



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 132–138

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 132–138

<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-132-138>

Научная статья

УДК 316.61

Современные социальные технологии конструирования государственной идентичности молодежи: потенциал образно-символической информации



В. Н. Ретинская ✉, И. А. Мурзина

Пензенский государственный университет, Россия, 440026, г. Пенза, ул. Красная, д. 40

Ретинская Вера Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного управления и социологии региона, bvnp@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0425-4046>

Мурзина Ирина Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного управления и социологии региона, mirgmu@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7791-4378>

Аннотация. Статья посвящена месту образно-символических элементов современного информационного пространства в процессе конструирования государственно-гражданской идентичности российской молодежи. Анализируются опасности, угрожающие данному процессу и связанные с «цифровизацией» современного общества. Показано, что образно-символические компоненты российской культуры обладают значительным социально-технологическим потенциалом с точки зрения решения проблемы нивелирования либо компенсирования тех тенденций в интернет-пространстве, которые представляют угрозу для воспроизводства позитивной государственной идентичности молодежи. Поднимается вопрос о необходимости модификации содержания и форм информационной политики в данной сфере. Особое внимание уделяется перспективам «образного наполнения» таких форм информационного влияния на молодежь, как компьютерные игры и социальная реклама.

Ключевые слова: государственно-гражданская идентичность, молодежь, цифровизация, образ, образно-художественное воздействие, социальные технологии

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Экспертного института социальных исследований (проект № 21-011-31769).

Для цитирования: Ретинская В. Н., Мурзина И. А. Современные социальные технологии конструирования государственной идентичности молодежи: потенциал образно-символической информации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 132–138. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-132-138>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Modern social technologies of constructing the state identity of youth: The potential of figurative and symbolic information

V. N. Retinskaya ✉, I. A. Murzina

Penza State University, 40 Krasnaya St., Penza 440026, Russia

Vera N. Retinskaya, bvnp@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0425-4046>

Irina A. Murzina, mirgmu@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7791-4378>

Abstract. The article considers the place of figurative and symbolic elements of modern information space in the process of constructing the state-civil identity of Russian youth. The dangers threatening this process and related to the “digitalization” of modern society are analyzed. It is shown that the figurative and symbolic components of Russian culture have significant socio-technological potential in terms of solving the problem of leveling or compensating for those trends in the Internet space that pose a threat to the reproduction of positive state identity of young people. The question of the need to modify the content and forms of information policy in this area is raised. Particular attention is paid to the prospects of “imaginative content” of such forms of informational influence on young people as computer games and social advertising.

Keywords: state-civil identity, youth, digitalization, image, figurative and artistic impact, social technologies

Acknowledgements: This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research and Expert Institute for Social Research (project No. 21-011-31769).

For citation: Retinskaya V. N., Murzina I. A. Modern social technologies of constructing the state identity of youth: The potential of figurative and symbolic information. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 132–138 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-132-138>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)



В условиях происходящих трансформационных и модернизационных процессов особую актуальность приобретает проблема формирования социальной идентичности молодежи, в том числе конструирования ее государственно-гражданской идентичности. Большинство проблем социального, политического, профессионального, культурного плана, встающих перед молодыми людьми, в конечном счете проявляется именно в сфере формирования идентичности, которая, безусловно, является важнейшим элементом субъективной реальности. Присущий современным реалиям жизненный динамизм побуждает современное молодое поколение адаптироваться к быстрым трансформациям социально-экономического и культурно-ценностного пространства, вырабатывать свои убеждения и ценности, находиться в постоянном поиске новых форм идентичности. Как подчеркивают М. К. Горшков и Ф. Э. Шереги, «отсутствие ... устойчивого мировоззрения, ясного образа модели государства в массовом сознании молодежи, – ведет к конфликтности ее поведения, напряжениям во взаимоотношениях с социальными институтами»¹.

В условиях цифровизации и глобализации современного мира национальные приоритеты развития Российской Федерации предполагают рассмотрение вопросов государственно-гражданской идентичности молодежи с позиции стратегических ориентиров. Решение задачи конструирования ценностно-смыслового содержания государственно-гражданской идентичности молодежи должно носить системный и комплексный характер. При этом формирование государственно-гражданской идентичности требует определенного набора механизмов, позволяющих влиять на молодое поколение через реализацию информационной, культурной и образовательной политики с целью развития гражданственности и патриотизма, в том числе усилив ее образно-символический потенциал.

В Основах государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года говорится о необходимости выработки в молодежной среде приоритета национально-государственной идентичности, воспитания чувства гордости за Отечество². Согласно Федеральному закону «О молодежной политике в Российской Федерации» и Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, воспитание гражданственности и патриотизма выделяется в качестве базового направления реализации как молодежной политики, так и государственной национальной политики Российской Федерации, в том числе и как эффективный инструмент профилактики

экстремизма³. При этом в качестве основных механизмов, направленных на формирование и укрепление государственно-гражданской идентичности в молодежной среде, данные документы выделяют следующие:

- разработку и реализацию различного уровня и статуса программ и проектов, в том числе и на уровне субъектов РФ;

- совершенствование условий для осуществления образовательного и воспитательного процессов в образовательных организациях общего, средне-профессионального и высшего образования, в том числе посредством включения в учебные планы дисциплин, направленных на воспитание традиционных российских духовно-нравственных ценностей, формирование у российской молодежи на всех этапах образовательного процесса государственно-гражданской идентичности, в основе которых лежат гражданское самосознание, патриотизм и чувство гордости за отечественную историю;

- системную поддержку общественных инициатив, направленных на формирование активной гражданской позиции и укрепление государственно-гражданской идентичности в молодежной среде;

- формирование информационного поля, повышение эффективности использования информационной инфраструктуры в интересах воспитания патриотично настроенной молодежи с независимым мышлением, обладающей созидательным мировоззрением⁴.

Вышеуказанные механизмы реализуются через ряд социальных и образовательных технологий, большая часть которых центрируется вокруг системы воспитания государственно ориентированной личности в условиях разнонаправленности информационного воздействия на общественное сознание, в том числе с учетом эскалации пропагандистских войн. Речь идет, прежде всего, о реализации Федерального проекта «Патриотическое воспитание», в ходе которого к концу 2024 г. не менее 24% граждан РФ должны быть вовлечены в систему патриотического воспитания⁵. Следует отметить, что данный проект в большей степени направлен на формирование общероссийской гражданской идентичности в детском и подростковом возрасте (первичная социализация) и в меньшей степени – на сферу вторичной социализации молодежи. Последняя выстраивается по большей части в контексте политики исторической памяти и соответствующей популяризации историко-культурных, природных и иных символов и образов России. Все это предполагает использование возможностей различных социальных технологий⁶.



Однако в отечественной социально-управленческой практике до сих пор отсутствует концептуальное видение решения данной проблемы. В частности, как показывает практика, символический аспект указанных проблем сильно заформализован. В первую очередь, он сконцентрирован на придании символам особого статуса посредством утверждения государственной официальной символики (герб флаг, гимн, георгиевская лента, Знамя Победы и др.), государственных праздников (День народного единства, День Победы, День защитника Отечества, День России) и государственных наград (за выдающиеся заслуги перед Отечеством в том числе в различных областях). Между тем система культурных символов включает в себя особую группу *символов-образов*, воплощающих социальные ценности в единичных (уникальных) художественных формах. Важным преимуществом таких символов является возможность их влияния на сам процесс формирования социальной идентичности, а не просто на закрепление и «рутинизацию» уже усвоенных фрагментов идентификационной иерархии⁷.

Следует отметить, что в современном информационном пространстве, особенно сильно влияющем на вторичную социализацию подрастающего поколения, преобладают социально-конструктивистские модели формирования государственно-гражданской идентичности, ориентированные на презентацию определенной картины социальной (в том числе исторической) реальности, соответствующей системе социально одобряемых ценностей. Это особенно сильно проявляется в увеличении количества различных ток-шоу социально-политической направленности, транслируемых большинством центральных ТВ-каналов. Видимо, российские медиа-элиты предполагают, что информационное преобладание «официальных» интерпре-

таций социальной реальности позволяет почти полностью исключить вероятность формирования девиантных вариантов социальной идентичности в массовом масштабе: даже элементы дискуссии в современных ток-шоу неявно режиссируются так, чтобы официальная точка зрения выглядела наиболее привлекательной.

Между тем надежды на «монополию интерпретаций» становятся менее обоснованными в условиях постоянного роста информационной роли Интернета, где контент интерпретаций социальной реальности поддается контролю с гораздо большей трудностью, а возможность влияния на него со стороны различных зарубежных социально-политических субъектов возрастает.

Ограниченная эффективность социально-конструктивистских технологий влияния на общественное сознание проявилась, в частности, в ходе коронавирусной пандемии, когда активная агитация за вакцинацию в «классических» СМИ не смогла победить массовый скептицизм и антивакцинную пропаганду, транслируемую через Интернет.

Для эмпирического анализа влияния цифровизации социального пространства на формирование государственной идентичности молодежи в сентябре–октябре 2021 г. с участием авторов был проведен массовый социологический опрос. Исследование проводилось на территории трех регионов: г. Москва, Саратовская и Пензенская области. В опросе приняли участие 1000 респондентов из субъектов Федерации с разным уровнем социально-экономического развития и цифровой инфраструктуры.

При ответе на вопрос «Насколько часто Вы пользуетесь Интернетом (кроме пользования мессенджерами)?» около половины опрошенных выбрали ответ «более пяти часов в сутки». Лишь 6,8% респондентов проводят в сети Интернет менее одного часа в сутки (рис. 1).

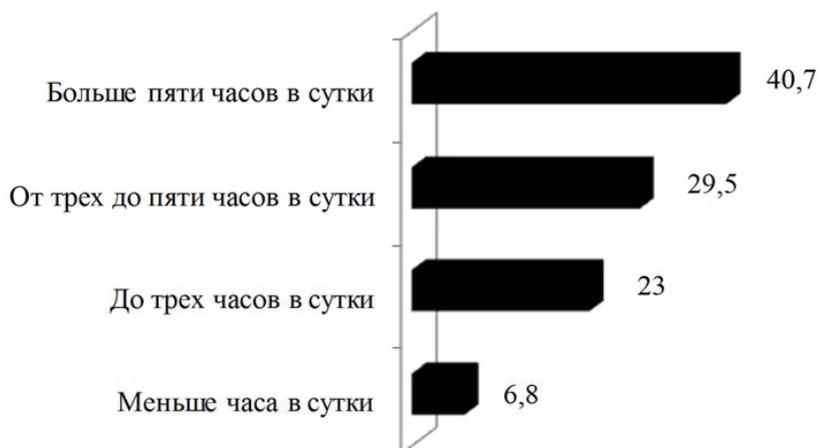


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Насколько часто Вы пользуетесь Интернетом (кроме пользования мессенджерами)?», %



Примечательно, что проведенное исследование не показало существенных различий в уровне

интернет-активности среди провинциальной и столичной молодежи (табл. 1).

Таблица 1

Ответы респондентов, представляющих разные регионы на вопрос «Насколько часто Вы пользуетесь Интернетом (кроме пользования мессенджерами)?», %

Варианты ответов	Москва и Московская область	Саратов и Саратовская область	Пенза и Пензенская область
Меньше часа в сутки	5,7	6,3	7,7
До трех часов в сутки	18,7	21,0	26,3
От трех до пяти часов в сутки	36,6	29,7	27,0
Больше пяти часов в сутки	39,0	43,0	39,0
Всего	100,0	100,0	100,0

Как уже было отмечено, перемены, вызванные цифровизацией, меняют содержание и формы передачи традиционных культурных ценностей и исторической памяти. При этом, как показывают результаты нашего исследования (табл. 2), молодые люди зачастую сосредото-

ны на межличностном общении и потреблении «лаконичного» медийного контента, которое, как известно, лежит в основе так называемой клиповой культуры. Бросается в глаза и преобладание пассивных форм восприятия информации и в целом проведения досуга в цифровой среде.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос «Чем Вы занимаетесь в Интернете», %

Варианты ответов	Доля респондентов
Веду свой блог/канал/сайт/паблик	12,2
Просто «брожу» по Интернету	40,4
Общение, обмен информацией (в том числе в соцсетях, мессенджерах)	82,9
Поиск интересной информации для саморазвития	69,2
Ищу информацию в целях подготовки к занятиям	61,4
Просмотр развлекательного контента (ТикТок, Инстаграм)	62,0
Смотрю фильмы, слушаю музыку	76,3
Играю в игры	25,8
Знакомлюсь	6,1
Другое	3,4

Еще одна проблема, затронутая в ходе опроса, – место Интернета в ряду других информационных (в том числе художественных) источников в процессе влияния на государственную идентичность респондентов.

Участников опроса попросили назвать источники информации, касающейся истории и культуры России, а также символов российского государства (рис. 2).

Итоги опроса показали, что Интернет уже вытесняет из указанной сферы информационного воздействия семейное воспитание и телевидение и в настоящее время по своему влиянию уступает только информационной роли института образования. Если учитывать тенденции в сфере высшего образования, связанные с увеличением роли его дистанционных форм, то следует признать: тренд на усиление влияния Всемир-

ной сети на молодежь будет только усиливаться. Особенно тревожная тенденция – снижение роли художественной литературы в жизни молодых людей. Особая опасность этого явления связана еще и с тем, что постоянное присутствие образцов отечественной литературы в жизни молодых людей обеспечивает успешное воспроизводство такого ключевого символического фактора формирования государственной идентичности, как государственный язык.

В то же время итоги опроса демонстрируют сохранение значительного влияния классических форм художественной культуры на формирование у молодежи представлений об историческом пути и достижениях России. Хорошо известно, в частности, увеличение популярности современного отечественного кинематографа, в том числе фильмов патриотической направленности.



Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос «Где в основном Вы получаете (получали) информацию об истории и культурных достижениях нашего государства, о его символах?», % (вопрос с множественным выбором)

Представляется, что художественное «наполнение» информационного пространства, влияющего на социализацию российской молодежи, может идти по двум направлениям:

1) использование традиционных форм художественной культуры в целях нивелирования (либо компенсирования) тех тенденций в интернет-пространстве, которые представляют угрозу процессу конструирования позитивной государственной идентичности российской молодежи (традиционная и современная детская литература, игровой кинематограф, детская и взрослая мультипликация). Здесь на первый план выходит задача постепенного повышения доли отечественной художественной продукции в сфере массовой культуры;

2) реализация потенциальных возможностей самого Интернета в целях использования художественно-образного контента, влияющего на социализацию молодежи. Такой контент обладает серьезным социализирующим потенциалом: даже в условиях информационного преобладания мировоззренческих оппонентов национальные культурные архетипы, сформированные в детстве и представленные в художественной форме, позволяют воспроизводить традиционные формы позитивной государственной идентичности молодежи.

Нужно принять как факт, что молодое поколение выросло погруженным в современные гаджеты и информационные технологии. Именно поэтому государство и гражданское общество в России должно найти пути адаптации к новой информационной реальности, в которой появляются иные каналы трансляции культур-

ных символов, опирающиеся на все многообразие информационно-коммуникационных (цифровых) технологий в интернет-пространстве.

В этой связи хочется обратить внимание на потенциальные возможности художественной социальной рекламы, которая редко появляется не только в Интернете, но даже на телевидении. Между тем в нашей стране есть опыт создания высококачественной художественной социальной рекламы на ТВ. Прежде всего, речь идет о знаменитом цикле игровых роликов Д. Евстигнеева «Русский проект» (1995–1997 гг.). По нашему мнению, прямой регулярный государственный заказ на создание подобных роликов, ориентированных на пропаганду символов российской государственности, его исторических достижений, в настоящее время является абсолютно необходимым. Нельзя исключить и возможности появления тех или иных символов, олицетворяющих Россию, в коммерческой рекламе (в этой связи можно вспомнить качественные рекламные ролики 1992–1997 гг. Т. Бекмамбетова на историческую тематику «Всемирная история, банк “Империал”»). Там, где речь идет о солидных фирмах с государственным участием, это не только вполне допустимо с воспитательной точки зрения, но и осуществимо в организационном плане.

При этом необходимо не допускать появления в таких роликах профанации ключевых символов государства и его истории. Так, вряд ли желательно использование сакральных символов России в рекламе пива, туалетных принадлежностей и пр. В этой связи встает вопрос о противодействии распространения реклам-



ной продукции, в которой профанируются символы государства, являющиеся неофициальными, соответственно – не защищенные законом. Мы полагаем, что защита неофициальных символов, ассоциирующихся с российской государственностью, должна стать одной из основных задач гражданского общества.

Подчеркнем: сама форма художественной рекламы, с одной стороны, позволяет задействовать эстетический, образный потенциал игрового кинематографа, а с другой – дает возможность приспособить информационное воздействие к реалиям интернет-пространства, отторгающего чересчур длительные по времени формы подачи материала. С этой точки зрения социальная реклама может использоваться как на ТВ, так и в Интернете.

Одной из наиболее перспективных и мобильно развивающихся форм цифрового досуга становятся компьютерные игры, специфика которых позволяет им, по сути дела, выступать в качестве инструмента социализации молодежи. Кроме всего прочего, компьютерные игры могут выступать эффективным способом борьбы с историческими фальсификациями и интерпретациями, дискредитирующими символы и образы российской государственности.

Отечественные исследователи, в частности Н. А. Масленкова, очень четко показывают основной принцип конструирования государственно-гражданской идентичности с использованием воспитательного потенциала видеоигр: «...компьютерные игры позволяют не просто наглядно воссоздать прошедшие события, но именно предложить альтернативные варианты развития истории... Более того, компьютерные игры, в отличие от книги или кинематографа, дают возможность игроку самому участвовать в изменении прошлого и в создании той истории, которой не было в действительности. Игрок получает именно личный опыт, пусть и виртуальный, переживания моделируемых в игре исторических событий»⁸. Поскольку процесс формирования гражданственности и патриотизма наиболее успешен в детском и подростковом возрасте, здесь наиболее эффективен не метод запретов, а путь конкуренции, связанный с разработкой отечественных компьютерных игр с историческим содержанием, прямо или косвенно пропагандирующих патриотизм.

К примеру, согласно данным немецких исследователей, за последние 35 лет было разработано более 500 виртуальных игр, так или иначе сюжетно связанных с событиями Второй мировой войны⁹. В российской практике также есть подобный положительный опыт. Речь идет, прежде всего, об авиасимуляторе «ИЛ-2

Штурмовик» и онлайн-игре в реальном времени «World of Tanks». Причем данные продукты являются исторически достоверными и наиболее популярными – и не только среди отечественных, но и среди зарубежных пользователей.

Вероятно, данное направление символической политики должно реализовываться через госзаказ военных ведомств на разработку большего количества игр с военно-патриотическим содержанием.

Отметим: компьютерные игры находятся как бы на границе образно-художественных форм воздействия на личность. В то же время развитие соответствующих технологий приводит к тому, что игровое пространство здесь приобретает все более и более реалистические формы, сближающие это пространство, к примеру, с пространством игрового художественного фильма, что усиливает социализирующее воздействие компьютерных игр на ценностном уровне.

В то же время мир компьютерных игр несет в себе потенциальные риски для конструирования государственной идентичности молодых людей: некоторые симуляторы и игры-стратегии создают возможности не только для моделирования различных альтернативных вариантов развития исторических событий, но и для игровой идентификации человека с иными сообществами, в том числе в условиях противостояния с теми персонажами (техническими средствами, оружием и пр.), которые «представляют» Россию. С этой точки зрения важно, чтобы разработанная программа не позволяла даже в виртуальном мире играть нашим молодым людям «против своих».

В целом же формирование чувства принадлежности к государству и вовлеченность в политическую и общественную жизнь страны в цифровой среде целесообразно осуществлять через интересный для молодежи мультимедийный контент. Цифровой мир можно использовать как площадку для государственно-общественных инициатив в виде онлайн-акций, флешмобов исторической и гражданской направленности. Яркие примеры проведения в онлайн-формате подобного рода акций, обладающих явным художественно-эстетическим содержанием, – «Свеча памяти», «Бессмертный полк».

Информационное наполнение аккаунтов органов власти и молодежных организаций в социальных сетях ограничивается формальными требованиями существующего законодательства и является малопривлекательным для молодого поколения. С учетом этого необходимо более гибко использовать имеющиеся технологические возможности и наряду с тради-



ционными формами трансляции культурной и исторической символики использовать востребованные молодежью форматы – такие, к примеру, как reels и видеоролики. В этом случае будут обеспечиваться открытость и прозрачность органов власти и общественных организаций, возрастать уровень доверия молодежи к государству, и в конечном итоге укрепляться любовь, уважение к своей стране, региону.

Таким образом, государство не должно недооценивать образно-символические аспекты конструирования государственно-гражданской идентичности молодежи. При этом основным целевым ориентиром общественно-государственной системы воспитания в условиях цифровизации должна стать государственно ориентированная молодежь, а сама система – обладать достаточной гибкостью и включать в себя как традиционные, так и инновационные формы художественно-образного влияния на становление личности.

Примечания

- ¹ Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований / под ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. М. : ФНИСЦ РАН, 2020. С. 131.
- ² См.: Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года : распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- ³ См.: О молодежной политике в Российской Федерации :

федер. закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» ; О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года : указ Президента РФ от 19.12.2012 № 1666. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

- ⁴ См.: Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года ; Стратегия противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 года (утв. Президентом РФ 28.11.2014 № Пр-2753). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- ⁵ См.: Федеральный проект «Патриотическое воспитание». URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/> (дата обращения 25.12.2021).
- ⁶ См.: Пинчук В. Ю. Государственная идентичность и ее формирование у студенческой молодежи // Педагогические и социальные проблемы образования : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Чебоксары : ИД «Среда», 2019. С. 37–41.
- ⁷ См.: Ивченко С. Г., Воробьев В. П., Еремина Е. В. Соотношение мифологических, идеологических и образно-символических механизмов конструирования государственной идентичности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия : Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 4. С. 372–376. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-4-372-376>
- ⁸ Масленкова Н. А. Компьютерная игра как механизм конструирования культурной памяти (на примере «World of Tanks») // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. 2014. № 3 (23). С. 119.
- ⁹ См.: Макаренко В. Видеоигры в информационной и психологической борьбе. URL: <https://psywar.org/lib/psywar39.htm> (дата обращения: 25.12.2021).

Поступила в редакцию 07.02.2022; одобрена после рецензирования 20.02.2022; принята к публикации 22.02.2022
The article was submitted 07.02.2022; approved after reviewing 20.02.2022; accepted for publication 22.02.2022