не открытый. Я никогда не полезу в открытое сопротивление, лучше посижу, посмотрю, как все это происходит, а сделаю так, как считаю необходимым. Это моя черта, поэтому я очень тяжело переношу зависимость, любую зависимость, от человека, от ситуации, от еще чего-то. Ну, во-первых, приобрести финансовую независимость, плюс это позволит мне дать достаточно хорошее образование моим детям и не будет напрягать меня дальше...» (Алексей, 29 лет, Центральный федеральный округ).

Для современной молодежи, исключение, пожалуй, составляет феминная гендерная группа из Южного федерального округа, не характерно понимание любви и семьи по принципу «с милым рай и в шалаше». Этот романтический настрой старшего поколения практически полностью заменен у молодых россиян на социально ответственную позицию «для создания семьи необходима материальная платформа». Поэтому, размышляя о жизненных целях, полностью соответствующих ценностным ориентирам, информанты указывают на получение образования, желаемой работы и достойного дохода как необходимых условиях семейного благополучия. Говоря о семье как о значимой ценности и жизненной цели, участники интервью обеих гендерных групп демонстрируют определенный прагматизм. Девушки свою позицию в семье не сводят к традиционным ролям и функциям, а ориентированы на полноценное участие в экономическом обеспечении семьи, что свидетельствует об их стремлении к построению эгалитарной семьи. Молодые люди расценива-

ют наличие семьи как важное условие карьеры и профессионального успеха, зачастую вербализируя немного утилитарную по отношению к женщинам позицию «за спиной у великого мужчины всегда стоит великая женщина».

Для молодых уральцев и сибирцев мужского пола немного в большей степени, чем для остальных характерно стремление к общественно-полезному креативу и инновационности. Их жизненные ценности помимо традиционных семейных предполагают так называемые интеллектуально-патриотические ориентиры. Приведем цитату: «Я бы хотел, чтобы лет через 30 наша страна вошла в тройку держав с высокими экономическими показателями... уже работаю над этим... у меня инновационный бизнес по переработке мусора» (Без имени, 28 лет, Уральский федеральный округ).

Важно отметить полученную в ходе глубинного интервью детализацию и уточнение сущности индивидуально-созерцательной позиции (см. данные кластерного анализа по результатам массового опроса), наиболее характерной для мужских представителей Северо-Кавказского федерального округа. Жизненные приоритеты этой части информантов наибольшее воплощение приобретают в следующем высказывании: «...Ну потому что я считаю, что все ценности сейчас, они навешанные. Ну это искусственные ценности, которые в природе человека не заложены. Тоже самое зарабатывание денег. Ну это бред – всю жизнь провести в погоне за деньгами. Всё равно в один день умрём и всех денег не заработаем. Есть какие-то искусственные ценности, которые навязало общество. А есть истинные – семья, продолжении рода, культура, порядочность – это всё уходит на задний план» (Без имени., 21 год, муж., Северо-Кавказский федеральный округ). В этом взгляде на главное явно прослеживается стремление подняться над существующей реальностью и оценить ее с философских позиций, при этом проявляется уникальная для молодежи способность не следовать ценностям «мэйнстрима».

Переходя к анализу стратегий достижения важных жизненных целей информантов, подчеркнем некоторое преобладание патерналистических установок. Молодежь убеждена, что для получения достойного образования, желаемого места работы, жилья и прочих благ необходима

мощная государственная поддержка. Патерналистические взгляды, как показывают исследования ВЦИОМ, характерны для всего населения России и в несколько меньшей степени для молодежи, чем для остальных граждан [5]. Действительно, патерналистические установки молодежи сочетаются с позицией самоотдачи. В частности, многие информанты утверждают, что готовы реализовать социально значимые проекты, однако, им не хватает необходимой государственной поддержки. В наибольшей степени эта проблема вербализуется представителями малых городов практически всех федеральных округов: «...и если люди что-то делают, то властью это зарубается на корню... мало такого творческого пространства... (для реализации своих проектов)» (Юлия, 21 год, Приволжский федеральный округ).

Другими словами, современные молодые россияне настроены на сотрудничество с государством: добросовестный труд на благо отечества при наличии достойной оплаты труда, жилья и необходимой инфраструктуры для жизни.

Таким образом, общие контуры духовных приоритетов молодежи, выявленных в ходе массового опроса и глубинного интервью, в целом совпали и описываются в терминах слияния прагматичных, достижительных и традиционных ценностей на фоне патриотических установок и ориентиров на социальное признание.

Еще одной переменной, значимой для исследования жизненных стратегий молодежи, является образ будущего в сознании молодых россиян. Обозначенные территориальные локализации ценностных приоритетов абсолютно точно воспроизводятся и в данном признаке. Позиция представителей Северо-Кавказского и Южного федеральных округов рисует образы будущего в терминах традиционных семейных ценностей. Например: «...для меня самое главное – семья, то, что человек может знать, что он придёт в дом, где его ждут родные, где его всегда ждут. Продолжение рода, дети» (Юлия, 18 лет, Южный федеральный округ).

Информанты из Центрального и Северо-западного федеральных округов в представлении себя через 10 лет более тяготеют к образу «захватывающей дух» социальной мобильности, в том числе посредством внешней миграции. Наиболее показательными высказываниями могут служить

фразы: «...допускаю вероятность того, что если я буду совсем молодцом-молодцом, то меня куда-нибудь пригласят (имеет ввиду за границу) (Денис, 18 лет, Центральный федеральный округ), «Вообще я планирую стать депутатом Государственной думы» (Марат, 20 лет, Северо-Западный федеральный округ) или «Создать свой бизнес, работать на самого себя» (Дмитрий, 14 лет, Центральный федеральный округ).

Резюмируя основные результаты исследования, полученные методами кибернетического анализа и качественного контент-анализа транскрибов глубинного интервью с молодыми россиянами, отметим, что преимущество данных, полученных с помощью указанных методов, заключается в более высоком эвристическом потенциале заключений и выводов, позволивших понять и объяснить специфику формирования ценностно-потребностной сферы современной российской молодежи. Перечислим основные выводы настоящего исследования:

- на формирование жизненных ориентиров молодежи в наибольшей степени оказывает влияние возрастная и связанный с ним критерий – вид занятости: молодежь студенческого периода (моложе 25 лет), доминантой которой является получение образования, сфокусирована на оптимистических взглядах образа будущего, возможностях своей социальной мобильности, уверена в собственных силах и нацелена на достижение жизненного успеха, понимаемого в первую очередь, как социальное признание. Молодежь, работающая после окончания вуза, выражает более взвешенную позицию людей, преодолевающих реальные жизненные трудности. Их жизненные принципы формируются под влиянием стремления к обретению стабильной финансовой платформы для содержания семьи;

- жизненная стратегия современной молодежи по-разному формируется в различных федеральных округах и городах разного масштаба. Проблемы малых городов определяют наличие внутренних миграционных установок молодого поколения на переезд в более крупные города с хорошей инфраструктурой и широким рынком труда. Территориальная близость Европейских стран и более интенсивная интериоризация западных ценностей молодежью Центрального и Северо-Западного федеральных округов

обуславливает доминирование у нее утилитарных и достижительных ценностей. Традиции социокультурного пространства Уральского, Сибирского, Дальневосточного и Южного округов, тяготеющих к традиционным и общечеловеческим ценностям семейственности и межличностного общения предопределяет доминирование у молодежи этих округов микросоциальных ориентаций, существование которых подтверждено также и результатами массового опроса;

- качественные характеристики включенности молодых россиян в интернет-коммуникацию детерминированы, с одной стороны, ценностными ориентирами, с другой – социально-демографическими показателями. Так, прагматично-ориентированные молодые представители Центрального и Северо-Западного федеральных округов ориентированы на утилитарное применение Глобальной сети, в частности, зарабатывание денег. Имеющие установку на межличностные и семейные отношения представители феминной и реже мускулиной гендерных групп Южного и Дальневосточного федерального округов вовлечены в интернет-коммуникацию в целях безграничного общения и развлечения. Ориентированные на ценности миропознания и саморефлексии молодые представители Северо-Кавказского, Уральского и Сибирского федеральных округов рассчитывают на Интернет как на «бездонный» источник информации и средство опубликования собственных мыслей. Вместе с тем вовлеченность в интернет-коммуникацию может быть описана в терминах формирующейся интернет-зависимости, которая обуславливает поверхностность, бессистемность, фрагментарность когнитивной составляющей личности представителей молодого поколения (молодежь не считает нужным уделять время освоению больших массивов текстовой информации и интериоризации знаний, так как в любое время может найти интересные сведения в сети);

- выявленные корреляции между данными глубинного интервью и массового опроса о типах ценностных и социально-политических профилей молодежи определили существование четырех основных видов социально-политической активности молодых россиян. Молодежь, ориентированная на традиционные ценности семействен-

ности и межличностных отношений, относится большей частью к аполитичному типу (среди них больше всего жителей Южного, Уральского и Сибирского федеральных округов женского пола). Прагматично настроенные молодые россияне придерживаются чаще всего пассивных политических взглядов проправительственной направленности в режиме on-line (среди них большинство составляют представители Северо-Западного федерального округа). Ведомые ценностями общественной пользы и макросоциальных свершений молодые люди чаще всего являются активными центристами, способными перенести политическую on-line-активность в off-line (возглавлять молодежные отделения политических партий, участвовать в митингах в поддержку существующего хода реформ) (большинство составляют жители Уральского, Сибирского, Дальневосточного федерального округов). Пассивная оппозиционная стратегия характерна для двух типов молодежи: ориентированных на ценности миропознания

и саморефлексии и так называемых «потенциально опасных». Вместе с тем на данный момент их оппозиционная стратегия представлена исключительно в on-line и отсутствии явных тенденций перевода виртуальной политической активности в деятельность off-line (большинство представлено молодежью Центрального федерального округа);

- современную молодежь вне зависимости от половозрастных характеристик и территориальной принадлежности характеризует достаточно высокий уровень патриотизма, имеющий существенную взаимосвязь с позитивной национальной самоидентификацией и отсутствием установок на внешнюю миграцию;

- жизненная позиция молодежной феминной группы становится частью активно изменяющегося в наши дни гендерного контракта, что предполагает интенсивное включение молодых женщин в сферу профессиональной самореализации и полноценного участия в экономическом обеспечении семьи.

Литература

1. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ИС РАН, 2010. – 592 с.
2. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Молодежный экстремизм. сущность и особенности проявления // Социологические исследования. – 2008. – № 5. – С. 37–47.
3. Профилактика экстремизма и радикализма в молодежной среде Республики Татарстан: сб. науч.-метод. и информац. мат.-лов. – Казань: РЦМИПП, 2011. – 180 с.
4. Учителя, врачи или военные: кому повысить зарплату? [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск. – 05.05.2011. – № 1745. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111580> (дата обращения: 10.11.2013).
5. Чупров В. И. Социология молодежи. – М.: НОРМА, 2011. – 335 с.
6. Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Yu. Types of value systems of young internet users in Russia // The International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science ISPC 2013. Printed and Bound by Berforts Information Press Ltd, UK, 2013. – P. 215–229.

References

1. Gorshkov M.K., Sheregi F.E. Molodezh' Rossii: sotsiologicheskii portret [Russian youth: a sociological portrait]. Moscow, IS RAN Publ., 2010. 592 p. (In Russ.)
2. Zubok Yu.A., Chuprov V.I. Molodezhnyy ekstremizm. Sushchnost' i osobennosti proyavleniya [Youth extremism. The nature and characteristics of manifestation]. *Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological study]*, 2008, no 5, pp. 37–47. (In Russ.)
3. Profilaktika ekstremizma i radikalizma v molodezhnoy srede Respubliki Tatarstan. Sbornik nauchno-metodicheskikh i informatsionnykh materialov [Prevention of extremism and radicalism among young people of the Republic of Tatarstan. Collection scientific-methodological and information materials]. Kazan, RTsMIPP Publ., 2011. 180 p. (In Russ.)
4. Uchitelya, vrachi ili voennye: komu povysit' zarplatu? [Teachers, doctors or military: who raise the salary?]. *Press-vypusk*, 05.05.2011, no 1745. Available at: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111580> (accessed 10.11.2013). (In Russ.)
5. Chuprov V.I. Sotsiologiya molodezhi [Sociology of Youth]. Moscow, NORMA Publ., 2011. 335 p. (In Russ.)
6. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu. Types of value systems of young internet users in Russia. *The International Scientific-Practical Conference on the Humanities and the Natural Science ISPC 2013*. Printed and Bound by Berforts Information Press Ltd, UK, 2013, pp. 215–229.