

ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ УЧАСТИЯ «ПОКОЛЕНИЯ Z» В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Т. В. Большунова

Липецкий государственный технический университет

Поступила в редакцию 28 сентября 2017 г.

Аннотация: *политическая индифферентность современной молодежи, которая проявляется в низком уровне участия в выборах и отсутствии интереса к политическому процессу в целом, в сочетании с активным участием в акциях протеста на стороне оппозиции приводит к необходимости анализа мотивов и ценностей молодого поколения.*

Ключевые слова: *теория поколений, поколение Z, акции протестов, ценности и мотивы, политические технологии.*

Abstract: *the political indifference of modern youth, manifested in the low level of participation in elections and the lack of interest in the political process as a whole, combined with active participation in protests on the side of the opposition, leads to the need to analyze the motives and values of the younger generation.*

Key words: *generation theory, generation Z, protests, values and motives, political technologies.*

В молодежной среде складывается неоднозначная ситуация, когда внешне спокойная социальная обстановка содержит в себе политические риски взрывной общественной активности. Смена поколений и кризисные явления несут в себе угрозу кардинального изменения социальной обстановки, разрушающего стабильность.

Выраженная политическая индифферентность, подчеркнута лояльное отношение молодежи к власти могут быстро смениться на радикальные настроения, за которыми последуют активные действия. Деструктивные протестные установки среди молодежи только начинают проявляться. Патриотический порыв, диктуемый возвращением потерянных территорий, глобальным противостоянием условному Западу, демонстрацией военной силы, теряет консолидирующую общество социальную энергию под влиянием внутренних социально-экономических проблем. Вопрос социальной справедливости приобретает особое актуальное звучание среди молодежи в современном российском обществе. На траектории выхода из кризисного состояния происходит высвобождение негативной социальной энергии недовольства. Накапливаемый протестный потенциал молодежи из социальных сетей может вылиться на улицы мегаполисов, из виртуальной реальности Интернета (online) перейти в реальную действительность (offline).

В современном обществе все больший интерес вызывает использование молодежи в политических технологиях. Как правило, это использование носит манипулятивный характер – все чаще молодежь вы-

ступает в качестве «живого щита» в публичных акциях протестов: это и марш «Он вам не Димон» в апреле 2017 г. в г. Москве и других крупных городах Российской Федерации, и митинги против суверенитета Каталонии в октябре 2017 г., не говоря уже о «цветных революциях», прокатившихся в Северной Африке и по Ближнему Востоку за последние 7 лет. В то же время «Фонд общественного мнения» и «Левада-центр» отмечают в качестве тенденции последних 5–7 лет низкую явку на выборы – 40–60 %. Причем только 10–15 % молодежи являются на выборы различных уровней в России [1; 2].

Особую актуальность приобретает проблема, которая носит двоякий характер: с одной стороны, молодежь не проявляет интереса к политике, с другой – принимает активное участие в политических акциях, причем возраст участников колеблется от 14 до 18 лет.

Вышесказанное заставляет более пристально изучить современное молодое поколение, их ценности и интересы.

Одним из жизнеспособных инструментов анализа социальных общностей является теория поколений, появившаяся в 1991 г. благодаря работам Уильяма Штрауса и Нила Хоува [3]. Современная социологическая концепция поколений исходит из представления о схожем жизненном опыте, приобретаемом в различные периоды социализации. Мироззрение каждого поколения формируется под влиянием политических событий, социально-экономических условий, особой культурной атмосферы. Люди на определенных временных промежутках в 15–20 лет становятся носителями сходных взглядов и ценностей [4]. Концепция смены поколений в исследовании

общественных процессов вошла в отечественный научный оборот подходов, применяемых для рассмотрения социальных явлений, активно используется маркетологами, специалистами по управлению персоналом, но в политической социологии пока не нашла широкого применения.

Одно поколение – это 20 лет. Считается, что после цикла из 4 поколений все начинается заново. В нашем мире одновременно сосуществуют представители шести поколений. И представители крайних поколений почти копируют друг друга.

Теория поколений интересна даже не тем, что она объясняет, откуда берется знаменитый конфликт отцов и детей, а тем, что на ее основе можно строить четкие прогнозы развития общества, вплоть до серьезных бизнес-планов на ближайшие пару десятилетий: что, где и как следует развивать.

Широкое практическое применение теория поколений нашла в маркетинге. Маркетологи быстро поняли, что сходные мотивы потребления и ценности определенных поколений можно использовать для эффективного стимулирования потребителя (таблица).

Таблица

Основные черты поколений

Название поколения	Период рождения	Основные события	Основные черты
Выжившие («поколение G1»)	1901–1922	Революция 1905 г., Февральская и Октябрьская революции 1917 г., Гражданская война, две пандемии (холера и «испанка»), НЭП, первые пятилетки, стачановское движение, коллективизация, электрификация	Верят в светлое будущее и в социалистическую идеологию, трудолюбивы, оптимистичны и высоко ответственны. Ради принятой идеологии готовы терпеть лишения и идти на жертвы
Молчаливое поколение	1923–1942	Сталинские репрессии, коллективизация, индустриализация, Вторая мировая война, послевоенная разруха, голод	Молчаливы, исполнительны, чрезвычайно терпеливы. Фетиш – уважение к закону, должности и статусу человека. Семья является абсолютной ценностью. Созерцатели по натуре
Победившие (бэби-бумеры)	1943–1964	Восстановление страны, полет в космос	Оптимисты, нацелены на постоянное преодоление трудностей и обязательное достижение результата. Трудоголики, активны и любознательны. Стремление к лидерству в их душе прекрасно уживается со страстью к коллективизму
Поколение X («неизвестное поколение», «дети с ключом на шее»)	1965–1982	Холодная война и война в Афганистане, застой, наркотики, СПИД, тотальный дефицит, начало перестройки	Гибкие в отношениях с людьми, самостоятельны, готовы к переменам, рассчитывают только на собственные силы, собственный опыт. Индивидуалисты, противники толпы и тусовок. Главная ценность для них – возможность выбора и время. Циничны и прагматичны. Родина – это семья, близкие, дети
Поколение Y (выжившие; поколение «большого пальца»)	1983–2000	Распад СССР, частые теракты, новые эпидемии бурного развития новых информационных, коммуникационных, цифровых и биотехнологий	Наивны и склонны к работе в команде. Разделение реального и виртуального условно. Избалованы, хорошо управляемы, уверены в своей ценности. Важно немедленное вознаграждение за работу. Долг и мораль занимают в системе ценностей важное место. Цель жизни – получение удовольствия в максимальном размере
Поколение Z	2001–настоящее время	Экономический кризис, сменяющийся стабильностью и укреплением вертикали власти. Террористические войны, эпидемии птичьего гриппа, атипичной пневмонии, лихорадки Эбола	«Восьмисекундные фильтры», «клиповое сознание», нацеленность на ранний успех, самореализация как приоритет, виртуальное пространство, отрицание иерархии, гедонизм, эгоизм

По прогнозам теоретиков поколений, Z-ы вырастут идеалистами. Так же, как старые «молчаливые» уходили из опасного и жестокого сталинского предвоенного мира в идеальный мир книг, новые «молчаливые» будут уходить в мир виртуальной реальности. В условиях постоянного ожидания террористических актов, в условиях роста информации о криминале, маньяках и несчастных случаях родители (Y-и) начинают гиперопекать своих детей. Те лишаются всяческой самостоятельности, им внушается священный страх перед чужими, перед неизвестным и незнакомым.

Они становятся полноценными свободными личностями лишь в виртуале, доступ в который для них так прост и естественен, в отличие от других поколений. Это поколение творцов, художников и музыкантов. Они будут прекрасно ориентироваться в моделированных ситуациях, не понимая методов командного взаимодействия, поскольку им сложно понять распределение ролей в данной команде, что значительно повышает возможность манипулирования ими. Их мир – это мир, созданный ими лично для себя в компьютерной сети.

Основу современного общества составляют три последних поколения – X, Y, Z.

Сейчас в мире социальная группа Z, по экспертным оценкам, составляет около четверти населения, а к 2020 г. она составит около 40 % потребителей.

Поколение Z выросло в мире широко открывшихся возможностей и перепроизводства информации. Представители поколения адаптировались к необходимости очень быстро оценивать и просеивать огромные объемы информации, выработав «восьмисекундные фильтры» и «клиповое сознание» как механизм «переваривания» медиапотоков. Молодежь воспринимает краткую и наглядную информацию. Поколение Z отличает тотальное следование рекомендациям информационных ресурсов Интернета. Представители этого поколения следуют за кураторами, открывающими наиболее интересную информацию и лучшие развлечения. Все эти инструменты необходимы поколению Z для того, чтобы уменьшить потенциальный выбор из множества вариантов. Для завоевания их внимания и преодоления этих фильтров их следует обеспечивать переживаниями, приносящими немедленную пользу и являющимися очень увлекательными.

Для молодых людей важно постоянно быть на связи, присутствовать в информационном пространстве. При этом у поколения отсутствуют выраженные субкультуры, наблюдается похожесть, вопреки представлению о собственной исключительности, вне зависимости от города и уровня материальной обеспеченности [5].

Установки и ценности поколения Z отражают характерные черты: отрицание иерархии, эгоизм и гедонизм.

Молодежь не испытывает пиетета к старшим и общается с ними свободно и на равных. Родители оказывают минимальное давление на детей.

Главный запрос от жизни молодого поколения – быть счастливыми. Ценность представляют наслаждение жизнью, получение от нее удовольствия и любовь к себе. Испытываемые трудности означают, что путь выбран неверно. Только «правильно выбранный свой путь» может привести к успеху [6]. Наиболее распространенной жизненной ценностью ориентацией является стремление достичь успеха (37 %), стать состоятельным, чтобы жить, как хочется (20 %). При этом только каждый седьмой молодой человек стремится к самосовершенствованию (15 %) [7]. Успех измеряется не богатством и статусом, а разнообразием жизни и удовольствиями. Достижение ощущения счастья – это и есть успех.

Поколение Z отличает «предпринимательский дух», желание строить свои стартапы, работать на себя и избегать корпоративной зависимости. Предпринимательский настрой – это скорее механизм самореализации, выживания и стремления избежать иерархического подчинения, нежели стремление к богатству или статусу. Социологические исследования показывают, что более половины (52 %) молодых людей предпочтут профессию, которая обеспечивает достойный доход, даже если она не очень нравится. Вместе с тем для большинства (55 %), особенно для студенческой молодежи (61 %), важно достичь высокого положения на работе [8]. Однако, чем старше человек, тем более его волнует заработная плата, а не статус в коллективе, тогда как совсем молодые в большей степени озабочены высоким положением на работе, нежели размером заработка.

Однако у поколения Z нет уверенности в том, что постепенные усилия приведут к намеченной цели.

Современная история страны, экономические срывы последних десятилетий сформировали у молодежи установку, что «все может пойти не так». Поколение Z не нарабатывает навыки решения проблем реальной жизни, в нем закрепилось представление, что успех может быть легким и быстрым. Многочисленные статьи в онлайн-СМИ, комментарии и персональные бренды в социальных сетях, повествуя об историях стремительного успеха, создают обманчивую картину построения прекрасной жизни без особых усилий.

В молодежной среде нарастает противоречие между мечтами и реальностью, которое порождает социальную неудовлетворенность. Среди молодежи отмечаются завышенные потребительские ожидания, материальные стимулы приобретают главенствующее значение.

Основания для социального протеста среди молодежи уже существуют. При сломе социальных

настроений недовольство данной группы населения будет резко возрастать, что приведет к активизации протестного движения. Государству вряд ли не удастся долго удерживать молодежь в рамках «крымского общественного договора» за счет использования психологии «осажденной крепости», так как происходит моральный износ власти, национальная элита не демонстрирует образец аскезы и патриотизма. При нарушении единства политического класса, появлении политической альтернативы, признаваемого оппозиционного лидера студенческая молодежь довольно быстро может влиться в ряды движения политической альтернативы [4].

Что касается политической активности поколения Z, то крайне низкое участие молодежи в выборах в Государственную думу в 2016 г. рассматривается как тревожный симптом в цепи политических событий. На повестке дня стоит повышение явки молодежи на президентских выборах. В целом гражданский патриотизм молодежи носит пассивный характер – активные общественные действия в поддержку власти не выражены. Молодежь оказалась в стороне от политического процесса, игнорируя электоральное участие.

Молодое поколение обладает гибким восприятием системы ценностей и умением их трансформировать, а также в условиях вовлеченности в глобальные информационные потоки способно не только воспринимать, но и самостоятельно воспроизводить ценностные ориентиры, обуславливающие дальнейший выбор его социально-экономического и общественно-политического поведения.

Однако, несмотря на всю аполитичность современного молодого поколения, весьма показательным является ее активное участие в различного рода акциях протеста. События апреля 2017 г. на ул. Тверской в Москве заставили многих социологов и политологов задуматься о причинах, побудивших молодежь на активное участие в этих акциях. Почему «непоротое поколение», не знавшее нужды, выросшее в условиях свободы и достатка, протестует против существующей власти? «Праздник непослушания», «детсадовский протест», «революция школоты», «мимимитинг» и даже «политическая педофилия» – как только ни называют молодежный протест, который состоялся 26 марта 2017 г. Для большинства участников это было, прежде всего, приключение, проверка смелости, «движуха». На смену поколению конформистов приходит поколение нонконформистов. У молодежи особая чувствительность к любой несправедливости. Это поколение, которое родилось при Путине, выросло при Путине, и ничего другого они не видели, поэтому у них больше запрос на перемены [9].

Ряд проведенных, в том числе и автором статьи, исследований показывает, что молодежь выступала не против премьер-министра или президента, их фигуры не вызывают негативных эмоций, а за справедливость [там же]. Они же идеалисты и не могут мириться с тем, что разрыв между бедными и богатыми увеличивается. Именно идея справедливости и равенства в обществе заставила их выйти из виртуальной реальности на улицы. Причем именно виртуальная реальность – социальные сети – выступила инициатором и организатором этого демарша.

Упущением современных российских властей является крайне низкая представленность в социальных сетях и виртуальном пространстве, где безраздельно властвует оппозиция. В условиях свободы распространения информационных потоков в Интернете следует ожидать появления радикальных групп молодежи, прежде всего в социальных сетях. Социальные сети стали коллективным организатором и пропагандистом вне контроля власти. Поколение Z отрывается от традиционных смыслов и перенимает ценности условного Запада. Модерация контента в социальных сетях через популярных блогеров и технологические приемы способна вызвать рост критического отношения к власти, заражение радикальными настроениями. Обеспечение национальной безопасности и устойчивого развития государства диктует необходимость мониторинга настроений молодежи, формирование системы ценностей в молодежной среде.

Текущая политическая и социальная пассивность молодежи в силу повышенной подвижности предпочтений и настроений данной социальной группы может измениться в течение короткого периода времени. Должна быть разработана система превентивных мер для противодействия политическому радикализму. Среди молодежи необходимо формировать созидательные настроения и модели поведения. Следует разработать программы формирования национально-государственной идентичности, общегосударственных традиций и ценностей.

Должны получить развитие общественные движения, объединения и проекты, направленные на вовлечение молодежи в гражданскую, профессиональную и социальную деятельность. В преддверии президентских выборов необходимо создать молодежную повестку, модерировать студенческую и общественную активность. В экспертном сообществе существуют глубокие знания о технологии и способах организации «цветных революций» последнего десятилетия. Эффективное противодействие государственным переворотам возможно только с помощью политических технологий аналогичного уровня.

ЛИТЕРАТУРА

1. Опрос ФОМ : половине россиян политика неинтересна. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/russian/features-37311969>
2. «Левада-центр» : половину россиян не интересуют предстоящие выборы. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/russian/news-37288336>
3. Howe N. Millennials Rising : The Next Great Generation / N. Howe, W. Strauss // Knopf Doubleday Publishing Group. – 2000.
4. Пыррьма Р. В. Восстание поколения Z : новые политические радикалы / Р. В. Пыррьма. – Режим доступа: <http://rusrand.ru/analytics/vosstanie-pokoleniya-Z-novye-politicheskie-radikaly>
5. 30 фактов о современной молодежи (исследование Сбербанка и Validata). – Режим доступа: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf
6. Зубок Ю. А. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе / Ю. А. Зубок, Т. К. Ростовская, Н. Л. Смакотина. – М. : Перспектива, 2016. – 166 с.
7. ФОМ. Ориентиры и ценности молодых россиян. – Режим доступа: <http://fom.ru/TSennosti/13083>
8. ФОМ. Досуговые и интернет-практики молодежи. – Режим доступа: <http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103>
9. Ахмирова Р. 5 главных вопросов о молодежи на митинге «Он вам не Димон» 26 марта / Р. Ахмирова. – Режим доступа: <https://sobesednik.ru/politika/20170406-5-glavnyh-voprosov-o-molodezhi-na-mitinge-on-nam-ne-dimon-26>

*Липецкий государственный технический университет
Большунова Т. В., кандидат социологических наук
E-mail: t.bolshunova@gmail.com
Тел.: 8-915-854-32-52*

*Lipetsk State Technical University
Bolshunova T. V., Candidate of Sociological Sciences
E-mail: t.bolshunova@gmail.com
Tel.: 8-915-854-32-52*