

УДК 316

Пясецкая Елена Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет», г. Курск

e-mail: rjahovska@mail.ru

Чмых Элла Сергеевна, магистрант Института экономики и управления ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет», г. Курск

e-mail: g.gmu@mail.ru

ФАКТОРЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ МОЛОДЕЖНОГО СООБЩЕСТВА

Аннотация. В статье рассматривается формирование социокультурной среды молодежи в интернет-пространстве как процесс создания социальных связей неформального характера. Анализируются результаты исследования, в ходе которого оценивается склонность молодого поколения к самоорганизации.

Ключевые слова: социокультурная среда, молодежное сообщество, самоорганизация молодежи.

Pyasetskaya Elena Nikolaevna, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Public and Municipal Administration of the Kursk State University, Kursk

e-mail: rjahovska@mail.ru

Chmykh Ella Sergeevna, Master's student of the Institute of Economics and Management of the Kursk State University, Kursk

e-mail: g.gmu@mail.ru

FACTORS OF THE SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT OF THE YOUTH COMMUNITY

Annotation. The article considers the formation of the socio-cultural environment of young people in the Internet space as a process of creating social ties of an informal nature. The results of the study are analyzed, during which the propensity of the younger generation to self-organization is assessed.

Keywords: socio-cultural environment, youth community, youth self-organization.

Молодежь — это мобильная и динамичная часть социума, свободная от стереотипов и обладающая внутренней противоречивостью, стремлением быть не похожим на других, со своей специфической социокультурной средой.

Социокультурная среда рассматривается как окружающая жизненная среда, которая оказывает прямое влияние на поведение человека, его мотивы и формирует потребности. Социокультурная среда имеет определенные характеристики, которые могут сильно различаться в конкретных социумах и социальных группах [1].

Характерным для социокультурной среды молодежи является активное стихийное общение, самоорганизация и независимость от официальных структур; создание собственных, креативных моделей поведения. Социокультурная среда молодежи также характеризуется идеализированным представлением молодежи о реальности, высокими темпами развития социальных связей [3]. Однако это только стимулирует социальную мобильность молодежи, что отражается в большем разнообразии социальных отношений.

Быстрое развитие социальных сетей и общения в Интернете, а также изменение и неустойчивость культурной ориентации приводят к тому, что молодые люди теряют доверие к основной культуре общества и своей деятельности в ней. Проблемы социокультурного характера возникают из-за несоответствия потребностей молодого человека и способности общества их реализовать. Для нормализации взаимодействия молодежи с обществом и в обществе необходимо решать социокультурные проблемы, в том числе

средствами, направленными на изменение отношений в социуме, реализацию возможностей использования институциональных лифтов социальной мобильности, актуальных для молодежи.

Разрешение существующих проблем возможно через договор государственных социальных институтов и молодежи. В этом контексте социальные сети могут стать подходящим инструментом для анализа тенденций развития молодежной социокультурной среды. Благодаря исследованиям, регулярно проводимыми ведущими российскими компаниями, например Mail.ru Group [2] возможна диагностика возможностей информационного пространства как части социокультурной среды молодежи.

В 2017 году сеть сообществ ВКонтакте провела опрос 10 000 пользователей в возрасте 14-25 лет в России (по данным Mediascope, эта сеть охватывает 93 % потенциальной возрастной аудитории). Согласно этим исследованиям, 80 % молодых людей считают, что не нуждаются в постороннем мнении и не прислушиваются к нему, что говорит о независимости суждений, об отсутствии кумиров, значимость мнения известных личностей и блогеров отмечают менее 25 %. При этом молодые респонденты убеждены в крепости семейных связей: 90 % опрошенных ценят мнение родителей, 78 % - мнения друзей, 34 % боятся, что не оправдают собственных ожиданий и 31 % - ожидания родителей. В иерархии ценностей главными были названы семья, любовь и дружба (26 %), 15 % - деньги, карьера и самосовершенствование. Все это дает представление о самостоятельности суждений молодежи и отсутствии желания принимать какие-либо ценности на веру. Таким образом, возможности воздействия на молодежь со стороны государства весьма ограничены, а привычные имитационные практики, в которые её вовлекают, неинтересны для большинства молодых людей.

Как альтернативный инструмент взаимодействия с молодежью предлагаем рассмотреть механизмы прямых социальных связей и отношений в микрообществах, включенных и осуществляемых как часть процесса самоорганизации молодежной среды. Мы рассматриваем самоорганизацию

молодежи как социокультурный естественный процесс, в ходе которого воспроизводится постоянное взаимодействие с социальной средой и социальными институтами. Особенности самоорганизации молодежи были выявлены нами по результатам опроса старшеклассников в гг. Санкт-Петербурге и Курске в 2020 году.

В ходе опроса молодежи было выяснено, что существующая микросреда дает возможность саморазвития для 80,5% и самовыражения 46,6% респондентов. Потребность в создании собственной организации объясняется молодыми людьми необходимостью открытых возможностей и различных каналов передачи данных. Более половины опрошенных студентов не считают существующую систему молодежных организаций формой самоорганизации самой молодежи. К числу условий для развития собственных групп и организаций относятся, в первую очередь, собственная инициатива (74,3%), организация единомышленников (71,6%), появление харизматичного лидера (69,4%), пространство для общения (67,1%), отсутствие препятствий со стороны властей (65,5%). Респонденты отмечают наличие проблемы взаимодействия с «взрослым» обществом.

Все респонденты отметили, что благодаря интернет-сообществам многие традиционные формы самоорганизации получили новый импульс развития, кроме того, процесс формирования сообщества становится шире. Постоянно формируются различные группы интересов, некоторые из которых быстро распадаются или превращаются в другие, способные самостоятельно изменять свою структуру в процессе своего функционирования.

Молодежные субкультуры пользуются высоким спросом, почти все респонденты были связаны с той или иной их формой или имеют к ней отношение сейчас. Однако участие в них очень динамично и нестабильно – молодые люди "примеряют" разные образы, легко меняют увлечения.

При этом на вопрос – является ли самоорганизация нормой поведения, принятого в молодежной среде – получены скорее отрицательные ответы. Всего 22,4% респондентов считают такое проявление нормой, более половины

склонны считать, что самоорганизация возможна при определенных внешних условиях.

Результаты опроса показали, что молодые люди испытывают потребность в самоорганизации, и она воспринимается как приемлемая форма поведения в молодежной среде. Подавляющее большинство подростков считают определенные формы ассоциации частью социальной реальности – более 98%.

Работа с молодежью не может быть эффективной, если она проводится государственными и муниципальными органами власти без участия самих молодых людей. Как уже было сказано, в настоящее время попытки разрешения проблемы направлены на имитацию процессов активности молодежи, создавая видимость эффективного осуществления взаимодействия, что постепенно приводит к масштабному социокультурному конфликту, который усиливается по мере взросления и социализации молодежи. Социокультурные противоречия в таких обстоятельствах носят скрытый характер и могут иметь необратимые последствия для общества.

Во-первых, организации, работающие с молодежью, не всегда имеют хорошую репутацию. Сегодня молодежные организации начинают активно работать с молодежью главным образом в ходе избирательных кампаний. Важно поддерживать молодежные организации, которые являются молодежными инициативами, и которые могут разрабатывать и реализовывать молодежные проекты как на региональном, так и на федеральном уровне. Виртуальные дискуссионные форумы могут стать потенциально эффективным средством повышения социальной активности молодежи.

Во-вторых, отсутствие должного внимания к вопросам социально активной социализации молодежи, её недостаточная вовлеченность в общекультурные процессы приводит к формированию субкультуры, враждебной государственным политическим институтам общества. Изменение качества социокультурной среды молодежи возможно тогда, когда молодые люди действительно чувствуют себя вовлеченными в процессы преобразования действительности. Это может произойти, когда государство фактически, а не

формально вовлекает молодежь в общественно-значимые отношения. Исследование позволяет нам сделать определенные выводы.

Социокультурная среда молодежи рассматривается нами как естественная часть культуры общества, среди других в ней выделяются факторы самоорганизации, поскольку способность молодых людей определять и осуществлять цели своих действий основывается на их интересах, ресурсах, является своеобразной защитой в ответ на социальные изменения.

Среди факторов социокультурной среды молодежного сообщества определяющими признаются способность к саморазвитию, наличие общих целей и интересов, возможности для самовыражения, отсутствие навыков имитационного поведения. В качестве причины для самоорганизации молодые люди видят необходимость проявить себя, чтобы реализовать внутренние ресурсы.

Молодежная самоорганизация - это один из способов воспроизведения системы общекультурных ценностей, их интериоризации молодежью. Самоорганизация молодежи во многом определяется тем, какими механизмами передачи и воспроизведения моделей поведения она осуществляется, насколько они востребованы молодежью.

Ссылки на источники

1. Делокаров К. Х. Системная парадигма современной науки и синергетика // Общественные науки и современность. – 2000. – № 6. – С. 114.
2. Пясецкая Е. Н. Социокультурный контекст самоорганизации молодежного сообщества // Концепт. – 2015. – № 10 (октябрь). – URL: <http://e-koncept.ru/2015/15351.htm>.
3. Исследование «ВКонтакте»: портрет молодежи [Электронный ресурс] // Mail.ru Group. URL: <https://corp.imgsmail.ru/media/files/vk-generation.pdf> (дата обращения: 05.09.2021).