

Ментальность российской молодежи: политические ориентиры и кумиры

Опубликовано в Интернет-журнале «Гефтер» 18.04.2013

1. Социальная идентификация молодежи

В ходе исследования было выявлено, что молодежь испытывает серьезные проблемы с социальной самоидентификацией. Нет устоявшегося видения структуры российского общества и своего места в ней.

Смерть советской парадигмы социальной структуры

Каждый ребенок в СССР знал, что общество, в котором он живет, состоит из рабочего класса, крестьянства и интеллигенции. Эти группы были не равны по значимости: наиболее уважаемой группой был гегемон — рабочий класс, опора государства. За ним следовало крестьянство, имеющее репутацию несколько подозрительную, связанную с частной собственностью и мелкособственническими инстинктами. Только под руководством рабочего класса крестьянство обретало силу и становилось полноправным участником процесса строительства социализма. Третья группа — интеллигенция — как известно, была даже не удостоена титула «класс», унижительно именуясь «прослойкой» (то есть чем-то необязательным, вторичным, ненадежным).

Идеологема социальной структуры внедрялась в сознание советских людей с детства. Каждый знал, к какой социальной ячейки он относится. Школьник и студент имели лейбл «учащийся». После завершения учебы все расходились по «социальным квартирам» и становились «рабочими», «крестьянами» или «служащими». В течение жизни множество раз приходилось заполнять кадровые анкеты, так что каждый знал свое место в обществе точно.

Разрушение советского общества привело и к смерти трехчленной конструкции общества. Современная молодежь больше не использует сталинскую идеологию. Употребление старых клише теперь если и происходит, то с другим наполнением.

Рабочий стал неотличим от работника, работающего человека. Словосочетание «рабочий класс» вовсе не используется современными молодыми людьми.

Крестьянин заместился фермером, о жизни которого городская молодежь почти ничего не знает, или бизнесменом, который занимается агробизнесом.

Интеллигент из базовой группы превратился в категорию скорее нравственную, нежели структурную. Интеллигент в понимание нынешнего молодого человека — существо высокоморальное и невероятно вежливое. В этой трактовке категорию «интеллигенция» молодые люди к себе не применяют вовсе.

Современное социо-структурное пространство

«Средний класс». Новое российское государство не предпринимало заметных усилий по формированию новой картины мира взамен утерянной. Исключение составляет концепция **«среднего класса»**, которая была выхвачена российскими политологами из контекста западной социологии и внедрена на российской почве. Если на Западе теория среднего класса возникла на базе социального континуума, в котором был четко обозначен «верх» (социальная элита) и «низ» (неквалифицированные рабочие), то у нас эту теорию использовали сепаратно, несистемно. Таким образом, понятие «среднего класса» возникло в России как бы в социальном вакууме. Молодежь имеет слабое представление о том, что такое «средний класс», из кого он состоит, какой у него образ жизни и размер доходов. По мнению молодежи, «средний класс» не связан ни с определенным уровнем образования, ни с уровнем заработка. Но зато респонденты проявляли твердую уверенность в том, что **«у нас его нет»**. Лексический анализ фокус-групп показал, что в целом понятие «среднего класса» соседствует с понятиями «богатства» и «состоятельности». «Средний класс» для них совсем не «средний» в буквальном смысле слова. Скорее то, что российская молодежь понимает под «средним классом», соответствует западному «высшему среднему классу» (*upper middle class*). Молодые люди считают, что в стране будет лучше жить, когда в ней появится «средний класс», а сейчас плохо потому, что «среднего класса» нет. А если кто-то и выдает себя за «средний класс», то это средний класс **ненастоящий**. Никто из участников опроса не отнес **себя** к среднему классу. В любом случае, импортированное понятие «среднего класса» пока не стало для молодежи привычным и понятным. Это скорее загадочное облако, парящее над просторами России, которое волшебным образом способно изменить жизнь страны когда-нибудь в далеком будущем.

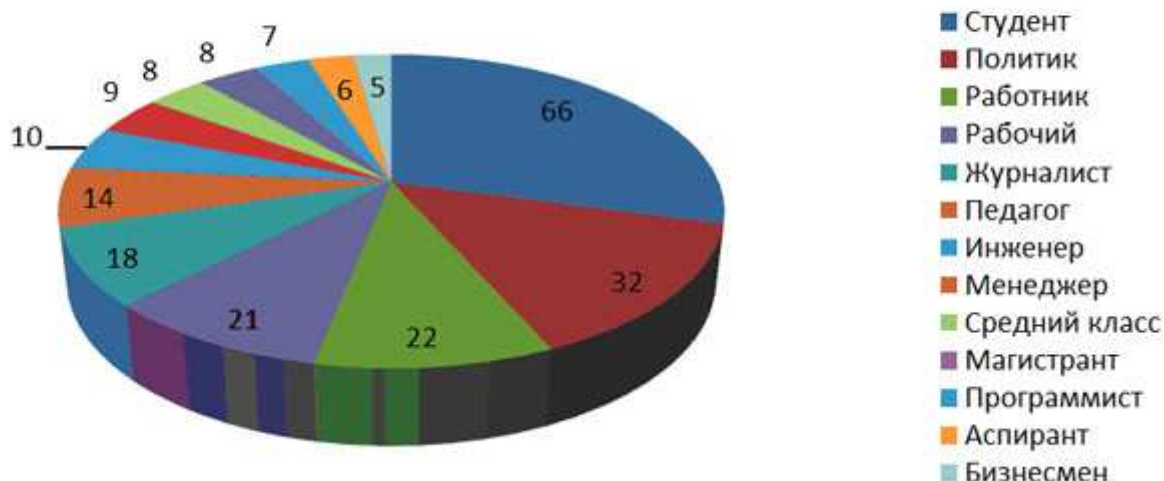
«Обычный человек». Гораздо привычнее и понятнее для молодых респондентов было оперировать понятием «обычный человек». Вопрос «к какой социальной группе общества Вы себя относите?» вызвал немалое затруднение у молодых людей. Подумав, многие отвечали: «Я обычный человек», или «Я типичный житель России», или «Я простой работник». Понятие «обычный человек» стало заменяющим для западного концепта «среднего класса» и вызывает гораздо больше приятия в молодежной среде.

Молодые люди перестали отличать понятия **рабочий** и **работник**. Слово **трудящийся** повсеместно вышло из употребления. Только половина учащихся вузов смогла идентифицировать себя как **студентов**.

Общая картина социального пространства на сегодняшний день выглядит совершенно не структурированно. Старые, советские социальные лейблы соседствуют с новыми, профессии и социальные статусы перемешаны. Социальные статусы «работник», «интеллигенция», «средний класс» соседствуют в головах молодых людей с традиционными профессиями (инженер, педагог, механик и др.). Неразличимы стали понятия «работник» и «рабочий».

Непропорционально большое место в оперативной памяти молодежи занимает **«политик»** (чиновник, депутат), несмотря на то что численность этой группы в населении страны занимает менее 1% . Также преувеличена роль **журналистов**. В то же время почти исчезли из оборота такие статусы, как «трудящийся», «служащий», «крестьянин».

Социальная структура российского общества глазами молодёжи



Новые профессии

Бизнесмены и предприниматели теперь занимают достойное место и входят в десятку наиболее часто упоминаемых социальных статусов. Причем контекст упоминания этой группы, как правильно, позитивный, что говорит об уважительном отношении молодежи к бизнесу в целом. Характерно, что слово «олигарх» не входит в лексикон молодых людей, но если и упоминается, то исключительно в негативном контексте. Таким образом, можно говорить о семантической дифференциации категорий «бизнесмен» и «олигарх»: **первые** присутствуют в жизни респондентов, они люди из плоти и крови, живущие рядом, — соседи, родственники или бывшие одноклассники. Их деятельность связана с трудом и риском, а успехи и неудачи проходят на глазах. **Вторые** же — существа абстрактные, нематериальные, телевизионные образы или персонажи анекдотов. Про олигархов принято или шутить, или обвинять их в том, что они «наворовали». О развитии статуса «предприниматель» говорит и то, что возникает множество новых профессий, связанных непосредственно с бизнесом: это и бизнес-тренеры, и бизнес-консультанты, и бизнес-инструкторы, ну и конечно **менеджеры** всех сортов.

Самоидентификация социальных групп городской молодежи (три основных категории, которые каждая молодежная группа называла применительно к себе)

Студенты-гуманитарии

Студент
Магистрант
Педагог

Студенты-технари

Студент
Инженер
Аспирант

Молодые специалисты

Педагог
Айтишник
Менеджер

Рабочие

Механик
Продавец
Рабочий

IT-специалисты. Другой бурно растущей группой являются профессии, связанные с компьютерами и Интернетом. Тут тоже происходит различение все более специальных занятий. Простой программист постепенно уступил место «айтишнику» — человеку, жизнь которого связана с высокими технологиями. В этой обширной группе можно встретить как простых программеров, так и веб-дизайнеров, сисадминов (системных администраторов), редакторов сайтов, IT-консультантов и сервисных работников, занимающихся починкой и наладкой компьютерного оборудования, и проч. Даже «блогер» рассматривается как самостоятельное занятие, способное приносить доход. Работа в

IT-секторе представляется молодым людям интересной и привлекательной, хотя часто используется не в качестве основной профессии, а в качестве возможного приработка.

Рис. 2. Социум глазами молодежи



Маркетологи, пиарщики и рекламщики — это третья группа профессий, привлекательная для молодежи. Участие в пиар-кампаниях, в маркетинговых и социологических исследованиях, организация мероприятий, праздников, корпоративов, дизайн и оформление — возможный доход для студента. Эти новые профессии выглядят современно и гораздо привлекательнее таких старых форм частичной занятости студентов, как работа официантом, грузчиком, посудомойкой или уборщицей.

Новые безработные

В ходе исследования было обнаружено удивительное явление: работающие молодые люди относили себя к числу «безработных». Это связано с тем, что они воспринимают свои заработки как случайные и не связанные с постоянным местом работы, с перспективой карьерного роста. Эта проблема касается категории работающей молодежи (как с высшим образованием, так и без него). Любая стабильная работа для них — мечта, так как реальность переносит их в совсем не стабильный мир. В этом мире педагог становится **репетитором**, журналист — **фрилансером**, юрист — **консультантом**, программист — айтишником на удаленном заработке и проч. Контракты или договоренности о временной работе, *part-time job* (работа по совместительству со свободным графиком) — такие все более распространяющиеся формы занятости обрекают современного человека на поиски стабильности. **Специальность**, получаемая в вузе, не дает им **профессии**, которая могла бы создать основу для их благополучия на долгие годы. Доход, которые получают молодые люди, зачастую не стабильная зарплата с социальным пакетом и ежегодными премиями, а достаточно случайные заработки.

Традиционные профессии

Новые безработные

Педагог
Программист
Журналист
Юрист

Репетитор
Айтишник
Фрилансер
Консультант

«Внедорожники». Именно это способствует возникновению новой социальной группы — «внедорожников», молодых людей, не имеющих проторенной жизненной дороги. Как это ни парадоксально, но многие работающие молодые люди считают себя безработными, так как их работа носит временный характер, регулируется временными договорами, контрактами, без обязательств и без перспективы. Они легко цепляются за временные формы активности, ходя по кругу низкодоходных и нестабильных занятий, таких как менеджер, риэлтер, сисадмин, редактор сайта, веб-дизайнер, курьер, охранник, продавец-консультант и проч. Ни одно из этих занятий не имеет вверх идущего социального лифта. Это приводит к фрустрациям молодых людей, которые, оканчивая учебные заведения, теряют почву под ногами и оказываются вовлеченными в круговорот метаний от одного фриланса к другому. Они движутся вне планируемых карьерных траекторий, вне социальной дороги. Именно это ощущение крайней неопределенности, ожидание какого-то принципиального изменения жизни к лучшему, к большей надежности и уверенности в завтрашнем дне является характерной особенностью молодежи 10-х годов нашего столетия.

Выводы

Советская модель общества — два класса плюс слой интеллигенции — безвозвратно ушла в прошлое. Новой сколько-нибудь осмысленной модели общественного устройства ей на смену не пришло.

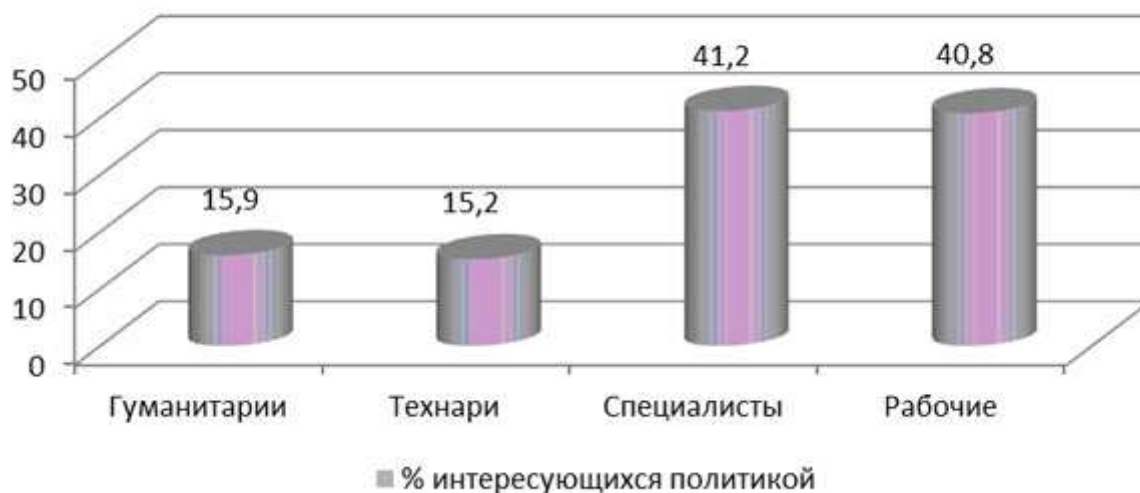
Российская молодежь не имеет ясной системы координат, не знает, из каких социальных групп состоит современное общество, не имеет самоидентификации. На вопрос «кто вы? Каков ваш социальный статус?» большая часть респондентов не знала, как ответить.

Единственный социальный маркер, известный молодым людям, это «средний класс», к которому никто себя не относит. Более того, юноши и девушки уверены, что в России никакого среднего класса нет. Это говорит о том, что российское общество по-прежнему находится в состоянии **аномии**. Это мешает им осознавать цель своего развития, так как для движения вперед и вверх надо понимать, где находится «верх» и где направление «вперед». Это приводит к многочисленным фрустрациям в связи с невозможностью планирования своего будущего и затуманенностью социальной перспективы.

2. Идеологическая идентификация

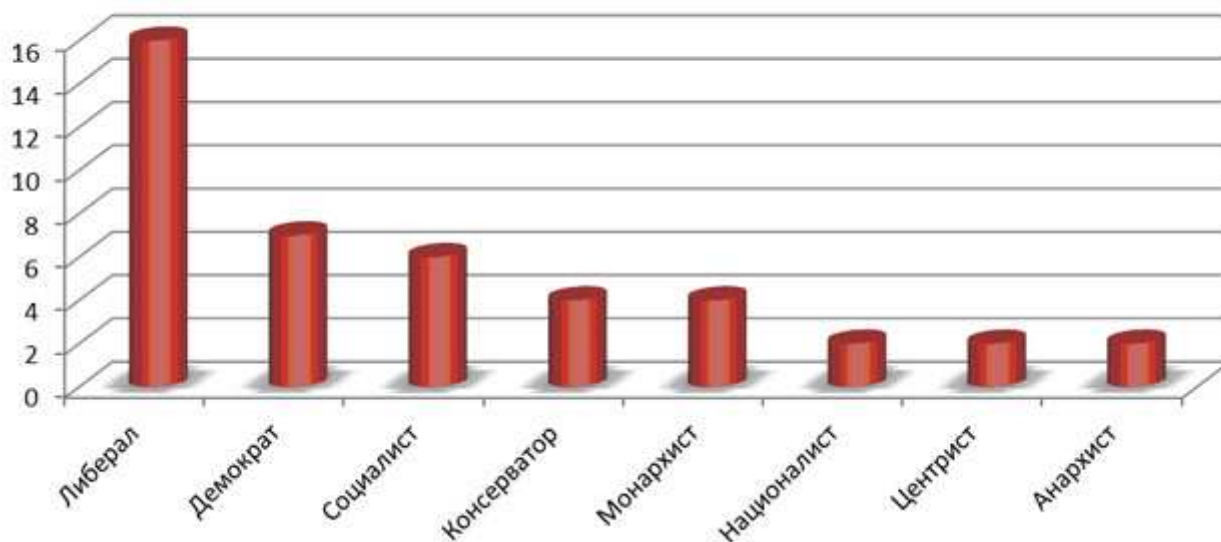
Молодые люди мало интересуются политикой. Среди опрошенных лишь каждый четвертый признался, что политика занимает его. Интерес к политике прямо коррелирует с возрастом: чем старше респонденты, тем больше они склонны рассуждать о политической ситуации в стране. Студенты более аполитичны, чем работающая молодежь. Наибольший интерес к политике проявляют молодые специалисты с высшим образованием.

Доля интересующихся политикой в различных молодежных группах



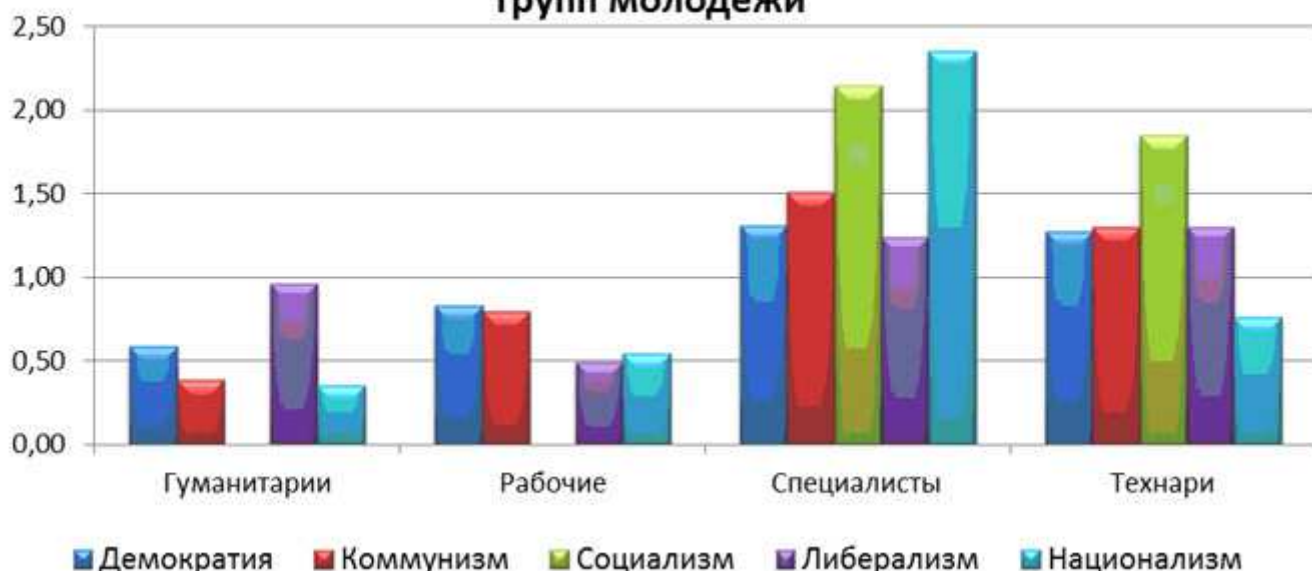
Попытка определить свои идеологические пристрастия вызвала затруднения у большинства молодых людей. Семантический ряд используемых понятий идеологической идентификации составил 27 маркеров, из которых самыми распространенными стали: либерал, демократ, социалист, консерватор, монархист, националист, центрист и анархист. Однако, оперируя идеологическими клише, респонденты, как правило, плохо понимают их истинный смысл.

Идеологическая самоидентификация российской молодежи



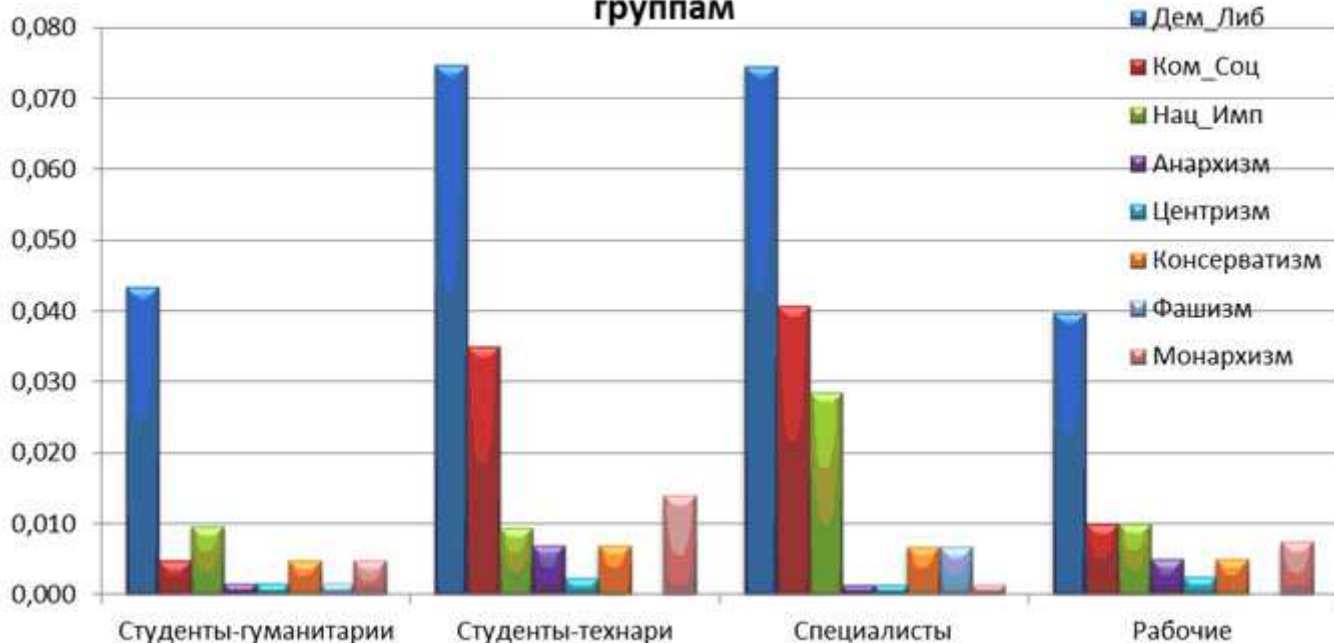
Исследование показало, что использование семантических маркеров «либерал» и «демократ» не означает реальных различий в политических пристрастиях молодых людей. Поэтому в дальнейшем анализе мы объединили эти две группы, которые в совокупности описывают подавляющее большинство респондентов. Также были объединены те, кто называет себя «социалистами» и «коммунистами» (хотя коммунисты составляют меньшинство и не вошли в десятку наиболее распространенных идеологических маркеров), а также «анархисты» и «анархо-синдикалисты».

Популярность идеологических маркеров у различных групп молодежи



Кроме наиболее распространенных, молодежь использует и другие идеологические метки: яппи, фаталист, фашист и антифашист, глобалист и антиглобалист, моралист, реалист, социал-консерватор. Обнаружено также, что идеологической меткой стало понятие «единорос», которое фигурирует отдельно, без всякой связи с идеологией консерватизма или центризма. В молодежной среде используются и такие понятия для идеологической самоидентификации, как «я — адекватный», «я — умеренный», «я — толерантный фашист», «я — имперец» и проч.

Идеологическая самоидентификация респондентов по группам

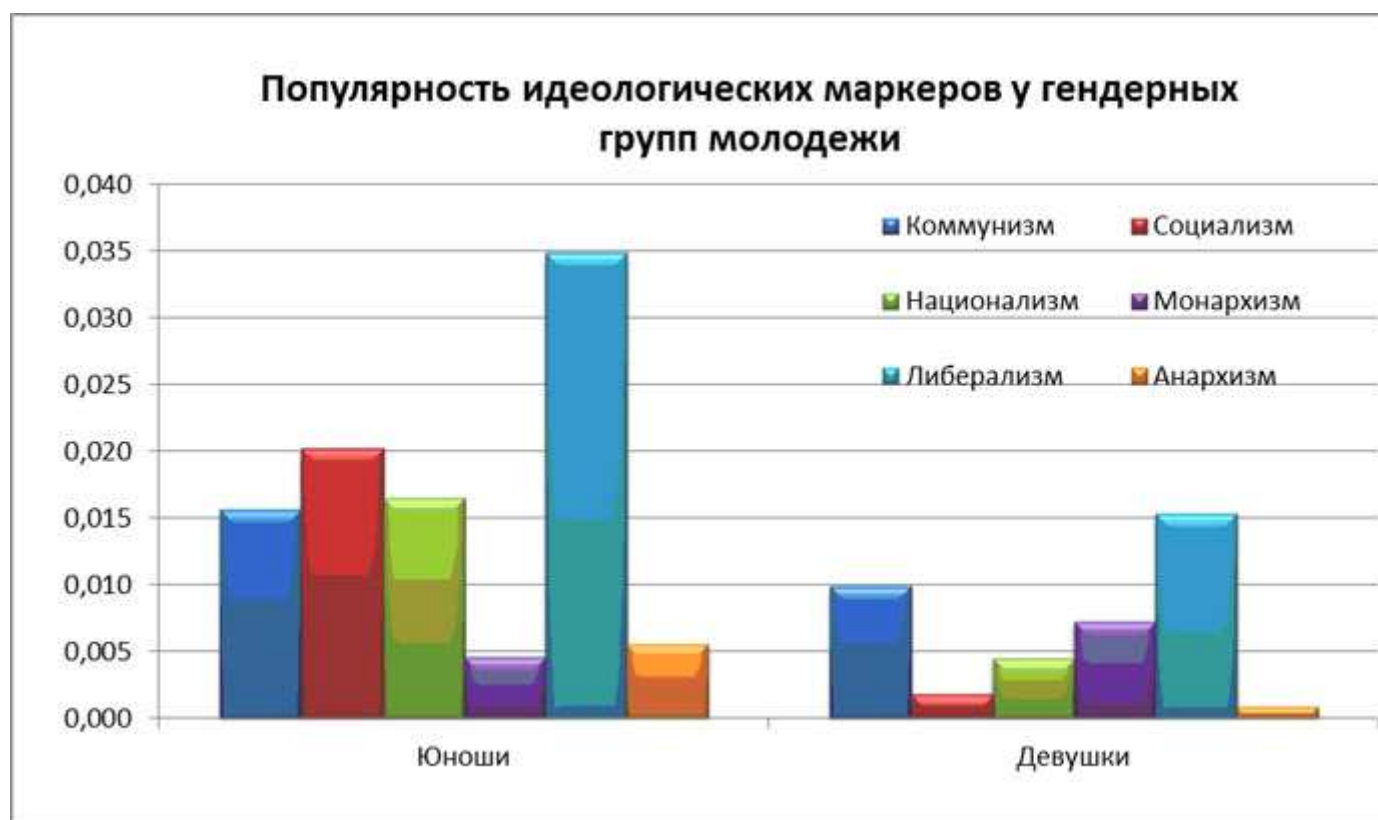


Мы попытались сравнить популярность идеологических маркеров в различных группах молодежи и самоидентификацию респондентов. Первый показатель строился на частотах упоминания тех или иных идеологических ярлыков, а второй — прямо отвечает на вопрос «Какую идеологию Вы разделяете?». По первому графику видно, что работающая молодежь более политизирована и чаще оперирует политическими терминами, чем студенты. Анализ самоидентификации показывает, что

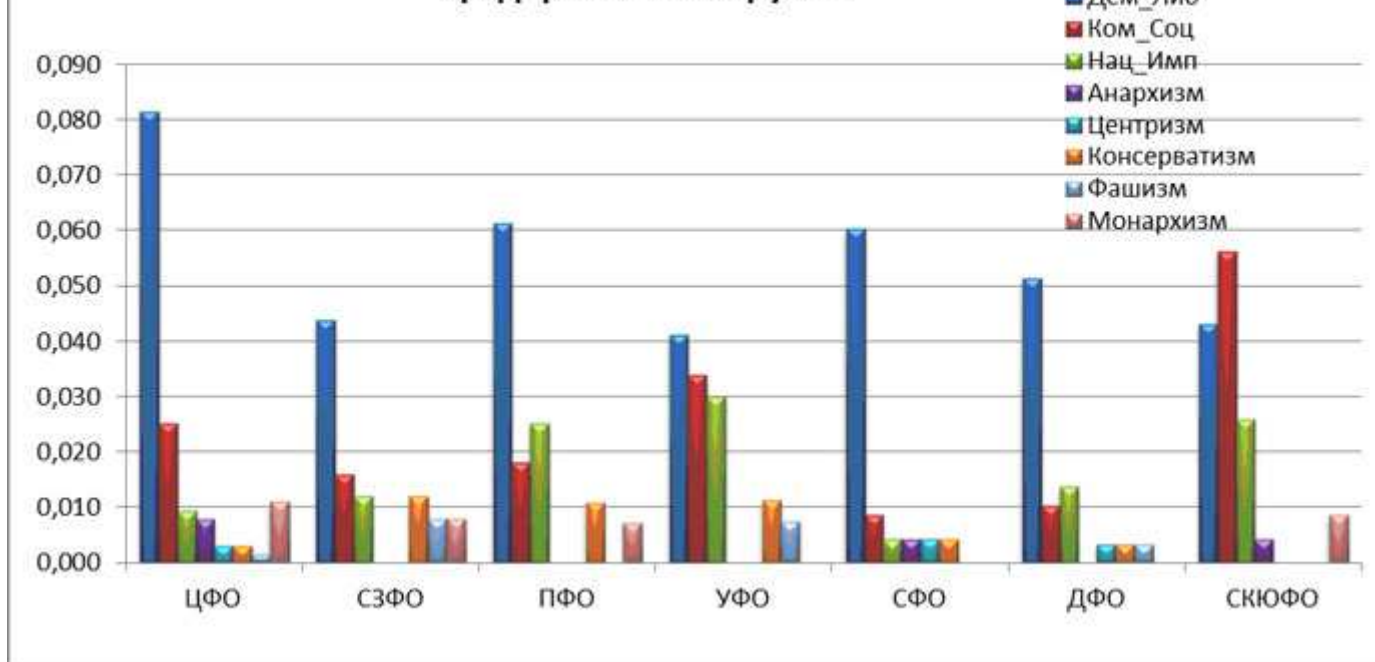
среди студентов-технарей и специалистов либеральные взгляды являются более популярными, чем у других групп.

Несмотря на высокую популярность в молодежной среде либерально-демократической идеологии, респонденты повсеместно используют ироничные обозначения типа: «я — либераст», «я — дерьмократ», «я — демшиза», или даже «я — гнусный либерал», или «либерал с бороденкой». К самоиронии особенно склонны студенты.

Мы проанализировали также гендерные предпочтения молодых людей. Выяснилось, что либеральная идеология привлекательна и для юношей, и для девушек, и является на сегодняшний день господствующей в молодежной среде. А вот социалистов существенно больше среди мужчин. К «мужским» идеологиям также можно отнести национализм и анархизм. Девушки склонны к коммунизму и монархизму. Среди лоялистов нынешней власти также больше женщин.



Идеологическая самоидентификация молодежи по федеральным округам



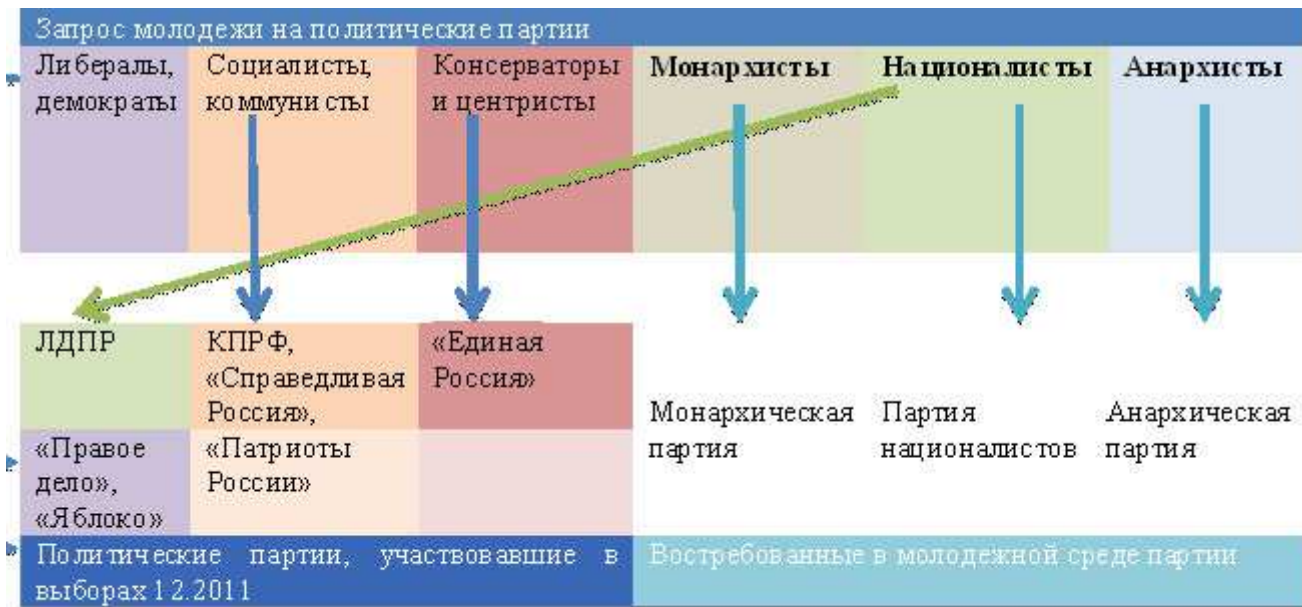
География идеологических пристрастий молодежи выглядит так: наиболее либерально настроены молодые люди в Центральном федеральном округе (особенно в Москве). Больше всего социалистов и левых — на юге России (Южный и Северо-Кавказский регионы). Националисты популярны на Урале и юге России. Анархисты сосредоточены в Москве. Консерваторы — в Северо-Западном, Уральском и Поволжском округах.

Вывод: Либерально-демократические взгляды являются самой распространенной идеологией в среде городской молодежи.

Политическая идентификация. «Ничьи»

Кризис социальной идентичности связан также с идеологической индифферентностью молодежи, которая не понимает, какие политические силы защищают ее интересы. Если нет ответа на вопрос «кто Я?», то нет и осознания своих интересов, а также политических сил, которые защищают их.

Глубокая степень отчуждения возникает и по другой причине: в российском политическом поле действуют субъекты, маркированные **ложными** или неотчетливыми идеологическими лейблами. Так, Либерально-демократическая партия Владимира Жириновского по сути не является ни либеральной, ни демократической. Коммунистическая партия РФ и партия «Справедливая Россия» далеко не всегда отстаивают, соответственно, коммунистические и социалистические идеалы. «Единая Россия», декларируя приверженность консервативной идеологии, часто на деле защищает прогрессистские и праволиберальные позиции. «Правое дело» и другие либерально-демократические партии откровенно заигрывают с левым электоратом.



Создается парадокс: в сегодняшней российской политической системе партии не соответствуют своим идеологическим лейблам. В этом запутанном лабиринте, где одно декларируется, другое делается, а третье имеется в виду, сложно разобраться молодому человеку, который только постигает мир большой политики. Что же удивительного в том, что молодые люди не находят «своей» партии в политической линейке российских выборов! Более 90% молодых людей уверенно заявляют, что **нет партии, выражающей их интересы**. Эта большая по численности группа нашего общества до сих пор остается «ничьим электоратом».

Это несовпадение идеологических индикаторов (маркеров), а также частое, на взгляд респондентов, расхождение между заявленными целями работы партий и фактическими результатами их деятельности ведет к равнодушию молодежного электората, к его отказу участвовать в политическом процессе. Возможно, ситуация изменится, когда в политический процесс на следующих выборах войдут новые партии, больше отвечающие интересам молодежи.

Вывод: Существует «идеологический гэп» (gap) между предпочтениями молодых людей и действующими политическими партиями. Молодежь не может найти на российском политическом поле «своих» партий, маркированных в соответствии с идеологическим запросом этой среды.

3. Отношение к России

Отношение к России различается у **поколения X** (работающей молодежи) и **поколения Y (студентов)**. Чем моложе респонденты, тем устойчивее в их среде представление о России как о великой державе, с мнением которой считается весь мир. Студенты относятся к своей Родине более романтично и пафосно, гордятся страной. С возрастом идеалистическое представление о России все более заменяется скептическим. Респонденты **поколения X** склонны полагать, что Россию в целом уважают на международной арене, хотя это уважение не всегда заслуженно. Несмотря на практически поголовную уверенность респондентов **в особом пути России и определенной гордости за это**, ее величие представляется им не фактом настоящего, а делом будущего, неким далеким проектом.

Россия — великая держава, которую боятся
С мнением России считается весь мир
Россия — особая цивилизация, не похожая ни на Запад, ни на
Восток
У России — особый путь, своя миссия, связанная с
таинственной «русской душой»

Россия — великая, но распадающаяся держава
Россия приближается к катастрофе
Россия — бывшая империя, хватающаяся за «имперский
менталитет»
Россия должна больше заниматься внутренними проблемами
(экономикой, борьбой с коррупцией), чем внешней
политикой

Взгляд, доминирующий у людей постарше, содержит все более отчетливые скептические нотки: да, Россия — великая, но распадающаяся держава. Она близка к катастрофе. В России происходит быстрая **деградация** многих жизненно важных сфер: образования, культуры, медицины, производства, морали.

Парадоксально, но высказывания о возможной скорой катастрофе страны не внушают респондентам серьезных опасений: они говорят об этом как о некоей возможной трудности, куда менее опасной, чем, к примеру, воровство или коррупция в госаппарате. Развал страны видится возможной перспективой, с которой, при желании, можно справиться.

Прошлое и будущее России

Мы обнаружили еще одно противоречие в ментальности молодежи: относясь к прошлому России с большой гордостью, наши респонденты в нынешнем состоянии страны видят одни проблемы. Молодые люди без раздумий называют **прошлое** России славным, вспоминают всемирно известных деятелей искусства, науки, великие победы. **Будущее** страны для них также является неоспоримо прекрасным: впереди Россию ждет потепление климата, строительство новых городов, освоение огромных территорий, развитие сети дорог, ресурсной базы, человеческого потенциала. Молодые люди верят в волю народа к преодолению трудностей. Славное прошлое и прекрасное будущее! Но что же в настоящем? Вот здесь мнение респондентов совершенно иное: «тяжелые времена», «системный кризис», «страна на грани распада», «общая деградация» — вот слова, которые они находят, чтобы сказать о **настоящем**. «Золотой век» был и еще будет, но пока мы должны жить в стране «ненормальной», которой неэффективно правят «воры и жулики», коррупционеры-чиновники и прочая нечисть.

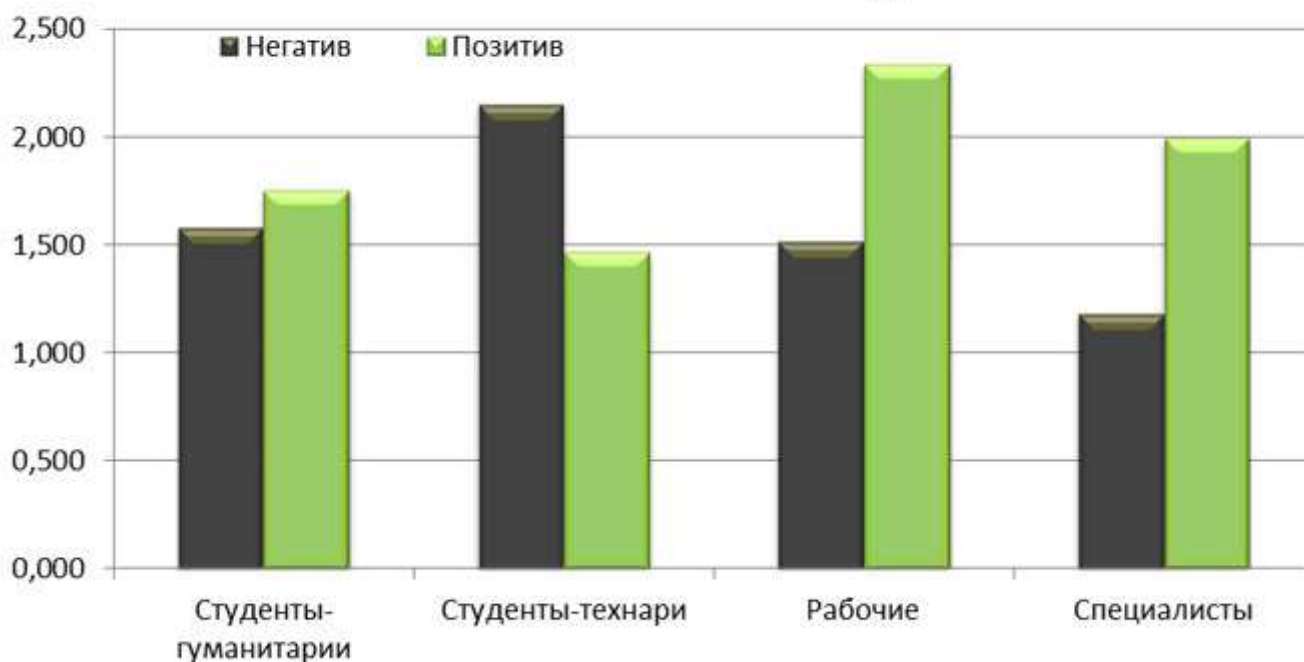
Повысить оценки будущего состояния России — одна из важных политических задач.

Геополитика

Молодые люди отмечают несоответствие внешней политики России ее реальным возможностям, они призывают забросить «имперский менталитет» и заняться строительством экономики, решением множества внутренних проблем. При этом, данная мера видится им временной: после восстановления былой мощи необходимо будет снова заняться утверждением себя в качестве великой державы.

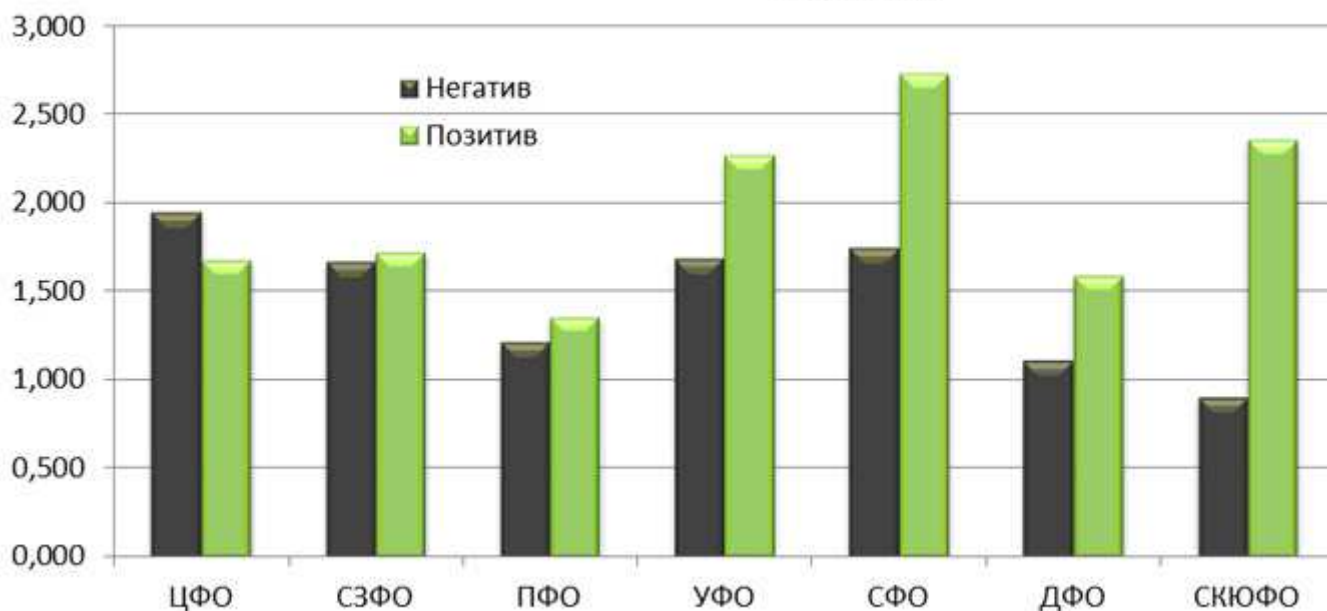
Разрыв между официально декларируемым статусом мощного международного игрока и проблемами внутренней жизни, наблюдаемой респондентами каждый день на улицах своих городов, заставляет их по-другому расставлять приоритеты. Они ставят внутреннее развитие превыше геополитического господства, хотя их вера в особую миссию России остается непоколебимой.

Отношение к России разных социальных групп молодежи



Позитивнее других к России относятся молодые люди из рабочей среды, которая традиционно отличается большим патриотизмом. Самые негативно настроенные — студенты технических вузов.

Отношение молодежи к России по федеральным округам



Патриотические настроения сильнее всего выражены в Сибири, на Урале и в южных регионах страны. Максимальным критицизмом отличается Центральный федеральный округ и Москва.

Проблемы России

Среди основных проблем России респонденты выделяют привычные коррупцию, низкую социальную и правовую защищенность, транспортную проблему, менталитет и плохое управление ресурсами. В целом, оценки респондентов совпадают с оценками более старших поколений, но молодые люди чаще всего не имеют мнения о том, каким образом эти проблемы можно решить.

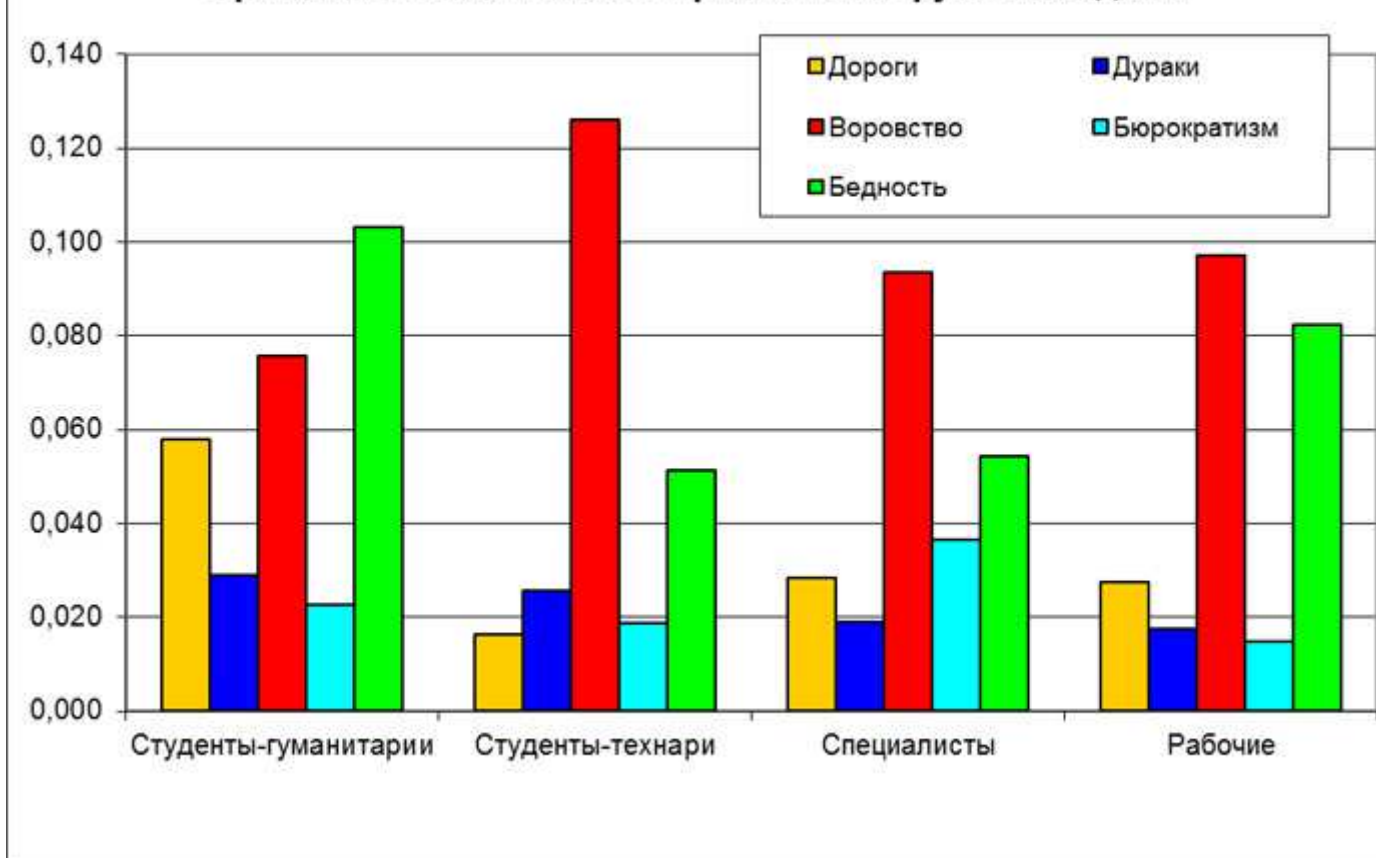
Коррупция воспринимается молодежью как всепоглощающее зло. Респонденты с удовольствием клеймят коррупционеров, заявляя, что те проникли во все сферы общества, на все этажи власти. При этом личного соприкосновения с коррупцией у большинства из них не было. Молодые люди осуждают коррупцию в тех ее проявлениях, с которыми им (в силу возраста) вряд ли пришлось столкнуться (при устройстве ребенка в садик, строительстве домов, укладке асфальта и т.п.). Информация о том, что Россия тотально коррумпирована, почерпнута главным образом из СМИ, из разговоров друзей и близких, из «социальной атмосферы».

Тем не менее, страх перед коррупцией имеет негативные последствия: будучи совершенно убежденными, что **«все куплено»**, молодые люди отказываются от попытки поступить в более престижный вуз или устроиться на более высокооплачиваемую работу.

Алена, 21 год, студентка, Екатеринбург: «Государственные структуры... ну, они слишком коррумпированы, чтобы дальше функционировать, если ничего не изменится в ближайшем будущем, то я сомневаюсь, что через 50 лет Россия будет существовать...»

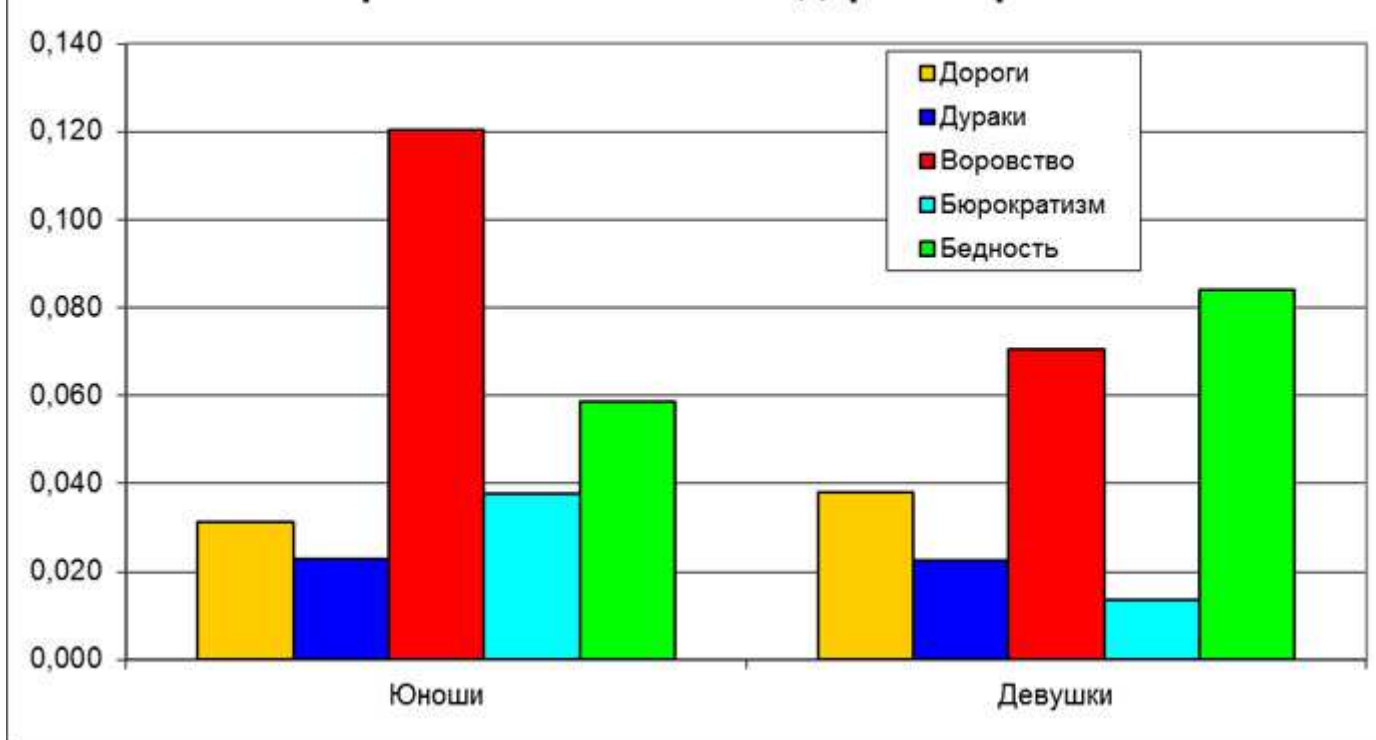
Воровство, по мнению респондентов, не менее глубоко, чем коррупция, вошло в российскую практику. Воровство видится неодолимым и вечным, ведущим к социальным несчастьям, и многое объясняющим. «Мне платят маленькую зарплату, потому что деньги воруют чиновники»; «у стариков маленькие пенсии, так как их обокрали»; «в детские сады очередь, так как все разворовали»; «олигархи богатые, так как наворовали» — такого рода объяснения не нуждаются ни в доказательствах, ни в действиях. Все равно ничего поделать с этим нельзя, так как это не зависит от меня, «маленького человека». Молодые люди уверены, что государство на самом деле имеет все необходимые ресурсы для решения проблем, но бездарность и воровство мешают людям зажить счастливо. Как бороться с этими явлениями, респонденты не знают, чаще всего уповая на «замену всей власти целиком».

Проблемы России глазами различных групп молодёжи



Чиновники и бюрократизм. Носителями социального зла (коррупции и воровства) являются, по мнению молодых людей, исключительно чиновники. Молодежь, мало сталкиваясь в жизни с этой группой, тем не менее, убеждена, что все они «нечистые на руку», «беспринципные и корыстные существа». Этот тезис также стал общим местом в речи молодого человека, не подвергается сомнению и не требует доказательств, ибо «все это знают».

Проблемы России: гендерный срез



Дороги. В восприятии молодежи собственной страны большое место занимают устоявшиеся стереотипы, такие как: «В России две проблемы — дураки и дороги» и фраза Салтыкова-Щедрина «Разбудите меня через сто лет и спросите, что происходит в России. И я отвечу: пьют и воруют». На этих двух пословицах строит доказательную базу своего ответа каждый второй респондент. При этом для обоснования проблемы с дорогами никаких иных доказательств, кроме предъявления пословицы, не требуется. Окружение, только услышав знакомый тезис, оказывает говорящему поддержку. Не принято обращать внимание на то, что какая-то **конкретная дорога** стала лучше, что появились новые дороги. **Негативистская ментальность нуждается в подпитке исключительно негативной информацией.** И если такой информации нет под рукой, приводятся примеры о случае на Дальнем Востоке, где-то еще далеко. Эти случаи пересказываются из уст в уста и служат лексическими маркерами, позволяющими опознать «своего».

Бедность и несправедливость, на взгляд респондентов, является неотъемлемой чертой российского общества. Респонденты часто заявляют о том, что лично у них денег не хватает на исполнение всех задумок, но при этом почти никогда не называют бедными лично себя. Бедными в России, на их взгляд, являются, в первую очередь, **пожилые и социально незащищенные категории** населения: инвалиды, сироты и т.п. Они испытывают недостаток в самом необходимом. Респонденты приводят примеры, что у их знакомых стариков «пенсия меньше квартплаты», «что они брошены государством на произвол судьбы», «никому не нужны». Молодежь сетует не столько на свою бедность, сколько возмущается тем, какое отношение у нас в стране к старшему поколению. Они сравнивают России с Западом: «Когда ты видишь заграничных пенсионеров, они благополучно живут, путешествуют по миру в свое удовольствие. А наши пенсионеры благополучно стоят с милостыней в метро». **Молодежь возмущает не бедность как таковая, а несправедливая бедность. Человек, честно проработавший всю жизнь, живет, как нищий. В то же время те, кто демонстрируют свое богатство, его вряд ли заслужили.** Бедность пенсионеров заставляет молодых людей искать способы им помочь: многие из тех, кто принимали участие в волонтерских мероприятиях, занимались именно помощью пожилым: рубили для них дрова на зиму, красили стены и дарили новогодние подарки. Виновато в этой проблеме государство, ведущее неправильную распределительную политику.

Олег, 27 лет, программист, Оренбург: «Бедность наших стариков не позволяет мне полностью ощущать себя счастливым человеком, потому что я знаю, что в мире происходит несправедливость! Не могу с этим мириться. Я человек неравнодушный!»

Екатерина, 21 год, Омск, студентка: «Проблема — это зарплаты, стипендии, пенсии, пособия. Нужно давать пенсию, чтобы хватало на прожиточный минимум. Бедные старушки! Им не хватает даже заплатить за квартиру. Все должно быть рационально, чтобы хватало на проживание. Если взять пример зарубежных стран, старики в Европе даже не задумываются о своей пенсии, в России это очень сильно хромает».

Антон, 27 лет, Пермь, менеджер: «Я вижу Россию нищей, потому что общество, кроме тех потребностей, которые нужны каждый день, не имеет ничего. Кроме одежды, еды у россиян нет ничего».

Алкоголизм — также традиционная российская проблема. О ней говорили многие наши респонденты. Независимо от возраста и социального статуса молодые люди полагают, что алкоголизм — бич России, причем масштабы этого бедствия растут с каждым днем. О проблеме алкоголизации России говорит почти каждый респондент, подчеркивая, что «страна спивается», «все

ездят пьяными за рулем», что «алкоголь — причина всех прочих проблем страны». Некоторые грустно иронизируют, что «водка осталась нашей единственной самобытностью». С пьянством связывают и «русскую лень», и нежелание многих работать. Звучат тревожные фразы: «Наши люди настолько много пьют, что страшно!» Или: «Алкоголь — это проблема всех проблем».

В качестве серьезной проблемы алкоголизацию населения молодежь прямо не связывает с собой. Это происходит не с ними лично, а где-то в социальном пространстве. Это, пожалуй, единственное зло, которое мало кто связывает с ошибками государственной политики. Скорее, это плохая традиция, бороться с которой почти невозможно.



В то же время использование метода контент-анализа позволило взглянуть на проблему глубже. Слова, семантически связанные с пьянством (водка, пиво, выпить, алкаш, пьянство, пьяный и проч.), были объединены в категорию «алкоголь». Все стенограммы фокус-групп и интервью были проанализированы с позиции того, насколько значимой для респондентов является эта категория, когда они говорят о своей жизни, приводят примеры, рассуждают о молодежи и политике. В диаграмме приведены частоты использования категории «алкоголь» для разных молодежных групп. Видно, что **наибольшее значение все, связанное с алкоголем, имеет для рабочих**. Именно для них этот смысловой домен является важным, постоянно находится в «оперативной памяти». Немного уступают им студенты-технари. А самой непьющей категорией являются интеллигентные гуманитарии.

Заметим, что в молодежной среде слова «алкоголь» и «наркотики» стали близнецами и употребляются в подавляющем числе случаев вместе. Эта лексическая близость слов заставляет сделать вывод, что в России проблема алкоголизации населения теперь усложнена присоединением к ней дополнительной проблемы употребления молодежью наркотиков.

Выводы

Чем моложе респонденты, тем устойчивее в их среде представление о России как о великой державе, с мнением которой считается весь мир. С возрастом идеалистическое представление о России сменяется все более скептическим.

Большинство молодых людей считает, что Россия — великая держава, которая катится в пропасть, деградирует и разрушается.

Негативизм стал повальной модой в молодежной среде. Такого рода ментальность нуждается в подпитке исключительно негативной информацией. Критически настроенная молодежь избирательно относится к информации, подмечая и запоминая только отрицательные примеры.

Молодежь считает, что у России было славное прошлое и будет светлое будущее. А вот настоящее ужасно.

Основными проблемами России молодые люди считают коррупцию и воровство, бедность и несправедливость, бюрократизм и произвол чиновников, а также алкоголизм и наркоманию.

Носителями социального зла (коррупции и воровства) являются, по мнению молодых людей, исключительно **чиновники**. Этот тезис стал общим местом в речи молодого человека, не подвергается сомнению и не требует доказательств.

Молодежь возмущает не бедность как таковая, а несправедливая бедность. Человек, честно проработавший всю жизнь, живет, как нищий. В то же время те, кто демонстрируют свое богатство, его не заслужили.

В молодежной среде слова «алкоголь» и «наркотики» стали близнецами и употребляются в подавляющем числе случаев вместе. Эта лексическая близость слов заставляет сделать вывод, что в России проблема алкоголизации населения теперь усложнена присоединением к ней дополнительной проблемы употребления наркотиков.

4. Отношение к власти и государству

Российская молодежь, независимо от социальной и региональной принадлежности, продолжает демонстрировать **политическую культуру патерналистского типа**. Этот тип политической культуры характеризуется отстраненным отношением к власти. Индивид ждет от государства благ и помощи, опасается диктата и притеснений, но в целом согласен с установившимся положением дел. Он в малой степени стремится изменить существующее положение дел и активной политической борьбе предпочитает ворчание или уход в свой микромир.

Анастасия, 20 лет, риэлтор, Красноярск: «Я не сторонник политики, я вообще не люблю нашу политику, она меня раздражает, потому что о нас никто не думает, о нас никто не заботится. Я понимаю, что мы должны думать сами о себе и о своей семье, но государство должно нам давать какие-то квоты, как это объяснять, давать нам какие-то возможности».

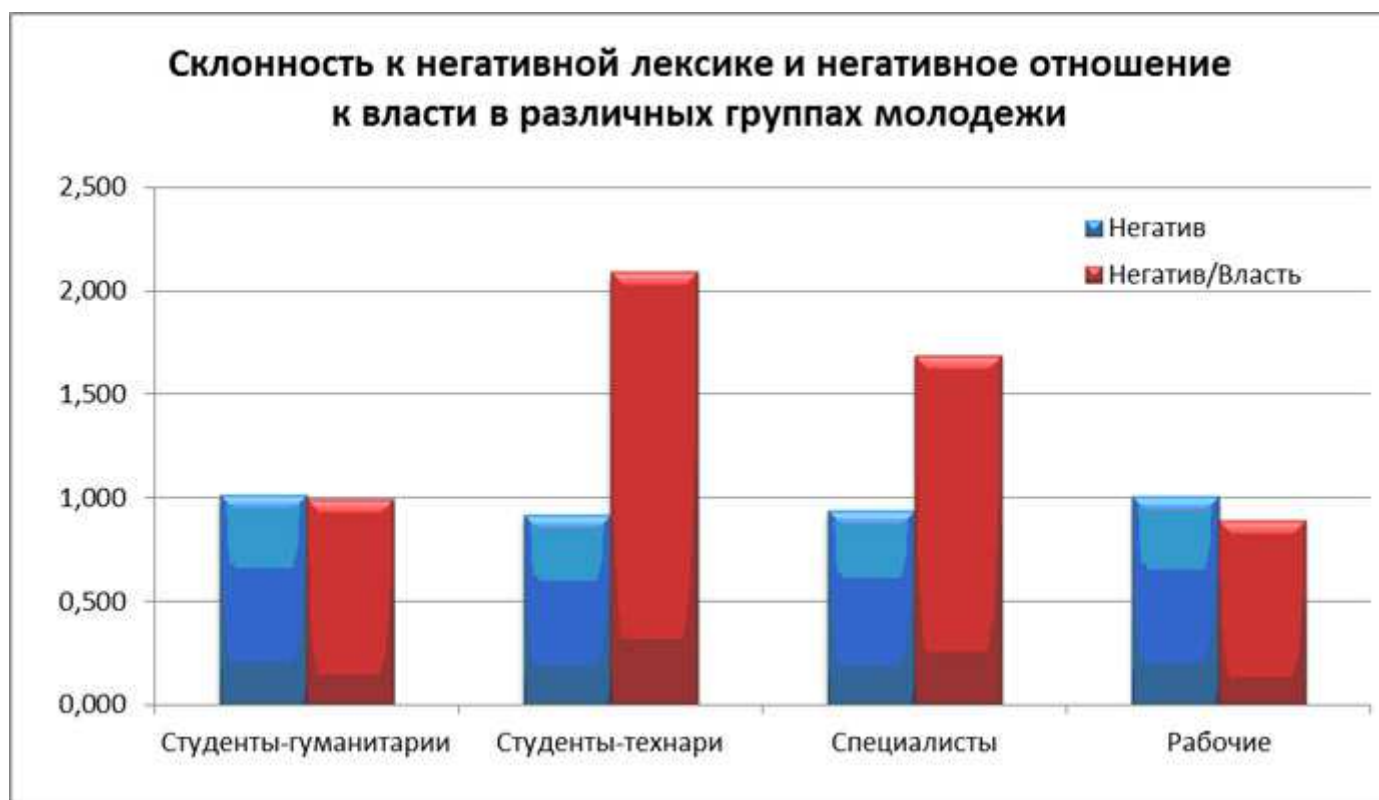
Иррациональное негативное отношение к власти в целом характеризует все слои молодежи. Но особенно оно присуще группе студентов технических вузов и специалистов с высшим образованием. Негативизм молодежи базируется на фрагментах исторических знаний, пропагандистских клише и мифологем разных эпох, образующих пугающий коктейль.

В политическом сознании молодежи присутствуют представления о тотальной «нечестности» и «некомпетентности» власти, ее «коррупционности», о работе «исключительно в интересах личного обогащения». Большинство молодых людей нисколько не сомневаются, что «политика — грязное дело», а люди, попадая во власть, подвергаются ее разлагающему влиянию.

У респондентов создается впечатление, что система власти направлена на максимальное отдаление людей от политики: они отмечают непрозрачность государственных решений, отталкивающее поведение представителей государства и закрытость касты политиков. Респонденты склонны отделять себя от политической жизни страны. Они углубляются в свои бытовые проблемы и включаются в политику, только если будут ущемляться их базовые интересы. Тотальное недоверие власти — вот что объединяет все группы молодежи.

Многие молодые респонденты видят власть как не поддающуюся рациональному пониманию враждебную силу, которая неминуемо развращает людей богатством, но при этом должна помогать неимущим и советоваться с народом. Очевидная противоречивость этих установок не смущает респондентов. Вывод, который делают молодые люди для себя, таков: власть — это монстр, и надо как можно меньше контактировать с ней.

Молодые респонденты практически не проявляют желания требовать от власти проведения грамотной политики, не верят в возможность повлиять на что-то. Ни один из респондентов не признался, что хочет пойти во власть и попробовать что-то изменить.



В ходе исследования проводился контент-анализ лексики, используемой молодежью в ходе интервью и фокус-групп. Для того чтобы элиминировать влияние привычного для конкретного человека набора негативных и позитивных высказываний, принималось в учет два показателя: 1) обычный для человека объем негативной лексики, о чем бы он ни говорил; 2) объем негативной лексики для тех случаев, когда респондент высказывал свое мнение о власти. Оба показателя были нормированы, что

позволило обнаружить случаи, когда респонденты, в целом не склонные «все ругать», высказываются негативно исключительно по отношению к власти. Как показано на диаграмме, особенно критически к власти относятся группы студентов-технарей и специалистов, так как только у них объем негатива к власти существенно превышает обычный фон негативной лексики. Это свидетельствует о том, что наибольшим протестным потенциалом обладают именно эти две группы молодежи.

Екатерина, 20 лет, студентка, Саратов: «Простите за бытовое мнение, но я считаю, что все партии одинаковы. Вроде они и хотят изменить что-то, но, добравшись до власти, сразу думают о наживе. Система ломает их. Приходят люди во власть одними, хорошими, а выходят другими, испорченными, порочными, коррумпированными. Все приходит к закономерному концу».

Негативная лексика, использованная респондентами в ходе исследования, более чем в два раза превосходила лексику, окрашенную позитивно.

Наиболее употребляемая лексика, используемая респондентами при описании российской власти

Негативная лексика

беда
бедные
беспощадно (-ый)
бессмысленна (-о, -ый, -ым)
боится (-ялся, -яться), побоюсь
боль
бунт (-ы)
виновата (-ы)
воевать
война (-ы)
вор (-ы, -уют, -овать)
вредны
глупо (-сть, -цы, -ые)
гнить
голод (-ать, -али)
грубо (-ый)
губит
диктатура
дурак (-и)
жадность
жалобы, жалуемся
жулики
запретить
крах
кровавая (-ые)
лениво
наплевали
недоверие
недовольна (-ы), недовольство
недостатки (-ок)
неохота
неправильно
неприятно
несправедливости
нищета
обманет, обманули
оскорбила
ошибки
плох (-ие, -ая, -ими, -о)
потеря, потеряли
предательский, предатели
преступники
протест, протесты, протестующие
противники
противостоят, противостояние
разрушать, разрушить
расстрелял, расстреляю
скучно, скучный
старая (-ое, -ые, -ый)

Позитивная лексика

благ (-а)
благодарности (-ь)
выгода (-но, -ный)
гармония
гениальный
гордость, гордиться
довольные (-ы)
достойн (-ные)
друг (дружить)
заинтересован (-ы)
замечательный
интерес (-ы, -но, -ный)
лучше (-ие, -их)
мирные (-ным)
польза
помогает, помощь, помочь, поможет
правильно (-е, -ым)
прекрасная (-ое)
свободы
смелый
смех
справедливую
счастливы, счастья
уважаемый, уважение
удобнее
удовлетворен, удовлетворение, удовлетворяет
улучшений, улучшению
умело, умелыми
хорошо, хорошему, хорошие, хороших
честно, честность

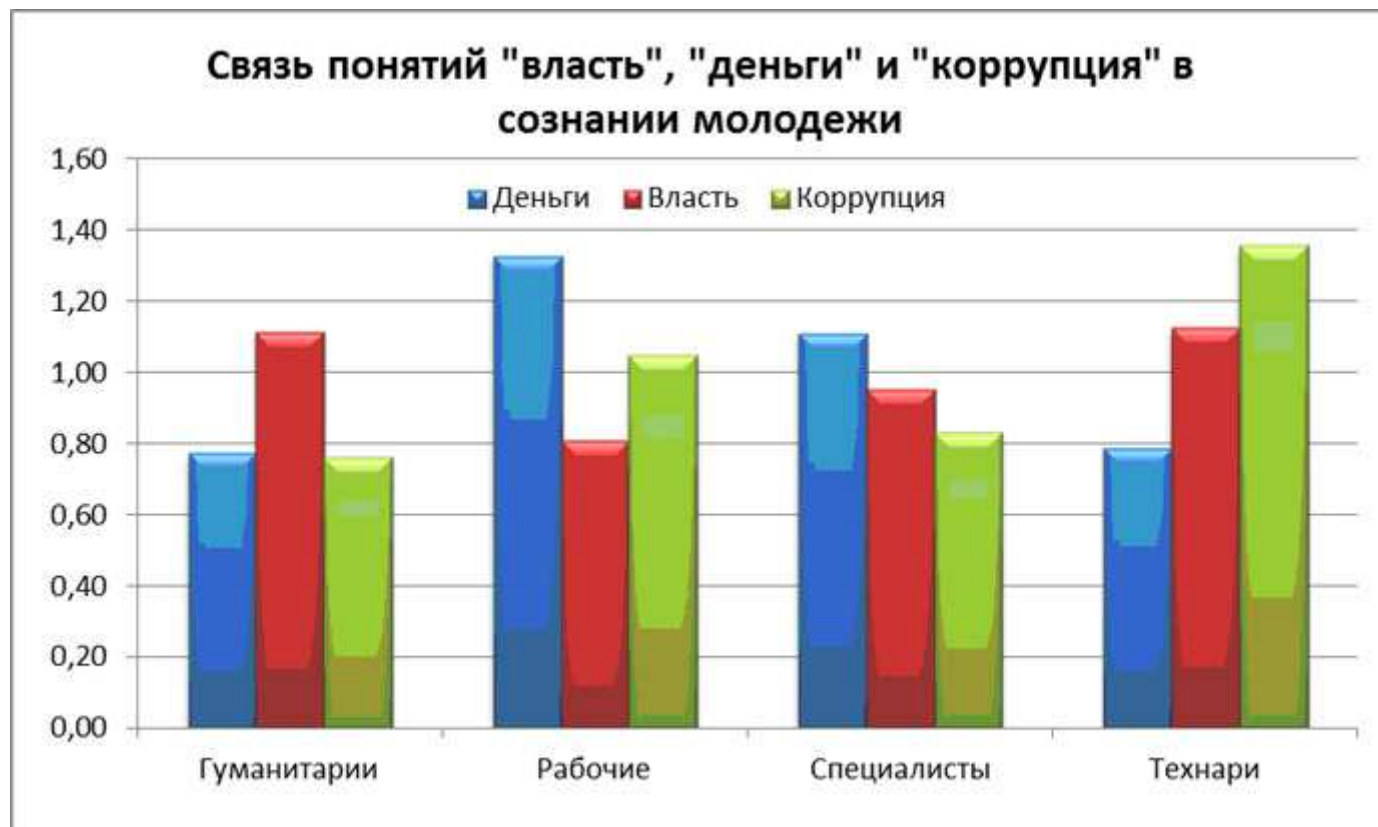
страдает, страдают
 страшная
 тревожно, -ый, -ая
 тюрьма, сесть (в тюрьму)
 убили
 угрожать, угрожали
 умирать
 устал, устала
 хуже

Доля негативной лексики в речи молодых людей

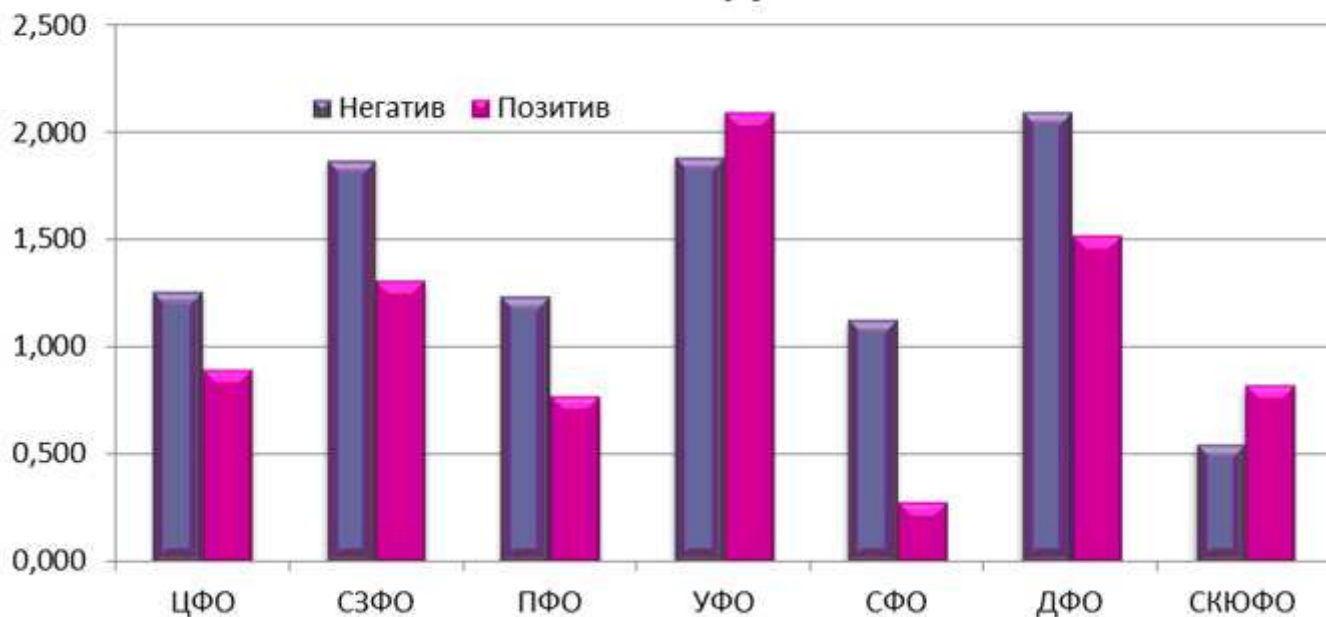
	Общее количество предложений с упоминанием власти	Количество предложений, содержащих слова категории «Негатив»	Процент предложений со словами категории «Негатив» (%)
Гуманитарии	72	27	37,5
Технари	54	23	42,6
Специалисты	69	33	47,8
Рабочие	37	12	32,4
ВСЕГО	232	95	40,1

Большая часть респондентов власть воспринимают как самодовлеющую силу, не имеющую легитимного источника. Выборы таким источником явно не являются, так как, по их мнению, не зависят от волеизъявления народа.

Контент-анализ когнитивных доменов выявил, что понятие «власть» молодежь прочно ассоциирует с понятиями «деньги» и «коррупция».



Отношение молодежи к власти по федеральным округам



Данные исследования демонстрируют, какие регионы России имеют наибольший протестный потенциал. Здесь наибольшую тревогу вызывает Дальневосточный и Северо-Западный федеральные округа. Более спокойная ситуация на юге страны.

Невежество и нигилизм

Еще одна особенность: **молодежь не понимает, как устроена российская политическая система**, как она функционирует, из каких элементов состоит. Как правило, они не отличают чиновников от депутатов, правительство от администрации, лидеров партий от бюрократов. Им неясно, какой смысл в существовании государства. Анализ высказываний молодых людей в ходе исследования показывает, что основными задачами власти респонденты считают:

- раздачу субсидий, кредитов и пенсий,
- помощь молодежи при устройстве на работу,
- организацию досуга.

Политические партии в рамках этой парадигмы воспринимаются как миниатюрные копии государства: их основной задачей также является забота о гражданах.

Из непонимания механизма работы политической системы вытекает отсутствие альтернативных взглядов на происходящие процессы. Молодежь не мыслит «ремонта» системы. Политический мир для нее черно-белый. Можно либо гордиться государством, либо презирать все, что делает власть.

Единственный метод, которым респонденты предлагают решить проблемы страны, — это поменять всю власть целиком. Невозможно корректировать то, что не можешь дифференцировать. Чтобы изменить плохое, нужно выделить его из системы. Можно с уверенностью констатировать, что общественное образование как предмет в школах не дает ученикам адекватного представления об общественном устройстве, о политической системе современной России. Молодежь не ориентируется в политическом пространстве, что ведет не только к отчуждению, но и к апатии и абсентеизму.

Основные претензии молодежи к власти

1. «Противоестественный отбор». На вершину политической пирамиды попадают не лучшие и самые достойные, а «свои», лояльные. Лояльность воспринимается как негативная характеристика, связанная с безусловным отсутствием должной квалификации. В данном случае категории «лояльность» и «профессионализм» являются антонимами.

2. В России нет элиты. Правящая элита — это вовсе не элита, потому что элита — это лучшие люди. А в правящей элите нет «лучших». Там собрались только худшие. В стране свирепствует «противоестественный отбор», всасывающий в государственные институты людей глупых, лицемерных, слепо преданных начальству, жадных, своекорыстных. Молодежь не верит, что правящая элита всерьез радеет о величии страны. Напротив, она думает исключительно о собственном кармане и о том, чтобы вывезти свои капиталы и детей за границу.

3. Глупая элита управляет неэффективно. Респонденты очень часто заявляют, что Россия — самая богатая в мире страна, но ресурсы ее из-за коррумпированной, бездарной и неэффективной власти либо разворовываются, либо расходуются самым неэффективным образом (примеры — Сколково или размытая дорога после саммита АТЭС во Владивостоке).

4. Власть плоха, но Россия — великая держава. Другой тезис, столь же распространенный в молодежной среде: власть в России плоха, делает все неправильно, проводит грабительскую политику. В то же время Россия — великая держава, особая цивилизация со своей миссией. Все, что есть в России плохого, сделано властью. Все, что есть в России хорошего, сделано не властью, а возникло само (например, богатые недра) или создано усилиями народа.

5. «Власть — кормушка». Не пекут пирог, а делят. Респонденты в целом склонны оценивать политический процесс как борьбу за некий «пирог», олицетворяющий богатство страны. На их взгляд, «пирог» этот был в основном «испечен» в период существования Советского Союза. Нынешнее поколение чиновников стремится растащить его по кускам. Никто не занимается тем, чтобы увеличить «пирог» общественного богатства. Никто не печет «новый пирог», все делят старый. Поэтому все институты власти респонденты склонны называть «кормушкой». Люди идут во власть, чтобы «присосаться к кормушке», «встать у кормушки». Про человека, испорченного властью, говорят: «его не оторвать от кормушки».

6. Мы должны быть богатыми, но мы бедные. Респонденты уверены, что в России есть все необходимые ресурсы для трансформации страны в передовое государство. Нефть и газ должны сделать каждого российского гражданина миллионером (как в Кувейте, например). Но где это богатство? Чиновничий аппарат расхищает наши ресурсы. И поэтому в России чиновники богатые, а народ бедный.

Требования к власти

Из этих претензий вытекают и основные требования к власти: сделать так, чтобы в элиту каким-то образом прошли действительно лучшие люди, которые будут радеть об интересах страны, не стремиться к высоким должностям, к высоким доходам. Они должны быть благородны и бескорыстны. Только это даст действующей власти действительную (а не мнимую) легитимность.

Людмила, 18 лет, студентка, Владивосток: «Насчет перспектив... пришел бы такой человек, который избавил бы от коррупции, и перестали бы, грубо говоря, разворовывать страну...»

Никто точно не знает, откуда должна прийти «настоящая элита». Но молодежь точно знает, что эта элита должна уйти, добровольно отказавшись от своих постов и, возможно, придя с повинной к следователям. Государственная неэффективная машина должна быть целиком сломана. Надо издать законы, запрещающие воровать и заниматься коррупцией. Такие выводы делает значительная часть российской молодежи, не задумываясь всерьез о необходимых переменах.

Характерно, что для молодежи фактор демократичности выборов не является главенствующим.

Единственная категория молодых людей, которая заявляет о поддержке действующей власти и избегает говорить о проблемах, — представители национальных меньшинств (в исследовании принимали участие члены этнических диаспор). Они являются надежной опорой Кремля и в ответах на вопросы часто отмечают положительные моменты деятельности правящей партии в их регионе.

Государственная идеология: верить — не верить?

Иррациональное отношение к власти как к непознаваемому субъекту проявляется и в обсуждении государственного целеполагания. Те немногие респонденты, которые имели отчетливые политические убеждения (в среднем один из шести), отличались от прочих участников опроса катастрофическим мышлением. Они склонны к резко оппозиционным взглядам социалистического или националистического толка, им присуща надежда на революционное изменение политической ситуации. Они полагают, что без немедленных потрясений страну ждет гибель.

Между политической апатией и абсентеизмом, с одной стороны, и революционным апокалиптизмом, с другой, существует пропасть, угрожающая развитию страны: ни то ни другое мировоззрение не способствует модернизации и развитию государства.

Парадоксально, но респонденты при всем своем негативном отношении к власти были бы совсем не против, если бы она служила источником указаний для дальнейшей деятельности. Респонденты называют нынешнюю политику государства в отношении молодежи слишком пассивной. Молодежь обвиняет государство в непозволительно вялой артикуляции желаемого курса. Из ответов респондентов ясно, что они воспринимают отсутствие директив как «брошенность на произвол судьбы».

Используя модную в молодежных кругах либеральную лексику и ссылки на западный опыт, респонденты в то же время выражали готовность поддержать хоть какую-нибудь официальную идеологию, которая объясняла бы цели общественного развития и говорила людям, что такое «хорошо», а что такое «плохо». Они ждут идеологии. Но в то же время готовы сразу же начать с ней борьбу. Попытки власти пропагандировать элементы православной этики и патриотизма воспринимаются молодыми людьми с раздражением, как попытка навязать им чуждые и архаичные взгляды. Желая узнать официальную идеологию, они априори не доверяют ей и готовы тот же час начать ее уничтожать. Признавая необходимость государственной идеологии и ясного курса развития, они отказывают и идеологии (в случае ее появления) в легитимности, так как сам источник власти нелегитимен и исходит от «продажных чиновников».

Единственное легитимное, на взгляд молодежи, лицо в стране — президент Владимир Путин. Он могущественен, смел и стоит над схваткой, но — увы — ограничивается лишь указаниями, чего делать нельзя, воздерживаясь от позитивных директив.

Выводы:

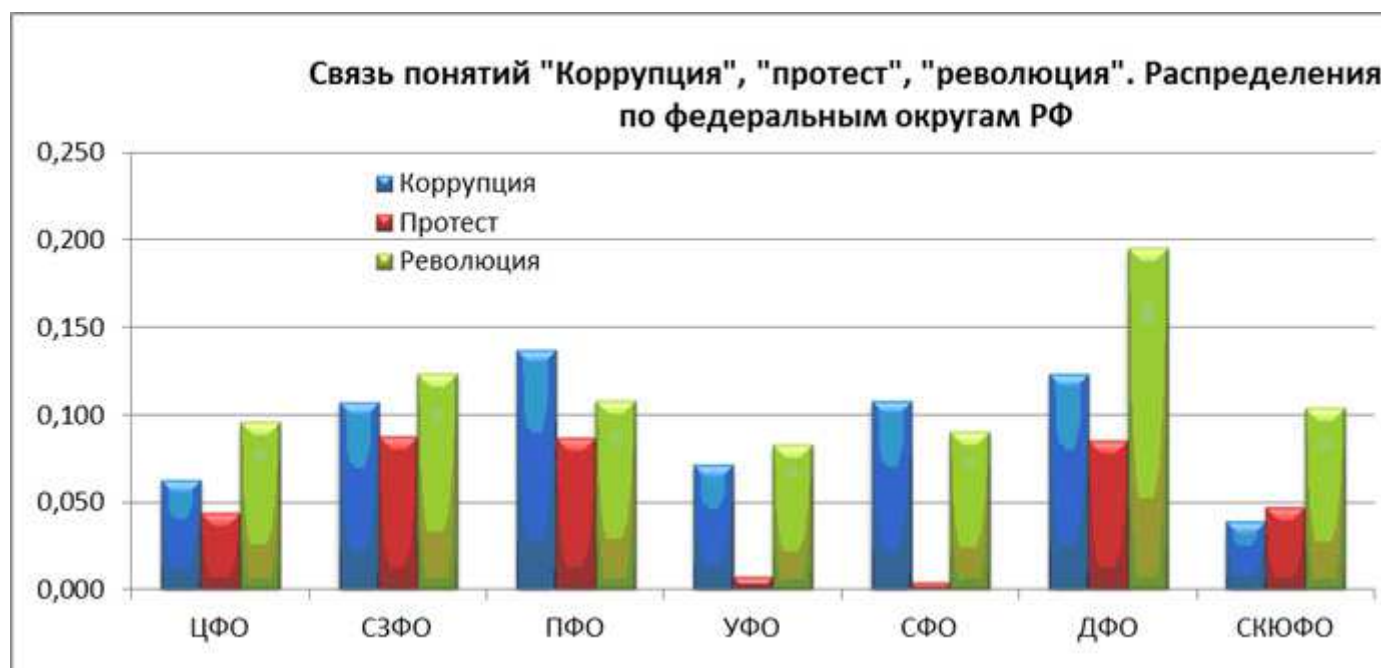
1. Молодежь боится власти. Власть представляется ей чем-то отталкивающим, опасным, безжалостным.
2. Особенно критически к власти относятся группы студентов-технарей и специалистов.
3. Непонимание механизма работы политической системы вызывает огульную критику, сводящуюся к стремлению «поменять всю власть целиком».

5. Протестные настроения

Негативизм, охвативший молодежную среду, однако, **не позволяет сделать вывод о том, что изучаемая социальная группа настроена революционно**. Между вербальной критикой власти и прямыми протестными действиями лежит существенная дистанция. Так, оказалось, что значительная часть респондентов в российских регионах ничего не слышала о митингах, которые проходили в Москве, имеет смутное представление о том, сколько протестных мероприятий было проведено в 2012 году, кто является лидером оппозиции и есть ли у нее своя партия.

Подавляющее большинство респондентов **не участвовали** в протестных акциях, но при этом к протесту как к идее относятся с явным **сочувствием**. Они разделяют возмущение коррупцией и несправедливостью. Источником этих социальных пороков, на их взгляд, является власть, чиновники, само государство.

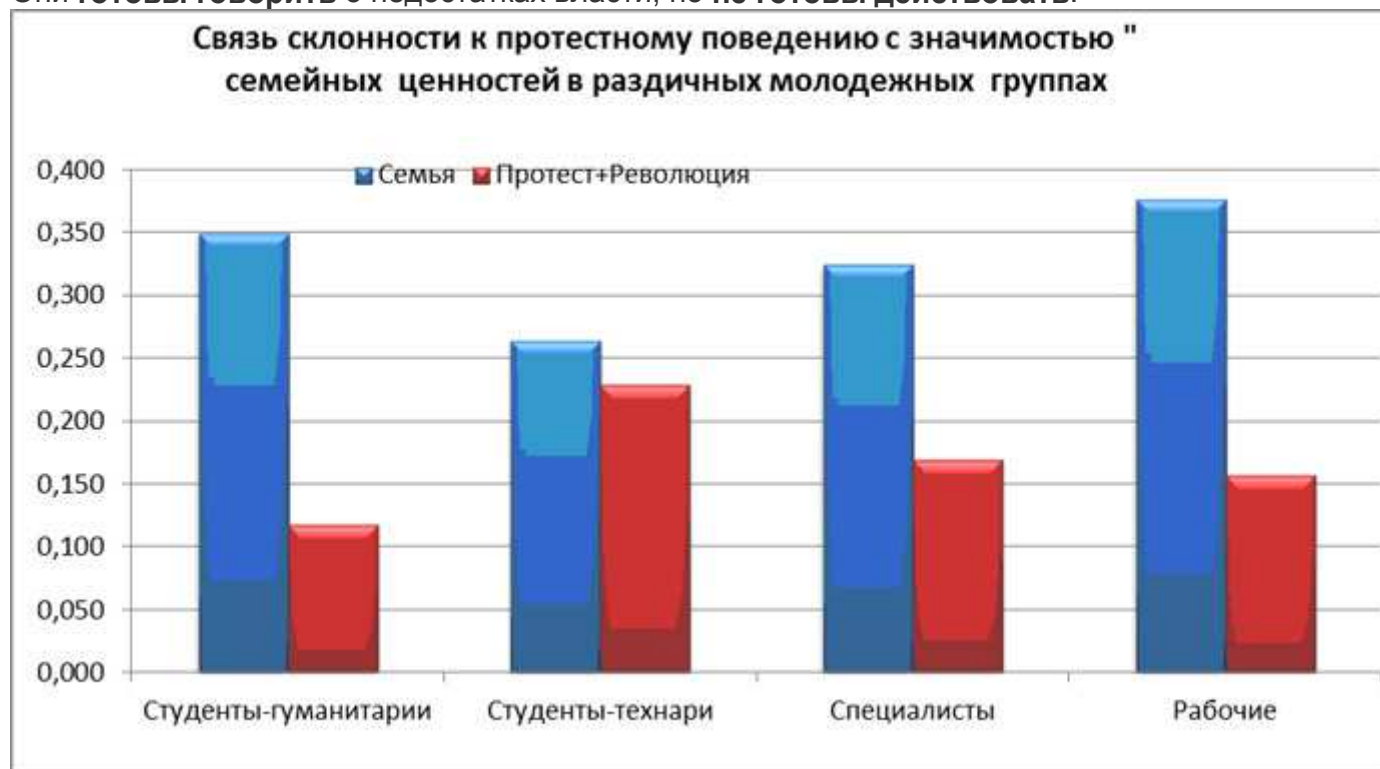
Изучая корреляцию между готовностью к политическим девиациям и другими понятиями, мы выяснили, что «революционный настрой» прямо связан с оценкой коррупции в стране: чем выше респонденты оценили коррупцию, тем больше они оправдывают возможную революцию.



Обратная связь существует между ценностью семьи для респондента и его готовностью участвовать в акциях протеста. Те, кто ориентирован на гармоничные отношения со своими близкими, мечтает

создать свою семью, завести детей, показывают низкие показатели ориентации на протест. Хотя это не говорит о том, что «семейно ориентированные» респонденты настроены менее критично.

Они **готовы говорить** о недостатках власти, но **не готовы действовать**.



Почему же критически настроенная к власти молодежь не спешит на митинги?

Сами респонденты так объясняют свои поступки:

— Это бесполезно, акции ни к чему не приведут.

— Это опасно: можно получить увечье, попасть в полицию.

— Занятость («я же не бездельник, мне работать надо»).

— Не исключено, что митинги протеста подстроены самой властью, что это внутренние разборки политиков, где народ используют «как быдло», втемную.

— Отчужденное отношение к лидерам оппозиции («это ребята из 90-х, не наши ровесники»).

— Недоверие к лидерам оппозиции («эти оппозиционеры в Москве сами за власть борются», «они как до власти дорвутся, сами воровать будут»).

— Внесистемные лидеры «не заботятся» о своих сторонниках, «толкая их на ОМОНовские дубинки».

Ярослав, 22 года, студент: «Протесты? Это было смешно, потому что выложили в Интернете, а там была пьяная молодежь, которая не знала, зачем она туда пошла. Им вроде дали по 300 рублей, они пили пиво, рассказывали анекдоты. Им было прикольно и весело. Но против чего они протестовали, и сами не знали».

Исключение составляют акции местного масштаба, организаторы которых лично известны респондентам. Например, молодежь высказала высокую степень доверия к мероприятиям,

проводимым в их учебном заведении: протест против исключения за прогулы или написание коллективного письма в деканат.

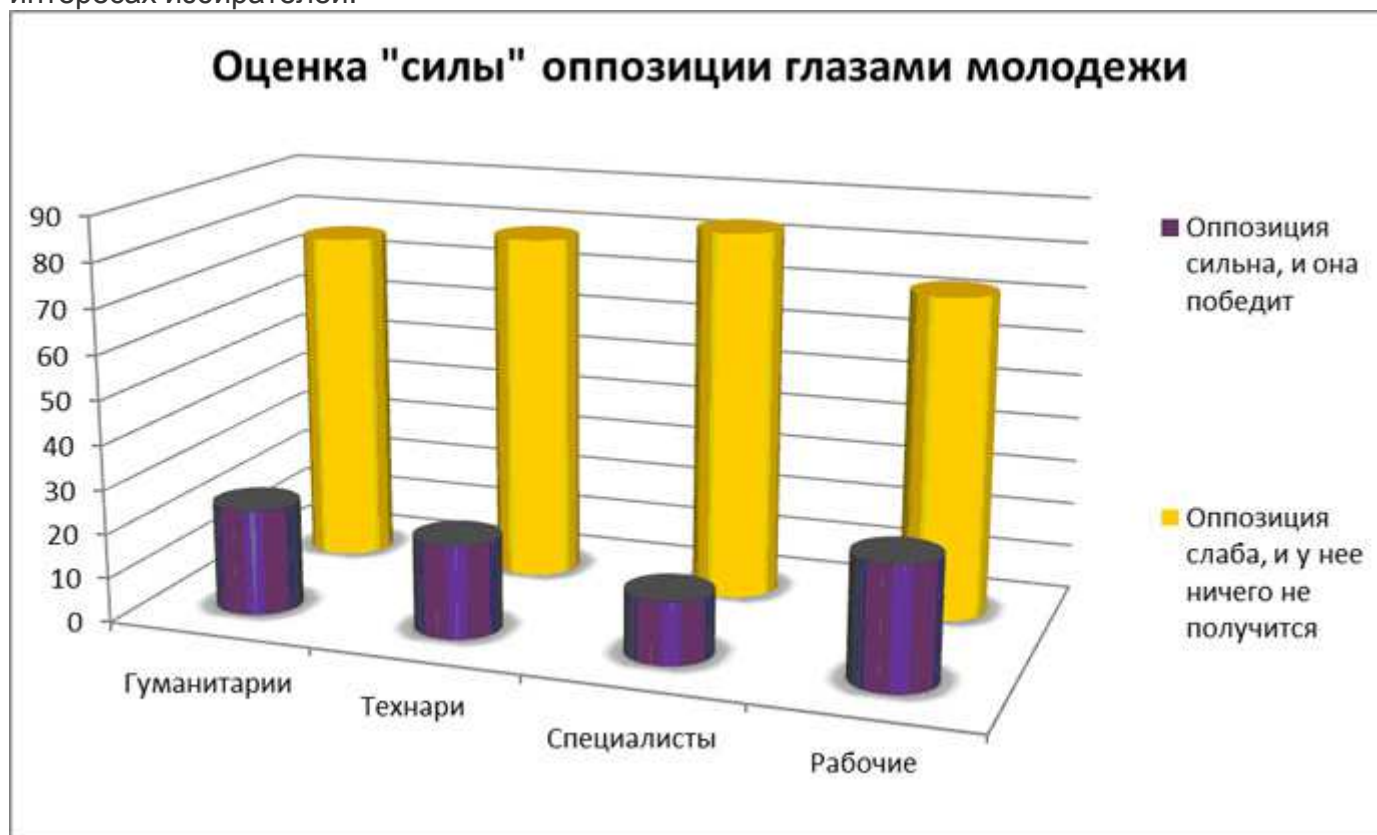
Оценка оппозиции

Оппозицию 40% ответивших респондентов считает слабой. Мало кто верит, что она в ближайшем будущем сможет одержать победу над властью.

Несмотря на критический настрой к власти, респонденты **не склонны к поддержке лидеров внесистемной оппозиции**: они видятся молодежи как люди из «мира политики», которая деформирует личность, заставляя ее быть безжалостной, корыстной, нечестной. Молодые люди подозревают известных оппозиционеров в тех же грехах, что и сама власть: в стремлении «присосаться к кормушке», участвовать в «дележе пирога», пользоваться всеми благами, которые предоставляет коррумпированная власть.

Борьба лидеров оппозиции воспринимается значительной частью молодежи не как борьба за демократию и справедливость, а лишь как **борьба за власть**, как стремление «прорваться к ресурсам госаппарата для улучшения своего материального положения». Респонденты просто не в состоянии поверить, что человек может стремиться к власти для чего-то иного, кроме этого.

Что касается **системной оппозиции**, то к ней также доминирует негативное отношение. Сами социальные лозунги «Справедливой России» или КПРФ вызывают симпатию у молодых людей, недоверие к конкретным политикам, пораженным «трансформатором зла», превалирует. Поэтому молодежь не верит, что парламентские оппозиционные партии готовы проявлять истинную заботу об интересах избирателей.



Нынешняя оппозиция видится большинству респондентов (40%) разрозненной, не могущей выработать единую позицию и сохранить энтузиазм в массах. Они не видят в оппозиционерах людей, которые способны возглавить восстание или переворот.

Анализ отношения молодежи к оппозиции показал, что наибольшую силу приписывает ей та группа, которая менее всего склонна к протестам, — это рабочие. Чем больше молодые люди склонны к протесту, тем скептичнее их отношение к возможностям оппозиции. Самая «революционно» настроенная группа — специалисты — является и самой пессимистичной в своих оценках (как это видно из гистограммы).

Оппозиция и революция

Негативные эмоции в отношении оппозиционных вождей связаны с еще одним фактором: легитимная политическая борьба с использованием митингов, акций протеста, пикетов, прессы и т.п. воспринимается респондентами как ни к чему не ведущая «детская игра». Именно с этим связано то, что 40% оценивают оппозицию как слишком слабую: **она не готова «повысить ставки» и пойти на вооруженный конфликт с властью**. Политики, включая оппозиционеров, занимаются «перетягиванием одеяла». А это, по мнению респондентов, недостойно по-настоящему великих деятелей. Антиправительственная борьба, если уж в нее ввязываться, должна вестись вооруженными методами «не на жизнь, а на смерть». Это радикальное мнение разделяют как революционно настроенные, так и аполитичные респонденты. Борьба демократическими и парламентскими методами воспринимается ими как «несерьезная». Склонность к компромиссам укрепляет респондентов во мнении, что оппозиционные лидеры рвутся к власти для участия в расхищении госсредств. У респондентов есть четкое убеждение, что если бы среди протестующих было меньше интеллектуалов, но больше бесстрашных «бомбистов», то протест имел бы больше успеха.

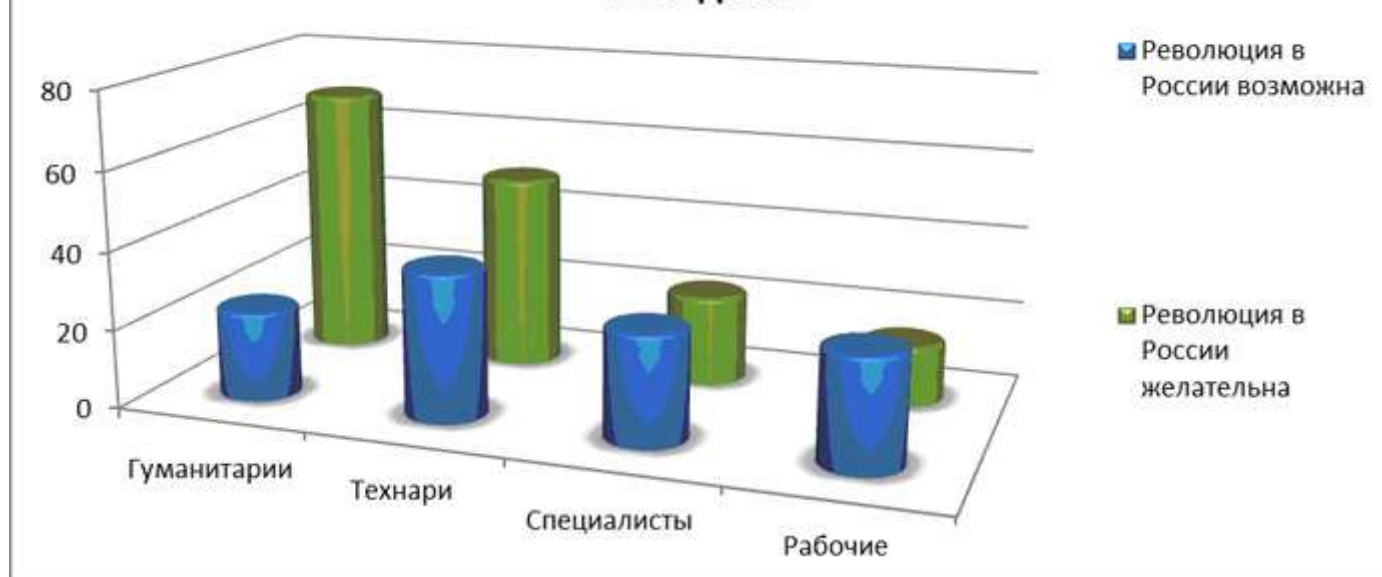
Виктория, 19 лет, студентка, Санкт-Петербург: «В данный момент протесты несерьезные какие-то. Как мне кажется, нет у них жесткой идеологии, к которой стремились бы люди, поэтому нет и объединения, чтобы свергнуть политиков...»

Таким образом, понятия «революция» и «оппозиция» в головах у респондентов — вещи принципиально разные. Оппозиция воюет за «свой кусок пирога», за государственные должности и не имеет никакого отношения к революции. Революцию же проводят **герои**, благородные рыцари, аскеты, готовые ради своих идеалов идти на смерть и кровавую битву. Интеллигенты и богачи, по определению, не могут быть революционерами и повести за собой народ. А лидеры оппозиции как раз люди не бедные и весьма образованные. Так юношеский максимализм рисует альтернативы политического развития России: либо статус-кво, либо кровавая народная революция.

Негодование велико, но революции не будет

Парадоксально, что молодые люди уверены, что сколь бы ни была ситуация в стране критической, революции все же не будет. Значительная часть респондентов полагает, что революция была бы желательным выходом из сложившейся ситуации, так как негодование народа велико.

Вероятность и желательность революции глазами молодежи



Но только каждый шестой респондент полагает, что революция не исключена и вызвана она будет причинами **социального характера**. Самой тревожно настроенной группой молодежи оказались студенты технических специальностей, а самой «благодарной», уверенной, что ничего катастрофического не произойдет, — студенты-гуманитарии.

Отметим, что почти 80% респондентов не имеют своего мнения о том, нужна или не нужна революция России.

Роман, 21 год, студент, Екатеринбург: «Оппозиция не должна быть либеральной. Никогда! Ни в одной стране не было либеральных оппозиций, кроме России. Чего нам не хватает для революции? Нужен настоящий толчок, который всех посадит на революцию. А сейчас народ совершенно не готов! У народа нет минимального: нет оружия, нет боевиков, нет целей».

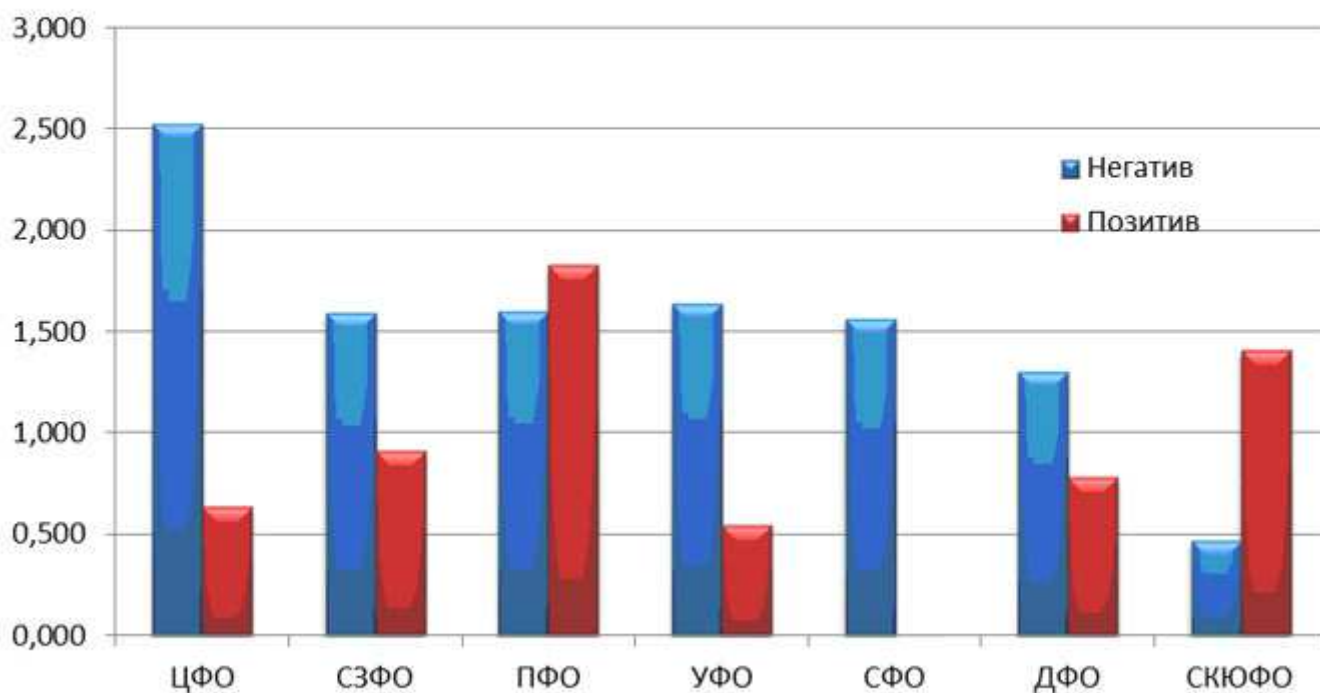
Отношение к революции

Революция кажется делом малореальным большей части опрошенных в фокус-группах, а вот лидеры общественного мнения молодежных сред, напротив, настроены радикально и верят в быстрый «крах системы».

При этом, зачастую, против оппозиции работает еще и то, что респонденты склонны обвинять в проблемах не только государство, но и менталитет россиян в целом, и с этой точки зрения протесты образца 2012 года хоть и имеют право на существование, но не решают большинства проблем, стоящих перед народом. Оппозиция при таком подходе не имеет шансов на успех.

Анастасия, 26 лет, менеджер: «В принципе революция может у нас назреть. Много у нас проблем. Много озлобленных людей. Но как только она станет совсем реальной, близкой, правительство примет какое-нибудь решение, “услышит народ” и вывернется. И все опять останется по-прежнему».

Отношение к понятию "революция" в различных федеральных округах



Анализ отношения к революции по федеральным округам показал, что именно там, где протестные акции были наиболее масштабными, к перспективе революции выработалось отчетливое негативное отношение. Центральный федеральный округ (и входящая в него Москва) лидирует по тревожным настроениям и негативным оценкам. Там, где угроза дестабилизации была не так велика, молодые люди более оптимистично отзываються о революционных прогнозах.

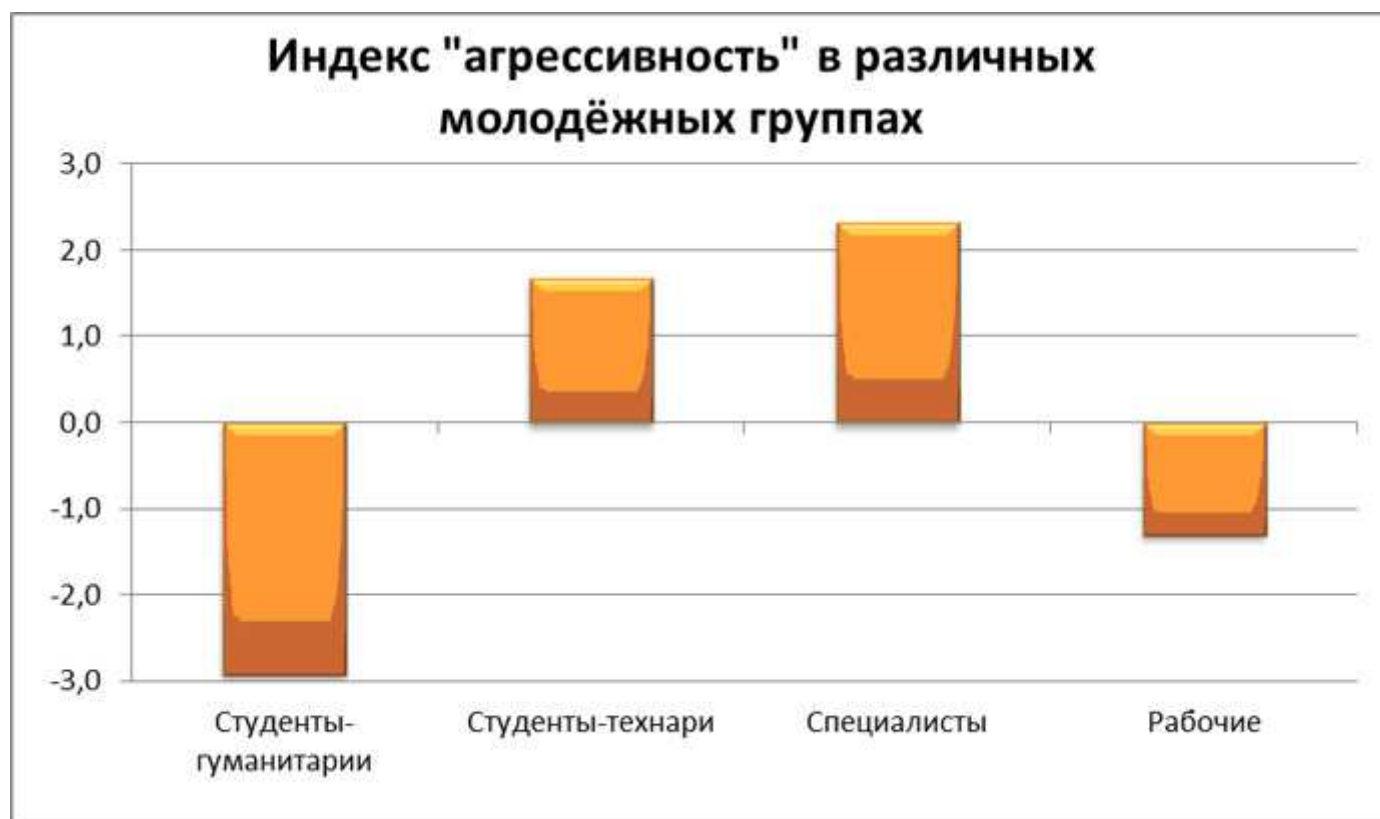
Идеальный образ революционера

Молодым россиянам неприятны лидеры-интеллигенты, работающие в правовом поле и являющиеся такими же обычными россиянами, как они. Респонденты ждут непогрешимого героя, образ которого можно было бы сравнить с образом Данко, освещающего путь народу во тьме своим вырванным сердцем. У него не может быть никаких слабостей, он должен быть беден и благороден. По сути, оппозиционные лидеры — «слишком человеческие», в то время как респонденты хотят видеть в них что-то сакральное, что-то такое, что очевидно указало бы на их право вести за собой людей, возвышало бы их над другими. С этим, к слову, связана популярность образа Путина: он воспринимается как житель Олимпа, окруженный завесой таинственности и управляющий неведомыми силами. Да, большинство респондентов негативно оценивают результаты его деятельности, но он видится «драконом», который занимает свой пост по праву обладания тайными выдающимися качествами. **Борцом с этим «драконом» респонденты хотят видеть столь же монументальную личность.** Если же на пост борца претендует некто, работающий в правовом поле, это слабак, а его претензия на сакральную роль воспринимается как нелегитимная. В этом состоит основная проблема главного оппозиционного авторитета Алексея Навального. У респондентов не было к нему претензий по части подозрений в коррупции или ложности помыслов (телевизионную информацию о нем обычно дружно отметили как не соответствующую действительности), но они

отмечали, что у него не хватает силы воли и решительности. Он не готов к переходу к более активным действиям (как, например, «приморские партизаны»).

Агрессия

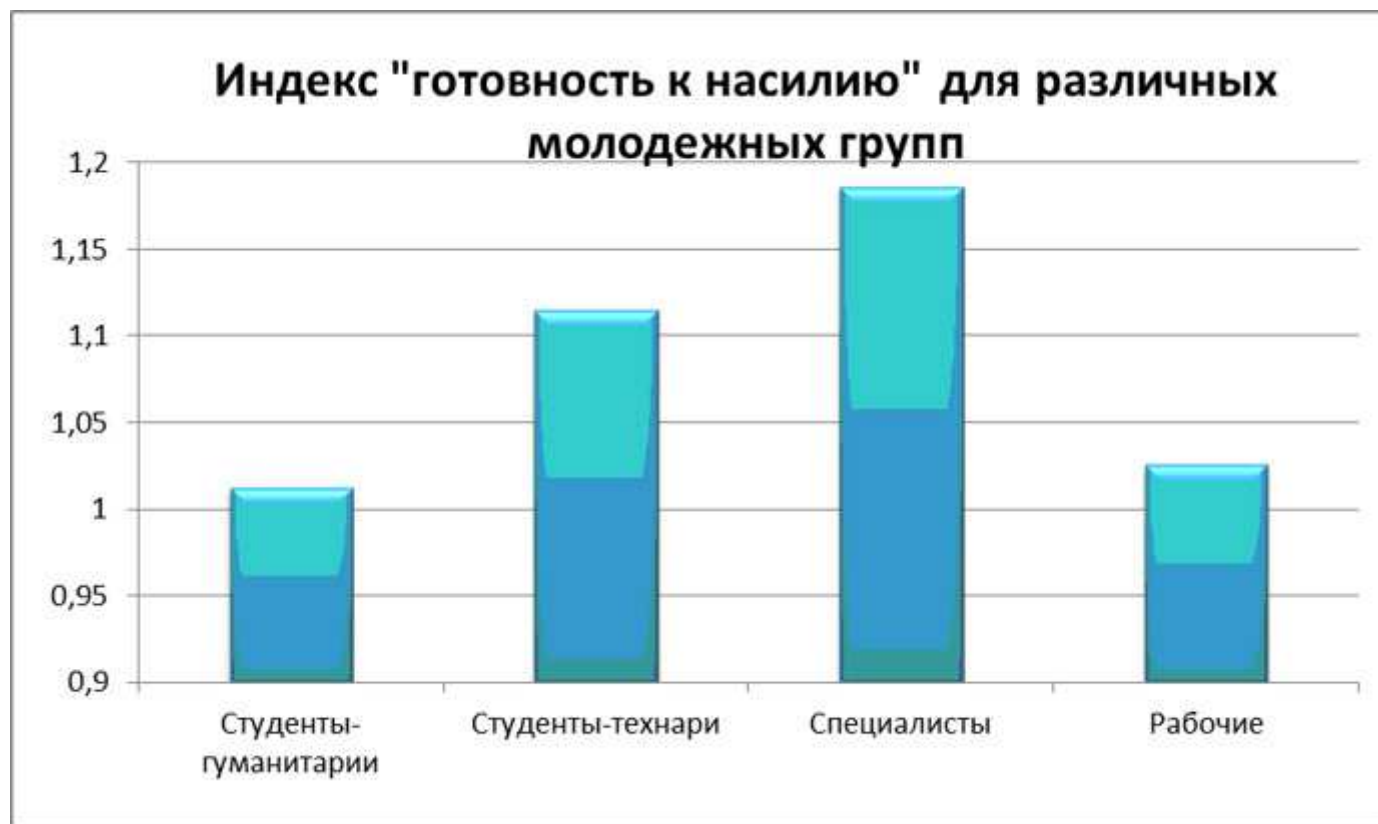
Для ответа «какая молодежная группа представляет наибольшую угрозу стабильности» мы применяли методы социо-психологического анализа, на основе трудов Д. Макклелланда, Х. Хекхаузена и Г. Мюррея, разработавшего текст тематической апперцепции. В.И. Шалаком были адаптированы категории агрессивно окрашенных слов, частота употребления которых была использована для оценки агрессивности речи. Категория «агрессии» была сформирована из 498 слов, использованных участниками опроса (бороться, бить, ненавидеть, воевать, завоевывать, навязывать, насилие, ненависть, беспощадно, взрыв, враг, вооружение, оружие, диктатура, запрещать и др.). В данном случае вычисляется не процентное содержание в тексте слов категории, а статистическая оценка того, насколько неслучайно отклонение от средней оценки в большую или меньшую сторону. Для этого был вычислен средний процент по всем четырем группам, и после этого процентное содержание слов категории «агрессивность» в конкретной группе сравнивалось с общим средним и делилось на стандартное отклонение. Ценность такой оценки заключается в том, что если результат выходит за пределы интервала ± 2 , то это означает, что данная оценка с вероятностью 0,95 и выше не является случайной, а отражает существенные характеристики автора текста.



В данной диаграмме нулевая оценка — это среднее арифметическое по всем четырем группам. Для гуманитариев оценка равна почти -3. Это означает, что по сравнению с остальными группами они с вероятностью 0,99 лишены какой-либо агрессивности. А вот специалисты (с вероятностью больше 0,95) являются наиболее агрессивно настроенной группой по сравнению с остальными. Повышенной агрессивностью, но не такой высокой, как у специалистов, характеризуются студенты-технари, а самой спокойной — рабочие.

Готовность к насилию

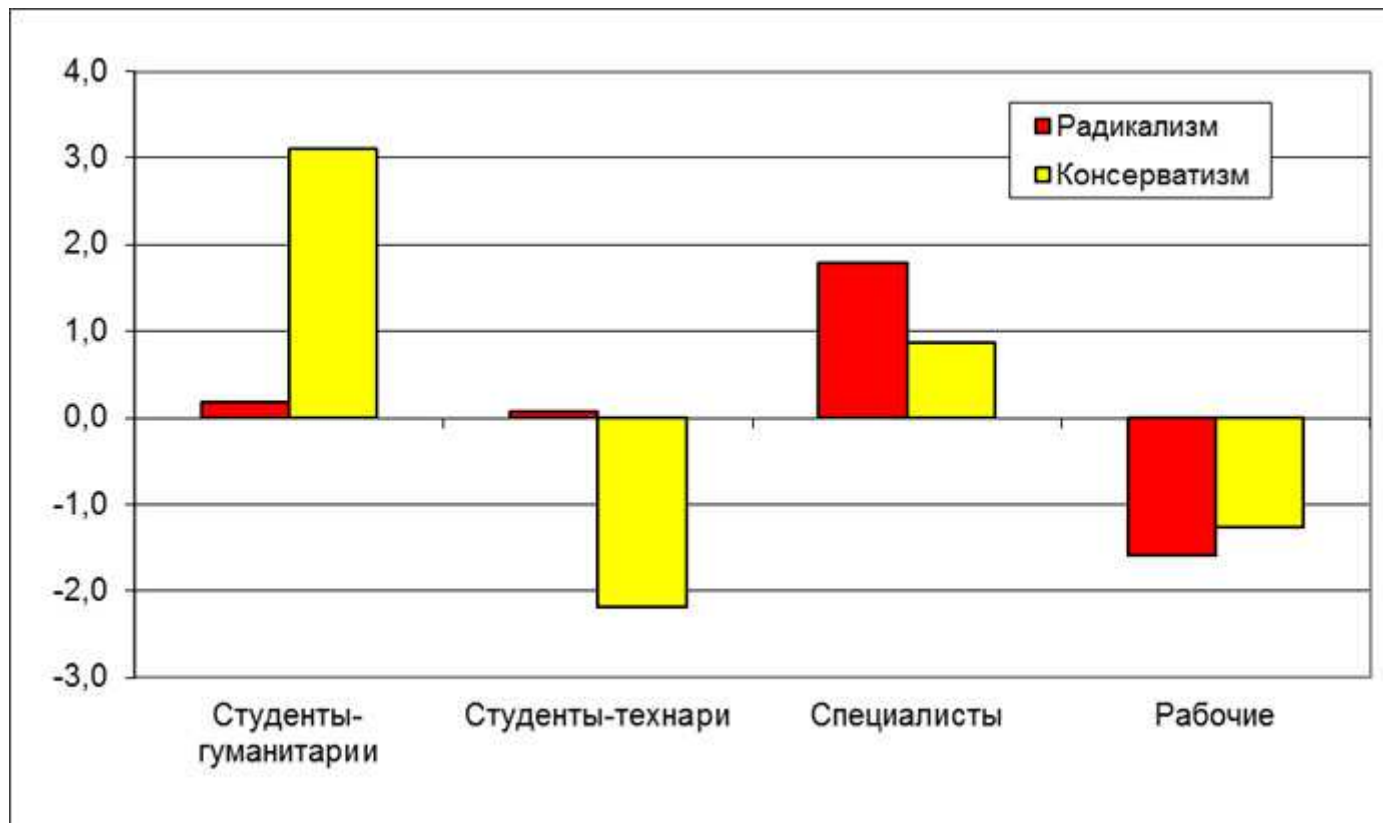
Уровень готовности к акциям насилия у молодых людей считался иным образом. Сначала изучались показатели мотивации на достижение успеха, а затем — мотивации аффилиации. В классической психологии склонными к насилию считаются те люди, у которых мотив достижения успеха выражен сильно, а условий для реализации своих амбиций нет. В данном случае, мы вычисляли оценку готовности к насилию как отношение индекса мотива достижения успеха к мотиву аффилиации.



Индекс достижения успеха был составлен из частот употребления 679 слов такого типа: действовать, добиваться, вклад, успех, достижение, задачи, идеи, изучать, инициатива, интерес, испытывать, исследовать, искать, конструировать, любопытство, истина, мастерство, опыт, открытие, планы, поиск и др.

Индекс мотива аффилиации был составлен из 315 слов, таких как: люди, родня, союз, участие, согласие, совместно, связи, общение, родственники, семья, друзья, привлекать, привязываться, приветствовать, подарки, отношения, народы, симпатия, дружно, доверие, гости, беседа, братство и проч.

Полученный индекс **«Готовности к насилию»** говорит о степени фрустрации группы. Как видно на диаграммах, профиль этого индекса повторяет профиль «индекса агрессивности», хотя они и построены разными способами. И здесь наибольшую тревогу вызывают молодые специалисты, которые окончили вузы, начали работать и столкнулись с неразрешимыми трудностями.



Группы молодежи сравнивались также и по индексам «радикализма» и «консерватизма», которые позволяют оценить, на что в первую очередь обращают внимание люди — на сходство между предметами и явлениями или на их отличия. Внимание к сходству характеризует консервативный склад ума, а внимание к отличиям — радикальный.

Результаты этого анализа показали, что и здесь наиболее тревожные показатели у группы специалистов, которые имеют уровень радикализма выше, чем прочие группы. Гуманитарии оказались наибольшими консерваторам.

Выводы

Молодые люди в принципе не верят в возможность скорых революционных потрясений, хотя с большим интересом относятся к революции.

Критически настроенная молодежь ждет появления лидера-героя, который сможет объединить всех честных молодых людей и повести их за собой. Этот идеальный герой должен быть безупречно честным и не бояться идти на смерть. Оппозиционеры, пытающиеся действовать в рамках правового поля, кажутся молодым людям слабаками, боящимися бросить настоящий вызов системе.

Ни один из лидеров оппозиции не способен сегодня стать кумиром молодого поколения, так как борется **не с системой, а за власть**, то есть за свой «кусочек пирога».

Молодежь не связывает возможную революцию в России с лидерами оппозиции. Настоящая революция, по их мнению, — это народный бунт, для которого пока нет предпосылок.

Наиболее агрессивной и склонной к протестам группой являются специалисты с высшим образованием, проживающие в крупных городах России.

6. Потенциальная эмиграция

Возможность свободно перемещаться по стране и миру — одно из ценнейших достижений демократии в России. Люди хотят перемещаться в социальном и географическом пространстве, расти, развиваться, расширять свой кругозор, путешествовать.

Фрустрация и эмиграция

Социальная мобильность — это поиск путей для саморазвития, желание продвинуться в карьере. Если общество находится в состоянии аномии (а в России это так), человек с высокими мотивами достижения успеха сталкивается с проблемой самореализации. Молодые люди ищут стабильности и «жизненного маршрута», они хотят представлять свой будущий путь. Маршрутизация жизни прямо связана с их представлениями о социальном устройстве. Чтобы двигаться вперед и вверх, надо различать верх и низ, перспективу и ретроспективу. Если социальная структура общества не прояснена, не видны социальные лифты, молодой человек находится в замешательстве, в состоянии аномии, что и приводит к масштабным фрустрациям. Не найдя путей для развития, он сублимирует идею социального восхождения к мобильности географической, к мечте об **эмиграции**.

Стремление к эмиграции существенным образом отличается от простого **желания путешествовать**. Ценность путешествий высока во всех молодежных группах и вполне естественна. Любознательность, жажда новых впечатлений, новых знаний и опыта толкает людей на поездки в другие страны. Знание о том, что где-то можно получить лучшее образование, влечет молодых людей в города и страны, которые дают эталонные образцы. Эта мотивация построена на интересе, а не на конфликте.

Стремление к эмиграции свидетельствует о глубокой внутренней драме, о накопленных обидах, о фрустрации. Человек стремится покинуть малую родину, потому что ему плохо, он не смог реализовать себя, вошел в конфликт с окружением. Он считает себя загнанным в угол, из которого есть единственный выход — переменить место жительства, вырваться тем самым из жестких тисков обстоятельств. Эмигрант уходит **навсегда**, путешественник едет на время. Именно эта потенциальная **безвозвратность** эмиграции делает ее выбором драматическим.

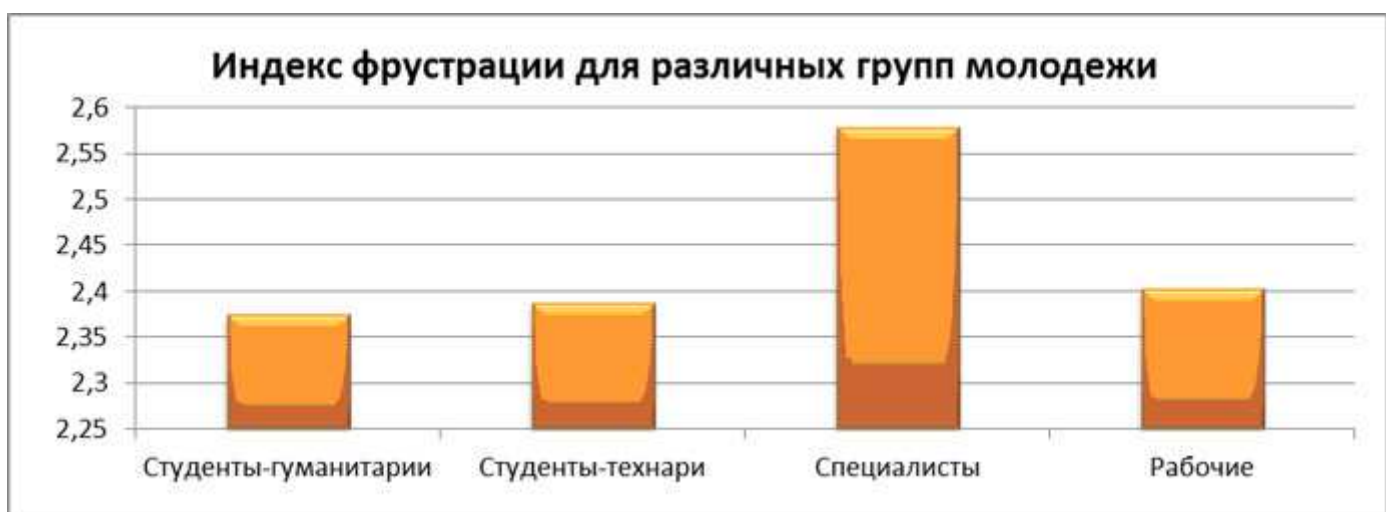
Исходя из этих соображений, мы сформулировали гипотезу, согласно которой готовность к эмиграции и уровень фрустрации должны быть связаны прямо пропорционально. Поэтому прежде, чем перейти к анализу намерений эмигрировать, посмотрим на психологические индикаторы молодежи.

Лестница фрустрационной перспективы

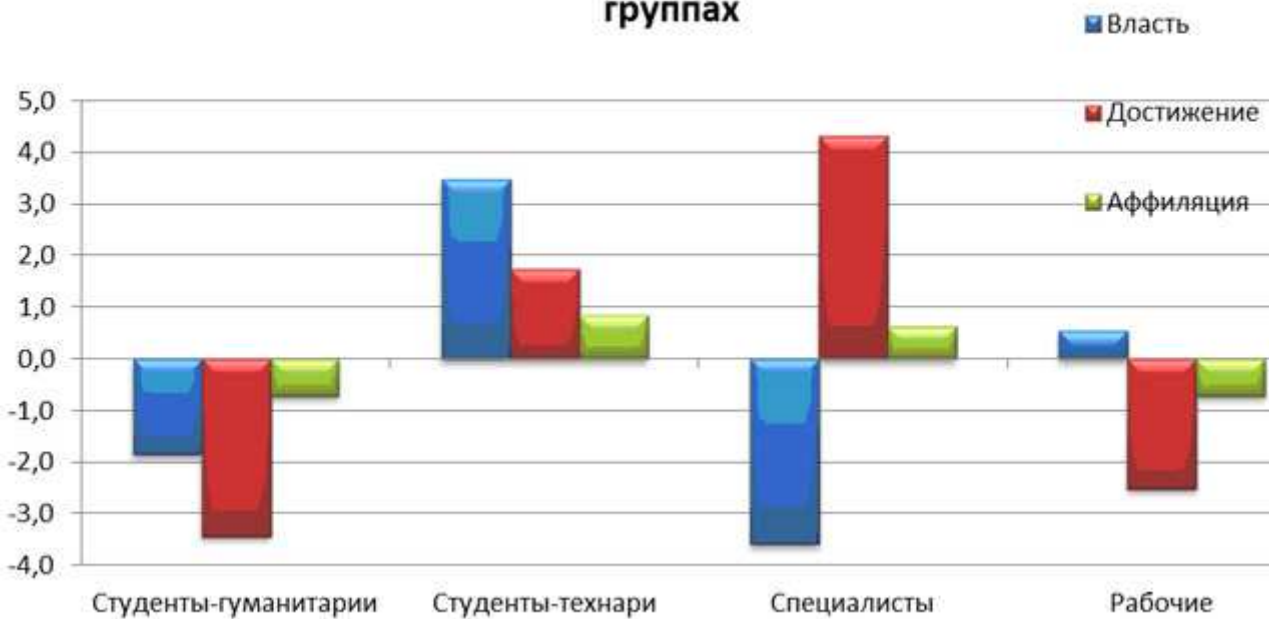


Изучая базовую мотивацию поведения социальных групп молодежи, можно заметить, что самыми амбициозными из всех являются молодые специалисты с высшим образованием. Они окончили вузы, начали карьеру и полны желаний самореализоваться. Немного уступают им студенты технических специальностей, у которых высок мотив достижения власти. Амбициозность именно этих групп молодежи делает их наиболее уязвимыми: ведь если планы не сбываются, карьера не строится, молодой человек испытывает разочарование. Чем выше амбиции, тем больше вероятность того, что что-то не получится. Следовательно, именно эти две группы молодежи надо признать самыми уязвимыми в социальном плане.

Следующая диаграмма демонстрирует верность такой логики. Показатели фрустрации выше всего у специалистов.



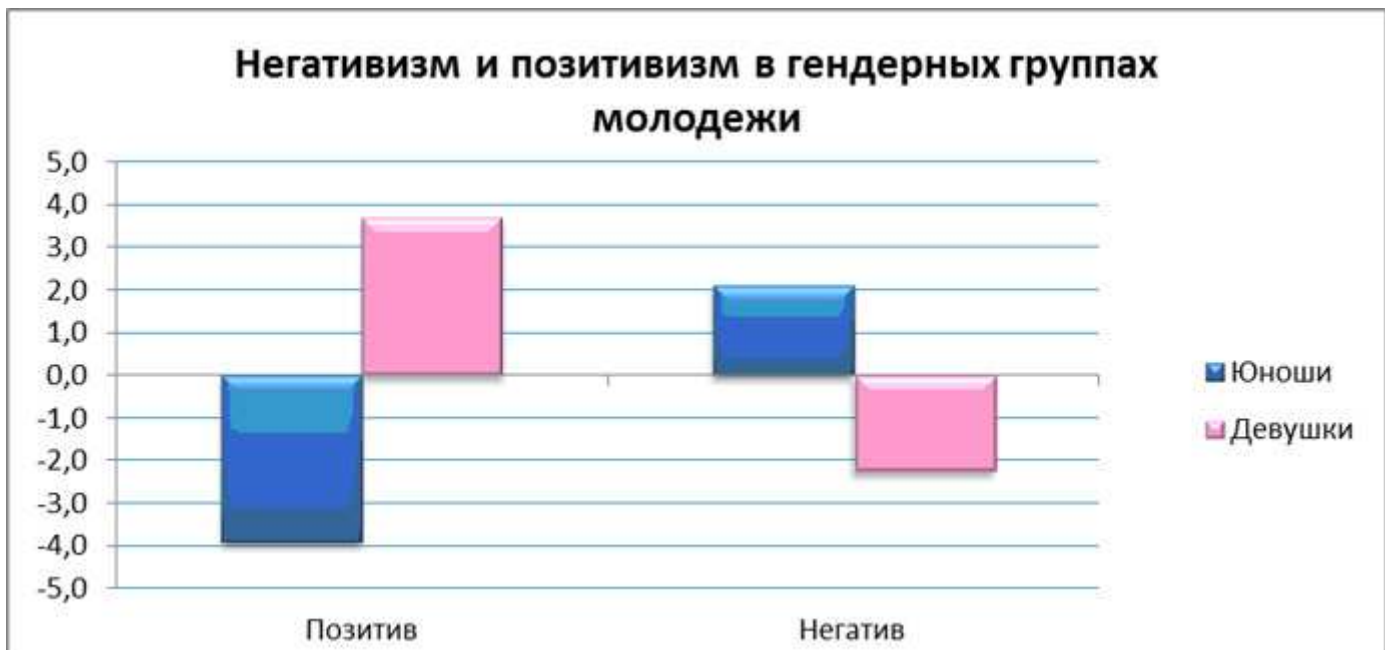
Мотивы Достижения, Власти и Аффиляции в молодежных группах



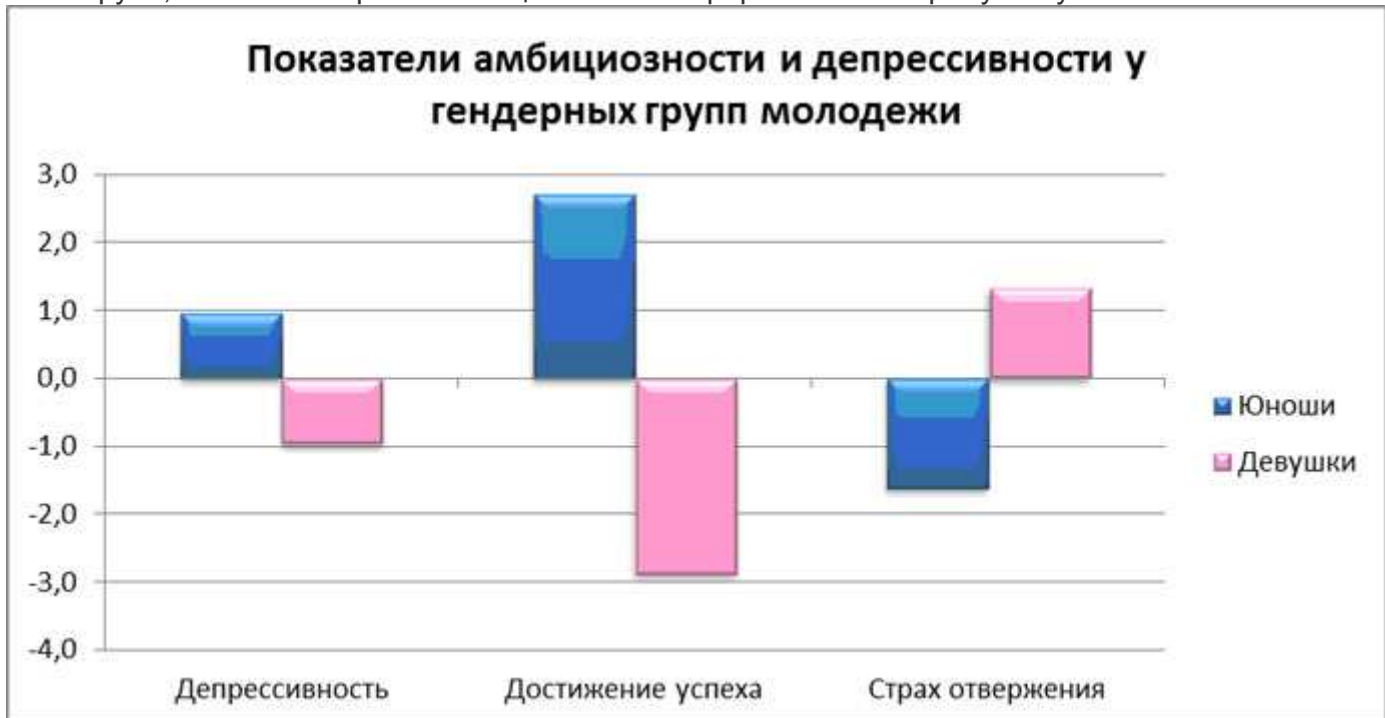
Фрустрацию мы оценивали как отношение частоты мотива достижения успеха к частоте категории «Стремление_К». «Стремление_К» — это категория направления мотивации на решение новых задач (в отличие от деятельности, направленной на решение накопившихся проблем). Именно у специалистов наиболее сильно выражено различие между мотивом Достижения успеха и Стремлением_К. Они пытаются что-то делать и получать от этого удовлетворение, но не знают, на что направить свою энергию. Это еще раз объясняет их агрессивность и готовность к насилию. **Молодые специалисты представляют собой группу, которая не может себя реализовать.**

Теперь посмотрим, есть ли зависимость негативных трендов от гендерной принадлежности. На диаграмме видно, что именно юноши значительно более критичны и склонны к негативному восприятию мира, чем девушки.

На другой диаграмме видно, что юноши значительно превосходят девушек по мотивации достижения успеха, но, в то же время, более депрессивны. То есть индекс фрустрации у юношей более высокий, чем у девушек.



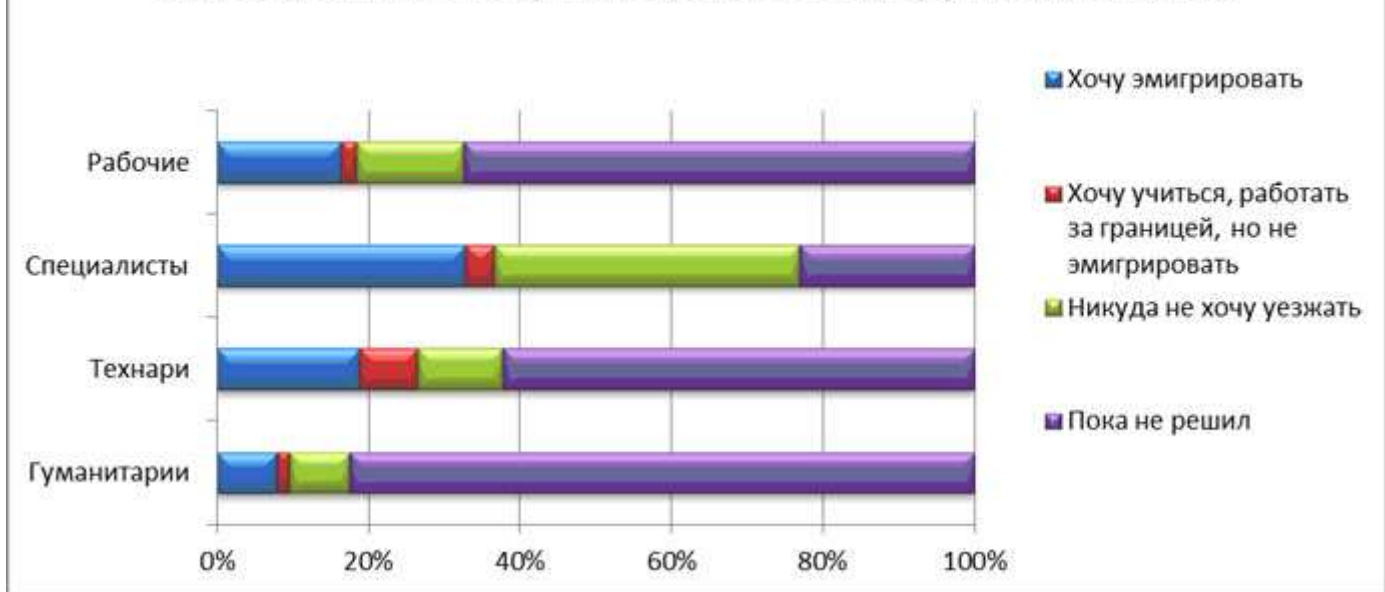
Это связано с распространенными в России представлениями, что мужчина должен брать на себя обязанности по содержанию семьи, по развитию карьеры. Негласный императив общества с требованием стать «настоящим мужчиной» постоянно довлечет над мужской частью населения страны. И если студенты **Поколения Y** еще не столкнулись с этим жестким давлением, то юноши **Поколения X** чувствуют на себе прессинг социальной нормы в полной мере. Они испытывают давление изначально завышенных ожиданий, связанных с получением высшего образования, и, как следствие, у них формируется более пессимистичный взгляд на мир, сочетаемый с большей, чем у иных групп, тягой к материальным ценностям и формальным атрибутам успеха.



Таким образом, можно сделать вывод, что **мужская часть молодых специалистов является наиболее фрустрированной, неудовлетворенной, разочарованной группой в российском обществе.**

Теперь вернемся к гипотезе, изложенной в начале этого раздела: если наиболее фрустрированной группой молодежи являются специалисты, значит, именно они должны быть главным источником «утечки мозгов». Проверим это предположение.

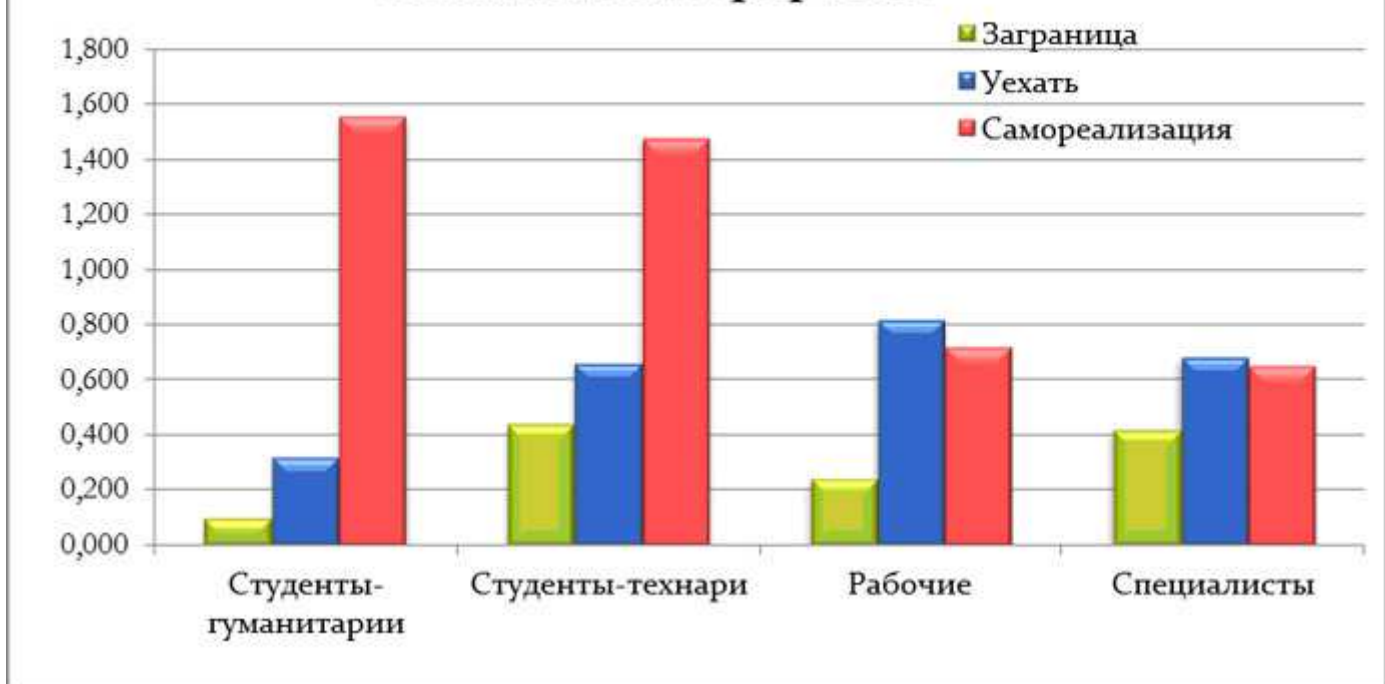
Склонность к эмиграции различных групп молодежи



59,5% опрошенных еще не выработали отношения к эмиграции. Больше всего таких среди студентов, и особенно среди студентов-гуманитариев (82,53%). Самым решительным образом настроены молодые специалисты. Среди них о желании покинуть Россию навсегда заявили 32,7%. Правда, среди них много и тех, кто твердо уверен, что никуда не поедет (40,4%). Как ни странно, наименее популярной категорией для молодежи стали свободные путешествия. Это говорит о том, что в российских регионах недостаточно информации о том, каким образом можно поехать на обучение в зарубежные вузы и колледжи, как можно добиться заключения контракта на работу и сохранить при этом российское гражданство.

Эти данные подтвердили нашу гипотезу о возможной связи фрустрации с готовностью к эмиграции. По обоим показателям лидирует группа молодых специалистов.

Связь стремления к самореализации с желанием эмигрировать



Эта диаграмма свидетельствует о связи между мотивом самореализации и стремлением уехать. Студенты еще полны надежд на самореализацию дома. Работающая молодежь (как специалисты с высшим образованием, так и рабочие) проявляют сниженный тонус в достижении успеха. Их готовность к эмиграции возрастает с уменьшением шансов найти себе достойное занятие дома.

Теперь посмотрим на **связь гендера** с желанием уехать подальше от проблем.



На диаграмме видно, что желание эмигрировать развито у девушек сильнее, чем у юношей. Хотя фрустрации больше подвержены именно юноши. Эти данные позволяют нам утверждать, что **фрустрация имеет не одно, а несколько следствий. Разочарованные юноши склонны выливать свои обиды в протест и агрессию. Разочарованные девушки предпочитают «мягкий уход» — переезд в другую страну.**

Куда уехать?

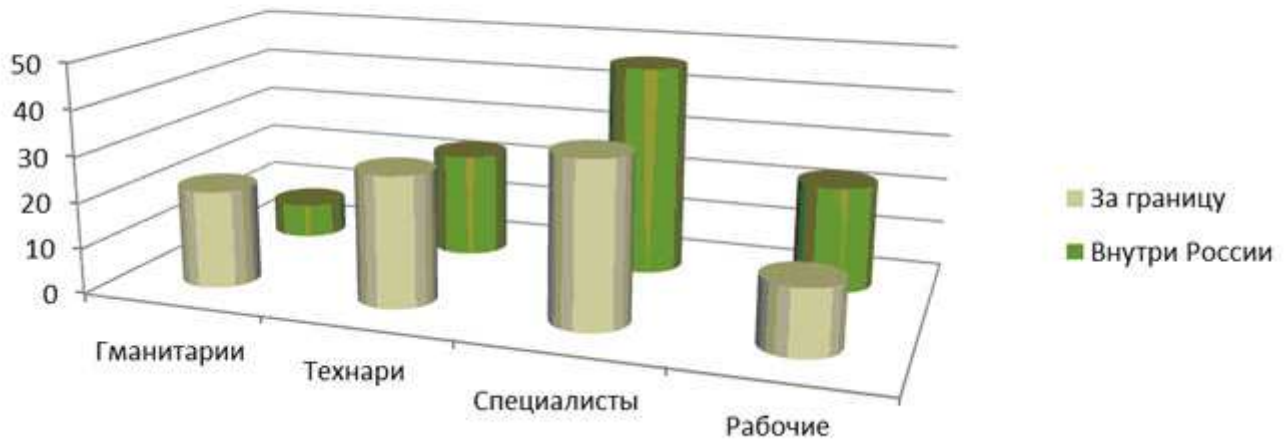
Куда же хотят переехать те, кто мечтает об эмиграции? Подавляющее большинство молодых людей (65%) строят планы на переезд в другой город внутри России, 35% потенциальных эмигрантов ставит более амбициозные цели — найти себя за границами Родины.

Наиболее «загранично ориентированы» и тут молодые специалисты, в принципе склонные к мобильности. Самыми малоподвижными являются гуманитарии и рабочие.

Внутренняя эмиграция имеет, по данным нашего исследования, весьма скромную географию. Процесс выглядит таким образом: молодые люди стремятся переехать из малого города — в крупный, из крупного города — в столичный, из региональной столицы — в Москву.

Дмитрий, 22 года, студент-технарь: «Да, давно уже стремился, получив образование, покинуть территорию России. Зачем? Для того чтобы начать свою карьеру. Ну, вряд ли в США или в Европе. Я думал, может, Казахстан или Канада — нейтральные государства, где существуют стабильные системы, имеется более справедливое общество, чем у нас, все условия для того, чтобы реализовать себя в полной мере».

Направление потенциальной эмиграции для различных групп молодежи



Для жителей российской провинции центром притяжения являются региональные столицы. Но всегда есть часть людей, которые готовы на «большой скачок», смельчаки, которые сразу из села или малого города готовы на переезд в Москву, а то и сразу за рубеж.

Тренд географической мобильности в молодежной среде



Основные направления потенциальной эмиграции российской молодежи



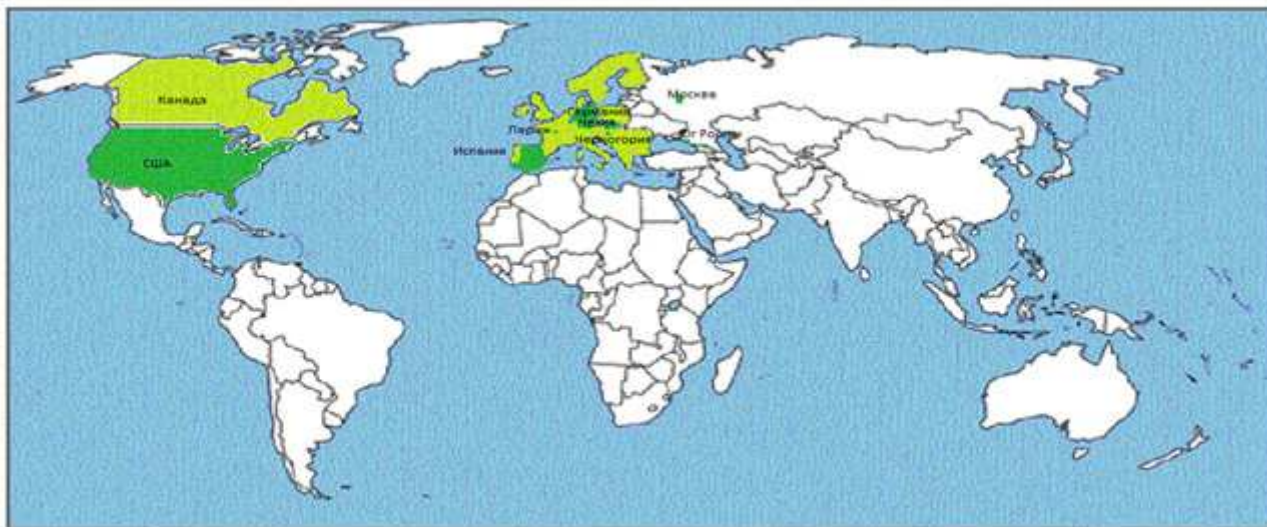
Среди российских городов экстерриториальной привлекательностью обладают, кроме Москвы, всего два города: **Санкт-Петербург** и **Сочи**.



Лексические формы, связанные с понятием «эмиграция», воспринимаются позитивно большинством опрошенных молодых людей. Приведенная выше диаграмма демонстрирует, что, если желание уехать связано с заграницей, это вызывает позитивные коннотации. И даже те, кто желают перебраться в Москву, относятся к ней достаточно критически, ругая ее дороговизну, пробки,

чиновников, но все же считая столицу «городом больших возможностей». Страны СНГ привлекательны главным образом для рабочих, которые выделяют Казахстан и Беларусь — страны, где «спокойно и есть порядок». В целом же территория бывшего Советского Союза мало привлекательна для молодых россиян и желающих поехать туда жить, учиться или работать совсем немного.

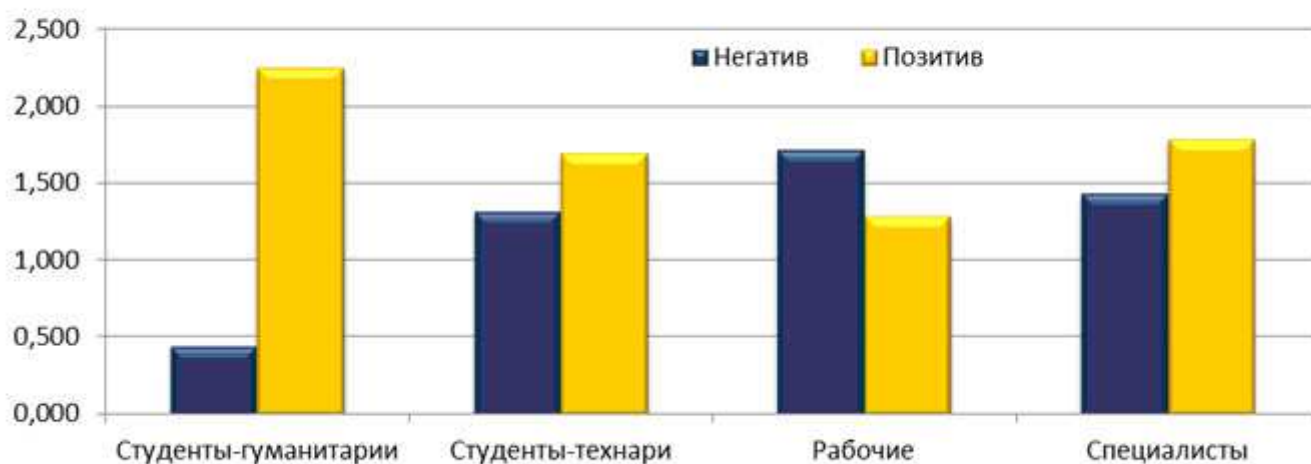
Предпочитаемые места эмиграции молодых россиян



Потенциальная эмиграция российской молодежи имеет двухэтапную основу: первый этап — переезд в Москву, второй этап — из Москвы на Запад. Судя по нашему опросу, «российская ойкумена» совсем невелика. Она охватывает исключительно развитые страны Запада — страны «золотого миллиарда».

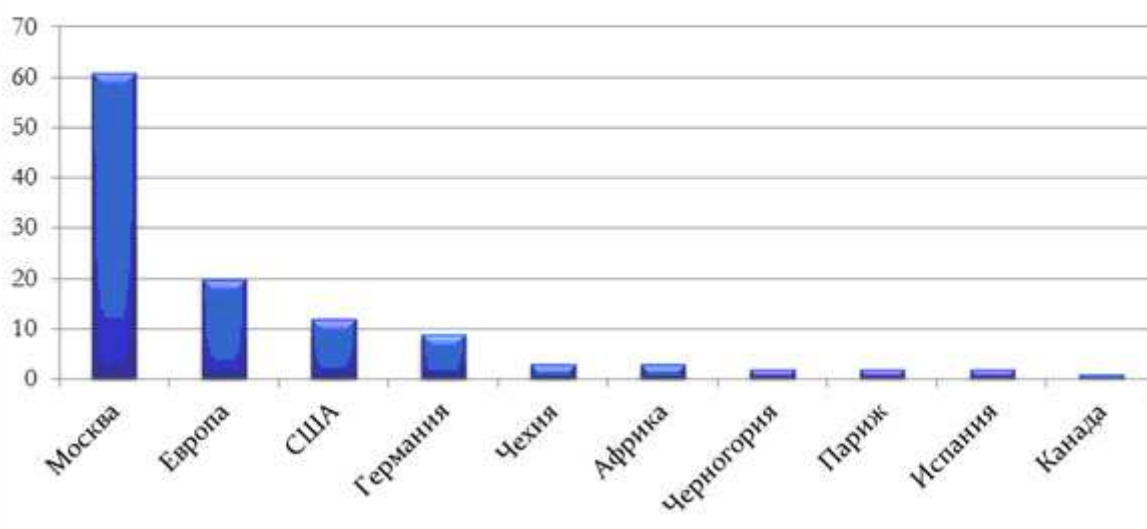
«Запад» как некий целостный феномен сохраняет важное значение в ментальности нашей молодежи. Ссылки на Запад, на западный опыт до сих пор являются окончательным аргументом в споре. Общим местом является убеждение, что жить на Западе лучше, чем в России, что там система «ориентирована на человека», там «все хорошо и правильно устроено», там есть социальные программы, свобода, честные выборы, правильные налоги, умное государство, зажиточное население. Эти мифы распространены тем сильнее, чем меньше человек путешествовал. Страны Европы и США часто упоминаются как государства, где у людей больше возможностей для самореализации, где лучше устроена социальная сфера, обеспечивается правовая защищенность личности и бизнеса. Зачастую оказывается, что респонденты не совсем представляют себе, о чем говорят, и что западные страны представляются скорее идеализированно, чем реально. К примеру, описывая российские социальные проблемы, респонденты отмечают, что в США «все думают об общем благе, все делается для человека». Зачастую можно найти обратную зависимость между степенью личного знакомства респондента со страной с его мнением о ней: **лучше всего говорят о тех странах, где не были или которые посещали в ходе короткой туристической поездки**. Если респондент провел в стране продолжительное время (месяц и больше), то его оценка становится более сдержанной и реалистичной.

Отношение к США различных групп молодежи



Особой страной для молодых россиян остается США. И хотя открыто заявили о своем намерении туда поехать совсем немногие, отношение к этой стране отличается высоким эмоциональным фоном. На диаграмме видно, что негативное и позитивное отношение одновременно свойственно большинству респондентов. Америку и боятся, и уважают, и мечтают о ней.

Города и страны предпочтительной эмиграции для российской молодежи



Молодые россияне любят путешествовать, и планы поехать в какую-либо страну присутствуют практически у каждого респондента. При этом **наибольшую страсть к посещению других стран высказывают рабочие, у которых, очевидно, меньше всех возможностей это сделать.** Такая открытость к внешнему миру и тяга к путешествиям в целом способствует открытости мышления и толерантности по отношению к другим культурам.

Отчасти желание смены места жительства связано с невозможностью посещения других стран в советский (из-за трудностей с выездом) и начальный российский (из-за трудностей с деньгами и наличия множества проблем) периоды. Это позитивное с политической точки зрения желание мобильности стоит противопоставить негативному желанию эмиграции. В то время как первое делает граждан более образованными, помогает им лучше понять собственную культуру и служит

источником инновационных идей, второе основано на стереотипах и не ведет, по сути, к улучшению жизни молодого человека. Зачастую намерение эмигрировать проявляют респонденты, которые никогда не были в стране своей мечты.

Молодежная субкультура остается западно-ориентированной. Восток воспринимается респондентами как минимум скептически, а подчас и с тревогой. Особенно это относится к Китаю, который, по мнению многих опрошенных, может нанести урон нашей стране, заселив и отняв Сибирь. Хотя и в этом респонденты видят проявление слабости России, а не результат особой агрессивности Китая. Желających эмигрировать или поехать на учебу в одну из стран Востока среди опрошенных не было.

Среди федеральных округов наибольшее стремление к эмиграции за пределы России высказали жители Сибирского и Центрального округов. Если последнее можно объяснить традиционным маршрутом миграции «малый город — большой — Москва — граница», то высокие показатели Сибири могут говорить о серьезных проблемах с трудоустройством, с качеством и уровнем жизни, которые подталкивают респондентов искать себе более комфортное место для проживания.

Мы не выявили никакого осуждения потенциальных эмигрантов патриотически настроенными респондентами. В молодежной среде царит весьма толерантное отношение к такого рода решениям. Это воспринимается как личный выбор каждого человека. Идея «предательства интересов Родины», так распространенная в советские времена, сегодня совершенно не актуальна.

Причинами возможного отъезда и смены места жительства респонденты называли:

— Отсутствие возможностей для самореализации в родном городе, безработицу или ограниченный выбор мест работы;

— Небольшую зарплату;

— Недостаточный размер города и его социальной инфраструктуры, что делает жизнь там скучной. При этом переехавшие из Биробиджана во Владивосток считают его городом мечты и больших возможностей, а жители Владивостока полагают, что только в Москве или Санкт-Петербурге смогут раскрыть свой потенциал;

— Плохой климат. Кроме Москвы и Петербурга популярностью у мобильной молодежи пользуются южные города России, особенно строящийся Сочи;

— Плохая экология. Наличие в родном городе одного или нескольких крупных заводов вызывает претензии к качеству жизни («оранжевый снег», «когда ветер с завода дует, нечем дышать», специфические заболевания, связанные с вредными производствами, и проч.).

Стереотипы сознания относительно эмиграции

У молодых людей сложились стойкие стереотипы, что приезжающие в Россию мигранты — это люди малообразованные, бедные, некультурные. А выезжающие из страны эмигранты — отборные интеллектуалы, лучшие. Упрощая, можно назвать эту ситуацию так: «варвары — к нам, интеллектуалы — от нас». Молодежь строит простой силлогизм: 1) уезжают оттуда, где плохо; 2) из

России уезжают; 3) следовательно, в России плохо. Подобный силлогизм в отношении мигрантов не работает: 1) едут туда, где хорошо; 2) в Россию едут; 3) следовательно, в России хорошо.

Молодым людям трудно признать, что эмигрант из России — не всегда высококультурное и образованное существо, а иммигрант в Россию — не всегда малограмотный бедняк.

Выводы

Молодые специалисты больше других склонны к эмиграции.

Существует связь между социальной фрустрацией группы и ее потенциальной географической мобильностью. Фрустрацию юноши склонны сублимировать в агрессию и насилие, девушки — в стремление к эмиграции.

Основными направлениями эмиграции являются: из малого города — в большой, из большого — в столичный, из региональной столицы — в Москву, из Москвы — в Европу и Америку.

7. Свободное время, хобби, Интернет

Фактор свободного времени и его использования имеет в наше время огромное значение. Именно способ проведения досуга разделяет людей на группы: в Интернете образуются сообщества по интересам, они обсуждают различные общеполитические вопросы, эти коммуникации приводят к объединению единомышленников. А команды единомышленников становятся затем реальными акторами гражданского общества и политического поля.

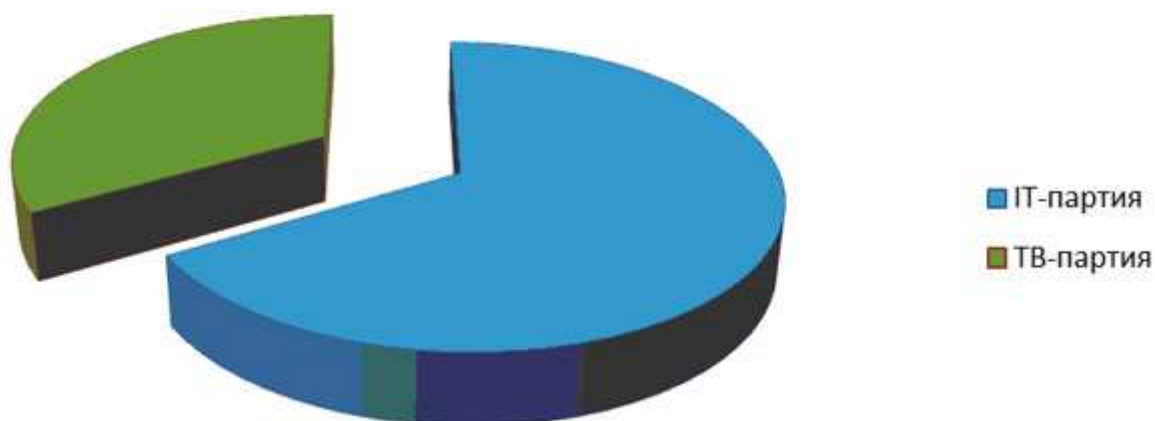
Поэтому изучение форм проведения свободного времени молодежи имеет большое значение для дальнейшего прогнозирования поведения объектов исследования.

Интернет

Молодые люди крайне восприимчивы к информации, которая поступает к ним из различных источников. Они еще не обладают сформированной опытом системой защиты и склонны воспринимать многое на веру. С этой точки зрения, предпочитаемый источник получения информации важен для формирования взглядов молодежи. Общеизвестно, что Интернет во всем мире стремительно развивается, а Россия стоит на одном из первых мест по темпам роста интернет-аудитории. Но означает ли это, что телевидение теряет свое влияние на умы молодой аудитории?

Результаты нашего исследования показали, что IT-партия (то есть те, кто предпочитает Интернет телевидению) в молодежной среде стала более многочисленной, чем ТВ-партия (предпочитающие телевизор Интернету).

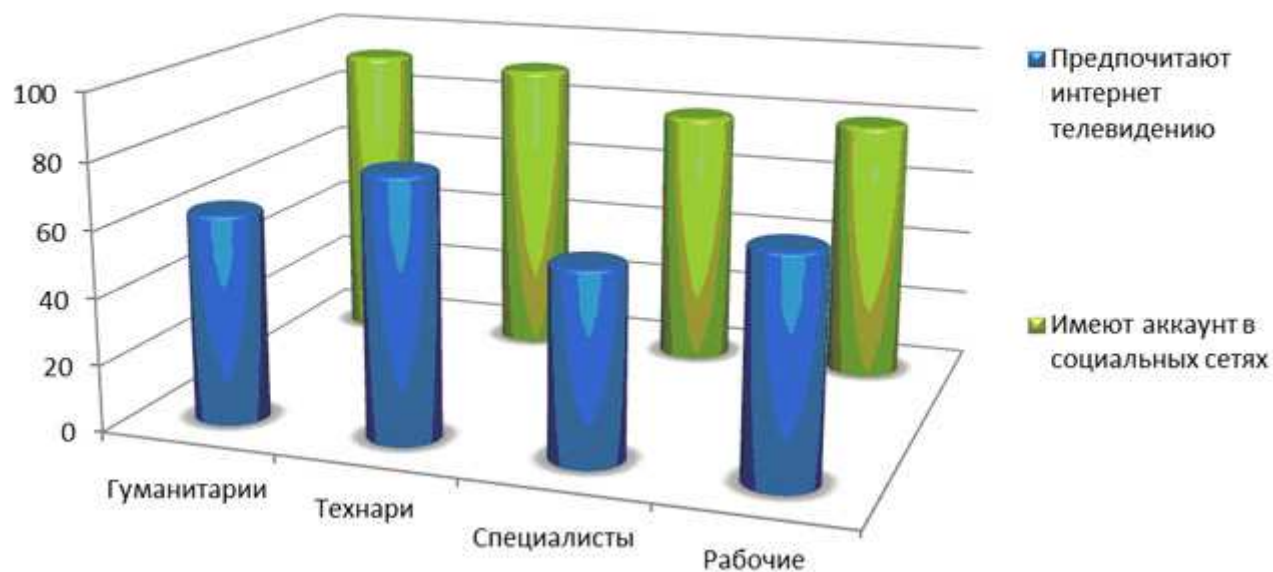
Соотношение предпочитающих интернет (IT-партия) и предпочитающих телевидение (ТВ-партия) в молодежной среде



В среднем к ней относится более 66% опрошенных. Причем всего пять лет, разделяющие **Поколение X** от **Поколения Y** (средний возраст опрошенных студентов 20,5 лет, средний возраст работающей молодежи 26 лет), дают прирост в 11% по этому индикатору. Самой интернет-ориентированной аудиторией являются студенты-технари, у которых процент отказавшихся от просмотра телевизора приблизился к 80%.

Большинство респондентов заявили о том, что для них предпочитаемым источником получения информации является Интернет. Движение от телевидения к Интернету — один из основных трендов в информационной среде современного мира, и он вполне заметен среди российской молодежи. Это верно для всех исследуемых групп вне зависимости от возраста и уровня образования. Интернет используется для общения в социальных сетях, чтения новостей, ведения блогов, участия в дискуссиях, получения информации по самым разным вопросам, покупок и обменов и т.п. Многие респонденты говорили, что ежедневно проводят в Интернете по четыре часа и более, при этом некоторые заявляли, что находятся там практически круглосуточно.

Распространенность интернета и социальных сетей в различных группах молодежи



Молодежь испытывает зависимость от Интернета, нуждаясь в постоянном потоке информации, чувствуя себя вовлеченной в различные социальные процессы, хотя их реальная жизнь может быть далеко не такой насыщенной. Опрошенные признают, что не считают интернет-зависимость «правильной», пытаются бороться с ней. Они признают, что такой образ жизни чреват ухудшением зрения, проблемами со здоровьем, а главное — вытеснением реального общения и подменой его сетевым суррогатом.

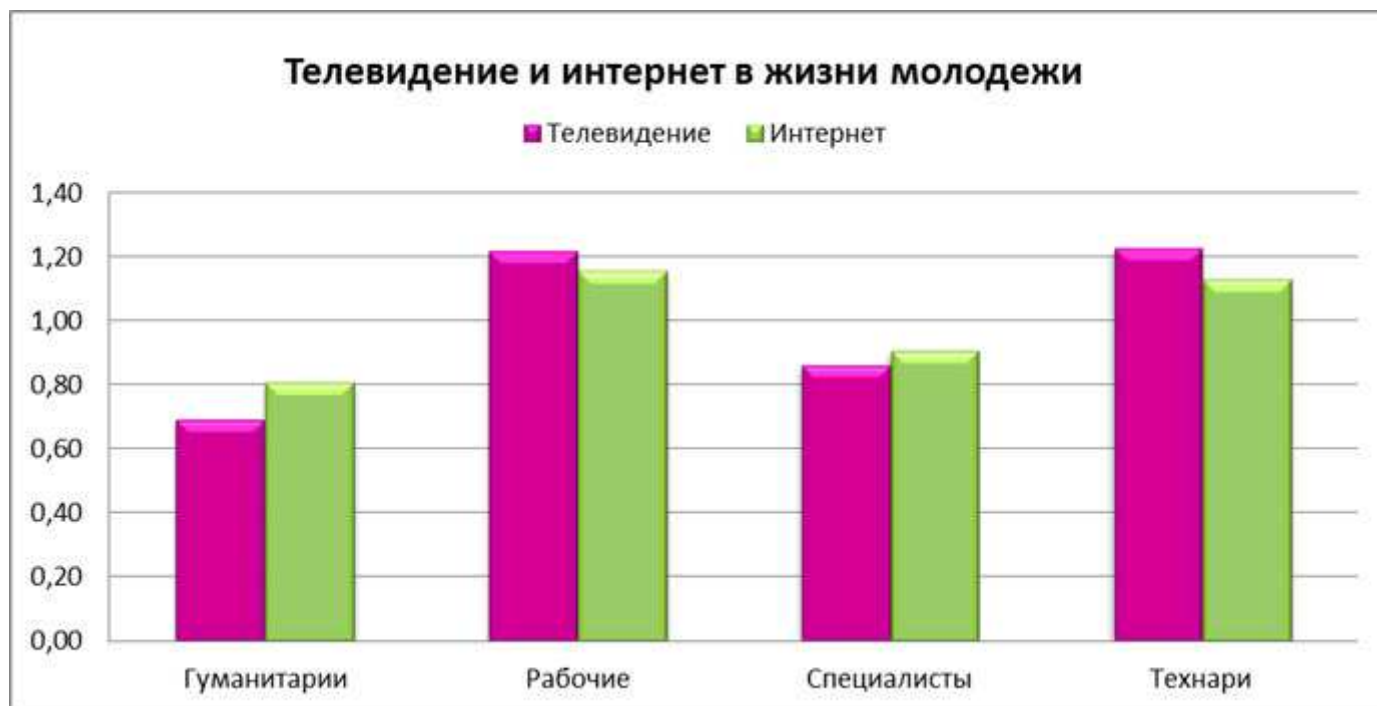
То же происходит и в политическом поле: молодые люди считают, что чрезмерное общение в Интернете вымывает интересных людей из реальной политики. Зачем выходить на улицу, собирать людей на площади, рисковать, наживать неприятности, если можно поругать власть, не выходя из дома. Виртуальная активность «пожирает» время и приводит к эмоциональному «выгоранию» активных блогеров. Не остается ни сил, ни интереса переходить в «реал». Всё сказали, всё обсудили и заклеямили.

Наступление Интернета приводит к падению рейтинга всех других информационных ресурсов, и телевидения в том числе. Смотреть телевизор в молодежной среде стало немодным. **О телевизионных передачах принято высказываться насмешливо или презрительно.** По мнению многих молодых людей, «только дебилы смотрят зомбоящик», по которому показывают «тупые сериалы», «тупого Петросяна» и «тупых депутатов», «надоевших звезд». Телевидение, по мнению молодых людей, «много врет», показывает «одни и те же лица» по всем каналам, пичкает аудиторию пошлятиной и жестокостью.

Специфической чертой российской молодежи стала **мода на отвращение к телевизору**, который воспринимается как средство насильственной индоктринации, навязывания. Это касается не только политических новостей, но и рекламы, фильмов, ток-шоу и музыкальных программ. Молодежь недовольна и тем, что человек не может выбрать программу по своему вкусу и вынужден смотреть то, что предлагает канал. При наличии интернет-альтернативы эта ситуация кажется неприемлемой. Все телевизионные каналы имеют у молодежи **негативный рейтинг**. Исключением являются только

«РБК» и «Россия-24», которые воспринимаются как источник нейтральной информации о новостях, погоде и курсах валют и радуют отсутствием навязчивой рекламы.

Однако принимать эти слова на веру не стоит. Анализ ответов на другие вопросы исследования убедительно показывает, что молодежь продолжает весьма сильно зависеть от ТВ-контента, хотя и не признается в этом.



На этой диаграмме показаны частоты употребления слов, связанных с телевидением, и слов, связанных с Интернетом. Данные свидетельствуют о месте, которые занимают эти категории в «оперативной памяти» молодых людей. Видно, что обе категории имеют практически одинаковое значение (у рабочих и студентов-технарей чуть больше выражен интерес к телевидению, а у студентов-гуманитариев и специалистов — к Интернету).

Несмотря на повальную критику телевидения, вкусы молодежи сформированы именно ТВ-программами: «Камеди Клуб», сериалы производства СТС и ТНТ, КВН, «Прожекторперисхилтон», различные ток-шоу. Они переносятся в Интернет, очищаются от рекламы и выкладываются на различных хранилищах видеофайлов в свободном доступе. Такая форма молодежи кажется более приемлемой. Они хотят смотреть только то видео, которое действительно интересно и забавно. На этом основана стратегия «вирусного маркетинга»: если кто-то находит в Сети смешные рекламные ролики, их отсылают своим друзьям и знакомым. Именно этому «вирусному маркетингу» обязаны своей популярностью Иван Ургант и резиденты «Камеди Клуб», прочно имеющие высокие рейтинги в молодежной среде.

Роман, 21 год, студент, Екатеринбург: «Телевизор смотрю только в том случае, если хочу конкретно выбеситься, потому что по ТВ показывают только два типа передач: или это откровенное вранье, или какие-то мыльные оперы. Запудривание мозгов и зомбирование полное! И в принципе вообще к ящику не подхожу».

Пока телевидение продолжает играть все еще важную роль, год за годом сдавая позиции Интернету. Молодежь смотрит ТВ-передачи вместе со своими старшими родственниками, смотрит с экрана

компьютера. Об этом свидетельствует рейтинг кумиров молодежи (о которых речь пойдет в следующем разделе), большая часть которых — люди с экрана телевизора.

Социальные сети

Мария, 21 год, студентка, Саратов: «Ну, это типа зависимости, я считаю. Потому что мне сейчас сложно, например, представить, что я не зайду в “Контакт”. Как это? Даже не могу себе представить! Вот я здесь с вами беседую, а у меня, наверняка, там уже длинная лента скопилась. И меня вот это все время тревожит».

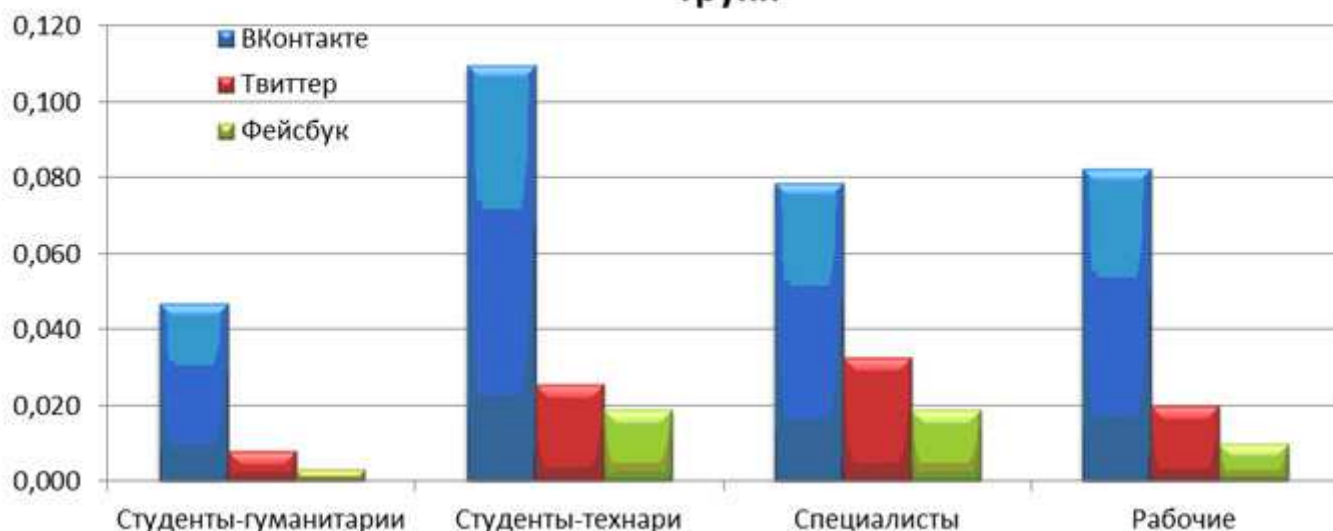
Социальная сеть создает имитацию политической активности: десятки новых сообщений, СМСок, писем, поздравлений, появление новых «френдов» и «фолловеров» — все это приводит молодых людей в возбуждение, которое сублимирует их энергию и лишает потребности в опасных уличных мероприятиях. Молодежь признает, что это жизнь «в двух параллельных мирах», причем второй из них, находящийся в Интернете, предоставляет всю необходимую гамму эмоциональных стимулов и разнообразную палитру впечатлений. Только там царит полная свобода. Это свобода не только от обязательств, но и свобода от своего Я. Анонимность делает молодого человека раскованным и смелым сверх всякой меры. Он может позволить себе спорить с известными и уважаемыми людьми, недоступными в обычной жизни. Более того, неудачи и сложности в реальной жизни требуют компенсации, а фрустрация толкает к агрессивности. Надо не просто вести дискуссию на равных, надо **унизить** того, кто значимее, старше, влиятельнее тебя, и таким образом решить свою психологическую проблему, почувствовать себя «большим человеком».

Василий, 23 года, студент, Москва: «Я постоянно сижу за компьютером, и “Контакт” постоянно включен. Обязательно кто-нибудь что-нибудь напишет, приходится отвечать. Потому что эти новости, эти группы, они затягивают очень сильно. Надо как-то воздерживаться от этого. Я пытаюсь честно. Но не могу! Затянуло меня».

В связи с тем, что на общение в социальных сетях и пребывание в Интернете уходит много времени, респонденты часто испытывают **чувство стыда** перед родителями, родственниками, преподавателями, работодателями. Эта необходимая часть жизни скрывается от старшего поколения, еще более увеличивая культурный и ценностный разрыв. Время в Интернете для молодого человека — это его личная маленькая тайна, где он делает то, что сам не всегда считает «хорошим».

Самым популярным сервисом для молодой аудитории являются социальные сети: 85,2% молодых людей заявили о том, что пользуются ими. Но вне конкуренции — отечественная сеть «вКонтакте», которой отдают пальму первенства все без исключения опрошенные.

Популярность различных социальных сетей у молодежных групп



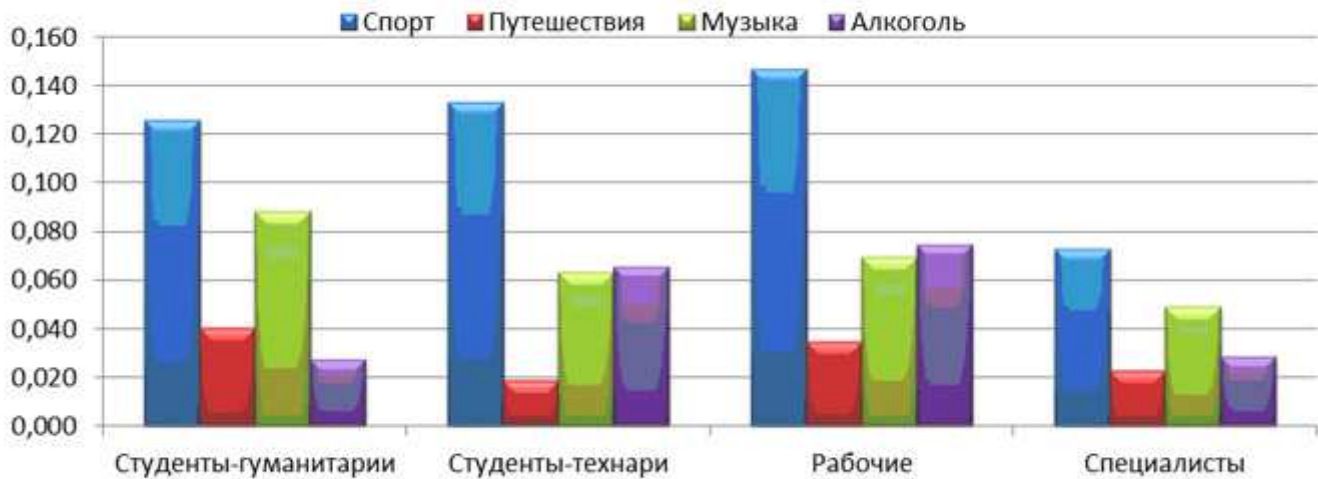
Социальные сети способствуют созданию виртуальных сообществ, которые могут подолгу оставаться сетевыми, а могут, при определенном стечении обстоятельств, выходить в реал. Наши респонденты признались, что являются членами многих сетевых групп, где находят понимание и друзей. **Эти сообщества существуют незаметно для стороннего наблюдателя до тех пор, пока кто-то не мобилизует их на выход в реал.** Мобилизация же в этом случае происходит мгновенно и как бы неожиданно. Виртуальные сетевые сообщества — это база для всех массовых действий, которую могут использовать в своих интересах сторонние силы, заинтересованные в политизации процесса. Интернет как альтернативный информационный ресурс компенсирует все другие СМИ, занимающиеся пропагандой и лакировкой действительности. **Именно поэтому Интернет так быстро стал местом концентрации оппозиционеров** — анонимных или нет. Каждое сетевое сообщество может при определенных причинах превратиться в политически активную толпу.

Молодежные интернет-сообщества могут представлять угрозу стабильности и использоваться различными политическими силами. Войдя в контакт с молодежной группой, поняв ее интересы, опытный политик может простимулировать ее мобилизацию и управлять группой уже в своих интересах.

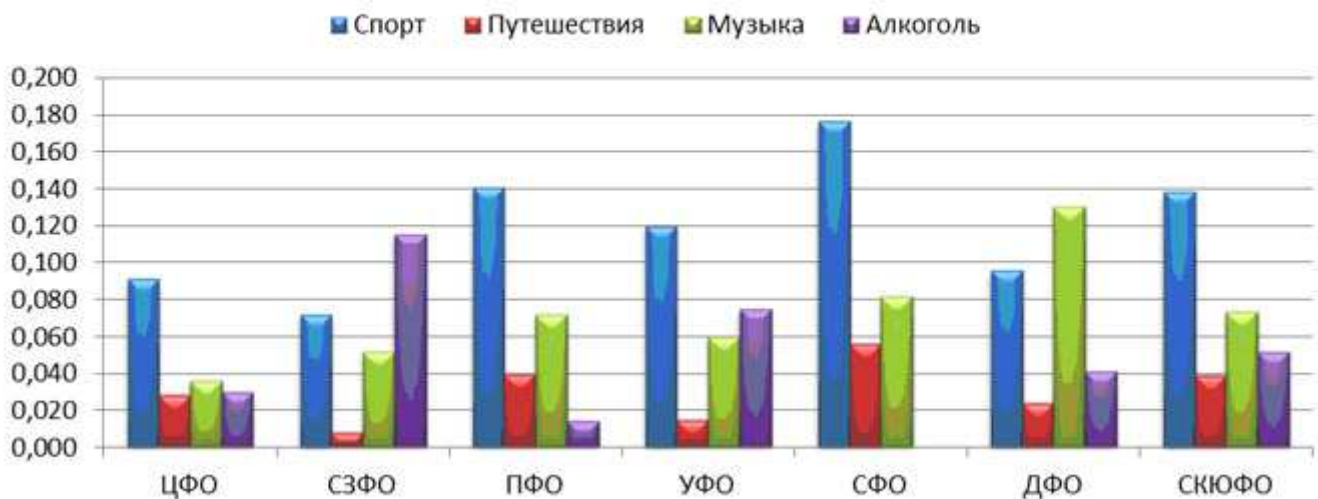
Спорт

Согласно нашему исследованию, спорт является самым массовым способом проведения свободного времени для молодых людей. Занятия спортом и посещение спортивных состязаний, просмотр спортивных передач лидируют среди всех форм досуга. Существует особая субкультура молодежи, близкой к спорту, свои объединения, лидеры, форма одежды. Особенно развита эта культура у сообществ футбольных болельщиков. **А футбол доминирует среди всех видов занятий спортом у молодежи.**

Хобби различных групп молодежи



Хобби молодежи в различных регионах России



Клубы футбольных фанатов, конечно, не имеют никакой политической окраски. Хотя идеологически все они симпатизируют патриотической идее и националистической риторике. Это не значит, что фанатские объединения связаны с какими-то партиями. Напротив, они сторонятся открытой включенности в политику. Но события 2010 года на Манежной площади в Москве показали, как быстро личный конфликт способен перерасти в конфликт с политической подоплекой. Причем с большой долей вероятности можно предположить, что эта **политическая подоплека окрасит фанатские сообщества в цвета националистов, так как большой спорт построен на идее патриотизма.**

Поэтому «спортивно ориентированная молодежь» также нуждается в контроле из-за риска использования болельщиков политическими силами.

Волонтерство

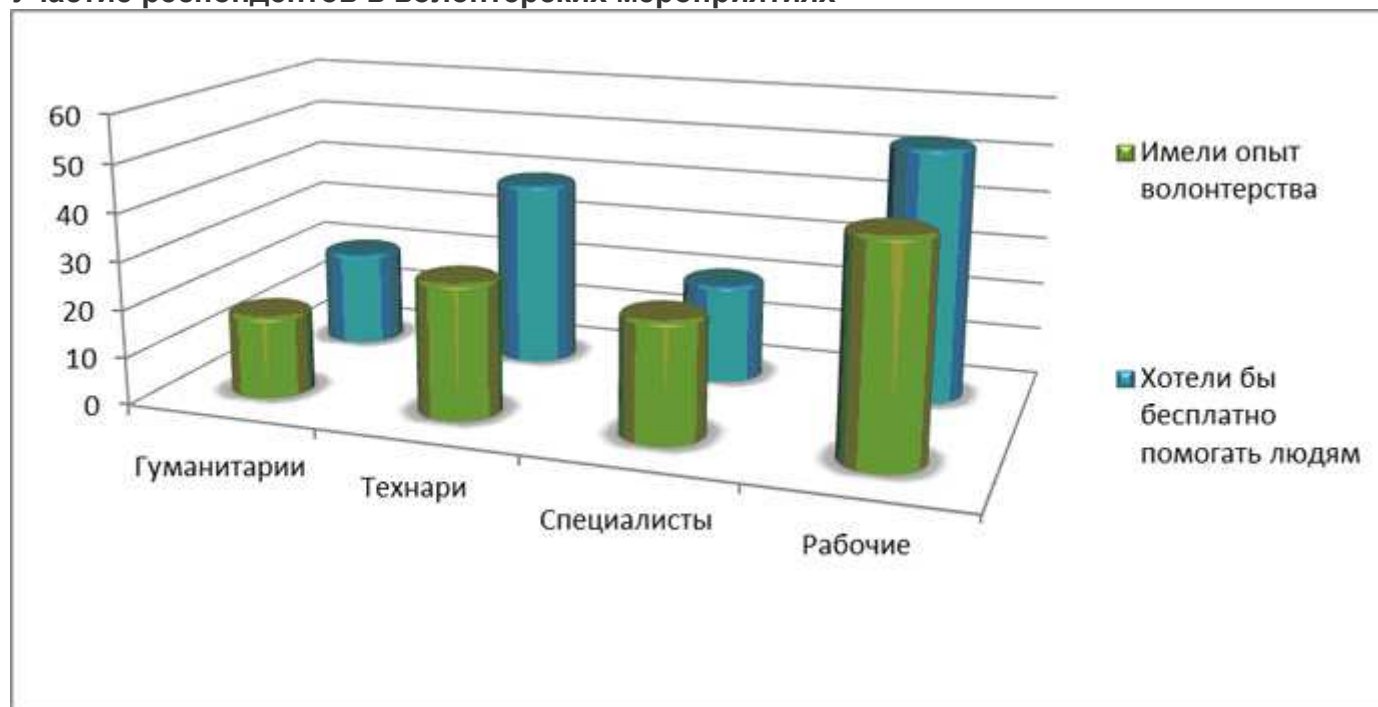
Еще одной формой проведения досуга в молодежной среде стало волонтерство — безвозмездная и добровольная помощь социально слабым группам, людям, оказавшимся в беде, пережившим катастрофу или стихийное бедствие.

Волонтерство выступает еще одним современным трендом, непосредственно связанным с распространением Интернета. Под волонтерством понимается коллективная или индивидуальная деятельность, связанная с оказанием безвозмездных услуг для удовлетворения определенных общественных нужд. Мобилизация волонтеров чаще всего осуществляется через Интернет, а количество их тем больше, чем выше «экстренность» проблемы, устранять которую созываются люди.

Большинство опрошенных очень позитивно высказались о самой идее волонтерства, многие принимали участие в каком-либо волонтерском проекте. Несмотря на естественное желание заработать, респонденты с удовольствием участвовали в безвозмездной помощи в устранении последствий какого-либо стихийного бедствия или катастрофы, помощи старикам и детям, сдаче крови для медицинских нужд.

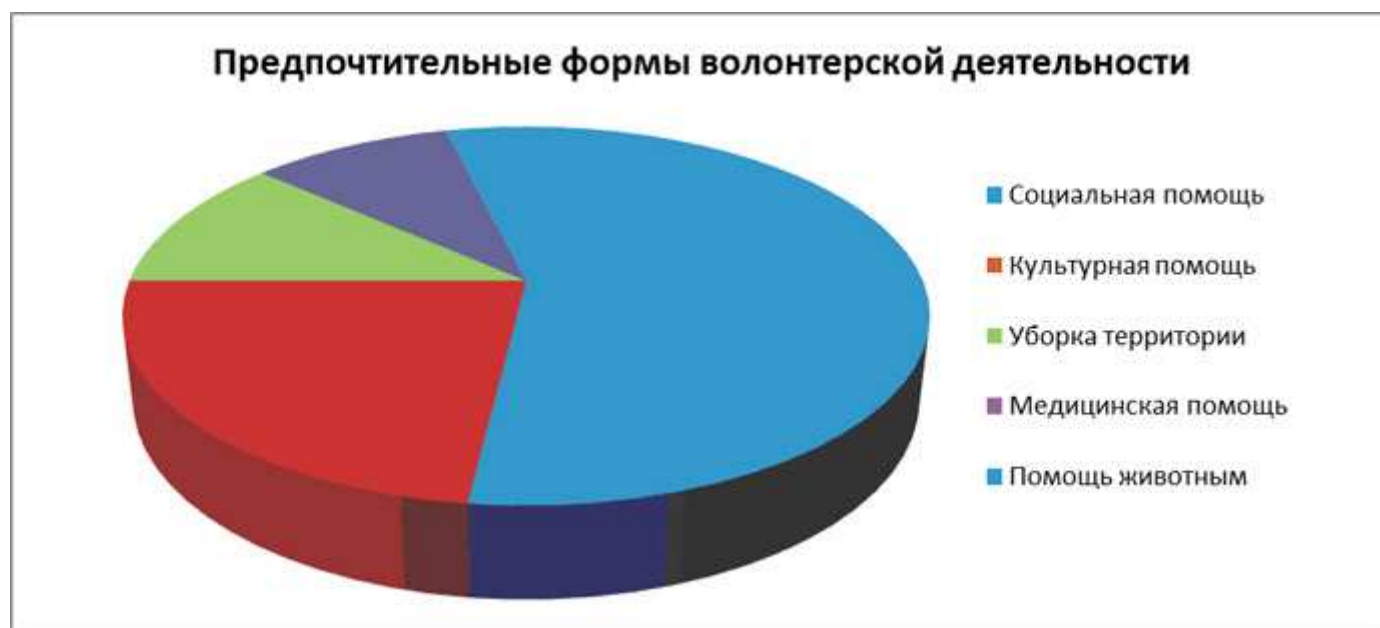
На диаграмме видно, что **наиболее активными волонтерами являются рабочие — самая лояльная из молодежных групп, которые мы изучали.** Рабочие наименее агрессивны и не склонны к участию в социальных волнениях. Они с удовольствием принимают участие во всех социально нагруженных проектах и полагают, что помощь окружающим — одна из важнейших задач любого гражданина.

Участие респондентов в волонтерских мероприятиях



Что касается видов волонтерства, то тут на первом месте с большим отрывом стоит оказание социальной помощи, что включает в себя работу с малоимущими и социально незащищенными группами населения: стариками, инвалидами, сиротами и бездомными. Респонденты рассказывали о том, как они кололи дрова для стариков, красили стены в домах престарелых и развлекали детей в больницах. На втором месте стоит культурная помощь, которая включает в себя работу с делегациями, проведение бесплатных экскурсий, организацию познавательных мероприятий. Медицинская помощь чаще всего подразумевала сдачу крови и уход за больными. Некоторые респонденты принимали участие в отправке добровольцев в Южную Осетию во время войны с

Грузией 2008 года, в защите Юнтоловского заповедника, в тушении пожаров и помощи Крымску, пострадавшему от наводнения.



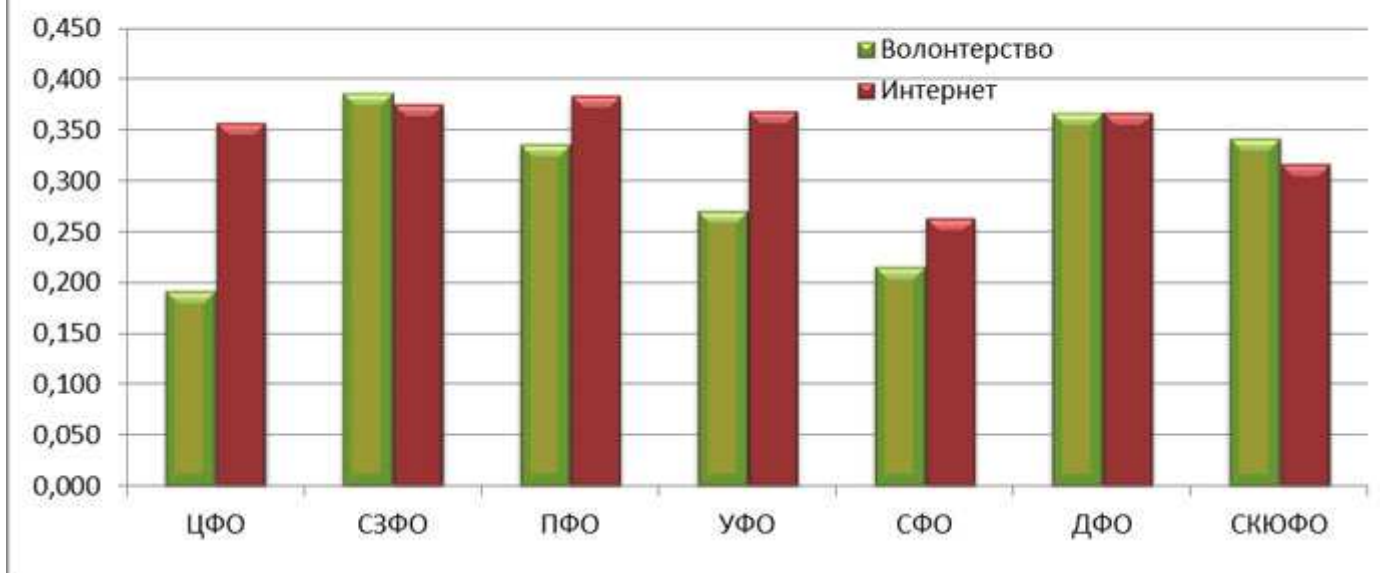
Позитивный образ волонтерства прямо связан с потребностью в героях и героических поступках. Вырвавшись из рутины через участие в волонтерском мероприятии, они сами начинают чувствовать себя героями.

Существует корреляция между волонтерством как явлением и Интернетом как средством распространения информации. На гистограмме ниже можно увидеть уровень связи в речи респондентов между понятиями «волонтерство» и «Интернет».



Связь между активным использованием Интернета и участием в волонтерской деятельности присутствует во всех регионах России. Заметим, что Центральный федеральный округ (в нашем случае речь идет о Москве и Московской области) значительно слабее других регионов принимает участие в организованных мероприятиях по безвозмездной помощи.

Корреляция между понятиями "Интернет" и "Волонтерство" в ответах респондентов по федеральным округам



Интернет служит средством мобилизации людей на волонтерскую деятельность, именно через него респонденты узнают, где, кому и в каких объемах требуется помощь. Технология так называемого «электронного маппинга требований о помощи» получила мировое название «Ушахиди» (по названию самого крупного американского веб-сайта, работающего на этом направлении). Именно соединение картографирования и диспетчеризации волонтерских групп в свое время спасло немало жизней во время землетрясения на Гаити. Эта технология позволяет каждому участнику сети оперативно наносить на карту метки, содержащие информацию о характере проблемы и требуемой помощи. Разработана эта платформа была в Кении, но сегодня активно применяется по всему миру. В Россию сервис пришел в 2010 году в период разбушевавшихся лесных пожаров, которые являются одним из ключевых пунктов в развитии волонтерского движения в России.

В целом же во всех группах, кроме молодых специалистов, желающих принимать участие в волонтерстве в дальнейшем больше, чем тех, кто уже имеет такой опыт. Это говорит о популяризации такого вида времяпрепровождения и о постепенном превращении оказания безвозмездной помощи в молодежный тренд.

Заряд на добро — в целом хорошее дело. И тяга многих молодых людей к совершению добрых дел имеет вполне ясные причины: цинизм и меркантильность последних лет создали такой перекосяк в общественном сознании, который требовал компенсации. Развитие рынка в России и разрушение ценностей прежнего советского общества привели к гипертрофии материального фактора жизни. Казалось, что в нашей стране все продается и все покупается, духовность разрушена, альтруизм невостребован и смешон.

С другой стороны, поездки за границу, информация о том, в «нормальных странах» одни люди бесплатно помогают другим людям, Интернет с его новыми возможностями диспетчеризации человеческих потоков и направления их в нужную точку с определенным заданием — все это открыло для российской молодежи новые формы досуга.

Этот досуг имеет весьма привлекательные черты:

— Расширяется круг общения.

— Коммуникация не просто активизируется, но активизируется с благородной целью, что придает уверенность в себе, дает чувство правоты.

— Коммуникация и организация происходит через Интернет, бесплатно и мгновенно.

— Волонтерская деятельность связана с путешествиями, но эти путешествия не требуют больших финансовых затрат.

— Волонтерская деятельность часто связана с рисками, что возбуждает и делает мероприятия **приключением**. Тушение пожаров, поездки в город, разрушенный наводнением, и даже донорство таят в себе немалые **опасности**, переносят из обыденной жизни в другую реальность.

— В волонтерстве есть и «туристическая ценность» — поездки связаны с посещением необычных мест, куда молодой человек никогда бы не попал, если бы жил «обычной» жизнью. Это расширяет кругозор.

— Волонтерство позволяет прийти людям на помощь в трудную минуту. Молодой человек получает возможность близко увидеть горе, страдание и смерть. Это производит куда большее впечатление, чем просмотр фильма-ужастика.

— Волонтерство пришло в Россию с Запада, и, участвуя в мероприятиях по оказанию помощи, молодые люди перенимают опыт «нормальных стран», чувствуют себя продвинутыми, демократичными, причастными к западной культуре.

Но, кроме этих общепсихологических причин включения в волонтерскую деятельность, могут быть причины и политические. Скрытым мотивом бесплатной помощи в трудных ситуациях является укор государству, чиновникам в преступном бездействии. Волонтер всей своей деятельностью посылает месседж властям: **«Вот вы, имея бюджетные деньги, все мыслимые человеческие, военные, организационные ресурсы, остались бездейственны и равнодушны. А мы, маленькие и слабые люди, собравшись вместе, показываем вам пример благородного и высокоморального поведения. Мы берем на себя функции государства, так как государство не выполняет свой долг. Зачем нам такое государство? Зачем мы платим вам налоги?»**

Это послание, содержащееся в российском волонтерстве, не всегда осознано и артикулировано, но латентно присутствует почти во всех действиях добровольцев, создавая оппозиционный и даже анархический контекст.

Выводы

В молодежной субкультуре развивается тренд полного отказа от телевидения. Для более чем 60% молодых людей Интернет уже сегодня стал основным источником информации. Более того, в этой социальной группе сформировалась мода ненавидеть телевизор.

Государственная власть теряет влияние на умы людей из-за отказа все более многочисленной аудитории от просмотра телепередач.

В социальных сетях появились многочисленные сообщества, объединяющие оппозиционеров, фанатов, волонтеров и др., которые представляют определенную угрозу стабильности, так как обладают значительным человеческим ресурсом и способностью быстрой мобилизации сторонников.

Благодаря Интернету российская молодежь становится все более западно-ориентированной и склонной к либерализму. Открытость, возможность получать информацию и общаться с людьми со всего света, не выходя из дома, приводят к глобализации сознания. Это влечет за собой эрозию стереотипа об «особости» России, сформированного в изоляционистском обществе.

Меняются культурные стандарты. Читают теперь не только и не столько Толстого или Лермонтова, книги, написанные литературным языком. Основным «чтивом» молодых людей стали посты, твиты и комменты в социальных сетях, что ведет к упрощению русского языка, отхода от прежних литературных норм. Формируется массовая культура, участниками которой становится все большее количество людей. Расширение публичного пространства с неизбежностью ведет к падению культурных норм, требований к грамотности и стилистической стройности текстов.

Интернет привел к отказу от длинных текстов. Доминировать стало «клиповое мышление»: длинна среднего видеоролика в Интернете составляет от 0,5 до 4 минут, длина твита ограничена 140 знаками.

Клиповое сознание приводит и к изменению политического поведения. Молодежь рассуждает не «идеологиями», не длинными логическими цепочками умозаключений, а «отговорками» — короткими клишированными фразами, призванными мгновенно, по одной-двум фразам распознать «своего». Сформировался набор фраз-«отговорок» у патриотов, националистов, либералов, лоялистов и др.

Российская социальная сеть «ВКонтакте» является безусловным лидером среди молодежной аудитории.

Использование телевидения и многих СМИ как рупора государственной позиции привело к уходу протестно настроенной аудитории в Интернет. Интернет и **социальные сети стали местом концентрации оппозиционеров.**

Футбол и **фанатские клубы команд стали местом концентрации** националистически и патриотически настроенной молодежи.

Интернет и социальные сети, использующие технологии «ушахиди», способствовали появлению нового тренда в молодежной среде — волонтерства, которое имеет потенциал сращивания с оппозицией.

Молодежные интернет-сообщества могут представлять угрозу стабильности и использоваться различными политическими силами. Войдя в контакт с молодежной группой, поняв ее интересы, опытный политик может простимулировать ее мобилизацию и управлять группой уже в своих интересах.

8. Кумиры молодежи

В исследовании мы задались вопросом, кто является авторитетами и кумирами для современной российской молодежи? Каких людей они уважают, на каких ориентируются? Ведь то, на кого хочет

быть похожим человек, определяет его дальнейшую судьбу, ценностные установки и предпочитаемые способы решения проблем.

Подавляющее большинство опрошенных респондентов утверждали, что у них нет ни кумиров, ни авторитетов. Широко распространена библейская фраза «Не сотвори себе кумира».

Фрагменты из интервью:

«Я долго думал, кто у нас в стране достоин уважения, и понял, что никто».

«Я уважаю не каких-то там “звезд”, а молодых ученых, учителей, которые чего-то добились. У меня есть такие знакомые. Вот их я очень уважаю».

«Я очень хочу ни на кого не равняться, а быть самим собой. Так получается, что я сам себе кумир и авторитет!»

«Мой кумир — это мой друг, который начал свой бизнес и на моих глазах разбогател, ни у кого ничего не воруя».

«Мои кумиры — это мои родители, которые всю жизнь работали, трудились, старались заработать».

Герои микромира

Микромир человека составляет его ближайшее окружение, семья, родственники, друзья и знакомые, соседи, те, с кем приходится сталкиваться постоянно в процессе учебы или работы. Это понятный и маленький мир, в котором молодой человек хорошо ориентируется. В нем, безусловно, есть люди, которых он любит, уважает, к которым прислушивается.

Валерия, 21 год, Омск, студентка: «Мое мнение, наверное, прозвучит банально, но я считаю своим кумиром отца. Мой отец прошел с нищеты до довольно высокого уровня, как интеллектуального, так и денежного. Именно поэтому он для меня кумир».

Большинство наших респондентов заявляли, что главный авторитет их жизни — это родители. Они могут, как и все молодые люди, бунтовать и нарушать установленные для них рамки, но авторитет родителей для них в целом непререкаем. Свое уважение к родителям молодые люди объясняют конкретными поступками и достижениями. Эта понятная человеческая позиция, которая не нуждается в комментариях.

На второй по популярности позиции — друзья и знакомые, которые чего-то добились в жизни. Это не абстрактные «олигархи», которые «наворовали». Это сверстники или старшие друзья, которые своими усилиями добились успеха в какой-то сфере. Чаще всего это **достижения в бизнесе**.

Особенно ценит молодежь истории успеха по принципу «из грязи в князи», случившиеся с лично знакомыми им людьми.

Сергей, 25 лет, Астрахань, промышленный альпинист: «Мой кумир — один из молодых астраханцев Максим Каманин. Выпускник технического университета, у него сейчас свое дело — производство дисплеев. Он на моих глазах создал новую технологию. Сам! Никто ему не помог! А теперь он представляет область на инновационных выставках. То есть мне нравятся люди, которые смотрят в будущее, создают что-то новое».

Материальный успех, умение заработать деньги своим умом, рискуя и придумывая что-то новое, вызывают у молодежи безусловное приятие. Разговоры о бизнесе, который привел к успеху нечестным образом, телевизионные ток-шоу с рассказами о сомнительном и аморальном поведении новых богачей контрастируют с восприятием молодыми людьми «близкого бизнеса». Как правило, рисуется портрет одноклассника или одногруппника, который что-то придумал и сделал, создал свою фирму и идет к успеху. Он уже сейчас выделяется из круга знакомых, он герой, о котором хочется рассказать.

Такие **герои-бизнесмены** встречались нам повсюду, что позволяет сделать вывод о том, что ментальность российской молодежи меняется: **сформирован тренд от неприятия предпринимательства к уважению трудолюбия этих людей.**

Пустой мезомир

Между микромиром близких и знакомых людей и «миром звезд» существует срединный, промежуточный мир — «лучшие люди» региона, известные профессионалы, местные политики, активисты гражданских движений, телеведущие и журналисты, те, которые находятся в достаточно близком социальном пространстве и до которых можно дотянуться. Эти люди мало известны в столице, но их имена хорошо знакомы жителям региона.

Сюрпризом нашего исследования явилось то, что мезомир молодежи совершенно пуст. Ни один из опрошенных не назвал имена людей регионального уровня как заслуживающих уважения и подражания. Краткого упоминания были удостоены только руководители местных театров, добровольческих объединений, спортсмены, знакомые профессора и преподаватели вузов.

Отсюда следует **вывод: малая родина не формирует образцов для поведения молодых людей. Они не видят, что можно многого в жизни добиться, продолжая делать карьеру в своем родном городе, в своей области.** Никуда не уезжая, можно стать уважаемым членом общества, разбогатеть? Молодежь не верит в эту перспективу. Стоит ли удивляться, что в России столь велика потребность молодых людей переехать в Москву, в центр, где кипит жизнь и где можно не прозябать, а стать «звездой»? Вакуум, вызванный отсутствием значимых региональных фигур, является фактором, тормозящим социализацию молодежи. Складывается ощущение, что все достойные люди все равно уехали или уедут в Москву или Петербург. Это стимулирует миграцию наиболее активной части молодых людей из региона, оставляя его обескровленным и лишая перспектив экономического роста.

К примеру, в США 70% ВВП формируется за счет городов среднего размера в 1–4 миллиона человек (Финикс, Сан-Антонио, Сан-Диего и т.п.), а отнюдь не мегаполисов вроде Нью-Йорка, Лос-Анджелеса или Чикаго. В России таких городов очень мало из-за постоянного оттока населения в столицы.

Между людьми ближнего круга и «жителями телевизора» — сегодня пропасть, что делает развитие регионов большой проблемой.

Макромир

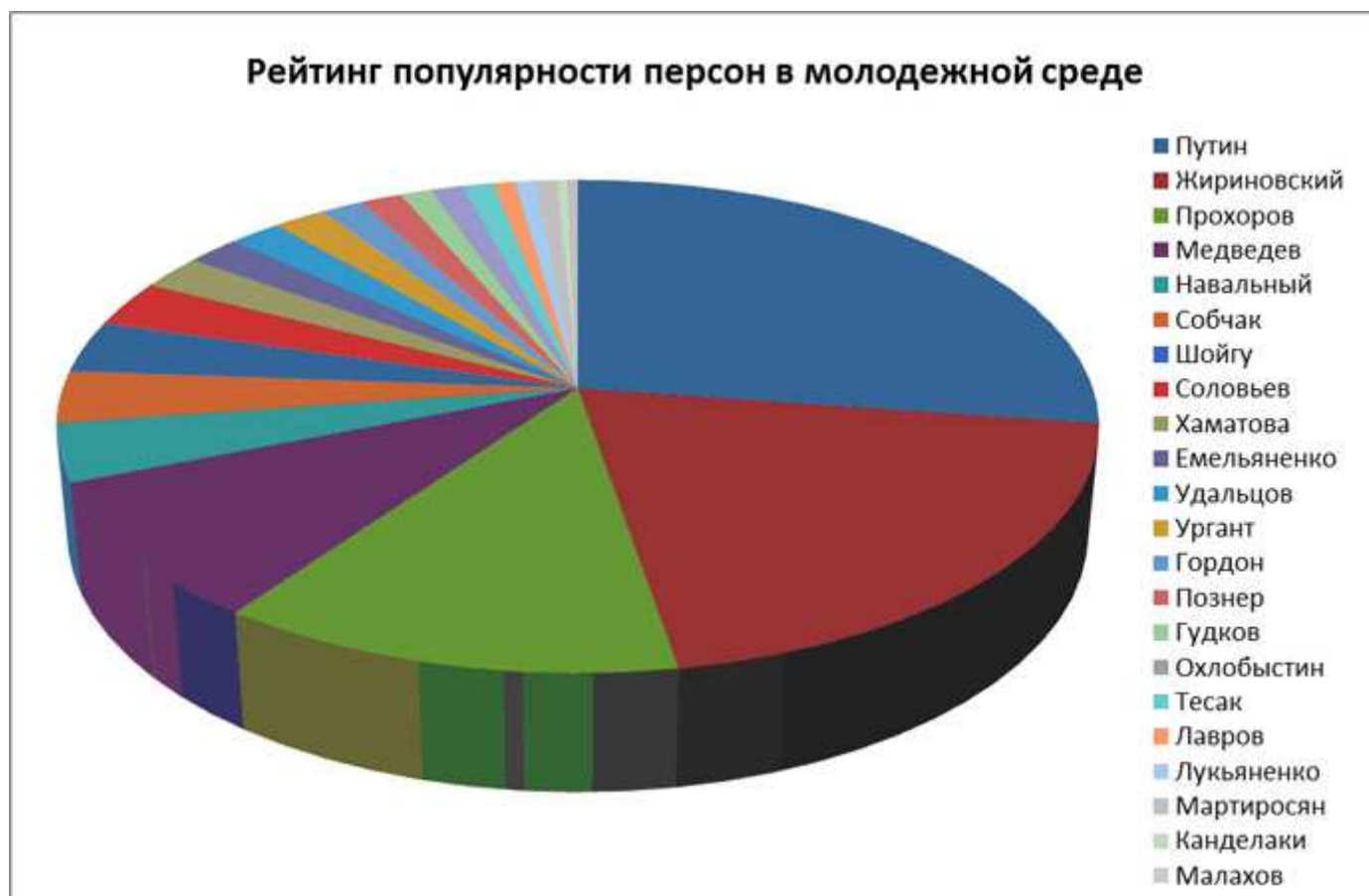
Несмотря на то что молодые люди отвергают само понятие «кумир», в их жизни есть люди, которые им **очень нравятся**, кого они **обожают** и мнение которых считают важным для себя. Все эти люди —

персонажи из телевизора, реже из Интернета. Обычно люди из этой категории задают самую высокую ролевую планку и служат дальним ориентиром для развития.

Столь высокие ориентиры создают питательную почву для фрустрации молодых людей. Ведь чем выше уровень притязаний, тем меньше вероятность того, что цель будет достигнута.

Всего в ходе исследования респонденты упомянули 22 имени ныне живущих россиян [1], кому они хотели бы подражать и кто их интересует. Это не значит, что все эти персоны — кумиры молодежи. К некоторым из них отношение неоднозначное и даже отчасти критическое. Рейтинг этих персон говорит скорее о **популярности** человека в молодежной среде, чем о любви. Эти люди находятся в «**оперативной памяти**» молодого поколения, они «на языке», о них постоянно говорят, их обсуждают.

Среди этих 22 россиян, которых мы условно будем называть «кумирами» молодежи, первые места занимают: Владимир Путин, Владимир Жириновский, Михаил Прохоров, Дмитрий Медведев, Алексей Навальный.



Профессиональный состав «кумиров»

Телеведущие и актеры: 8 чел. (Владимир Соловьев, Чулпан Хаматова, Иван Ургант, Александр Гордон, Владимир Познер, Иван Охлобыстин, Тина Канделаки, Андрей Малахов).

Политики истеблишмента: 5 чел. (Владимир Путин, Владимир Жириновский, Дмитрий Медведев, Сергей Шойгу, Сергей Лавров).

Политики оппозиции: 5 чел. (Алексей Навальный, Ксения Собчак, Сергей Удальцов, Дмитрий Гудков-мл., Тесак (Константин Марцинкевич)).

Бизнесмены: 1 чел. (Михаил Прохоров).

Спортсмены: 1 чел. (Федор Емельяненко).

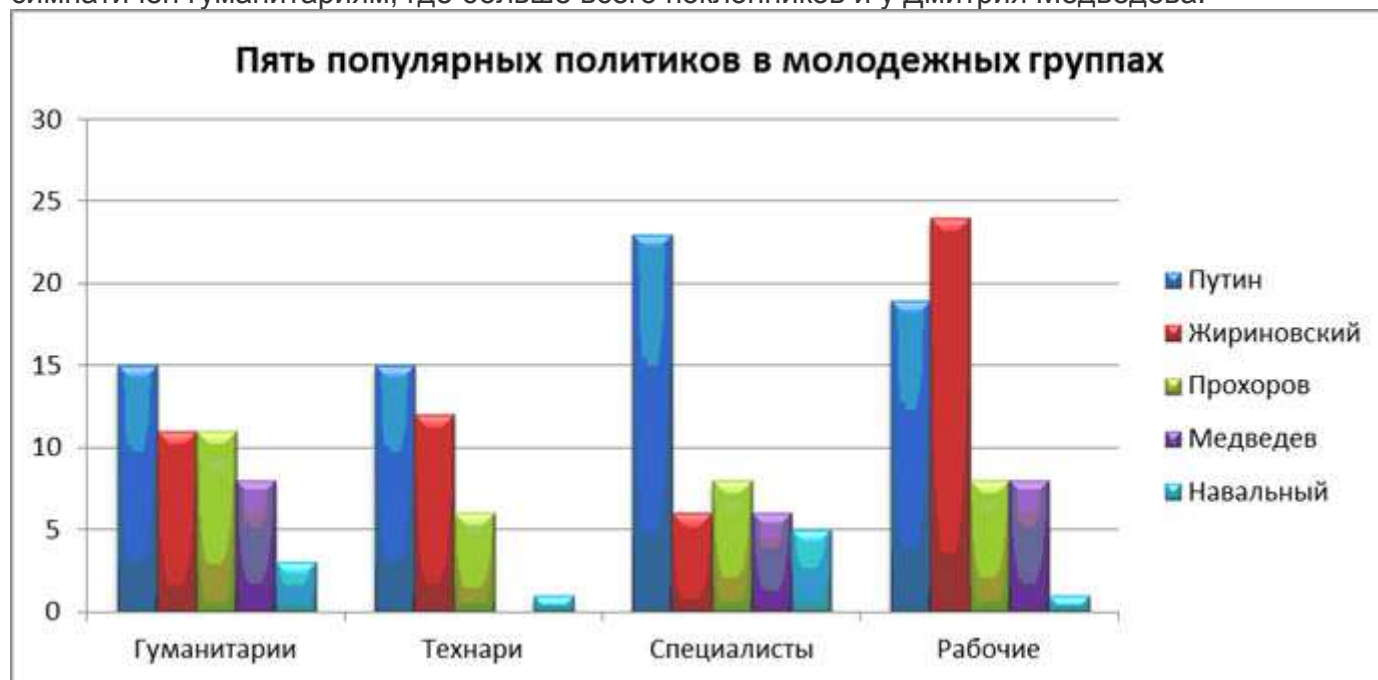
Писатели: 1 чел. (Сергей Лукьяненко).

На основе этого списка можно составить своеобразный **рейтинг профессий**. Безусловно, лидируют политики всех сортов, телеведущие и актеры. Вот так молодые люди видят сегодняшнюю вершину российского общества!

Яркая жизнь на телевизионном экране ослепляет молодых людей. Их кумирами являются не люди упорного труда, высоких профессиональных достижений. Весь пантеон «кумиров» связан со сферой развлечений: актер, ведущий шоу, спортсмен, депутат — люди, забавляющие зрителей. Воспринимая с экранов эти гротесковые образы, юноши и девушки рвутся не столько к овладению профессией, сколько к переезду в столицу, где их, возможно, ждет слава и большие деньги. Профессии, требующие усердия и мастерства, непопулярны, скучны. Следствием этого является ориентация молодежи не на те профессии, которые требуются реальной экономике, а на шоу-бизнес, спорт и гламур. Родной город воспринимается значительной частью молодежи не как место для оседлой жизни, а лишь как плацдарм для накопления средств для эмиграции туда, где обитают настоящие «герои».

Мир политики

Рейтинг кумиров несколько различается для молодежных групп. Так, во всех группах, кроме рабочих, лидером предпочтений является **Владимир Путин** (несмотря на оппозиционный настрой специалистов и технарей, Путин и им представляется фигурой, самой значительной и могущественной в стране). Рабочим больше нравится Владимир Жириновский. Михаил Прохоров симпатичен гуманитариям, где больше всего поклонников и у Дмитрия Медведева.



Стоит отметить, что респонденты склонны оценивать политиков по их личности и харизматическим достоинствам, а не по политическим установкам и программам, с которыми многие незнакомы. Владимир Путин олицетворяет могущество и силу, Владимир Жириновский — ораторский талант и умение «бросить правду в лицо». Михаил Прохоров нравится своими свежими идеями, современностью и креативом.

Что касается политических программ, то респонденты обычно помнят только основной посыл, сформулированный в одно предложение.

Александра, 19 лет, студентка, Омск: «Все политики пишут, что хорошо бы было это сделать или то. Все за улучшения вроде бы. Допустим, Прохоров, насколько мне запомнилось, он такой трудоголик. Он за то, чтобы увеличивать часы работы, чтобы люди только работали и работали. Я это не поддерживаю. Как надо работать, так надо и отдыхать».



Географическая картина предпочтений показывает, что «путинскими» являются Урал и Юг России. Жириновский лидирует в Центральном округе, а Прохоров — на Дальнем Востоке. Оппозиционер Алексей Навальный имеет наибольшее число симпатий на Северо-Западе.

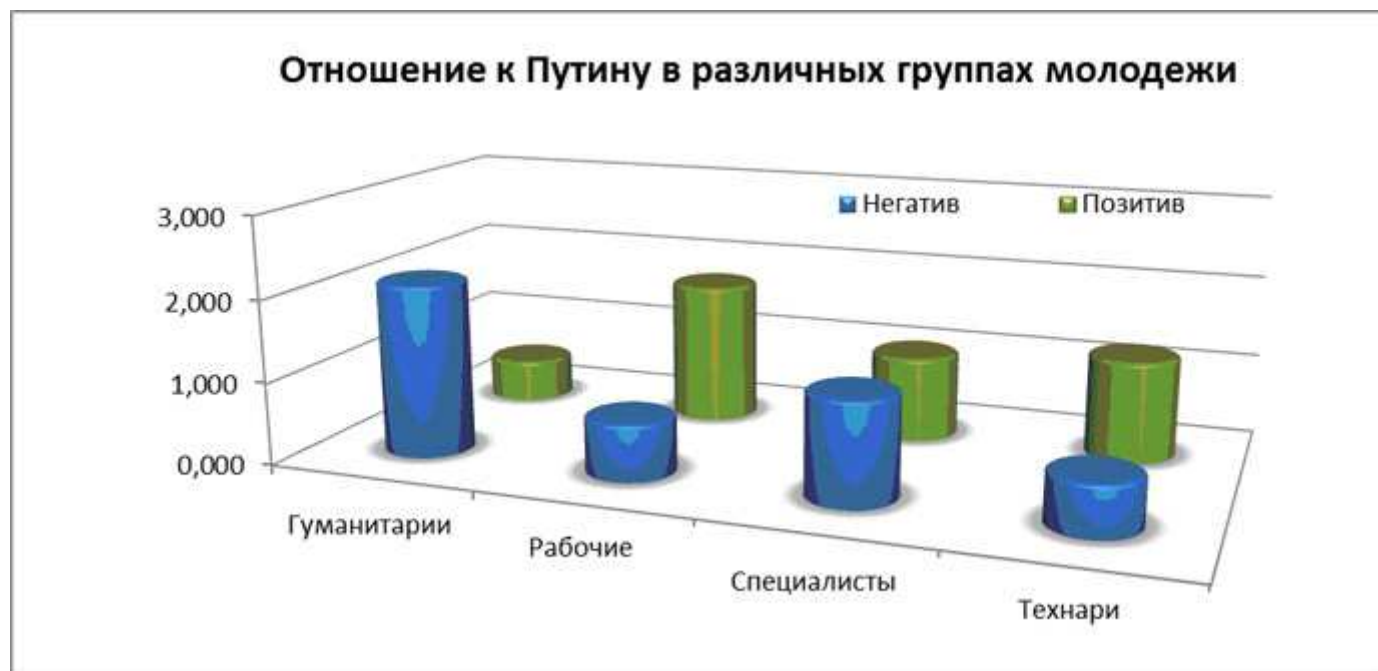
Несмотря на то что по многим социологическим опросам рейтинги президента Путина и премьера Медведева различаются несущественно, в молодежной среде картина иная. Здесь Медведев отстает от Путина значительно. Медведев не представляется молодым людям перспективным и интересным, они вспоминают о нем, скорее, по инерции, вспоминая его недавнее президентство. Это довольно странно, так как именно Медведев делал в своей политике ставку на обновление кадров и молодежь при нем получила новые возможности развивать свою политическую карьеру. Однако это не убедило юношей и девушек в том, что Медведев близок им по духу и готов защищать их интересы.

Среди политиков в рейтинг популярности у молодежной аудитории вошли кроме упомянутых выше персон еще и руководитель Федерального агентства по делам молодежи **Сергей Белоконев**, депутаты Государственной Думы **Роберт Шлегель** и **Александр Хинштейн**. Многие отмечают растущую популярность оппозиционеров Навального и Удальцова. Тот факт, что эти политики, которых не приглашают в телевизионные ток-шоу, известны за пределами Москвы, говорит о растущей роли Интернета в политической жизни страны.

Президент как артефакт

Среди политиков, которые пользуются уважением в молодежной среде, с заметным отрывом лидирует Владимир Путин. Хотя и критиков его среди молодежи немало, все же большая часть респондентов отмечали, что другого политика, с таким весом и влиянием, в России нет. Обсуждая политиков, молодежь приходит к выводу о том, что Путин — неплохая кандидатура на пост

президента в том плане, что он «сильный человек», «достойная личность». Люди полагают, что у Путина единственного хватает силы воли противостоять разлагающему влиянию власти. Именно в этом они видят его главное преимущество. Вне зависимости от отношения к личности президента, респонденты воспринимают Путина как неизбежность. Они понимают, что никто из оппозиционеров не может пока сравниться с Путиным по политической мощи.



На диаграмме показано отношение различных групп молодежи к Владимиру Путину. Мы сравнивали объем негативной и позитивной лексики, используемой респондентами в отношении действующего президента. Величина отклонения от единицы показывает, насколько чаще или реже, чем обычно, респонденты употребляют негативную или позитивную лексику, когда говорят о нем. Данные показали, что самыми большими критиками Путина являются студенты-гуманитарии и специалисты. Больше всего поклонников у Путина среди рабочих.

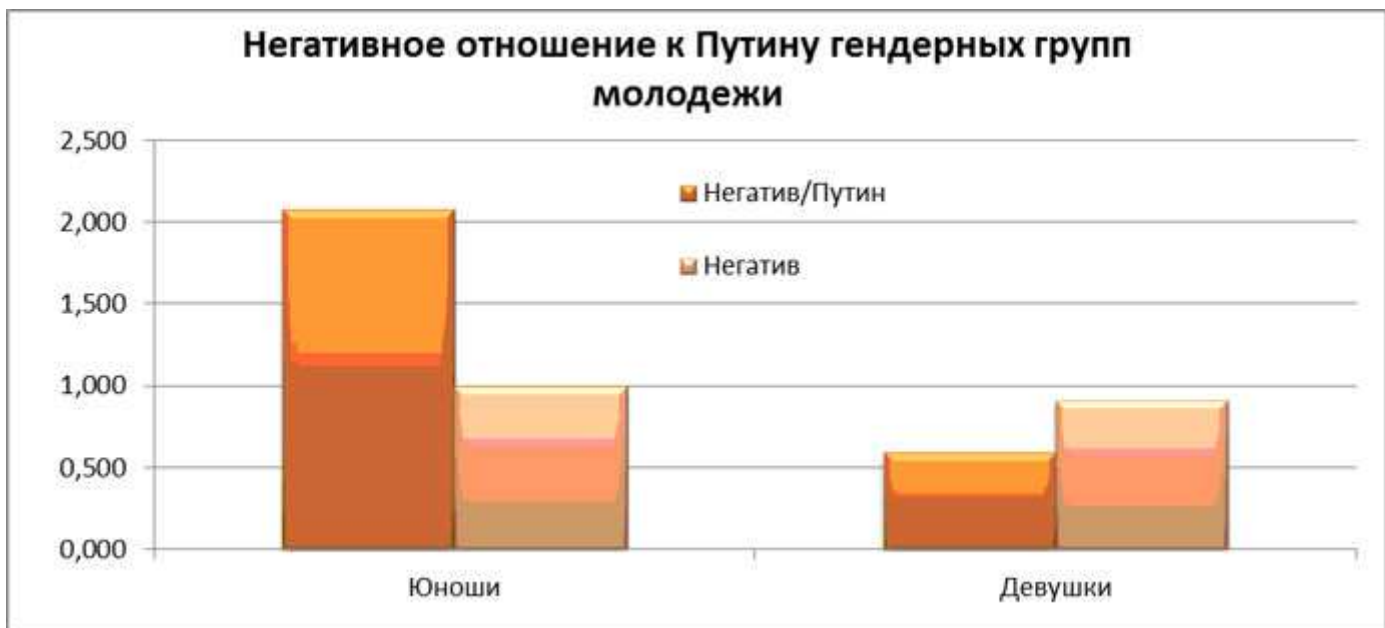
Выявлена связь между отношением к президенту и отношением к революции: группы лоялистов относятся к революции как к крайне опасной и нежелательной перспективе. Критики Путина, напротив, настроены воинственно и жаждут развития событий по революционному сценарию.

Используя для определения сторонников и критиков президента метод контент-анализа, мы должны были исключить влияние привычной для человека лексики. Ведь есть люди, которые ругаются много и по разным поводам. Их речь наполнена негативной лексикой. Они могут ругать погоду, дороги, свой вуз, свой город и заодно Путина. Для корректного вычленения критиков мы сравнивали два показателя — уровень негативной лексики в обычной речи человека и уровень негативной лексики тогда, когда он говорил о Путине. Если эти величины совпадают, тогда делать вывод о критическом отношении к президенту было бы неверно. Та же процедура элиминирования обычной речевой практики была применена и к позитивной лексике.



На диаграмме видно, что общее количество позитивно окрашенных лексических элементов почти одинаково у юношей и девушек. А вот позитив в адрес президента Путина значительно чаще выражает женская часть молодежной аудитории. **Вывод простой: Путин больше нравится девушкам, чем юношам.**

Та же процедура элиминирования была применена и к негативной лексике.



Мы видим, что юноши немного более склонны к критицизму в целом, чем девушки. А вот по отношению к Путину уровень их негативизма более чем в два раза превышает нормальный для них уровень. У девушек же наоборот: о Путине они говорят менее критично, чем обычно. **Главные оппозиционеры — это молодые люди.**

Самые популярные политики в молодежной среде



Самые популярные неполитики в молодежной среде



Мир звезд

Популярностью в молодежной среде пользуются звезды, отличающиеся ярким и неординарным темпераментом. Владимира Соловьева и Александра Гордона уважают за ум и резкость суждений. Ивана Урганта — за чувство юмора и обаяние. Чулпан Хаматова восхищает молодых людей не только актерским дарованием, но и своей благотворительной деятельностью и личной скромностью. Многие уважают ее за героические усилия по спасению больных детей, она предстает образцом той самой «человечности», о недостатке которой говорят многие респонденты. Федор Емельяненко является абсолютным чемпионом по популярности среди спортсменов. Его поклонники — это юноши, которые видят в нем воплощение силы, он вызывает чувство гордости за свою страну. Притягательным для многих является и его образ человека скромного, нравственного, глубоко верующего.

Примечательно, что среди «героев нашего времени» молодые люди назвали еще двух персонажей, связанных с православной церковью: Андрея Кураева и Ивана Охлобыстина. Независимость, ум и неординарные поступки отличают этих людей и делают их образы столь привлекательными.

Надо подчеркнуть, что **при повсеместной декларируемой нелюбви к телевидению, вкусы молодежи в значительно большей степени формируются телеперсонами, чем людьми из блогосферы и социальных сетей.**

Выводы

Молодежь уважает только представителей своего ближайшего окружения и людей, которых она видит на телеэкране. Между микромиром родителей и друзей и макромиром телезвезд и политиков зияет пропасть. Мир среднего уровня — уважаемых профессионалов, общественных деятелей регионального масштаба — не наполнен. Это говорит о том, что российская молодежь не видит для себя возможности получить всеобщее уважение и приобрести материальный достаток, честно работая в рамках своей профессии.

Ментальность российской молодежи постепенно меняется: обнаружен тренд от неприятия предпринимательства к уважению трудолюбия людей, создавших свой бизнес.

Кумиры современной молодежи — представители политики и шоу-бизнеса. Среди популярных персонажей нет ни одного, кто представлял бы профессии ученого, врача, учителя, инженера и проч.

Несмотря на растущее влияние Интернета, вкусы молодежи в значительно большей степени формируются телеперсонами, чем людьми из блогосферы и социальных сетей.

Несмотря на доминирующие протестные настроения, Путин остается самым популярным политиком России.

Выводы

1. Социальная идентификация молодежи

Советская модель общества — два класса плюс слой интеллигенции — безвозвратно ушла в прошлое. Новой сколько-нибудь осмысленной модели общественного устройства ей на смену не пришло.

Российская молодежь не имеет ясной системы координат, не знает, из каких социальных групп состоит современное общество, не имеет самоидентификации. На вопрос «Кто Вы? Каков Ваш социальный статус?» большая часть респондентов не знали, как ответить.

Единственный социальный маркер, известный молодым людям, — это «средний класс», к которому никто себя не относит. Более того, юноши и девушки уверены, что в России никакого среднего класса нет. Это говорит о том, что российское общество по-прежнему находится в состоянии **аномии**. Это мешает им осознавать цель своего развития, так как для движения вперед и вверх надо понимать, где находится «верх» и где направление «вперед». Это приводит к многочисленным фрустрациям в связи с невозможностью планирования своего будущего и затуманенностью социальной перспективы.

2. Идеологическая идентификация

Либерально-демократические взгляды являются самой распространенной идеологией в среде российской городской молодежи.

Существует зазор между идеологическими лейблами партий и их реальной идеологией. Либерально-демократическая молодежь не считает Либерально-демократическую партию РФ «своей». То же

происходит и с молодежью, разделяющей социалистические и националистические взгляды. Возникает ситуация, когда электорат не находит «своих» партий.

В молодежной среде существует неудовлетворенный запрос на партии монархического, националистического и анархического толка.

Молодые люди обвиняют государство в отсутствии идеологии, они нуждаются в том, чтобы им объясняли, «что такое хорошо и что такое плохо». Правда, как только идеология появляется, они сразу же начинают с ней бороться.

3. Отношение к России

Чем моложе респонденты, тем устойчивее в их среде представление о России как о великой державе, с мнением которой считается весь мир. С возрастом идеалистическое представление о России сменяется все более скептическим.

Большинство молодых людей считают, что Россия — великая держава, которая катится в пропасть, деградирует и разрушается.

Негативизм стал повальной модой в молодежной среде. Такого рода ментальность нуждается в подпитке исключительно негативной информацией. Критически настроенная молодежь избирательно относится к информации, подмечая и запоминая только отрицательные примеры.

Молодежь считает, что у России было славное прошлое и будет светлое будущее. А вот настоящее ужасно.

Основными проблемами России молодые люди считают коррупцию и воровство, бедность и несправедливость, бюрократизм и произвол чиновников, а также алкоголизм и наркоманию.

Носителями социального зла (коррупции и воровства) являются, по мнению молодых людей, исключительно **чиновники**. Этот тезис стал общим местом в речи молодого человека, не подвергается сомнению и не требует доказательств.

Молодежь возмущает не бедность как таковая, а несправедливая бедность. Человек, честно проработавший всю жизнь, живет, как нищий. В то же время те, кто демонстрируют свое богатство, его не заслужили.

В молодежной среде слова «алкоголь» и «наркотики» стали близнецами и употребляются в подавляющем числе случаев вместе. Эта лексическая близость слов заставляет сделать вывод, что в России проблема алкоголизации населения теперь усложнена присоединением к ней дополнительной проблемы употребления наркотиков.

4. Отношение к власти и государству

Молодые люди плохо представляют себе функции и структуру государства, не понимают, как устроена наша политическая система. Невежественность в области основ государственного и общественного устройства вызывает **огульную критику**, сводящуюся к стремлению «поменять всю власть целиком».

Молодежь боится власти. Власть представляется ей чем-то отталкивающим, опасным, безжалостным, что меняет человека, делая из него коррупционера и меркантильного циника.

Особенно критически к власти относятся группы специалистов и студентов технических специальностей.

5. Протестные настроения

Молодые люди в принципе не верят в возможность скорых революционных потрясений, хотя с большим интересом относятся к революции.

Критически настроенная молодежь ждет появления лидера-героя, который сможет объединить всех честных молодых людей и повести их за собой. Этот идеальный герой должен быть безупречно честным и не бояться идти на смерть. Оппозиционеры, пытающиеся действовать в рамках правового поля, кажутся молодым людям слабаками, боящимися бросить настоящий вызов системе.

Ни один из лидеров оппозиции не способен сегодня стать кумиром молодого поколения, так как борется не с системой, а за власть, то есть за свой «кусочек пирога».

Молодежь не связывает возможную революцию в России с лидерами оппозиции. Настоящая революция, по их мнению, — это народный бунт, для которого пока нет предпосылок.

Негативизм, охвативший молодежную среду, однако, не выливается в революционное настроение. Между вербальной критикой власти и прямыми протестными действиями лежит существенная дистанция. Молодежь любит поговорить, поругать власть и порядки, но не спешит выходить на улицы.

Подавляющее большинство молодых людей никогда не принимали участия в протестных акциях.

Наиболее агрессивной и склонной к протестам группой являются специалисты с высшим образованием, проживающие в крупных городах России.

6. Потенциальная эмиграция

Существует связь между фрустрацией социальной группы и ее готовностью к эмиграции. По обоим показателям лидирует группа молодых специалистов.

Юноши и девушки имеют разную склонность реагировать на фрустрацию и разочарование в своих ожиданиях. Молодые люди находят выход в агрессии и склонности к протесту. Девушки стремятся эмигрировать.

Мужская часть молодежи является наиболее существенно более фрустрированной, неудовлетворенной, разочарованной группой, чем женская часть.

Основными направлениями эмиграции являются: из малого города — в большой, из большого — в столичный, из региональной столицы — в Москву, из Москвы — в Европу и Америку.

Внутренняя эмиграция молодежи имеет, по данным нашего исследования, весьма скромную географию: Москва, Санкт-Петербург и Сочи составляют ограниченный круг привлекательных для жизни городов России.

Внешняя потенциальная эмиграция молодежи ограничивается странами «золотого миллиарда» в Европе и Северной Америке.

Установлена зависимость: чем меньше молодой человек путешествовал, тем более он склонен к эмиграции. Среди рабочих мы обнаружили наибольшее количество «мечтателей уехать», в то время как именно эта группа молодежи имеет наименьший опыт путешествий.

Для эмиграции часто выбирают страны, в которых никогда не были.

7. Свободное время, Интернет, волонтерство

В молодежной субкультуре развивается тренд полного отказа от телевидения. Для более чем 60% молодых людей Интернет уже сегодня стал основным источником информации. Более того, в этой социальной группе сформировалась мода ненавидеть телевизор.

Государственная власть теряет влияние на умы людей из-за отказа все более многочисленной аудитории от просмотра телепередач.

В социальных сетях появились многочисленные сообщества, объединяющие оппозиционеров, фанатов, волонтеров и др., которые представляют определенную угрозу стабильности, так как обладают значительным человеческим ресурсом и способностью быстрой мобилизации сторонников.

Благодаря Интернету российская молодежь становится все более западно-ориентированной и склонной к либерализму. Открытость, возможность получать информацию и общаться с людьми со всего света, не выходя из дома, приводит к глобализации сознания. Это влечет за собой эрозию стереотипа об «особости» России, сформированного в изоляционистском обществе.

Меняются культурные стандарты. Читают теперь не только и не столько Толстого или Лермонтова, книги, написанные литературным языком. Основным «чтением» молодых людей стали посты, твиты и комментарии в социальных сетях, что ведет к упрощению русского языка, отхода от прежних литературных норм. Формируется массовая культура, участниками которой становится все большее количество людей. Расширение публичного пространства с неизбежностью ведет к падению культурных норм, требований к грамотности и стилистической стройности текстов.

Интернет привел к отказу от длинных текстов. Доминировать стало «клиповое мышление»: длина среднего видеоролика в Интернете составляет от 0,5 до 4 минут, длина твита ограничена 140 знаками.

Клиповое сознание приводит и к изменению политического поведения. Молодежь рассуждает не «идеологиями», не длинными логическими цепочками умозаключений, а «отговорками» — короткими клишированными фразами, призванными мгновенно, по одной-двум фразам распознать «своего». Сформировался набор фраз-«отговорок» у патриотов, националистов, либералов, лоялистов и др.

Российская социальная сеть «ВКонтакте» является безусловным лидером среди молодежной аудитории.

Использование телевидения и многих СМИ как рупора государственной позиции привело к уходу протестно настроенной аудитории в Интернет. Интернет и социальные сети стали местом концентрации оппозиционеров.

Футбол и фанатские клубы команд стали местом концентрации националистически и патриотически настроенной молодежи.

Интернет и социальные сети, использующие технологии «ушахиди», способствовали появлению нового тренда в молодежной среде — волонтерства, которое имеет потенциал сращивания с оппозицией.

Молодежные интернет-сообщества могут представлять угрозу стабильности и использоваться различными политическими силами. Войдя в контакт с молодежной группой, поняв ее интересы, опытный политик может простимулировать ее мобилизацию и управлять группой уже в своих интересах.

8. Кумиры молодежи

Молодежь уважает только представителей своего ближайшего окружения и людей, которых она видит на телеэкране. Между микромиром родителей и друзей и макромиром телезвезд и политиков зияет пропасть. Мир среднего уровня — уважаемых профессионалов, общественных деятелей регионального масштаба — не наполнен. Это говорит о том, что российская молодежь не видит для себя возможности получить всеобщее уважение и приобрести материальный достаток, честно работая в рамках своей профессии.

Ментальность российской молодежи постепенно меняется: обнаружен тренд от неприятия предпринимательства к уважению трудолюбия людей, создавших свой бизнес.

Кумиры современной молодежи — представители политики и шоу-бизнеса. Среди популярных персонажей нет ни одного, кто представлял бы профессии ученого, врача, учителя, инженера и проч.

Несмотря на растущее влияние Интернета, вкусы молодежи в значительно большей степени формируются телеперсонами, чем людьми из блогосферы и социальных сетей.

Несмотря на доминирующие протестные настроения, Путин остается самым популярным политиком России.

Примечание

↑1. Мы не проводили анализ зарубежных звезд, исторических персонажей и умерших политиков, хотя среди них есть весьма популярные (это, прежде всего, Арнольд Шварценеггер, Борис Ельцин и Иисус Христос).

**Оригинал опубликован в Интернет-журнале «ГЕФТЕР» gefter.ru
<http://gefter.ru/archive/8369>**