

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 316.62

Л. А. Журавлева,
Н. В. Завьялова

МОЛОДЕЖЬ КАК ИННОВАЦИОННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ¹

Аннотация. В статье с позиций ювенологии анализируется современная молодежная среда. Молодежь представлена как особая социальная общность, ментальность и функциональные характеристики которой располагают к нарушению различного рода норм, причем отклонения могут быть как позитивного, так и негативного свойства. Обозначены возрастные границы молодости, ее особый социальный (переходный) статус, ролевые функции, особенности поведения, стиля и образа жизни, а также субкультурные предпочтения и круг интересов.

Молодежь – социальная группа, наиболее открытая инновациям, она выступает лидером и их производства, и их потребления. Так, на этапе перехода от постиндустриального к информационному обществу за ней все более прочно закрепляется роль «проводника» информационных потоков, новых знаний и навыков, формирующих иные, по сравнению с прежними, модели поведения, клише и стереотипы, в том числе, к сожалению, и девиантные.

Недостатком данной общности является отсутствие необходимого социального опыта. Отказ от традиционных культурных паттернов поведения в молодом возрасте обычно сочетается с высокой степенью восприимчивости и подражательности, что объясняется противоречивостью задач этого этапа жизни: попытками скорейшей социальной адаптации и видоизменения ряда социальных норм; усвоением комплекса ролей для

¹ Выполнено при финансовой поддержке РГНФ и Правительства Свердловской области в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Город как наркотическое пространство» № 11-13-66012 а/у.

эффективного функционирования в мире взрослых и модифицированием этих ролей и стилей поведения.

Показано, что социальные отклонения среди молодежи нередко обусловлены неудовлетворенностью ее базовых потребностей – недостатком общения, нехваткой или отсутствием возможностей самоутверждения и самореализации. К факторам, детерминирующим социальные отклонения, относятся и игнорирование со стороны общества и государства интересов и запросов молодежи в качественном досуге, коммерциализация и массовизация сферы культуры, усиление ее зрелищности за счет содержания.

Ключевые слова: молодежь, социальная зрелость, социальные проблемы молодежи, социальные отклонения, девиантность молодежи.

Abstract. The paper looks at the contemporary youth environment from the standpoint of juvenology. The youth is regarded as a distinct social community prone to violating the norms and rules due to the specific mentality and functional characteristics. The authors denote the youth age range, social status and roles, behavior patterns, life style and subculture preferences.

The youth community is most open to innovation, being its generator and consumer, conductor of information flows, initiator of new behavior patterns and stereotypes including the negative ones. The main disadvantages of the given age group are the lack of social experience, rejection of traditional cultural behavior patterns on the one hand, and high susceptibility and imitation propensity on the other hand.

The research demonstrates that social deviation often results from the young people's dissatisfaction and lack of social prospects. Therefore, the factors determining the above trends are related to insufficient attention to the youth's requirements and interests on the part of the government and society.

Keywords: youth, social maturity, social problems of young people, social deviation, youth deviance.

Молодежная среда – объект исследования многих социально-гуманитарных наук и научных направлений: философии, политики, социологии, психологии, социальной психологии, педагогики, ювенологии, демографии. В данной статье анализ поведения современного молодого поколения строится прежде всего на позициях такой междисциплинарной области, как ювенология, для которой детство и юношество являются как феноменами социальной жизни, так и субъектами социальных отношений, выделяемыми на

основе совокупности возрастных и социально-статусных характеристик, особенностей жизнедеятельности и ментальности.

Молодость – важнейший и, как правило, очень противоречивый этап становления и развития человека, начало его жизненного пути, когда интенсивно происходят подготовка к самостоятельной жизни, самоутверждение, и самореализация личности, осуществляется ее социальное самоопределение (профессиональное, политическое, нравственное).

От качества и благополучия этих процессов, степени активности действий данной социально-демографической группы, от соблюдения естественной исторической преемственности во многом зависят прерывность/непрерывность дальнейшего развития общества; иными словами, основная функциональная доминанта молодого поколения состоит в том, что оно призвано перенимать и сохранять социально-культурные ценности и вместе с тем обновлять их под влиянием изменившихся условий, в чем, собственно, и заключается историческое движение от прошлого к настоящему и от настоящего к будущему.

Возрастные пределы молодости отражают основные жизненные вехи: время получения образования, приобретения профессии, вступления в трудовую жизнь, создания семьи, становления экономической самостоятельности, моральной и юридической ответственности и т. д. Освоение различных сфер жизнедеятельности происходит не одновременно, а в течение ряда лет, на протяжении которых изменяется сознание молодого человека, его интересы, потребности, стиль поведения и образ жизни.

Согласно общему мнению, возрастной диапазон молодежной группы – от 14 до 30 лет, хотя эти границы достаточно условны, подвижны и зависят от исторического и социально-экономического контекста, индивидуальных особенностей личности и ключевых событий жизни отдельного человека.

Нижней возрастной ступенью молодости считается 14–16 лет. Это период завершения физического созревания (биологическая зрелость), обретения внешнего вида взрослого человека, первичной социализации и самоопределения.

По поводу верхней возрастной границы в научной литературе продолжают дискуссии, но большинство специалистов (социологов, демографов, психологов) все же склоняются к 30-летнему рубежу. Если в демографии основанием является преимущественно возрастной признак, то в социальных науках наступление социальной зрелости связывается с полноценным исполнением обязанностей и ролей взрослого человека. Критерий социальной зрелости – окончание процесса жизненного самоопределения, результатом которого выступает приобретение стабильного положения в системе общественных отношений. Большинство людей к 30 годам достигают экономической самостоятельности благодаря накоплению интеллектуального, финансового и материального капитала, имеют взрослый семейный статус.

Понятно, что не абсолютно всех тридцатилетних можно называть взрослыми. Есть и категория так называемых «вечных студентов», находящихся на безвременном попечении родителей, и молодых людей, оказавшихся в трудных жизненных ситуациях, и инвалидов. Существуют и обратные ситуации, когда ранняя успешная карьера либо внешние или личные обстоятельства приводят к экономической и социальной самостоятельности уже в 20–25-летнем и даже более раннем возрасте. Так, во время Великой Отечественной войны подростки не только работали как взрослые, но нередко содержали своих близких родственников.

Таким образом, строгую, точную границу между молодостью и социальной зрелостью провести нельзя. Например, студенты учреждений высшего профессионального образования представляют собой общность достаточно широкого возрастного диапазона – от 17 до 30 лет. По нашим наблюдениям, сверстники, учащиеся на одних и тех же курсах, находятся на различных ступенях зрелости, имеют разный уровень активности и самостоятельности (хотя, чем выше курс, тем выше познавательная и социальная активность).

Кроме таких показателей, как возрастные границы и социальный (переходный) статус, собирательное понятие «молодежь» включает определенные ролевые функции, особенности ментальности, поведения, стилистики и образа жизни, а также субкуль-

турных предпочтений. Подчеркнем, что молодежь – это не только социально-демографическая, но, в первую очередь, *социокультурная* общность, оказывающая влияние на инновационные преобразования общества и сохранение его преемственности, отличающаяся специфическими потребностями и интересами, особенностями социокультурного освоения мира.

Главная черта рассматриваемой страты – маргинальное (пограничное) состояние: уже не дети, еще не взрослые; уже есть немало обязанностей, еще нет некоторых прав и опыта. Маргинальность делает молодежь наиболее адаптивной и перспективной и в то же время самой противоречивой общностью.

Это «становящаяся», направленная в будущее группа, которой присущи динамичность и желание добиться более высокого статуса. В период молодости наиболее бурно и интенсивно протекают следующие процессы: поиск идентичности, образование и самообразование, подготовка к профессиональной деятельности, усвоение культурных норм и ценностей, саморазвитие личности, раскрытие ее потенциальных способностей, таланта, выработка мировоззрения, духовно-нравственное становление, обретение самоконтроля и ответственности за свое поведение, политическое самоопределение, осознание себя как активного субъекта деятельности гражданского общества, усвоение собственных и общих прав и обязанностей; создание семьи и рождение детей.

Несмотря на общие признаки, молодежная среда обладает достаточно сложной структурой. В последние годы дифференциация и стратификация в ней усилилась, образовались кардинальные отличия в сознании и поведении, стилях жизни различных ее подгрупп. Прослеживаются явные тенденции маргинализации, автономизации и проявления конфликтности ряда субкультурных молодежных объединений.

Деление молодежи на подгруппы возможно по самым различным критериям: возрастному, этническому, по доминанте деятельности, особенностям социального положения, социальному статусу, степени социальной зрелости, субкультурной идентификации, ценностным ориентациям, интересам, стилю жизни и др.

На каждое молодое поколение оказывает влияние конкретная историческая обстановка, в которой это поколение развивается и социализируется. Нынешнее молодое поколение формировалось в условиях постперестроечной России, в период становления рыночных отношений («дикого» рынка с номенклатурной приватизацией и резким обнищанием тружеников). Этот временной промежуток можно охарактеризовать как аномичный, что не могло не сказаться на общем социальном портрете молодых людей. Наряду с раскованностью, предприимчивостью, здоровой амбициозностью, стремлением к успеху для современной молодежи типичны мультиморализм, «эластичность» нравственного сознания, правовой нигилизм и прагматизм [1, с. 355–383].

Изучение проблем молодежи вносит значительный вклад в понимание социальных процессов, происходящих в обществе в целом. Социально-культурный облик и стиль поведения молодежи в значительной мере определяются способами и степенью включенности ее в общественное производство и потребление, политическую и культурную деятельность.

Российское общество сегодня – это складывающееся, оформляющееся общество потребления, сделавшее материальное благополучие и обогащение смыслом и философией своего существования, что, конечно, отражается на молодежной среде. Представители молодого поколения как социальные пассионарии усваивают и интернализируют нормы потребительства, которые программируют их социальное поведение. СМИ, реклама, торговые центры и другие социальные институты делают ставку именно на молодежную или даже детскую аудитории. Большинство новинок на рынке товаров и услуг ориентированы прежде всего на них – открытых всему новому и не боящихся экспериментов.

Молодые люди в любом обществе – самая динамичная часть населения, призванная изменять и подвергать сомнению ценности и достижения предыдущего, старшего поколения, критически осмысливать его опыт, искать свой путь в жизни. С одной стороны, молодежь – та социальная группа, основным смыслом существования которой является обновление общества, отрицание всего от-

жившего, устаревшего, тормозящего развитие. С другой стороны, ее представителям часто свойственны зависимость от чужого мнения, подверженность групповому влиянию, ценностная пластичность, отсутствие цельности и склонности к рефлексии. Это противоречие, отражающее диалектический процесс преемственности и отрицания, единства желания компромисса и борьбы, составляет суть конфликта «отцов» и «детей», воспроизводящегося от поколения к поколению. Социальному экспериментированию, поиску себя и возможностей приложения своих сил и энергии неизбежно сопутствуют различные формы социальных отклонений в поведении молодых людей как негативного, так и позитивного плана (социальное творчество, самодеятельность).

В отличие от взрослых и пожилых людей, современные молодые люди не отягощены стереотипами, отличаются стремлением к активному образу жизни, креативными установками, склонностью и желанием воплощать в реальности инновационные идеи. По сравнению со старшим поколением, у современной молодежи более позитивный настрой, она намного свободней, не обременена советской идеологией и ее издержками; у молодых меньше комплексов, они проявляют больше инициативы, склонны к риску, не жалуется и во многом рассчитывают на себя, нежели на помощь извне (особенно от государства).

Недостатком данной социальной группы является отсутствие необходимого социального опыта. Отказ от традиционных культурных паттернов поведения в молодом возрасте обычно сочетается с высокой степенью восприимчивости и подражательности, что объясняется опять-таки противоречивостью задач этого этапа жизни: попытками скорейшей социальной адаптации и видоизменения ряда социальных норм; усвоением комплекса ролей для эффективного функционирования в мире взрослых и модифицированием этих ролей и стилей поведения.

Социальные отклонения среди молодежи нередко обусловлены неудовлетворенностью ее базовых потребностей – в первую очередь недостатком общения, нехваткой или отсутствием возможностей самоутверждения и самореализации. Следствием мо-

жет стать формирование комплекса неполноценности, а его порождением, в свою очередь, бывают такие негативные формы самоутверждения, как антисоциальные или криминальные поступки. К факторам, детерминирующим социальные отклонения, относятся и игнорирование со стороны общества и государства интересов и запросов молодежи в качественном досуге, коммерциализация и массовизация сферы культуры, усиление ее зрелищности за счет содержания.

Сегодня важным средством социализации являются социальные сети в Интернет. По данным Института общественного мнения, только летом 2012 г. хотя бы раз в сутки в сеть выходили 45,1 млн россиян, что составляет 39% населения страны, причем львиная доля интернет-аудитории – молодежь [3]. И число пользователей продолжает увеличиваться в геометрической прогрессии.

По словам члена-корреспондента РАН М. К. Горшкова, «информационно-коммуникативные технологии превращаются в существенный и всеобъемлющий элемент функционирования современного социума» [1, с. 485]. К современным средствам массовой информации и коммуникации имеют широкий доступ все слои общества независимо от социального статуса, а массмедиа обладают возможностью влиять одновременно на большие аудитории и порой конкурируют по своей значимости с межличностным общением.

В стремительно развивающемся мире на этапе перехода от постиндустриального к информационному обществу за молодежью все более прочно закрепляется роль «проводника» информационных потоков, новых знаний и навыков, формирующих иные, по сравнению с прежними, модели поведения, клише и стереотипы, в том числе, к сожалению, негативные и потребительские. Молодежь активно использует различные каналы «всемирной путины» для реализации своих досуговых потребностей.

Интернет и социальные сети способствуют развитию интенсивной виртуальной коммуникации и интеллектуализации индивидуального досуга и в то же самое время, из-за того что дистанционное общение зачастую анонимно, подвергают молодых людей высокому риску манипуляции.

Информационная свобода имеет немало побочных эффектов, а порой чревата реальной угрозой психическому, да и физическому здоровью. Распространение ложной и опасной информации (интернет-клубы самоубийц, любителей экстремальных видов деятельности, слухов, сплетен, данных о личной жизни известных людей и т. д.) выступает одним из факторов, способных усиливать молодежную девиантность. Неискушенным молодым людям реклама навязывает посещение порносайтов, просмотр натуралистических, напичканных жестокими подробностями роликов об авариях, драках или насилии. Через поисковые системы можно найти информацию о местах продажи наркотиков и даже приобрести их через Интернет либо научиться изготавливать самому в домашних условиях.

Одной из сложных латентных проблем молодежи остается проблема «интернет-зависимости». Американская исследовательница К. Янг выделила пять ее основных типов:

- навязчивое пристрастие к работе с компьютером (играм, программированию или другим видам деятельности на ПК);
- компульсивная навигация в сети, поиск в удаленных базах данных;
- патологическая привязанность к опосредованным Интернет азартным играм, он-лайновым аукционам или электронным покупкам;
- зависимость от социальных применений Интернет – общения в чатах, групповых играх и телеконференций, – приводящая к замещению реальных семьи, близких и друзей виртуальными;
- зависимость от «киберсекса» (порнографических сайтов, обсуждения сексуальной тематики в чатах или закрытых группах «для взрослых») [1, с. 519].

Социологические исследования фиксируют увеличение времени, которое тратит молодежь на аудиопрослушивания и видеопросмотры, пользуясь различными каналами массовой коммуникации. «Зависание» в сетях – это не только компенсация дефицита общения, способ самореализации, альтернатива творчеству, канал «выпуска пара» (возможности удовлетворения азартных наклонно-

стей или выхода накопившегося недовольства), но и форма социальной дезадаптации, ухода от проблем и сложностей реальной жизни. Доступность, интенсивность информационных потоков и регулярность обращения к ним способствуют формированию зависимого поведения, аналогичного наркотической аддикции. Чем большая часть времени отводится просмотру и прослушиванию, тем меньшая – уделяется организованному социальному действию, чтению, интеллектуальной и развивающей деятельности. В этом отношении специфичные средства массовой коммуникации могут быть отнесены к одному из наиболее сильных социальных наркотиков.

Агрессивный поток некачественных образцов массовой культуры и погружение в виртуальную реальность (отстранение и уход от действительных проблем) программируют интеллектуальное иждивенчество и инфантильность молодых людей. Размывание ценностных ориентаций в современном социокультурном пространстве ведет к утрате способности противостоять аморальности и бездуховности. Анализируя формы досуга, преобладающие в молодежной среде, А. И. Ковалева отмечает, что они со всей очевидностью направлены не на творчество и духовное развитие, а на отдых, развлечения, получение удовольствий, рекреацию [4, с. 109–115].

Кризис нравственности, «вымывание» общепринятых моральных норм, дегуманизацию сознания молодежи подтверждают результаты многочисленных социологических опросов. Налицо тенденция сокращения тех, кто придерживается таких устоявшихся в обществе ценностей, как чувство долга, честность, искренность, коллективизм, доброта, милосердие. Принципы рационализма и прагматизма, эгоизм, отстаивание личной выгоды и желание «наслаждаться жизнью» берут верх над порядочностью и социальной ответственностью.

В социологическом исследовании «Город как наркогенное пространство», проведенном нами в 2012 г. в четырех вузах Екатеринбурга (число студентов-участников составило 319 человек), зафиксированы патология негативного поведения и стиля жизни,

расширение диапазона дозволенного. Так, респонденты отметили, что в их компании принято (т. е. является нормой) пить пиво (30%), курить (21%), употреблять спиртные напитки и использовать нецензурную лексику (18%), играть в азартные игры (13%), употреблять наркотики (2%).

Социальные отклонения в среде современной молодежи имеют определенные предпосылки, обусловленные совокупностью объективных социально-культурных и социально-экономических процессов.

Во-первых, в XX в. произошла эмансипация молодежи и выделение ее в отдельную социально-демографическую, а затем и социально-культурную группу, что во многом связано со значительным увеличением временного отрезка, необходимого для полноценного вхождения растущего человека в социум, удлинившимися сроками обучения, подготовки к профессиональной деятельности и обретения самостоятельности. При этом практически полное замещение домашнего обучения обязательными официальными институтами образования, либерализация воспитания, приоритетность свобод личности, урбанизация с ее анонимностью и т. д. – все эти факторы не могли не повлиять на сознание молодежи и ослабили контроль за поведением подрастающего поколения со стороны как родителей, так и общества. Молодежь постепенно завоевала право, по крайней мере в индустриально развитых странах, вести такой образ жизни, который она считает нужным. Возникла особая молодежная субкультура, отмежевавшаяся от культуры взрослых. Заметим попутно: особому молодежному стилю часто стараются подражать и представители старшего поколения, и высших слоев общества – т. е. ценности молодежного образа жизни распространяются очень широко, а молодым становится быть модно.

Во-вторых, переход общества в фазу массового потребления способствовал распространению идеологии и философии гедонизма (своеобразного индивидуалистического эгоизма). В. И. Ильин обращает внимание на заметные сдвиги, произошедшие в мотивационной структуре, структуре потребностей, потребительском по-

ведении молодежи, которое все больше направляется на удовлетворение статусных, функциональных и сиюминутных желаний и прихотей [2, с. 83]. Официальной целью жизни в обществе потребления провозглашается получение максимального наслаждения, разнообразных ощущений, удовольствий, в том числе и самых экзотических, самых острых и опасных, к которым, безусловно, относится и употребление наркотиков. Стремление все попробовать, преодолеть все запреты, испытать неведомые ранее ощущения при отсутствии религиозности и сформированных ценностей у части молодежи – важнейшая предпосылка девиантного поведения.

В-третьих, культ моды, вещизма и потребления овладевает сознанием молодежи и приобретает универсальный характер. Когда приобщение к миру престижных и красивых вещей становится самоцелью существования и смыслом бытия, человек с большой долей вероятности превращается в объект манипуляции со стороны производителей престижных предметов и различного рода развлечений. Сегодня огромная часть рынка товаров и услуг, целые отрасли индустрии в сферах производства одежды, аксессуаров, парфюмерии, отдыха, туризма, зрелищ, спорта работают, ориентируясь исключительно на вкусы и интересы молодежи. Молодые люди как инновационная группа вовлекаются в символическую работу по развитию собственных стилей, а также по прочтению и декодированию стилей одежды других, соотнесению этих стилей с музыкальными, политическими и социальными ориентациями. Они апробируют товары-новинки и утверждают свой особый (раскованный, свободный) стиль жизни, свои направления развития моды. В этом смысле молодежь становится референтной группой общества.

В-четвертых, невозможно оспаривать необычайное усложнение современной жизни, убыстрение ее темпов и, соответственно, повышение требований, которые предъявляются к современной молодежи: к ее образованию, умению мобильно перестраиваться, переобучаться. Далеко не каждый может вынести это бремя. Как известно, человек, вступающий сегодня во взрослый мир, должен

иметь за плечами не менее 9–11 классов, потом он сталкивается с необходимостью выбрать профессию, делать карьеру, материально обеспечить себя. Не все молодые люди психологически и физически готовы к этим испытаниям. Если еще учесть, что в подростковом и юношеском возрасте происходит физиологическая перестройка организма, продолжающаяся иногда до 25 лет, и для растущего человека, формирующейся личности характерна психическая неустойчивость, то становится очевидным, что стрессы и перегрузки могут выступать факторами, провоцирующими социальные отклонения в молодежной среде.

В-пятых, в современном обществе молодежь становится неконкурентоспособной социально-демографической группой в силу того, что при наборе сотрудников работодатели уделяют все больше внимания не только уровню образования, но и наличию определенного опыта работы. Поэтому в период кризиса выпускникам образовательных учреждений высшего и среднего профессионального обучения все труднее найти работу. Увеличивается количество молодых безработных и тех, кто занят трудом, который не соответствует ни их квалификации, ни профилю подготовки, не говоря уже о личных желаниях и сумме заработной платы. В обществе, где потребление – маркер успешности, заметно нарастание пессимистических настроений молодежи. Отсюда желание представителей данной инновационной социальной группы добиться личных целей любыми способами, включая аморальные и криминальные.

Таким образом, менталитет современной молодежи имеет ряд особенностей: пластичность ценностно-нормативной системы; адаптивность, открытость новому, инновационность восприятия социальной реальности; максимализм, стремление критически переосмыслить накопленные культурные ценности и нормы; синкретизм, фрагментарность и противоречивость ценностных ориентаций и установок, присутствие конфликтующих интересов, несовместимых ценностей, непредсказуемых реакций на социальные раздражители, мозаичность мировоззрения; активность, установка на социальное лидерство и жизненный успех; неадекватность в оценках социальной ситуации.

Молодежная ментальность создает поле для социального экспериментирования, что неизбежно порождает склонность к социальным отклонениям как позитивного, так и негативного характера.

Литература

1. Горшков М. К. Российское общество как оно есть (опыт социологической диагностики). М.: Новый хронограф, 2011. 672 с.
2. Ильин В. И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. 224 с.
3. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2012 [Электрон. ресурс] // Институт фонда «Общественное Мнение». 2012. Режим доступа: <http://www.fom.ru>.
4. Ковалева А. И. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория // Социологические исследования. 2003. № 1. С. 109–115.