

онном обществе. — *Личность в информационно-инновационном обществе*: монография (под ред. В.Н. Стегния). Пермь: Изд-во ПНИПУ.

Яковлев Д.Е., Шилова Г.Ф. 2017. Современные трансформации проблем ментальности и патриотизма в молодежной среде. — *Власть*. Т. 25. № 6. С. 35-41.

STEGNIY Vasily Nikolaevich, Dr.Sci. (Soc.), Professor of the Chair of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University (room 302, bld. A, 29 Komsomol'sky Ave, Perm, Russia, 614990; socio@pstu.ru)

NIKONOV Mikhail Vladimirovich, postgraduate student at the Chair of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University (room 302, bld. A, 29 Komsomol'sky Ave, Perm, Russia, 614990; socio@pstu.ru)

POLITICAL ACTIVITY OF RUSSIAN PRESCHOOL EDUCATORS

Abstract. The paper discusses sociological approaches to the study of political activities of the personality in modern Russian society. Based on empirical sociological research, the authors examine the political activity of Russian preschool educators: their interest in political life; the assessment of political processes in the country; the attitude to political power; their political awareness; channels of information, its content, and satisfaction with the information received through the media; participation in political life; the relationship between political awareness and political activity. The article fixed the attitude of preschool teachers to the civil-patriotic education of children in kindergarten. Depending on the content and direction of political activity, the authors assigned specific personality patterns.

Keywords: political activities, political activity, political awareness, forms of political activities of preschool teachers

ТОМБУ Дина Вольдемаровна — кандидат социологических наук, доцент кафедры политологии и социологии Московского педагогического государственного университета (117571, Россия, г. Москва, пр-кт Вернадского, 88; tombu@sumail.ru)

УСЛОВИЯ И РИСКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье сделана попытка найти ответы на следующие вопросы: под влиянием каких факторов современная молодежь обретает политические ориентиры и обретает ли вообще? Заинтересована ли власть в этом процессе обретения, и какие значения идентификации ей интересны? И почему современное производство идентичности вообще и политической в частности оказывается тесно связано с производством социальных и идентификационных рисков? Какие из них можно отнести к объективным, а какие являются результатом недальновидной стратегии в отношении молодежи?

Ключевые слова: современная молодежь, политическая идентичность, социальные риски, идентификационные риски.

Процесс формирования политического сознания современной российской молодежи¹ обусловлен прежде всего реально существующим комплексом

¹ Согласно данным Росстата, к категории «молодежь» относится возрастная группа от 14 до 30 лет (в некоторых случаях — до 35). На сегодняшний день ее численность составляет 31,5 млн, или 21,5% всего населения страны. В структуре молодежи большую часть составляют люди в возрасте 25–30 (47,5%). Доступ: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/

условий ее политической идентификации. Представляется целесообразным разделить эти условия на две группы, каждая из которых производит свои виды рисков. Что же касается понимания сути социального риска, то, на наш взгляд, оптимальным является подход, определяющий риск как ценностно нейтральное понятие — «и как потенциальную возможность ущерба, и как аналогичную возможность счастливого шанса» [Кравченко, Красиков 2004: 17].

К *первой группе*, на наш взгляд, следует отнести следующие условия, складывающиеся в результате объективных глобальных тенденций, характеризующих состояние современных обществ.

1. Сложная стратификационная, поликультурная структура современного социума, затрудняющая индивидуальную и групповую самоидентификацию в социально-политическом пространстве.

Маргинальность превращается в ключевую характеристику социальной структуры. Человеку, группе все сложнее определить локализацию и общественное, и индивидуальное существования. Возникает так называемая смешанная идентификация, складывающаяся из многих компонентов: группы интересов; принадлежности к профессии, общественному движению, идеологическому, религиозному течению; обладания одинаковым статусом, гражданством. Преобладают смешанные формы политической культуры, постоянно меняющиеся политические ориентации людей, зависящие от текущего отношения к местной, региональной, или центральной власти. Очевидна изменчивость и неоднородность оценки самих политических объектов, например государства или правящей партии. Их восприятие может определяться как отношением к ним как к институтам в целом, как к результатам их деятельности и как к конкретным персонам, их олицетворяющим. Все это способствует риску превращения смешанной идентичности в ее неопределенность.

2. В современном обществе компьютерных технологий, массмедиа и виртуального пространства процесс личностной и групповой идентификации становится все более эфемерным.

Согласно определению российского социолога Ю. Качанова, «политическая идентичность субъекта устоявлена, когда другие субъекты политических отношений кодифицируют его как... определенного агента путем приписывания ему тех же значений идентичности, которые он признает для себя или объявляет сам» [Качанов 1994: 113]. Процесс идентификации всегда включает в себя стадию соотнесения с существующими образцами, стереотипами и т.п., большинство из которых в политической сфере представляют собой калейдоскоп из транслируемых СМИ имиджевых конструкций — государств, лидеров, идей, лозунгов, актуальных на сегодня врагов. И насколько имидж отражает реальные свойства объекта, молодежная аудитория хорошо осведомлена, они и сами себе больше нравятся в социальных сетях¹. По прогнозам, скоро число виртуальных личностей превысит население Земли. Таким образом, неопределенность идентичности возникает как неизбежный, хотя и побочный продукт бесконечного множества альтернативных реальностей. Возникает риск все большего распространения таких типов политической культуры, как «автономная культура» и «культура наблюдателей» [Мелешкина 2010], для которых характерны отчужденность и недоверие к власти. И если представителей первой вообще не интересует политика, то для второй, отличающейся высокой политической информированностью, характерна фрагментарность, выражающаяся в разных

¹ По данным исследования, проведенного крупнейшей социальной сетью России ВКонтакте: портрет молодежи, 64% пользователей предпочитают свой образ в сети по сравнению с реальностью. Доступ: https://vk.com/doc9637095_453312678?hash=c6dfaccfaa71d45a88&dl=8397c65395cb899fab (проверено 30.11.2017).

политических ориентациях возрастных когорт, в отсутствии согласия о путях развития общества, и слабо выраженная национально-государственная идентичность.

3. Органы политического представительства по своему составу во всех регионах мира гораздо старше населения, интересы которого они представляют.

Участие молодежи в формализованных институциональных политических процессах крайне незначительно, и сложившаяся ситуация дает повод молодому поколению сомневаться в репрезентативности существующей политической системы. Поощрение навыков и возможностей молодых людей для активного участия в демократической практике, в т.ч. в местных, национальных и глобальных политических процессах, практически отсутствует. В социокультурном дискурсе, описывающем современную молодежь, откровенно преобладают негативные характеристики. «Сытое» и «непоротое» поколение регулярно обвиняется в невежестве, индивидуализме, бездуховности, гедонизме, отсутствии любви к монотонному труду и далеким карьерным перспективам. В европейской публицистике миллениалам¹ вменяется в вину развал «отцовских бизнесов» (в стремлении заниматься тем, что интересно), рынков недвижимости (отказ от покупок, только аренда); в американской – уничтожение киноиндустрии (смотрят фильмы только онлайн) и т.п. Подобное положение обусловлено как нежеланием осознать, что мир меняется, и на уровне антропологических стратегий – тоже, так и невысокой «электоральной ценностью» молодежи. Это создает ситуацию риска увеличения ценностного разрыва между поколениями, что не способствует консолидации и развитию любого общества. А ведь именно для этого поколения, родившегося в условиях относительной безопасности и развития Интернета, характерно осознание единства мира, признание за всеми людьми права быть разными и абсолютное неприятие войны как инструмента, разрешающего противоречия. Но в условиях перманентно ведущихся информационных войн и вооруженных конфликтов эти качества оказываются невосребованными действующими политиками.

4. Интернет и социальные сети способствуют десакрализации власти.

Уже упомянутое развитие интернет-технологий и вовлеченность в них молодежи (45% пользователей Интернета в мире – это люди до 25 лет, и 90% – до 35) способствуют в первую очередь десакрализации осуществляемой властью коммуникации и, как следствие, ее самой. Доступ к разным информационным источникам дает возможность, например, российской молодежной аудитории обнаружить в соцсетях сотни свидетельств замечательной жизни вдали от родины детей «ТВ-патриотов», так и не обратившихся в «национально ориентированную элиту», не одобрявших закон о запрете на зарубежную собственность для чиновников и продолжающих вывозить из страны все самое для них дорогое – капиталы, семьи и т.п. Молодежной аудиторией гораздо сложнее манипулировать, сложнее удержать в дисциплинарных пространствах авторитетного официального, экспертного мнения. И то, что манипуляция сознанием превратилась в базовую технологию социального управления, для них факт, а не одно из оценочных суждений. Возможно, объем знаний и памяти у современного молодого человека меньше, чем у его предка, зато у его компьютера и то и другое практически безгранично. Поэтому весь расхожий манипулятивный инструментарий современных каналов политической коммуникации (наклеивание ярлыков, спираль умолчания, избирательная подача, подмена причин

¹ Термин для обозначения поколения, родившегося в период 1980–2000 гг. Доступ: <http://mionli.ru/news/millennials-ten-characteristics/>

следствием и т.п.) распознается ими достаточно быстро в силу ориентированности на перепроверку всех фактов, вызывающих хоть какое-то сомнение.

5. Отсутствие у современной молодежи интереса к метаидеологиям и связанным с ними глобальным политическим проектам.

Формирование ориентаций, в т.ч. политических, конечно, зависит от социально-экономического положения семьи, и в ситуации стабильного благосостояния молодое поколение будет лояльно действующей политической власти. И тем не менее нынешняя молодежь в достаточной степени усвоила разочарованность старших поколений в глобальных политических проектах достижения всеобщего благоденствия, нет у них и готовности терпеть трудности во имя светлого, но не просматриваемого будущего. Поэтому возникает интерес к частным умеренным идеологиям (экологизм, коммунитаризм, антиконсюмеризм и т.п.) без претензий на тотальную значимость и нормативность, которые затрагивают конкретные аспекты существования социума и человека в нем. Контролировать идеологические пристрастия современной молодежи в сравнении с другими социальными группами гораздо сложнее. Молодежь достаточно рано и быстро усваивает мотивы деятельности политических организаций, провозглашающих приоритет интересов общества над интересами отдельного человека, а на деле сражающихся за власть, за доступ к тем самым ресурсам, с которыми связаны их насущные проблемы переходного положения в социальной структуре. И в ситуации, когда получение образования, поиск работы и т.п. становятся отчаянно сложными или просто невозможными, на «помощь» приходят другие частные идеологии – радикальные (анархизм, национализм, исламизм, фашизм, антиглобализм).

Вторая группа условий определяется действующим политическим режимом, в целях собственной легитимации настойчиво предлагающим обществу, а значит и молодому поколению, свою картину мира и свой алгоритм структурирования социально-политической действительности.

1. Отсутствие действенного интереса со стороны российской политической элиты к проблемам молодежи.

Основопологающая причина сложившейся ситуации очевидна – молодежь (чья доля в общей структуре населения страны уменьшается и составляет всего 21,5%, а если отбросить не имеющих права голосовать – и того меньше) не попадает в круг электоральных интересов нынешней власти, ведь средний российский избиратель – это человек старше 40 лет, а самый активный – старше 55. Существующая на сегодняшний день «Молодая гвардия» партии «Единая Россия» и другие организованные сверху проправительственные молодежные объединения – не в счет, т.к. они не являются реальными политическими субъектами и лишь имитируют политическую деятельность. Построенные по принципу сетевого маркетинга и при условии надлежащего финансирования они, по сути, выполняют одну функцию – поставляют нужное число участников для любого мероприятия [Ильина 2011: 51].

Единственные структуры, чей градус интереса к молодежи заметно повысился – это банки. Согласно данным Национального бюро кредитных историй, на граждан в возрасте от 25 до 34 лет приходится наибольшее число кредитов – 33%. С начала 2017 г. самую высокую динамику роста в структуре российских заемщиков продемонстрировала молодежь в возрасте до 25 лет¹. По мнению экспертов Бюро, банки стали активно привлекать молодежь из-за отсутствия хороших заемщиков других возрастных категорий. При этом около 58% долгов россиян в возрасте от 18 до 24 лет – это средства, взятые на покупку ширпо-

¹ *НБКИ. Официальный сайт.* Доступ: <https://www.nbki.ru/company/news/?id=20788>

треба. Нельзя не выразить удивление по поводу того, что генеральный директор НБКИ считает это «хорошей тенденцией»¹. Ранняя привычка жить взаимно — это, конечно, не то, что необходимо сейчас и молодым россиянам, и стране в целом.

Изменение взгляда на молодежь с точки зрения ее участия в политических процессах — тенденция на мировой политической арене относительно новая, возникшая, с одной стороны, под впечатлением событий в арабских государствах, из-за страха перед «цветными революциями», а с другой — это результат осознания того факта, что молодежь (люди в возрасте от 15 до 24 лет) составляет более 60% населения большинства развивающихся стран². И поэтому расширение ее прав и возможностей во имя устойчивого будущего, согласно впервые разработанной ПРООН молодежной стратегии, только поможет им «стать более преданными проводниками перемен в процессах развития»³ своих стран. Очевидно, что ключевое слово здесь — «перемены», а у российской политической элиты в тренде антоним — «стабильность». Кроме того, нынешняя российская молодежь числом не вышла (последствия «демографической ямы»), поэтому впечатления на власть она не производит. И это сложно назвать дальновидной политикой, т.к. сокращение численности российской молодежи и, соответственно, рост ее социальной нагрузки в качестве основы демографического и трудового потенциала страны в недалеком будущем не может не тревожить государство. Поэтому от решения именно ее проблем (качественное образование, занятость, достойный заработок, реальное участие в принятии решений, омоложение политической сферы с учетом потребностей молодежи) действительно зависит будущее страны.

2. Вектор пропагандистского воздействия направлен исключительно на представителей пожилой части населения.

Апелляция к стереотипам советского сознания, постоянная активация официальной пропагандой «советской ментальности», согласно алгоритму которой все существующие проблемы и трудности объясняются однозначно — наличием внешних и внутренних врагов, плохих чиновников, практически исключает из зоны воздействия молодежную аудиторию. Она привыкла к разнообразной по форме и содержанию информации (резкая смена оценок, полюсов добра и зла, друзей и врагов признаком разнообразия не являются). СМИ не способствуют формированию политического баланса и культивируют типологию политических ориентаций исключительно для посттоталитарного сознания старшего поколения, неизменно настроенного «всегда, везде и всех побеждать в своих телевизорах». Для этой аудитории не запускаются реалити-шоу, например про жизнь пенсионеров, «реалити» — вообще не их формат. А для молодежи важны реальные проблемы (например, образование). Но контент ежедневных ток-шоу их не освещает. И тогда на помощь приходит Интернет, благодаря которому можно узнать, что в объявленных СМИ «обителью зла» США портфель государственных образовательных кредитов составил 1 трлн долл.⁴ и превышает даже объем кредитов на покупку автомобиля или недвижимости, а в ряде европейских стран образование вообще бесплатно, тогда как Сбербанк оста-

¹ НБКИ: новая тенденция в розничном кредитовании — банки «вспомнили» про молодежь. Доступ: <https://www.nbki.ru/company/news/?id=20788>

² Молодежная стратегия ПРООН на 2014–2017 гг. Доступ: <http://www.undp.org/content/dam/undp/library/Democratic%20Governance/Youth/UNDP-Youth-Strategy-2014-2017-RU.pdf>

³ Там же.

⁴ Портфель образовательных кредитов в США превысил 1 трлн долларов. Доступ: <http://bankovskiy.ru/showthread.php?t=17360>

новил выдачу льготных кредитов для оплаты учебы в вузах¹. Это к вопросу о доступности образования; а еще есть международные рейтинги учебных заведений, свидетельствующие о его качестве. И если низкие позиции нескольких вообще туда попавших университетов, как всегда, связаны с непригодностью мировых критериев для самобытных российских реалий, то это нужно хотя бы попытаться объяснить в ток-шоу, информационных, публицистических и т.п. программах. Существующий дисбаланс в возрастной направленности государственных информационных программ не просто затрудняет реализацию консолидирующей функции телевидения, а способствует все большему отторжению молодежной аудитории, для которой и так на сегодняшний день главный источник новостей – это социальные сети и интернет-ресурсы (около 65%), и лишь для 18% – телевидение².

Два последних условия в наибольшей степени способствуют производству идентификационных рисков – потенциальных угроз существованию определенной социальной группы, общности, вызываемых созданием или поддержанием социальной памяти, провоцирующей конфликты с другими социальными группами, общностями на религиозной, национальной, нравственной, нормативно-ценностной или иной основе [Устьянцев, Аникин 2011].

3. Перманентная и масштабная актуализация элементов прошлого.

Разумеется, сама правящая элита изысканиями в области исторической памяти не занимается. Эта функция безраздельно принадлежит общественоведам. И сегодня большинство авторов, исследующих проблемы идентификации, остаются на позиции, что именно представления о прошлом, в той или иной форме циркулирующие в обществе, занимают ключевое место в структуре идентичности.

С одной стороны, в конструировании и интерпретации политики элементы прошлого занимают важнейшее место, способствуя ориентации личности в обществе. Образы прошлого постоянно используются в качестве формы, в которой предстает и транслируется с учетом конкретной ситуации, времени и пространства политический опыт. Кроме того, обращение к прошлому является неисчерпаемым источником для «изобретения традиций» (например, «Бессмертный полк»). Согласно результатам самых разных опросов, для определения гражданской идентичности россиян по-прежнему самым значимым фактором является государство и, конечно, его прошлое. Но каких россиян, если вспомнить о соотношении молодежи и остального населения?

Кроме того, концентрация внимания лишь на травматическом историко-политическом опыте и на образах, укрепляющих привязанность к политической системе, а значит способствующих прежде всего легитимации элит и существующих властных отношений, вполне способна дать обратный эффект. Молодежи необходима картина будущего. Излюбленная государственными СМИ тема стабильности, фиксирующей, например, отсутствие социальных лифтов, вряд ли покажется ей привлекательной и будет способствовать социально-политической интеграции. «Если война была трагедией для всех, то мирная жизнь связана с трудностями для молодых людей»³, – так начинается текст Молодежной стратегии ПРООН на 2014–2017 годы. Невозможно стимулировать политическое участие молодежи, не вникая в их проблемы и чаяния

¹ <https://rg.ru/2017/01/16/izmenitsia-li-v-rossii-programma-obrazovatelnyh-kreditov.html>

² Исследование ВКонтакте: портрет молодежи. Доступ: https://vk.com/doc9637095_453312678?hash=c6dfaccfa

³ <http://www.undp.org/content/dam/undp/library/Democratic%20Governance/Youth/UNDP-Youth-Strategy-2014-2017-RU.pdf>

и делая ставку лишь на патриотическое воспитание, которое и так тяготеет к милитаристской парадигме.

4. Распространение милитаристской идеологии.

Нельзя не отметить общемировую тенденцию смены антивоенной риторики конца XX в. все возрастающей «рутинизацией» войны, т.е. отношением к войне как к допустимому элементу защиты национальных интересов [Ильина 2011: 43]. Но допущение не означает полного исчезновения из контента, транслируемого российскими СМИ, темы «общечеловеческих ценностей», постоянной апелляции к «образу врага», не требует рассматривать «военную доблесть» как единственную форму патриотизма, боеготовность армии – как главное проявление величия страны, не создает необходимость конструирования устойчивой компенсаторной связи между низким уровнем жизни и безопасностью, между отсутствием перемен, свидетельствующих об экономическом, политическом, развитии социума, и стабильностью. Бесспорно, процесс политической идентификации всегда сопровождается соотношением себя с представителями сообществ, разделяющих иные политические взгляды, ценности. То есть, образ иного/другого/чужого необходим для формирования этого типа идентичности, какой бы она ни была – групповой или индивидуальной. Но так ли необходимо каждую встречу с иным толковать как столкновение с врагом? В результате коммуникативные стратегии и тактики российского телевизионного вещания, призванного играть ведущую роль в процессе укрепления государственности и защиты национальных интересов, при отсутствии внятности последних осуществляют, по сути, распространение милитаристской идеологии.

Недавно возникшее военно-патриотическое движение «Юнармия» одной из своих задач провозгласило повышение интереса к истории и географии России, но главная цель – воспитание нового поколения патриотов, любящих свою родину и готовых в любой момент встать на ее защиту¹. Почему историю с географией нужно изучать в военизированной детской организации, и как сначала испытать, а потом и проявить любовь к родине в мирное время – вопрос открытый. Возможно, в ситуации, когда в общественном политическом сознании одновременно присутствуют авторитарные, консервативные, либеральные, демократические тенденции, имеет смысл хотя бы часть медийных технологий использовать, например, для формирования у молодежи сознания налогоплательщика. Именно оно, по сути, и является проявлением сознания гражданина и позволяет установить необходимую связь между своим политическим поведением, доходами и качеством управления в своем государстве, осознание принадлежности к которому в складывающихся условиях представляется оптимальным значением политической идентификации.

Список литературы

Ильина Н.Б. 2011. Россия: проблемы политической социализации молодежи. – *Мировая экономика и международные отношения*. № 8. С. 43–51.

Качанов Ю.Л. 1994. *Опыты о поле политики: [Интерференция]*. М.: Институт экспериментальной социологии. 159 с.

Кравченко С.А., Красиков С.А. 2004. *Социология риска: полипарадигмальный подход*. М.: Анкил. 385 с.

Мелешкина Е.Ю. 2010. Политическая культура: энциклопедическая статья. – *Энциклопедия. Фонд знаний «Ломоносов»*. Доступ: www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01106:article (проверено 25.11.2017).

¹ <https://militaryarms.ru/armii-mira/yunarmiya-novyy-patrioticheskij-proekt-shojgu/>

Устьянцев В.Б., Аникин Д.А. 2011. Социальная память в обществе риска: опыт философской концептуализации. — *Философия и общество*. № 4(64). С. 58-69.

TOMBU Dina Vol'demarovna, Cand.Sci. (Soc.), Associate Professor of the Chair of Political Science and Sociology, Moscow State Pedagogical University (88 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 117571; tombu@sumail.ru)

RUSSIAN YOUTH'S POLITICAL IDENTIFICATION: CONDITIONS AND RISKS

Abstract. The article attempts to find the answers to the following questions. Which factors have an impact on modern youth's attainment of a political guidance, and whether modern young people can find a political guidance at all? Are the authorities interested in this process of attainment, and which identification meanings are interesting to them? Why do modern production of identity in general and political identity in particular turn out to be closely related to social and identification risks production? Which of them can be referred to objective ones and which are the result of a short-sighted strategy regarding young people?

Keywords: modern youth, political identity, social risks, identification risks

НОР-АРЕВЯН Оксана Аведиковна — кандидат социологических наук, доцент Института социологии и регионоведения Южного федерального университета (344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105; noroks@yandex.ru)

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПРОФЕССИИ В ОЦЕНКАХ РОССИЙСКИХ ВРАЧЕЙ (на материалах социологического исследования в городских мегаполисах)

Аннотация. Профессия врача является одной из самых значимых, социально ориентированных и массовых профессий, вместе с тем она становится все менее привлекательной, а современный российский врач наделен чертами прекариата, что делает его более уязвимым в обществе. Исследование, проведенное в 2017 г. в крупных российских мегаполисах, показало, что, хотя уровень удовлетворенности своим социальным и экономическим статусом у врачей достаточный, они не рассматривают свою профессию как успешную инвестицию в будущее и с осторожностью рекомендовали бы эту профессию своим детям.

Ключевые слова: социальный капитал, врач, престиж профессии, мотивация, семейные династии

Введение. Социальный капитал, являясь проявлением социально-экономических условий и обстоятельств, выступает групповым ресурсом и не может быть измерен на индивидуальном уровне. Опираясь на классическое понимание социального капитала, обозначающего социальные связи, которые могут выступать ресурсом получения выгод (П. Бурдьё), рассмотрим особенности его формирования для профессии врача как одной из самых старейших, почитаемых и альтруистических профессий.

Профессия врача актуальна во все времена, она отличается особой гуманностью среди социально ориентированных профессий. В соответствии с главенствующим принципом «Не навреди!», закрепленным в клятве Гиппократов, врач