

## **Специфика молодежи как субъекта социокультурного пространства в условиях глобализации и информатизации современного общества**

*И.В. Лашук*

*Кандидат социологических наук, доцент*

*Институт социологии НАН Беларуси*

*e-mail: [lashuki@tut.by](mailto:lashuki@tut.by)*

Молодежная проблематика является актуальной во все времена, поскольку именно это поколение является одним из ресурсов, которые имеются в каждом обществе и от мобилизации которых зависит его жизнеспособность. В так называемых нормальных условиях (стабильное общество) этот резерв является скрытым, в случае же внезапного кризиса или при необходимости перестройки основных позиций выживание общества зависит от способности быстрой и правильной мобилизации этих латентных ресурсов. Статичные общества, которые развиваются постепенно при медленном темпе изменений, опираются главным образом на опыт старших поколений. Они сопротивляются реализации скрытых возможностей молодежи. Такое общество сознательно пренебрегает жизненными духовными резервами молодежи, поскольку не намерено нарушать существующие традиции.

В динамически развивающемся мире, в условиях преимущественно городской жизни молодое поколение может стать реальной социальной силой, которая способна изменить или трансформировать господствующую ценностную систему, адаптировав ее под условия реальной жизни. Однако для этого молодежь должна стать востребованной в деле социального строительства и кроме теоретических возможностей должна обладать соответствующими ресурсами, которые позволили бы ей эффективно влиять на социальную жизнь.

В отечественном обществоведении долгое время молодежь не рассматривалась как самостоятельная социально-демографическая группа: выделение такой группы не укладывалось в существовавшие представления о классовой структуре общества и противоречило официальной идеологической доктрине. Однако сегодня молодежь является предметом изучения многих социальных наук. Для социологии молодежи, как специальной социологической теории, важнейшим определителем того, что следует включить в предмет ее исследования, становится выяснение места и роли молодежи в динамике социальной структуры общества в качестве *специфической и большой социальной группы*, находящейся в процессе формирования, становления и реализации своих социальных качеств. Основными группообразующими признаками молодежи в современной социологии признаются возрастные характеристики, преломление их через особенности социального положения, а также обусловленные этим

взаимодействием (возраст, социальный статус) социально-психологические свойства. Ее возрастные границы находятся в пределах 16-30 лет. Приоритетное место в современном социологическом изучении молодежи занимает выявление особенностей и путей вхождения молодежи в те или иные социально-стратификационные слои общества - рабочие, предприниматели, менеджеры, фермеры, служащие и т.п., обретение юношами и девушками определенного социального статуса и выполнение определенной социальной роли.

Институт социологии НАН Беларуси в последнее десятилетие активно занимается изучением молодежи как социально-демографической группы. Результаты социологических замеров, свидетельствуют о том, что среди проблем, которые волнуют молодых белорусов, первую тройку по значимости занимают: цены на продукты и товары первой необходимости; уровень оплаты труда и жилищные проблемы. Соответственно наименее обеспокоены молодые люди уровнем пенсионного обеспечения, что естественно в силу возрастных особенностей. Основным препятствием при достижении жизненных планов молодежи выступает сегодня материальный фактор. Стремление быть независимыми вступает в противоречие с невозможностью обеспечить себя. В связи с этим больше половины опрошенных молодых людей пытаются искать возможности улучшить свое материальное положение; почти треть затрудняются найти выход из создавшихся материальных проблем. В целом в решении материальных проблем молодые люди придерживаются так называемой адаптационной стратегии, которая проявляется в стремлении жить по средствам. Однако существенна категория в рамках молодежной социальной группы, которая стремится повысить свой доход всеми возможными средствами. Остальные в основном снижают уровень своих запросов и потребностей. Таким образом сегодня для белорусской молодежи особо актуальными являются материальные и жилищные трудности.

Кроме того, исследуются и ценностные ориентации молодежи. На сегодняшний день для белорусской молодежи наиболее значимыми являются следующие базовые ценности (в порядке убывания): семья, любовь, здоровье, дети и материально-обеспеченная жизнь. Достаточно важными являются также: дружба; интересная работа, профессия; самореализация; душевный покой, комфорт. Ценностями-аутсайдерами оказались: творчество; общественное признание, известность, репутация; долг перед Родиной; власть. Среди ценностей-средств или инструментальных ценностей наиболее востребованными в молодежной среде являются: семья; друзья; деньги; наличие нужных связей, знакомств и деловые качества. Наименее значимые – участие в политической жизни; престиж профессии. Результаты социологических замеров свидетельствуют о том, что молодые люди в большей степени ощущают единство со своей семьей, близкими; затем – с друзьями, знакомыми. Высока значимость общности с коллегами по работе, учебе; с людьми, ведущими подобный образ жизни. Особо следует отметить, что пятое ранговое место занимает идентичность с людьми своего поколения. В

целом молодежь ориентирована достаточно традиционно: преобладают ценности семьи, здоровья и материального благополучия. Следует также отметить достаточно высокую сплоченность молодежной группы, о чем свидетельствует достаточно высокая значимость поколенческой идентичности.

Однако эти и другие особенности характеризуют молодежь в основном как социально-демографическую группу, что в современных условиях глобализации и информатизации является, на наш взгляд, не соответствующим реальной действительности. Современная эпоха требует несколько иной терминологии. Так, большое внимание следует уделять анализу различий, задаваемых культурой, т.е. исследованию ценностей, норм, идентичностей и поведенческих стратегий. Таким образом, основной акцент необходимо делать не на формальных (статистических) критериях выделения тех или иных групп, а на том, насколько они различаются по своему положению в социальном пространстве, исходя из различий в их ценностных системах.

Кроме того, сегодня жизнь уже не строится в рамках замкнутых пространственно-временных структур. Соответственно, меняется и понимание привычных социальных связей и основывающихся на них общностей и социальных групп. Развитие современных информационных технологий полностью меняет представление о пространстве и времени. Развитие Интернета и беспроводных сетей позволяет осуществлять коммуникацию быстрее и через гораздо большие расстояния, чем было возможно прежде. Именно Интернет позволяет «схлопнуть» пространство до нуля, давая возможность гипермобильности и одновременно поддержания связи со всем, с кем есть потребность коммуницировать. Вместе с тем, становятся подвижными, изменчивыми и социальные идентичности (они уже не предписываются, а становятся результатом не только социализации, но и личного выбора).

В связи с этим возникает необходимость рассматривать именно ценностно-идентификационные, в первую очередь, а не возрастные особенности при изучении и характеристике молодежной группы. Авторским коллективом предполагается рассмотрение молодежи как поколенческой общности, которая с одной стороны связана с биологическими факторами (возраст), но не вытекает из них. При таком подходе появляется возможность говорить о молодежи не столько как о гомогенной группе, сколько о некоей общности, внутри которой могут функционировать различные ценностные модели и ориентиры, позволяющие зафиксировать как различия внутри принятой демографической группы, так и говорить о молодежи как о более широком, поколенческом феномене, который может существенно расширять или сужать свои возрастные границы.