

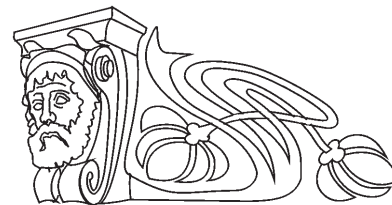


Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 145–154
Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 145–154
<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-145-154>

Научная статья
УДК 316.4.051.63

Ценности российской молодежи в социальном и этнокультурном контексте (на примере фокус-групп в Саратовской и Самарской областях)



Е. И. Пашина¹, И. В. Бабаян²✉, А. Д. Любимова³

¹Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А., Россия, 410054, г. Саратов, ул. Политехническая, д. 77

²Саратовская государственная консерватория имени Л. В. Собинова, Россия, 410012, г. Саратов, просп. Кирова, д. 1

³Приволжская железная дорога – филиал ОАО «РЖД», Россия, 410031, г. Саратов, ул. Московская, д. 8

Пашина Екатерина Игоревна, кандидат социологических наук, доцент кафедры «Бизнес-технологии и логистика», pashinaei@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9759-4954>

Бабаян Инна Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин, innabv@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0375-3839>

Любимова Алена Дмитриевна, кандидат социологических наук, ведущий специалист по управлению персоналом, куратор молодежной политики, alena.lubimova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2314-8203>

Аннотация. В статье представлен теоретический и эмпирический анализ феномена ценностей молодежи в контексте социальных и этнокультурных трансформаций российского общества. Результаты фокус-групп, проведенных с молодежью Саратовской и Самарской областей в возрасте от 18 до 35 лет, показали контексты проявления терминальных ценностей – семьи, здоровья, саморазвития, свободы и личностно-профессиональной самореализации, выступающих в качестве базовых ориентиров молодого поколения, и особенностей отношения к этнокультурным различиям.

Ключевые слова: молодежь, поколения, ценности, этнокультурные различия, социальная сплоченность

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Экспертного института социальных исследований (проект № 21-011-31499 «Региональная перспектива развития молодежной политики нового поколения в контексте субъективного благополучия и трансформации ценностей этнических групп молодежи»).

Для цитирования: Пашина Е. И., Бабаян И. В., Любимова А. Д. Ценности российской молодежи в социальном и этнокультурном контексте (на примере фокус-групп в Саратовской и Самарской областях) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 145–154. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-145-154>

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

Article

Values of Russian youth in the social and ethno-cultural context (On the example of the focus groups in the Saratov and Samara regions)

E. I. Pashinina¹, I. V. Babayan²✉, A. D. Lyubimova³

¹Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, 77 Politechnicheskaya St., Saratov 410054, Russia

²Saratov State Conservatoire, 1 Prospekt Kirova, Saratov 410012, Russia

³Privolzhskaya Railway – branch of Russian Railways, 8 Moskovskaya St., Saratov 410031, Russia

Ekaterina I. Pashinina, pashinaei@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9759-4954>

Inna V. Babayan, innabv@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0375-3839>

Alena D. Lyubimova, alena.lubimova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2314-8203>

Abstract. The article presents a theoretical and empirical analysis of the phenomenon of youth values in the context of social and ethno-cultural transformations of Russian society. The results of focus groups conducted with the youth of the Saratov and Samara regions aged 18 to 35 showed the contexts of the manifestation of terminal values – family, health, self-development, freedom and personal and professional self-realization, acting as the basic guidelines of the younger generation and the characteristics of the relationship to ethnocultural differences.

Keywords: youth, generations, values, ethno-cultural differences, social cohesion



Acknowledgements: This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research and Expert Institute for Social Research (project No. 21-011-31499 "Regional perspective of the development of a new generation of youth policy in the context of subjective well-being and transformation of values of ethnic groups of young people").

For citation: Pashinina E. I., Babayan I. V., Lyubimova A. D. Values of Russian youth in the social and ethno-cultural context (On the example of the focus groups in the Saratov and Samara regions). *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 145–154 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-2-145-154>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4,0 International License (CC-BY 4.0)

Границы взросления современной молодежи постоянно пересматриваются представителями научного сообщества, специалистами по работе с молодежью, а также представителями власти разных поколений современного общества. Выявление ценностных детерминант современной молодежи связано как с определением «демаркационных линий» данной социально-демографической группы, так и с установлением социальных смыслов и значения периода юности и ранней взрослости. Законодательное номинальное определение возрастного диапазона молодежи от 14 до 35 лет содержательно дополнено социальными ожиданиями самореализации молодежи в качестве членов молодой семьи, предпринимателей, специалистов и ученых, членов молодежных объединений и сообществ. Трансформация ценностной системы молодежи в современном обществе связана с внедрением новых технологий, необходимостью реагировать на угрозы социально-экологической, эпидемиологической, информационной и этнонациональной безопасности.

В данной работе ставится задача представить особенности артикуляции молодежью значений личных, семейных, профессиональных, этнокультурных ценностей на основе теоретических подходов и эмпирических данных. Рассмотрим поколенческий и социокультурный подходы к анализу ценностных детерминант современной молодежи, а также подходы к исследованию ценностной базы с учетом этнонационального контекста российского общества.

Теории поколений представляют структуру общества как последовательность возрастных групп, отличающихся друг от друга, помимо прочих факторов, особым опытом проживания значимых социальных событий и процессов, что применительно к молодежи трансформируется в калейдоскоп образов жизненных миров разных поколений современности. Концепция поколений Н. Хоува и У. Штрауса¹ позволяет учитывать возможности реверсивного движения знаний, ценностей, поведенческих паттернов между поколениями. Условное популярное для современных менеджеров разделение возрастных подгрупп поколения молодежи на «иксов» (поколение X, или «поколение сэндвича»), «игреков» (поколение Y, или «миллениалов») и

«зумеров» (поколение Z) базируется на общем опыте проживания динамично меняющихся условий жизни в эпоху цифровизации и проявлении отличающегося отношения к занятости, коммуникациям и самопрезентации, собственному здоровью, жизненным планам и карьерным стратегиям.

Ценности как обобщенные мнения множества представителей общества о целях, нормах, традициях на основе совместного переживания исторических событий представляют собой квинтэссенцию культуры этнонациональных групп. По мнению исследователей, «система ценностей всегда выступает как реализация особенностей конкретной культуры»², подчеркивая ее исторический этап, внутренние особенности и взаимодействие с другими культурами. При этом авторы подчеркивают, что современные процессы глобализации сопровождаются как размыванием традиционных и национальных ценностей, так и разрушением их системообразующего принципа. Такой дискурс угрозы разрушения национальных ценностей предусматривает усиление работы традиционных социальных институтов по воспроизводству традиционных культурных кодов, а также поиск новых способов формирования социальных общностей, солидарностей и сплоченности.

Воспитание духовно-нравственных традиционных ценностей у нового поколения детей и молодежи в качестве стратегических российских приоритетов формулируется в Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р. В данном документе понятие «ценности» раскрывается в системе ряда качеств, установок и смыслов, рассматриваемых как «сложившиеся в процессе культурного развития России», таких как «человеколюбие, справедливость, честь, совесть, воля, личное достоинство, вера в добро и стремление к исполнению нравственного долга перед самим собой, своей семьей и своим Отечеством», подчеркивается необходимость «возрождения семейных и нравственных ценностей с учетом роли религии и традиционной культуры местных сообществ». В число «традиционных российских культурных» ценностей включены эстетические,



нравственные и семейные ценности и нормы поведения, причем делается акцент на «создании равных для всех детей возможностей доступа к культурным ценностям», необходимость их популяризации. С позиций конструирования гражданской идентичности в рассматриваемой Стратегии ставится задача «воспитания у детей активной гражданской позиции, гражданской ответственности, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях», предусматривая «осознанную выработку собственной позиции по отношению к ним [к современным общественно-политическим процессам] на основе знания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны». На основе данной Стратегии О. В. Осипов и Ш. Ш. Хайрулин представляют перечень духовно-нравственных ценностей, предусмотренных для трансляции в образовательных программах: патриотизм, социальная солидарность, гражданственность, семья, труд и творчество, наука, традиционные российские религии, искусство и литература, природа, человечество³.

Репликация этнических ценностей в молодежной группе в многонациональном государстве, по нашему мнению, зависит от силы процессов интеграции, ассимиляции представителей разных этнических групп в российский правовой и культурный контекст и от силы контроля над сохранением культурных традиций и ценностей в этнических сообществах, диаспорах. Ввиду смещения акцента в современной научно-политической риторике при определении понятий «национальность» и «нация» с этнокультурного значения на политическое в статье нами будут использоваться понятия «этнонациональные» и «этнокультурные ценности». Категория «национальные ценности», по мнению И. Б. Кардашовой, может опираться на трактовку понятия «нация», понимаемую как «сообщество граждан государства, основанное на политическом выборе» или как «связанное с культурой и общим происхождением»⁴. В Российском государстве, включающем более 190 народностей, согласно Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, принятой Указом Президента РФ от 19.12.2012 № 1666, российская нация представляет собой «многонациональный народ Российской Федерации – сообщество свободных равноправных граждан Российской Федерации различной этнической, религиозной, социальной и иной принадлежности, обладающих гражданским самосознанием». А. П. Козлов говорит о национальных ценностях и интересах с позиции отстаивания государственных интересов на мировой арене⁵, особенно в условиях «конфликта цивилизаций».

Переход от традиционных к современным семейным ценностям в аспекте мнений этнических групп молодежи представлен в работе С. Н. Абдуллаевой. Автор отмечает, что положение семьи, которая является ценностью как для государства, так и для отдельного человека, может считаться показателем социального благополучия страны. На основании эмпирического исследования мнений молодежи двух этнических групп – русских и крымских татар – были сделаны выводы, что «между современными семьями, принадлежащими к разным культурам, больше сходства, нежели между семьями традиционными и современными, принадлежащими к одной культуре»⁶. Такой подход говорит о силе влияния генерационных связей, способных трансформировать традиционные ценности. Одновременно автором отмечаются более выраженные в русской семье процессы нуклеаризации, сопровождающие переход от патриархальной к современной форме семейной организации, тогда как в семьях крымских татар молодежь в большей степени отмечается сохранение традиционных отношений с вертикальной иерархией и доминированием патриархальных установок.

В продолжение Л. Л. Пучкова отмечает наличие универсальных культурных ценностей «вне зависимости от пола и этнической принадлежности – это здоровье, любовь, материально обеспеченная жизнь, семья, духовность, интересная работа, образованность, эффективность в делах, независимость и ответственность»⁷. В ее исследовании гендерных и этнопсихологических особенностей ценностных приоритетов студентов (сравнение русских и крымских татар) в женской подгруппе проявились значимые этнопсихологические различия в ценностных ориентациях: для крымских татарок приоритетны традиции и терпимость, тогда как русские студентки больше ценят независимость и чуткость. Одновременно в мужской молодежной подгруппе оказались более значимы ценности интересной работы, материально обеспеченной жизни, общественного признания, развития, терпимости, эффективности в делах, не коррелирующие с этничностью.

Выявление особенностей восприятия процесса взросления, его переломных точек, признаков и границ тремя возрастными подгруппами молодежи позволяет продемонстрировать инсайдерский взгляд на маркеры перехода от детства к взрослости. На основе материалов 12 фокус-групп (в примерах – ФГ), проведенных в период с сентября по ноябрь 2021 г. с молодежью Саратовской и Самарской областей в возрасте от 18 до 35 лет, решается задача выявления их отношения к старшим и младшим поколениям, признаков собственной зависимо-



сти и автономии, включения в процессы цифровизации, образования и самореализации.

Ценностные трансформации позволяют фиксировать культурное разнообразие когорт, каждое из которых характеризуется набором поколенческих качеств. Ценности порождают сообщества с нетривиальным подходом к разным измерениям жизненного мира человека. Данный феномен конгруэнтен взглядам Т. Парсонса, согласно которым ценности способны как объединять людей, так и разобщать их, формируя социальные классы, категории, в том числе поколенческие. Через ценности устанавливается исключительность социальных групп, отличающая их друг от друга⁸. В связи с этим актуальным представляется изучение дифференциации молодежного сообщества посредством обращения к системе ценностей разных когорт.

Наиболее популярные ценности молодежи, принявшей участие в исследовании, можно категоризировать по трем направлениям: *гуманистические*, направленные на поддержание духовно-нравственного уровня общества и не привязанные к конкретным времени и пространству культуры; *социальные* ценности, регулирующие все взаимодействия внутри группы и отличающиеся в соответствии с социально-демографическими характеристиками; *личные*, обусловленные внутренней референцией человека – его собственным мнением и видением ситуации. Кроме этого, нами сделан акцент на представленности значения этнокультурных ценностей, проявлений толерантности или напряженности во взаимодействии с представителями разных этнических групп.

Гуманистические ценности молодежи. Гуманистические ценности на протяжении многих веков пронизывают социальную жизнь нашего общества и представляют собой общечеловеческие нравственные качества, формирующие духовную культуру личности. Формирование представлений о данном феномене началось еще в Античный период, и постепенно со временем набор общечеловеческих установок пополнялся все новыми и новыми понятиями. Мыслители разных эпох, в соответствии с контекстуальным влиянием времени, демонстрировали свое понимание гуманизма, в связи с чем сегодня мы получаем богатый набор ценностей данного порядка.

Для Сократа и Аристотеля ключевой гуманистической ценностью считалось умение человека сделать выбор и принять решение⁹. С расцветом и распространением христианской культуры в обществе утвердились любовь, милосердие, сострадание как обязательные составляющие жизненных приоритетов индивида. В эпоху Возрождения начала культивироваться

именно самостоятельность человека, выражающаяся в его независимости и от религиозных теорий, и от природы и стихии.

Рассмотрим, как гуманистические ценности, проверенные временем и пользовавшиеся авторитетом у наших предшественников, проявляются в системе жизненного мира современной молодежи. Исследование показало, что современная молодежь находит в своем существовании место милосердию и состраданию. В интервью информанты говорят о своей добровольческой деятельности как одной из ключевых ценностей их экзистенции. При этом чаще помощь ближнему встречается среди ценностей 18–24-летних молодых людей, которых условно можно обозначить как поколение Z. Выявленная в рамках исследования тенденция подтверждается данными Росстата. В 2020 г. в России было официально зарегистрировано около 2,7 млн волонтеров старше 15 лет (для сравнения: в 2019 г. их было на 266 тыс. чел. меньше)¹⁰. Кроме того, на платформе «Добровольцы России» зарегистрированы более 2 млн чел., среди них большинство относится к возрастной группе 18–24 лет (39,49%), на втором месте – возрастная группа младше 18 лет (24,41%). Таким образом, мы видим, что значительная часть волонтерского сообщества – это так называемые зумеры, или пост-миллениалы.

Среди представителей поколения Y, принявших участие в исследовании, также есть люди, занимающиеся добровольчеством. Однако, в отличие от зумеров, их включенность в волонтерскую деятельность является дискретной, носит разовый характер:

Ну, я ходила, да. Бывали массовые мероприятия, бывали, так, помоги, принеси, встречу (ФГ 4, 25–30 лет, жен., Саратов).

Пост-миллениалы чувствительны к социальным проблемам, поскольку с детства имеют доступ к новостям о событиях, происходящих в обществе. Если предыдущие поколения в силу цензуры и ограниченности в информационных ресурсах не видели картину мира целиком, то зумеры с малых лет слышат о неопределенной экономической ситуации, экологической катастрофе, терроризме, бедности. Это заставляет данную когорту чаще остальных возрастных групп задумываться о таких ценностях, как милосердие, сострадание, забота, и насыщать ими свою жизнь:

Сострадание, доброта – это то, что касается первое человека (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

Они негативно относятся к кампаниям, наносящим вред природе, работают в благотворительных и волонтерских организациях и жертвуют на социальные проекты свои сбережения:



Я, как эковолонтер, вот как недавно вернулась с Байкала два дня назад, и мы открывали тропу там в заповедник, то есть специальную тропу сделали экологическую (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

Что немаловажно, они не преследуют цель быть замеченными посредством волонтерства, им важно чувствовать себя причастными к благому делу, помогая нуждающимся:

Когда ты чувствуешь себя полезным, нужным, чтобы без тебя не обходится что-то, какое-то любое действие, и ты понимаешь свою значимость в жизни определенных людей (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

Еще одна категория в системе ценностей современной молодежи – это свобода. Если ранее в трактовке философов и мыслителей свобода сводилась к независимости от природы и теологии, то сегодня молодые работники видят в этом свою автономность от ближайшего окружения (родственники, друзья, работодатель) и материальных благ:

Свобода – это полная независимость не то, что даже от материальных ценностей, независимость даже от людей, от тех же родителей (ФГ 4, 25–30 лет, муж., Саратов).

Молодые люди определяют свободу как самоцель, считая, что к достижению независимости надо стремиться:

Я не считаю себя свободным, но я хочу к этому стремиться. Но я даже не уверен, что в итоге моей жизни получится достичь этой свободы, но я хотел бы. Я все-таки ставлю ее выше всего (ФГ 4, 25–30 лет, муж., Саратов).

При этом свобода в системе гуманистических ценностей наиболее явно выражена у миллениалов – информантов в возрасте старше 25 лет. Миллениалы ценят свободу и независимость, в том числе в административных вопросах и в рамках взаимодействия с работодателем. Согласно данным опроса «Millennial Survey от Deloitte», свобода для людей 18–35 лет выражается в возможности выбрать гибкий график работы. Именно поэтому среди представителей поколения Y замечено много фрилансеров, согласно статистике. Большинство опрошенных считают, что работа из дома снижает стресс (69%) и позволяет поддерживать баланс труда и отдыха (67%)¹¹.

Детство и взросление поколения Y происходило в неблагоприятных условиях, характеризующихся чередой дефолтов и экономических кризисов. Их родители вынуждены были постоянно пропадать на работе, искать дополнительный заработок, чтобы прокормить семью:

Во время моего детства, девяностая восьмой год, цены выросли в пять раз, а зарплаты

вообще не повысились, а у кого-то даже отсутствовали. И при этом... не знаю... никто не впал в истерику по большому счету (ФГ 4, 31–35 лет, жен., Самара).

Многие миллениалы и сами вынуждены были искать возможность поправить материальной положение своей семьи. Опыт родителей, потративших свою жизнь на работу, не имевших возможность нормально отдыхать, иметь личное хобби, сделал поколение миллениалов свободолюбивым. Они как можно дольше отказываются от разного рода обязательств – вступление в брак, рождение детей, приобретение жилья¹².

Боясь потерять свободу, представители данного поколения отказываются от взглядов в отношении семьи, которые продуцировали их родители:

Если я не женился, не родил ребенка, то значит я и не жил. Я считаю, что это глупость. Я вот, например, уже четко для себя решил то, что я не хочу детей. Я не хочу свадьбу (ФГ 4, 25–30 лет, муж., Саратов).

Что парадоксально, именно стремление быть свободными препятствует взрослению молодежи.

Помимо феноменов милосердия и свободы, в качестве важной гуманистической ценности современная молодежь называет любовь. Однако данное понятие интерпретируется участниками исследования не как романтические отношения между мужчиной и женщиной, а как источник счастья:

Любовь ко всему, что делаешь, с кем общаешься, если ты будешь любить вокруг себя то, что тебя окружает, то соответственно у тебя все будет получаться грамотно и очень хорошо (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

У меня на первом месте любовь стоит, такое громкое слово, но тоже связанное скорее, в большей степени, с семьей (ФГ 6, 31–35 лет, жен., Саратов).

Социальные ценности. К данной группе относятся внешние конструкции, которые помогают регулировать отношения в обществе и устанавливать эффективное взаимодействие людей. Социальные ценности характеризуются своей конвенциональностью и легитимностью, что способствует поддержанию социального порядка в обществе. Данная категория ценностей отвечает за социализацию человека, утверждая в его сознании культурные образцы, одобряемые в конкретном пространственно-темпоральном измерении. Именно поэтому социальные ценности разных поколений и возрастных групп будут иметь свои специфические черты, обусловленные влиянием времени.



К социальным ценностям, обеспечивающим конструктивное взаимодействие индивидов, участники исследования относят феномен уважения. Данная ценность в качестве приоритетной прозвучала как у представителей поколения Z, так и у молодежи старше 24 лет. Значимость уважения в ценностной системе молодежи подтверждается воззрениями Т. Парсонса, считавшего, что благодаря данному явлению в обществе закрепляются его нормативные основы. Уважение становится инструментом вознаграждения за следование социальным нормам, обеспечивающим поведение акторов, отвечающих легитимным ожиданиям.

Информанты подчеркивают важность поддержания данной социальной нормы на должном уровне:

Уважение – уважение к старшим, уважение к ровесникам, также уважать чужой выбор (В: Угу), а-а, это еще также я думаю... (ФГ 1, 18–24 года, муж., Саратов).

Обозначенное явление рассматривается достаточно широко, включая в себя как уважение к окружающим, так и самоуважение:

Одно из важнейших качеств, потому что я считаю, что это действительно самое важное, что есть в нас, также самоуважение, уважение к другим (ФГ 1, 18–24 года, жен., Саратов).

При ранжировании значимых ценностей, регулирующих социальные отношения в обществе, молодые люди отдавали приоритет ответственному поведению. Категория ответственности появляется в рассуждениях как миллениалов так и зумеров, однако есть различия в том, как интерпретируется это понятие каждой возрастной группой молодежи. Для более старшего поколения ответственность рассматривается в контексте внутренней референции, где обязательства за свои поступки несет конкретная личность. У зумеров ответственность смещается в сторону административного ресурса, который рассматривается как главный стимул добропорядочного поведения:

В 14 лет у тебя появляется паспорт, у тебя добавляется дополнительная ответственность, опять же дополнительная ответственность административная и уголовная. То есть в целом государство за остальное не волнует, что ты там делаешь, главное, чтобы ты закон не нарушал (ФГ 6, 31–35 лет, муж., Самара).

Данная тенденция связана с тем, что молодежи в возрасте до 24 лет требуется больше времени, чтобы принять на себя ответственность взрослой жизни. Это социальная группа людей, становление которых проходило в условиях жесткого контроля и гиперопеки со стороны учителей и родителей¹³. В связи с этим они привык-

ли абстрагироваться от ответственности, так как все решения за них принимают взрослые – сначала родители и педагоги, потом работодатель.

С учетом того, что с каждым годом общество подвергается все новым и новым трансформациям, а жизнь становится все более стремительной, молодые люди акцентируют внимание на такой ценности, как адаптивность к переменам или гибкость. Наиболее серьезным потрясением для молодежи, спровоцировавшим изменение всего жизненного уклада, стала пандемия, связанная с распространением коронавируса, в 2020 г. Эпидемия сформировала благодатную почву для принятия феномена адаптивности или гибкости как базовой социальной ценности, на которой в последние годы держатся все интеракции не только среди молодежи, но и в обществе в целом.

Примечательно, что многие молодые люди видят в адаптивности процесс преемственности поколений и считают, что научились этому у своих старших родственников, переживших ряд кризисов и военных действий:

Я бы перенял бы у них какой-то жизненный опыт больше, из тех ситуаций, которые они там пережили. Те же самые девяностые, та же самая вторая мировая война, там от дедушек, от бабушек (ФГ 4, 31–35 лет, муж., Самара).

Опыт родителей, бабушек и дедушек сформировал в них готовность к переменам, сделал феномен гибкости частью жизненного мира молодежи еще до того, как грянула пандемия:

Мы только сейчас можем осознать насколько у них было непростое время. Да, это не военное время, как там сорок пятый год, которые пережили дедушки, прадедушки, потому что там еще сложнее, наверное, было. Но именно какая-то стойкость перед кризисами, этому нужно поучиться. Уважать (ФГ 4, 31–35 лет, жен., Самара).

Кризис, связанный с эпидемией, лишь помог данной ценности раскрыться в молодежной среде в полном объеме. Чаще умение адаптироваться к переменам является ценностью для миллениалов, так как данная социальная группа успела застать кризисы 1990-х и восприняла нарративы военного времени, которые транслировали своим внукам бабушки и дедушки.

Личностные ценности. К личностным относятся ценности, присваиваемые индивидом и трансформируемые в результате собственного отношения индивида к миру. С данным понятием хорошо соотносится трактовка М. Вебера, согласно которой ценность представляет собой норму, имеющую определенную значимость для социального субъекта¹⁴. Личностные цен-



ности находятся в сильной зависимости от контекста и темпоральности, в которых находится конкретный социальный субъект.

Участники исследования обозначили здоровье как основополагающую личностную ценность человека, особенно это касается представителей поколения Z. Зумеров называют поколением здорового образа жизни, так как они осознают и всячески поддерживают свое самочувствие на уровне нормы. Они увлекаются спортом, отказываются от вредных привычек, осознавая негативные последствия увлечений алкоголем и табакокурением для своего организма:

У нас культуры питья как таковой нет. У нас это... Если пить, да, у нас люди скатываются к алкоголизму, да (ФГ 1, 18–24 года, жен., Саратов).

Согласно данным исследования некоммерческой организации «Норе Lab» и фонда «Well Being Trust», почти две трети молодых людей в возрасте до 25 лет используют ЗОЖ-приложения с целью отслеживания своей физической активности и состояния здоровья¹⁵.

Ментальное здоровье выходит у поколения Z на первые позиции в системе ценностей:

Физическое и психическое здоровье. То есть состояние, в котором, ну, психологическое состояние, в котором принимаешь себя, принимаешь окружающий мир (ФГ 1, 18–24 года, жен., Саратов).

Во-первых, в отличие от предыдущих поколений, зумеры впервые стали рассматривать заботу о своем психическом состоянии как норму. Долгое время услуги психологов стигматизировались, а людей, которые обращались к данным специалистам, рассматривали как девиантов. Во-вторых, благодаря появлению новых технологий люди стали более осведомлены о ментальных проблемах. В-третьих, ускорение темпов жизни спровоцировало появление плюразма стрессоров и усилило психологические проблемы, увеличив потребность в заботе о психическом здоровье:

А еще я люблю свое психологическое, психическое, как правильно сказать, очень берегу, если мне что-то не нравится я просто этим не занимаюсь, это в плане работы, учебы (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

Внимательное отношение информантов данной когорты к своему здоровью объясняется высоким уровнем тревожности среди них. Согласно исследованию, проведенному Deloitte, в стрессовом состоянии постоянно пребывают 40% зумеров в России, а в мире их количество составляет 48%. Данная тенденция объясняется спецификой контекста, в которой росли и выросли представители поколения Z. Череда событий из несколь-

ких финансовых кризисов, террористических актов, буллинга и перестрелок в школах и вузах, пандемии COVID-19, экологических катастроф, сопровождающихся технологическим прорывом и расцветом социальных сетей, из которых они получают тревожную информацию, сделала молодежь подверженной стрессу. Кроме того, повышению уровня тревожности способствует переизбыток технических средств, которые присутствуют в жизни молодого поколения. Привязанность к гаджетам приводит к таким негативным последствиям, как снижение качества и количества сна, что становится стрессовым фактором и фактором развития депрессии у человека. Общий результат – напуганное поколение, осторожное и закаленное экономической и социальной турбулентностью.

Личностной ценностью молодых людей является саморазвитие, в результате чего они отодвигают на второй план реализацию привычных гендерных ролей в ракурсе семейных отношений:

Мне кажется, мы себя больше самореализуем сейчас, чем они [старшее поколение], потому что у них это было быстрее выйти замуж, быстрее родить ребенка, быстрее надо все: дачу построить, собаку купить, машину купить, все купить (ФГ 1, 18–24 года, жен., Самара).

У меня только одна важная вещь – это саморазвитие, потому что это, ну, это более глобально, не выделяя какие-нибудь другие варианты (ФГ 2, 18–24 года, муж., Саратов).

Я поставила личностный рост как даже не заканчивать его после всех учеб, вузов, сам себя реализовывать, сам себя воспитывать, сам себя учить (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

Информанты в возрасте 18–24 лет считают, что старшее поколение транслирует формалистический подход к образованию и выбору профессии:

Они [родители] считают, что необходимо закончить бакалавриат, магистратуру, аспирантуру, в идеале еще пойти преподавать как многие в семье. Я считаю, что сейчас можно получить очень хорошее образование самостоятельно (ФГ 6, 18–24 года, жен., Самара).

Пока родители видят сакральный смысл образования в получении кредитов – диплома, документа, гарантирующего стабильную работу, молодое поколение смотрит на обучение как на процесс получения интересных и полезных знаний. Ценность образования для молодежи заключается не в формальной стороне этого вопроса, а именно в возможности заниматься делом всей своей жизни.

Для молодежи возраста 18–24 лет ценностью считается возможность заниматься люби-



мым делом. Поколение Z отходит от карьерной траектории, считавшейся долгое время нормальной и согласно которой обязательно надо устроиться на работу в хорошую организацию, получать высокую зарплату, иметь гарантированный соцпакет и перспективы карьерного роста. Зумеры – это социальная группа, отличающаяся представлениями об идеальной работе и профессии. Для данной когорты определяющим фактором является желание заниматься любимым делом, а не получать существенное материальное вознаграждение:

У меня есть знакомые, которых заставили родители выбрать, и это уже не честно по отношению к себе, то что ты выбираешь не то, что тебе нравится, не то, что требует твоя душа, а то, что тебе навязали. Вот. И ты не сможешь потом в дальнейшем развиваться из-за того, что у тебя есть какой-то... нет какого-то вдохновения даже это делать. То есть из-за того, что у тебя есть неприязнь того, что... (ФГ 1, 18–24 года, жен., Самара).

Очевидно, что денежное вознаграждение не мотивирует молодежь работать на износ, так как ключевой для зумеров является иная ценность – возможность связывать свою жизнь с делом, которое приносит удовольствие. Они желают выбрать профессиональный путь, по которому будет интересно идти в течение всей своей жизни. Соответственно, стратегия поведения, которой придерживается старшее поколение, всячески навязывая молодежи свое видение идеальной профессиональной траектории, демотивирует зумеров:

Выбирают сейчас профессию не потому нравится она тебе или нет, а потому как ее тебе навязали либо родители (ФГ 1, 18–24 года, жен., Самара).

Так как само поколение Z не заточено на успех и менее амбициозно, чем дети из предыдущих поколений, в своих последователях они также закладывают ориентацию на благополучие через категорию стабильности, а не через достижения:

Успех – это что-то временное, то есть не продолжительное, в то время как благополучие, ну, оно действительно продолжается довольно долго дольше, чем успех и вот, наверно, основное отличие (ФГ 1, 18–24 года, жен., Саратов).

Рассматривая ценности молодежи, представляющей разные поколения, мы приходим к выводу, что невозможно в чистом виде проецировать теорию Н. Хоува и В. Штрауса на российскую действительность по причине кардинальной разницы контекстуального становления и социализации конкретных возрастных когорт. Безусловно, глобальные процессы, происходящие в мире,

такие как военные действия, террористические акты, цифровизация, расцвет консюмеризма, оказали влияние на молодежь, сформировав идентичные поведенческие паттерны, отражающиеся в ценностях поколений России и Запада. Однако поколение каждой конкретной страны испытывало на себе социокультурное влияние норм и установок, обусловленных демографической принадлежностью к конкретному месту. Экономическое развитие нашего государства в 1983–2000 гг. существенно отличалось от процессов, происходивших на тот момент в США и Европе. Если в России это были крайне нестабильные годы, сопровождающиеся спадом рождаемости, то на Западе, наоборот, в условиях благополучия дети чувствовали защищенность со стороны семьи и государства.

А. М. Пономарев в сложной системе национальных ценностей выявляет три подсистемы: базовую, социально-организационную и идеологическую. Базовая подсистема связана с прошлым, с социальной памятью и включает: базовую этническую часть (территорию, Отечество, Родину), язык, этнический менталитет, этнические стереотипы, конкретно-историческую часть (культуру, литературу, религию), историю (героев, праздники и памятные даты). Социально-организационная подсистема ориентирована на настоящее и включает социальные связи между индивидами и группами (орудия труда, знания, навыки), а также политическое пространство публичной власти. Подсистема идеологии связана с будущим, с идеей нации¹⁶.

Сфокусируемся на аспекте этнокультурных ценностей, проявляющихся, в частности, у разных этнических групп молодежи. Здесь представляется важным отметить установки на принятие человека с отличной от собственной этнокультурной идентичностью, на уважение и толерантность. При этом для ряда информантов важно сохранять свое этнокультурное своеобразие и идентичность как элементы ценностного ядра личности. При этом большая информированность о культурных различиях рассматривается как способ предотвращения этнонациональных конфликтов.

Нет плохих национальностей, есть плохие люди. <...> У всех свои ценности. У разных наций свои ценности. Приехал какой-то мигрант, образно, я же не знаю ценности какие-то у него в стране проходят, у его национальности. Он так же не знает про ценности про мои. <...> если бы люди знали ценности других национальностей, было бы меньше стычек (ФГ 3, 25–30 лет, муж., Самара).

Другая стратегия, которую транслируют информанты, исходит из режима невидимости эт-



нонациональной специфики, объясняя это тем, что в бытовой сфере этнокультурные различия незаметны и их не нужно подчеркивать, а массовые мероприятия и праздники им неинтересны или, напротив, формируют установки на подчеркивание различий. В развитие данной стратегии различия в людях видятся информантами не в этнокультурном статусе, а в личной культуре человека, что говорит о выраженном толерантном отношении и отсутствии барьеров в общении:

Некоторые принимают тот факт, что иностранцы есть, есть они и есть, они не выживают их и не сближаются с ними, т.е. у большинства позиция такая нейтральная, они просто закрывают глаза на то, что они существуют (ФГ 6, 18–24 года, жен., Самара).

Это зависит не от того, откуда они приехали, а от культуры человека (ФГ 6, 18–24 года, муж., Самара).

Когда училась в институте, у нас учились люди из разных стран и к ним относились абсолютно так же, как и ко всем. Я не замечала различия, и сама так же общалась (ФГ 2, 25–30 лет, жен., Самара).

Часть молодежи из числа информантов интересуются культурными особенностями и позитивно воспринимают мероприятия и инициативы, направленные на дружбу народов, знакомство с разными культурными традициями и людьми. Они считают, что таких мероприятий могло бы быть больше, и они должны быть более качественными и интересными по содержанию:

Мероприятия, соревновательные какие-то, они могут как сплотить, так и вызвать агрессию, почему не лучше, то есть они могут тоже как-то спровоцировать (ФГ 5, 30–35 лет, жен., Самара).

У нас много в городе различных этнических концертов, которые показывают особенности их культуры, национальности. Это можно увидеть на различных городских мероприятиях (ФГ 2, 18–24 года, жен., Саратов).

У нашего универа раз в год проходит не помню, как, школа международного общения или что-то такое, в общем проводится это, мало анонсируется, но приглашаются, у нас есть дома народностей, армянский дом, грузинский дом и все такое, и оттуда приглашают людей, чтобы они выступили о своих традициях ... объединяют-объединяют, но на это мероприятие придет 30 человек, что такое 30 человек в городе миллионнике? (ФГ 6, 18–24 года, жен., Самара).

Я училась в институте, у нас в группе были разные национальности, у нас были и армяне, и там парни и девушки с Узбекистана. И как бы мы все общались, мы участвовали в КВН, мы как

бы после института куда-то собирались, гуляли. То есть у нас не было вот такого, что ты вот там нерусский, ты с нами не пойдешь. И, мне кажется, сейчас как бы это объединение есть на уровне школы, на уровне института. Но при этом есть какие-то факты, которые, может быть, мы не знаем или там не очень осведомлены, межнациональной вот этой розни, которая существует у нас в городе (ФГ 4, 31–35 лет, жен., Самара).

Критическое отношение к мерам поддержки представителей разных этнических групп варьирует от недостаточности принятых мер поддержки мигрантов до видения ситуации позитивной дискриминации самих местных жителей. Кроме этого, отмечаются миграционные риски, связанные с качественными характеристиками исходящих и входящих миграционных потоков:

Нет системы работы с такими людьми их интеграция – это наш социум, они ходят как неприкаянные, по-русски очень плохо разговаривают первое время и так мы их никогда не познакомим с Россией (ФГ 2, 25–30 лет, жен., Самара).

В Самаре сейчас достаточно много приезжих и в целом мне кажется это вопрос, я вижу по-другому, культуры граждан в целом Самары <...> внутренней культуры чем национальной; Миграционная политика..., многонациональные там группы из СНГ <...> у нас немножечко запущено. Мы теряем русских людей (ФГ 2, 25–30 лет, муж., Самара).

Национальная внутренняя политика, по мнению представителей молодежи, должна в большей мере быть ориентирована на интеграцию, инклюзию мигрантов и представителей разных этничностей в общероссийское культурное пространство, на формирование гражданской идентичности, а не на объединение в этнонациональные сообщества. Ценности интеграции, инклюзии, толерантности должны быть предпочтительнее практик социальной изоляции и обособления.

Если кто-то считает, что надо объединяться, то нет, вообще не согласен. Любая форма, будь то самая легкая диаспора даже анклав какой-нибудь, который живет там ... начинают часто процветать те же самые идеи, иерархии <...> человек должен социализироваться в обществе, в котором он находится, неважно в Америку поехал или сюда поехал. Безусловно, поддерживать взаимоотношения со своими семьей, родственниками, друзьями. Поддерживать новых приезжих, помогать им социализироваться. Но никак не обособлять себя с обществом, в котором они живут. То есть это игра (ФГ 3, 25–30 лет, муж., Самара).



Подводя итог нашему исследованию, отметим, что критерии возраста в проекции сформированности личных и социальных качеств, рациональности и активности предстают как параметры идентификации детского и взрослого статусов, позволяют проводить «демаркационные линии». Примеры раннего взросления детей связываются с быстрым включением в современные цифровые технологии, ранние практики самопрезентации в социальных сетях, с получением собственного дохода. Примеры позднего взросления сочетаются с пролонгацией обучения, практиками поиска себя, творческими увлечениями. Как результат, формируется портрет современной молодежи, который прорисовывается сквозь призму категорий ответственности, финансового и профессионального благополучия, многообразия жизненных стилей.

Размывание границ взросления обусловлено как культурными традициями, так и интенсивными процессами социальных преобразований при переходе к информационному обществу и цифровой экономике, экономике знаний, перестройкой социального взаимодействия в период самоизоляции. Организация работы с молодежью требует от специалистов молодежных организаций и субъектов сферы молодежной политики учета разнообразия молодежных сообществ, их интересов, увлечений, ценностных ориентиров, а также лидеров мнений и знаковых событий, параметров их субъективного благополучия.

Примечания

- ¹ См.: Исаева М. А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 3. С. 290–295.
- ² Миронов В. В., Моцелков Е. Н., Аласания К. Ю., Дряева Э. Д., Никандров А. В., Туманов С. В. Национальные ценности России : исторические традиции. Статья вторая // Вестник Московского университета. Серия 7 : Философия. 2019. № 6. С. 47.
- ³ См.: Осипов О. В., Хайрулин Ш. Ш. Традиционные духовно-нравственные ценности и национальная безопасность России // Военный научно-практический вестник. 2021. № 1–2 (14–15). С. 73–81.

- ⁴ Кардашова И. Б. О сущности национальных ценностей // Вестник Университета прокуратуры Российской Федерации. 2020. № 4 (78). С. 7.
- ⁵ См.: Козлов А. П. Генезис национальных ценностей и интересов России в постсоветский период (1991–2020 гг.) // Символ науки : международный научный журнал. 2020. № 2. С. 23–26.
- ⁶ Абдуллаева С. Н. Этнопсихологические особенности формирования образа семьи у молодежи студенческого возраста // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия : Педагогика. Психология. 2016. № 4 (6). С. 26.
- ⁷ Пучкова Л. Л. Гендерные особенности ценностных ориентаций студенческой молодежи из различных этнических групп // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. 2017. Т. 3 (69), № 2. С. 75.
- ⁸ См.: Парсонс Т. Система современных обществ. М. : Аспект Пресс, 1997. С. 12.
- ⁹ Там же.
- ¹⁰ См.: Развитие добровольческого движения в России : статистический анализ, Информационно-аналитический материал, декабрь 2020 // Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: <https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/volunteers.pdf> (дата обращения: 27.01.2022).
- ¹¹ См.: Deloitte Global, The Deloitte Global Millennial Survey 2020, 25 June 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2020-millennial-survey.pdf> (дата обращения: 27.01.2022).
- ¹² См.: Радаев В. Миллениалы. Как меняется российское общество. М. : Litres, 2020. 230 с.
- ¹³ См.: Стиллман Д., Стиллман И. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / пер. с англ. Ю. Кондукова. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. С. 89.
- ¹⁴ См.: Вебер М. Избранное : протестантская этика и дух капитализма / пер. с нем. : М. И. Левина, П. П. Гайденко, А. Ф. Филиппов. 2-е изд., доп. и испр. М. : РОССПЭН, 2006. С. 66.
- ¹⁵ См.: Haritatos J. How tech can boost resilience in the time of COVID // Hope Lab. URL: <https://hopelab.org/insight/resilience-covid/> (дата обращения: 27.01.2022).
- ¹⁶ См.: Пономарев А. М. Право в системе национальных ценностей. Екатеринбург ; Ижевск : Изд-во ин-та экономики УрО РАН, 2009. 119 с.

Поступила в редакцию 28.01.2022; одобрена после рецензирования 20.02.2022; принята к публикации 22.02.2022
The article was submitted 28.01.2022; approved after reviewing 20.02.2022; accepted for publication 22.02.2022