

явление индивидуальной и социетальной социальной гармонии в целом невелико.

Все пять форм социальной солидарности, демонстрируемые в последние полгода, оказались зависимыми от прошлогодних практик индивидуальной социальной гармонии. Более того, социальная гармония общества (за прошлый год) повлияла на четыре из пяти форм социальной солидарности, это влияние не коснулось лишь распределительной формы солидарности. Таким образом, вторая гипотеза также получила подтверждение. Из социостатусных и демографических показателей наиболее заметно воздействие образования, влияющего на солидарность участия, а также на распределительную и диалогическую формы солидарности (с. 158).

Выводы. Подтверждение всех гипотез говорит о приемлемости теории обмена ресурсами для изучения социальной гармонии и солидарности. Согласно этой концепции, социальная гармония и солидарность «обмениваются» друг с другом ресурсами в соответствии с принципами взаимности и справедливости. Подобные ресурсы обычно выражаются в форме социальной поддержки, коллективного признания и симпатии. Так, ответом на проявленную «солидарность», как правило, бывает «гармоничное» поведение. В свою очередь, распространение социальной гармонии в обществе, скорее всего, повлечет за собой адекватные ответные практики, а участники подобного взаимообмена вступят в «круговую поруку добра» (*virtuous circle*). Исследование показало также, что с гармонией в обществе наиболее связана солидарность участия, тогда как механическая солидарность не способствует распространению социальной гармонии и неуместна в современном индустриальном, индивидуализированном и секулярном мире (с. 160).

Авторы отмечают, что проведенное исследование является поисковым, дает сведения о возможных причинно-следственных связях между изучаемыми явлениями и не претендует на широкомасштабные выводы. К тому же на результаты мог повлиять «культурный контекст» исследования, ограниченного выборкой уроженцев Гонконга. По мнению авторов, представляются важными дальнейшие исследования, призванные проверить релевантность теории обмена ресурсами для объяснения связи социальной гармонии и солидарности.

М.А. Ядова

III. СОЦИОЛОГИЯ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП

СТАТЬИ

Е.Л. Омельченко

ОТ СЫТЫХ НУЛЕВЫХ – К МОЛЧАЛИВЫМ ДЕСЯТЫМ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ УРОКИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ НАЧАЛА XXI в.

Смысл статьи – взглянуть на первое десятилетие XXI в. через призму основных изменений, происходящих в молодежных культурах и повседневных практиках, а также в дискурсивных представлениях россиян о молодежи. С этой целью я обращаюсь к ключевым событиям / вызовам этого периода, чтобы посмотреть, как отвечала на них молодежь. В качестве перелома / рубежа нулевых выбран финансово-экономический кризис 2008 г., во многом изменивший молодежный ландшафт российских городов.

Молодежь как объект анализа, воспитания и контроля волнует всех взрослых агентов общества. Обычно она попадает в центр внимания политиков, журналистов и исследователей, когда речь заходит о серьезных социальных катаклизмах, переменах, спонтанных молодежных волнениях¹. Интенсивность интереса к молодежной теме зависит от событий, которые вызывают панику, ставят под сомнение возможность прогноза будущего и сохранения достигнутого статус-кво политическими группами, находящимися у власти. Подобные события актуализируют вопрос о возможной мобилизации молодежи в целях контроля над ситуацией и предотвращения массовых протестов и революционных инноваций.

Зачем социологам «поколение»?

Понятие «поколение» занимает несколько маргинальное положение в западных академических исследованиях, посвященных социальным и

¹ Завершение работы над этой статьей совпало с массовыми молодежными волнениями в Великобритании. Реакции на них английских политиков, журналистов и общественности в очередной раз продемонстрировали механизм формирования внимания к молодежному вопросу и кризисное состояние политики в отношении молодежи в целом, причем не только в Великобритании

культурным переменам¹. Это выглядит довольно парадоксально на фоне производства все новых и новых поколенческих имен – соперничающих и часто повторяющих друг друга. Такие имена, как поколение X, Y, NET, TEXT и другие, циркулируют в СМИ и повседневном дискурсе для описания разных аспектов опыта молодежи². Дж. Эдмундс и Б. Тернер писали о том, что террористические атаки 11 сентября на Нью-Йорк и Вашингтон должны привести к формированию нового, «сентябрьского поколения», которое бросит вызов культурной гегемонии поколения шестидесятников. Эти исследователи выступают за реабилитацию термина «поколение», считая его крайне актуальным для понимания происходящих в современных обществах перемен: «Не классы, а поколения сформировали современное культурное, интеллектуальное и политическое мышление»³. Их понимание «поколения» опирается на идеи Карла Манхейма о формировании поколенческого сознания благодаря переживанию общего опыта исторической травмы⁴. Используются идеи о формировании коллективной памяти и ритуалов в поддержке подобного сознания, а также мысль Пьера Бурдьё о социальных и культурных сдвигах как результатах межпоколенческой борьбы за скудные ресурсы⁵. Концепция поколения чаще всего используется в социологии молодежи; именно к молодым, проживающим в молодости события *особой значимости*, чаще всего применяются образные поколенческие конструкты-ярлыки, схватывающие общую, знаменательную черту изменений. Этот термин часто используется и в популист-

¹ См.: *Edmunds J., Turner B.S. Generations, culture and society* – Buckingham; Philadelphia (PA): Open univ. press, 2002.

² Омельченко Е.Л. Поколение TEXT: Новые имена молодежной культуры // Рекламные идеи. – СПб., 2008. – № 2. – С. 106–111.

³ *Edmunds J., Turner B.S. Op. cit.* – P. 118.

⁴ При всей метафоричности понятия *поколение* и возникающих дискуссий, его использование в выбранном контексте представляется полезным. Теоретическое обоснование проблемы *поколения* впервые появляется в работах Карла Манхейма (*Mannheim K. The problem of generations // Mannheim K. Essays on the sociology of knowledge.* – L.: Routledge & Keagan Paul, 1952). Ему принадлежат основные ключевые понятия и описания социального феномена «коллективное проживание» судьбоносных исторических событий. Объединяет различные употребления понятия «поколение» компонент «времени», что в отношении социологии ученый называл «исторической локализацией». Поколения могут локализоваться: 1) по календарному принципу; 2) символически, через соотнесение с неким судьбоносным событием; 3) через идентификацию со значимой, культурной личностью, ставшей культурным кодом для маркировки живущих в тот же отрезок времени; 4) через символические приметы, культурные коды исторического этапа. Все исследователи, работающие с понятием, склонны видеть методологические проблемы в вопросе границ, разделяющих поколения, в критериях определения смысла каждого поколения и в поиске (идентификации) его имени. Поколения могут локализоваться по разным признакам в зависимости от решаемых с их помощью задач и от интересов тех акторов, кто наделен правом и властью номинирования.

⁵ *Bourdieu P. Language and symbolic power.* – Cambridge (MA): Harvard univ. press,

ских целях неакадемической публикой, что размывает его смысл, приводит к формированию стереотипов в общественном сознании об эссенциалистском значении опыта, приобретенного в определенном возрасте и в определенный исторический момент.

Стремление к обнаружению общих черт у людей, растущих и взрослеющих в один промежуток времени, в схожих обстоятельствах жизни, включенных в формально схожие социальные институты, получающих информацию через разделяемые большинством каналы, было характерно для большинства поколенческих конструктов XX и начала XXI в. Как группа становится поколением, что превращает «поколение» в категорию и знак времени – тема отдельного исследования. Может ли общее, пусть и катастрофическое событие сформировать общую идентичность, которая будет значимее происхождения, гендера, этнических, географических (локационных) различий внутри когорты, растущей вместе? Можно ли признать финансовый кризис некоей травмой, которая определяет поколение Р (рецессия), или определяющим стал политический ответ российской власти, объявившей «успешное преодоление кризиса»? Очевидно, что кроме общего возраста молодежь отличают этнические, религиозные, классовые и гендерные аспекты. Не менее значимы статусные и материальные различия для понимания ресурсов и компетенций, которыми обладают разные генерационные единицы. Смещение исследовательского внимания от собственного поколенческого опыта к практикам культурного потребления молодежи как поколенческими реакциям на конкретные проблемы, связанные с классовым / родительским происхождением, имело принципиальное значение и, по сути, определило целое направление субкультурных исследований молодежи¹. При использовании поколенческого подхода может игнорироваться особая роль глобальных коммуникаций современности, которые способствуют возникновению поколенческого сознания благодаря глобальной общности опыта, а также ведущая роль СМИ в конструировании сознания молодежи через порождение, циркуляцию и отбрасывание поколенческих ярлыков. Так, например, медийное сопровождение кризиса отличалось различными интерпретациями образа «нового поколения Р». Любое понятие поколения должно учитывать дискурсивное продуцирование «поколенческого опыта» и строиться на осознании того, что молодые

¹ *Cohen Ph. Rethinking the youth question: Education, labor and cultural studies.* – L.: Macmillan, 1997.

Здесь я вынуждена отвлечься от критики классового редукционизма и гендерной слепоты, лежащих в основе идеи «молодежной субкультуры», которые вполне оправданы (*Bennett A. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste // Sociology.* – L., 1997. – Vol. 33, N 3. – P. 599–617; *Muggleton B. Inside subculture: The postmodern meaning of style.* – Oxford: Berg, 2000). Однако теоретики поколения чаще всего игнорируют проблемы власти, сегментации и неравенства, которые возникают в связи с этим представлением (*Pilkington H., Jonson R. Periphery youth relations of identity and power in global / local context // European j. of cultural studies.* – L., 2003. – Vol. 6, N 3. – P. 259–285).

люди – как субъекты – понимают и артикулируют свой опыт не вне дискурсивной сферы, но критически работая с ней, используя или отвергая ее аргументацию. Таким образом, «поколенческий субъект» как некое коллективное тело, обладающее коллективным сознанием, должен пониматься шире, чем страта богемы или интеллектуалов. И очень важно проводить различие между собственно поколенческим опытом самой молодежи и ее политическими репрезентациями, выстроенными в соответствии с нуждами правящей элиты.

Рубеж десятилетий

С начала первого десятилетия нового века и вплоть до переломных 2006–2007 гг. проводились разнообразные исследования проблем молодежи. Так, например, изучалась структура ценностных предпочтений, исследователи говорили о росте прагматических и индивидуалистских настроений, возрастании значимости материальных ценностей, расширении зон потребительской активности, о завышенных образовательных притязаниях и карьерных амбициях¹ и пр., о расширении пространства «попсы» и гламура, противостоянии «гопников» и неформалов на культурных молодежных сценах²; о политическом нигилизме и «пофигизме», потере молодежью моральных обязательств перед обществом³, массовом отказе от участия в публичной политике, падении электоральной активности. Тезис об аполитичности российской молодежи соседствовал с данными опросов, свидетельствующих о неуклонном росте лояльности различных молодежных групп первому лицу государства (президенту В.В. Путину). Уже в конце 1990-х годов было понятно, что, заручившись поддержкой молодежного большинства, лидер обеспечивает себе победу⁴. Молодежь была нужна власти. Это никак не сказывалось на финансировании социальных

¹ Магун В.С., Энгватов М.В. Межпоколенная динамика жизненных притязаний молодежи и стратегий их ресурсного обеспечения: 1985–2001 гг. // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С. 261–327.

² Нормальная молодежь: Пиво, тусовка, наркотики / Под ред. Е.Л. Омельченко. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 2005.

³ Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. – М.: Наука, 2001.

⁴ «Голосуй или проиграешь» – лозунг предвыборной кампании Бориса Ельцина во время президентских выборов в России 1996 г., в которой была сделана ставка на молодежь. Рейтинг Ельцина в начале 1996 г. составлял 3–6%. Опросы ВЦИОМ показали, что если привлечь молодежь на избирательные участки, то около 70% ее голосов будет отдано Ельцину. В ходе этой кампании Б. Ельцин лично участвовал в выездных шоу. Были записаны два музыкальных альбома «Ельцин – наш президент» и «Голосуй или проиграешь».

программ, ориентированных на молодежь¹. Интерес к молодежи как электоральному ресурсу и потенциально опасной массе проявлялся через широкомасштабные проекты молодежной мобилизации². В экономической сфере молодежь присутствовала как постепенно формирующийся потребительский сегмент с чертами глобального, что демонстрировали слегка адаптированные западные рекламы массовых молодежных товаров.

Докризисная Россия была страной с все более увеличивающейся зоной бедности и уверенно растущей долей среднего класса, с новыми формами неравенства, связанного с доступностью высшего (качественного, бесплатного) образования на фоне расширения рынка платных образовательных услуг. В силу действия этих факторов усиливалась неоднородность молодежи, что порождало серьезные опасения. Особую тревогу вызывало массовое вовлечение молодежи в наркотические практики, как в «лиричных», так и в периферийных городах России³.

Рубежом первого десятилетия, изменившим общий тон разговора о российской молодежи, стали события в июне 2002 г., когда футбольные фанаты и гопники устроили погром на Манежной площади после поражения нашей сборной в матче Россия – Япония. СМИ писали о неуправляемой агрессивной массе, об отсутствии моральных ограничений, угрозе немотивированных и бессмысленных молодежных бунтов. О росте ксенофобных и экстремистских настроений открыто заговорили после событий в Кондопоге в 2006 г.⁴ Особое внимание было обращено на рост активности скинхедов на всем пространстве постсоветской России. К концу десятилетия скинхед-сцена пережила глубокий кризис и в настоящее время уже не представляет собой какого-то однородного движения. На это повлияли серьезные изменения в российском законодательстве⁵ и противоречия

¹ Финансирование молодежной политики неуклонно снижалось вместе с определенной деградацией и самого института, постепенно превращавшегося в «бесплатное дополнение» к спорту, туризму и образованию.

² «Идущие вместе» – первое российское прокремлевское молодежное движение. Создано в 2000 г. Возглавлялось Василием Якеменко. Явилось предшественником многих современных молодежных организаций, таких как «Наши», «Молодая гвардия» и др.

³ Волна «передозов» прокатилась по всем российским городам в начале десятилетия. НИЦ «Регион» провел серию исследований, посвященных путям «нормализации» наркотических практик в молодежной среде (см.: <http://regioncentre.ru/resources/books/>).

⁴ В конце лета 2006 г. в Кондопоге (Карелия) произошли массовые беспорядки, получившие широкий резонанс в СМИ. В качестве повода назывался протест населения против убийства русских граждан уроженцами Чечни. Молодежь была названа СМИ основным участником беспорядков.

⁵ Федеральный закон № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» принят в 2006 г., Уголовный кодекс РФ в результате был дополнен двумя новыми статьями: ст. 282.1 УК РФ «Организация экстремистского сообщества» и ст. 282.2 УК РФ «Организация деятельности экстремистской организации», изменена редакция ст. 280 УК РФ «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности».

внутри скинхед-сцены, усилившиеся на фоне роста движения АНТИФА¹. Особые страхи российской власти были связаны с чередой цветных революций на всем постсоветском пространстве, активным участником которых была молодежь. Параллельно этим событиям начали разрабатываться новые программы патриотического воспитания российской молодежи, стали публиковаться новые учебники истории России, легитимирующие имперские амбиции, началось активное молодежное партстроительство, усиленное мощным административным и бизнес-ресурсами.

В нарицательных именах молодых поколений конца XX в. присутствовали знаки неизвестности – X, Y, Z. Затем бурное развитие и совершенствование информационных каналов молодого поколения дали импульс символическому обозначению, почерпнутому из СМИ, – Text, MTV, Screen, IT, iPod. Одним из последних, докризисных имен чисто российского происхождения стало поколение Пу²...

Урок первый: Патриотизм

Реакция политиков и журналистов на события 11 декабря 2010 г. на Манежной площади³ была неоднозначной. Политические оценки прошедшего были крайне противоречивыми, что можно расценить как провал молодежной политики, ориентированной на воспитание молодежи в духе националистически окрашенного патриотизма. Вослед событиям на Манежной последовали новые политические шаги. Начинают разрабатываться программы работы с экстремистски ориентированной молодежью, цель проектов – массовая молодежная мобилизация «по-советски»⁴. В политическую повестку дня был поставлен вопрос о возможности и последствиях неконтролируемых, агрессивных и неясных (по мотивам) выступлений. На мой взгляд, за фасадом этих событий скрывается важный вопрос: кому в России принадлежит право на «новый патриотизм», кто может уверенно

¹ Подробней об этом см.: Омельченко Е. АНТИФА против ФА: Молодежь по разные стороны баррикад, или Размышления о «новых» версиях патриотизма. – Режим доступа: <http://www.polit.ru/analytics/2010/05/24/antifa.html>

² Поколение Пу, или поколение Путина – сверхлояльное, с выраженными имперскими амбициями, высоким уровнем ксенофобии, высокими карьерными и образовательными притязаниями. (Омельченко Е.Л. Поколение ТЕХТ: Новые имена молодежной культуры // Рекламные идеи. – СПб., 2008. – № 2. – С. 106–111.)

³ Массовые беспорядки на Манежной площади в Москве произошли после убийства футбольного фаната представителями кавказской диаспоры. Преступники были пойманы, но отпущены милицией. В настоящий момент они снова арестованы, ведется следствие...

⁴ В частности, в июне 2011 г. мэром г. Москвы Сергеем Собяниным была подписана московская программа «Не более расизмом» (бюджет 110 млн. руб.) – типичный ответ бюрократии на реальные проблемы молодежи. Она сводится к проведению летних патриотических лагерей, школьных «уроков дружбы», «рейдов в места компактного проживания мигрантов», наружной рекламе.

себя чувствовать на улицах городов (в основном, больших) и кто может считать себя «россиянином»?¹

В конце 1990-х годов я принимала участие в проекте, посвященном образу *Запада* в восприятии российской молодежи². Цель исследования – понять, что значит *Запад* для разных молодежных сообществ; какие повседневные практики сопровождают реальную или мифическую вовлеченность молодежи; существует ли «слепое» следование *западным образцам* и что это за образцы. Исследование показало, что, во-первых, *Запада*, как целого, в восприятии молодежи не существует. Наиболее критичными к Западу оказались самые информированные, те, кто сам побывал за рубежом. Менее критичными и, значит, более восторженными были те, кто строил образы *Запада* по фильмам, слухам, ярким киногероям и поп-звездам.

Во-вторых, *Запад* географически мог располагаться как в Северной Америке или Европе, так и в Японии. Его местоположение и территориальный охват менялись в зависимости от личного опыта общения, уровня образования, доступа к информации.

В-третьих, мы обнаружили, что молодежные культурные сцены российских городов отличала общая тенденция. Для молодежи было важно самоопределиваться в отношении *продвинутых* (субкультурщиков, неформалов) и *нормальных* (обычных, мейнстрим, гопников) и отнести себя / свою компанию к тем или другим. В этом самоопределении – один из значимых маркеров – место Запада в структуре их ценностей. *Продвинутые* были открыты новому знанию, культуре, опыту, хотя и более критичны в отношении отдельных культурных продуктов, а *нормальные* оказались более ориентированы на воспроизводство традиций локальности (своего круга, соседства, района, города).

И наконец, вместо образа исключительно привлекательного и манящего *Запада* мы обнаружили рост *стихийного патриотизма*, своего рода любви или тоски по России, основанной на детской обиде, что молодость и юность проходят в стране, «где все не так». В качестве защитной системы, помогающей построить непротиворечивую картину правильного мира, формировался позитивный и по-своему привлекательный *образ России*

¹ Сегодня этот вопрос приобретает еще большую остроту в свете «нового» подхода к национальному вопросу, который был сформулирован президентом Д.А. Медведевым 10 февраля 2011 г. Президент выдвинул тезис о необходимости создания единой российской нации – своеобразный дискурсивный ответ на события на Манежной площади и программа «устранения межэтнических конфликтов». Это очередная идея создать некое общекультурное пространство и решить тем самым национальный вопрос. Эффективность подобной риторики вызывает серьезную критику и сомнения в возможности реального влияния на ситуацию.

² Looking West? Cultural globalization and Russian youth cultures / Pilkington H., Omelchenko E., Flynn M., Bliudina U., Starkova E. – Philadelphia: Pennsylvania state univ. press, 2002; Неокончателный анализ... Ксенофобные настроения в молодежной среде / Под ред. Е.Л. Омельченко, Е.Л. Лукьяновой. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 2009.

как зеркальное отражение того, что признавалось негативным на Западе. Образ жизни, образование, культурный уровень, личные коммуникации – все это представлялось на Западе лишенным самых важных для *российского человека* качеств душевности, искренности, теплоты, открытости. Мы назвали это *стихийным патриотизмом*. Сегодня, после завершения очередного проекта, посвященного образам России, я называю эти чувства *обиженным патриотизмом*. Если в начале XXI в. мы зарегистрировали «любовь к России», то в конце первого десятилетия, в новом проекте, мы зафиксировали рост «гордости» за Россию, что связано со специфическим набором определенных имперских амбиций и достаточно высоким уровнем бытовой ксенофобии¹.

При всей сложности вопроса патриотизма – это национальный вопрос, который после декабря 2010 г. звучит в России иначе. В нем отражаются отсутствие разделяемого обществом понятия справедливости, фундаментальный кризис доверия, массовый отказ молодежи от веры в публичную риторику политиков. Национально-патриотическая карта в ее новом варианте разыгрывается всеми игроками на выборах президента весной 2012 г. В эти политические игры обязательно вовлекается и молодежь, а размах процесса зависит от бюджетов выборных кампаний. Но молодежь, прошедшая через кризис и потерю доверия к власти, сегодня уже совсем другая.

Урок второй: Кризис

Первыми заговорили о новых тенденциях в молодежных реакциях на кризис западные исследователи, именно они стали использовать термин поколение R, имея в виду поколение рецессии – глобальное поколение XXI в., формирующееся в условиях финансово-экономического кризиса². Это второе (после постсоветского) поколенческое имя, в котором находят выражение глобальные социально-экономические процессы. Предыдущие имена подчеркивали какие-то точечные характеристики, в частности появление или использование новых прогрессивных *возможностей*, в термине

поколение R подчеркиваются изменения вследствие *потерь*¹. Его использование помогает специфицировать постсоветское применительно к реальной ситуации и, с другой стороны, включает Россию в глобальный контекст. Кризис объединил молодежь разных стран и социальных позиций, наделив их мироощущение схожими переживаниями.

Однако, несмотря на включенность в глобальный контекст, каждая страна отличается своей специфической реакцией на кризис. В России – это усиление коррупции, усложнение доступа к высшему образованию, рост молодежной безработицы.

За последние два десятилетия Россия пережила несколько серьезных экономических кризисов, включая и дефолт 1998 г., комплексный социально-экономический шок, связанный с распадом СССР и крахом плановой экономики. Без сомнения, их воздействие на общественные настроения продолжает сказываться. По-прежнему велика доля тех, кто склонен рассчитывать на поддержку со стороны государства, выступает за перераспределение доходов, а также считает, что удача важнее упорного труда. Самые серьезные последствия кризиса 2008–2009 гг. проявятся не сейчас и не на будущий год, а лет через 20–30, когда представители поколения кризиса начнут приходить к власти². Специалисты всех ведущих социологических центров страны признают, что по своим последствиям нынешний кризис не так остро переживается населением, как дефолт 1998 г. Для большинства россиян 2008–2009 гг. сложились вполне удачно. В августе 2008 г. многие полагали, что экономический спад будет весьма продолжительным, паника длилась недолго, и индексы социального самочувствия начали расти уже в марте 2009 г. Столь быстрые перемены вызвали разногласия толкования. Для одних они стали примером хорошей приспособляемости россиян к трудным условиям, а для других свидетельствовали о переоценке угрозы рецессии.

1998 год встречало молодое поколение, мечтавшее добиться сразу всего – карьеры, денег и славы. Не зря период 1990-х годов называют в социологии молодежи «революцией притязаний»³. Докризисное поколение называли «поколением стабильности», подчеркивая, что среди моло-

¹ К настоящему моменту завершена полевая часть проекта «Национальные идентичности в России с 1961 г.: Традиции и детерриторизация» (Arts and humanities research council, 2007–2010 гг.); руководитель – профессор К. Келли. Исследование проходило в двух городах России (Воркуте и Санкт-Петербурге) и было посвящено анализу групповых и индивидуальных смыслов, которые молодежь вкладывает в понятие патриотизма. В настоящий момент завершается работа над книгой «Молодежь и новый русский / российский патриотизм», в которой будут представлены основные результаты проекта.

² «Поколение R: Российская молодежь и финансово-экономический кризис в сравнительной европейской перспективе», «Новые молодежные солидарности»: проекты, проведенные Центром молодежных исследований НИУ ВШЭ (СПб.) в 2009–2010 гг. при поддержке ЦФИ НИУ ВШЭ.

¹ По последним выкладкам Немецкого статистического офиса и Евростата, молодежная безработица по всей Европе выросла на 25% за последние два с половиной года. Нынешний уровень молодежной безработицы в Европе – самый высокий за весь период сбора подобных статистических данных (Steinberg S. Record levels of unemployment for Europe's youth. – Mode of access: <http://www.wsws.org/articles/2011/aug2011/euro-a13.shtml>).

² Интересные идеи по новым характеристикам и чертам молодых поколений первого десятилетия XXI в. принадлежат творческой исследовательской группе ФОМ (руководитель Лариса Паутова): Молодежная сегментация: Опыт Фонда «Общественное мнение». – Режим доступа: http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/99/2010_5%2899%29_3_Pautova.pdf

³ Магун В.С., Энгватов М.В. Межпоколенная динамика жизненных притязаний молодежи и стратегий их ресурсного обеспечения: 1985–2001 гг. // Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. – М.: Новое литературное обозрение, 2005. – С. 261–327.

дежи появились совершенно новые социальные группы, которых десять лет назад почти не было. Молодежь второго десятилетия – это первое постсоветское поколение, у которого сложились не только особые политические взгляды, но и потребительские практики. Она не застала пустых полок в магазинах, продуктовых талонов и «колбасных» поездов в столицу. Но ей знакома проблема того, как сориентироваться в имеющемся изобилии. Шопинг становится особой культурной практикой, выполняющей важные социализирующие функции. Причем «традиционная» шопинг-культура дополняется новыми формами аутентичного потребления. Молодежь не попадает в число самых уязвимых групп населения. Чем моложе человек в России, тем лучше его материальное положение. К тому же считается, что молодым по силам использовать самые активные стратегии приспособления: осваивать новую профессию, находить дополнительные заработки, менять местожительство и т.п. Традиционно используемые в исследованиях такого рода индикаторы не всегда релевантны. Обычно основное внимание привлечено к трудовому поведению, фактическому уровню безработицы, доле тех, кто боится увольнения, т.е. к приметам нестабильности в плане занятости населения. Трудовые стратегии молодежи и раньше не отличались постоянством. Многие юноши и девушки предпочитают откладывать начало своей трудовой деятельности до тех пор, пока не найдут достойного, на их взгляд, места. Но и те, кто принял за работу, остаются открытыми новым предложениям. Юноши и девушки не так держатся за место, как их родители.

Те, кому в 2008–2009 гг. было 15–19 лет, в максимальной степени оказались подверженными влиянию кризисных явлений. Это скажется на их поведении и практиках – к 2020 г., когда они начнут претендовать на взрослые статусы и занимать ключевые посты в политическом, культурном и экономическом истеблишменте.

Урок третий: Семья и дети

К очевидным последствиям кризиса в России можно отнести происходящие изменения в семейных отношениях, связанные с характером трат и потребления. Молодежь из средне- и высокоресурсных семей кризиса практически не заметила, в этом сказались особенности «семейной бухгалтерии». В большинстве российских семей существуют две параллельные кассы: домашняя (родительская) и своя (деньги детей). Весь удар потерь пришелся не на молодое поколение, поскольку в своем большинстве их деньги – даже если они и получают их от родителей – это другая система трат¹. Специфически российским или постсоветским эффектом кризиса стало переформатирование ролей родителей и детей. Родители, в традици-

¹ В первую очередь это относится к внутрисемейной позиции школьников, студентов и молодых взрослых, начинающих свои трудовые карьеры. Молодые рабочие и профессионалы, пусть и в меньшей степени, чем взрослые, эффекты кризиса ощутили.

ях советских семейных паттернов, не только материально, но психологически и морально защитили детей от кризиса. А дети, в свою очередь, не заметили этого и не испытали никакой благодарности, мало что изменив в своих привычках и графике жизни. Влияние кризиса на семейные отношения скажется во временной перспективе, будет меняться характер межпоколенческих расчетов и поколенческих контрактов. Классовый конфликт как основа социального неравенства дополняется и усложняется возрастным конфликтом, где значимым становится неравенство вкладов и доступности различных поколений к социальным благам¹.

Насколько молодые несут ответственность за обеспечение старших, каким образом осуществляется «реальный подсчет вклада поколения» в умножение социальных благ? Согласно концепции «взаимных расчетов поколений» (generation accounting) современная молодежь и дети признаются более ущемленными по сравнению со старшими с точки зрения отношения к распределению значимых ресурсов. Новые режимы социальных расслоений связаны с изменениями в структуре рынка труда, соотношении бесплатного и платного начального, среднего и высшего образования. Поздние советские, постсоветские и современные поколения застали и пережили отличающиеся по периодам формы социальных изменений, что усложнило и без того пострадавшую в результате резкой смены социального строя систему «преемственности» поколений, поколенческих обязательств и расчетов. Эта тенденция особенно заметна в ситуации мирового кризиса, когда молодежь становится основной «экспериментальной группой», на жизненных траекториях которой в первую очередь отражаются социальные и экономические эффекты, сопровождающие рецессию. Наиболее уязвимыми оказываются самые незащищенные («жертвы в квадрате и кубе»): молодежь из бедных семей, сельская молодежь, жители депривированных территорий, молодежь моногородов и промышленных окраин. В России это особенно заметно в сфере высшего образования. Нынешнее поколение сталкивается с большей несправедливостью в доступе к качественному образованию, чем предыдущее. Не менее остро стоит вопрос и о перспективах структуры занятости.

Исследования особенностей *поколенческих контрактов* перспективны в отношении биографий современных семей. В современной России поколенческий контракт имеет многомерную структуру. Помимо традиционного распределения ожиданий между старшими и младшими (с интервалом в 25–30 лет), формируются новые неравенства внутри самого поколения молодых (интервал 5–10 лет). Нынешние 25–30-летние, уже занявшие определенные (престижные) рабочие места и позиции, не готовы уступить их в ближайшие 20–30 лет тем, кто идет за ними. При этом нынешние 18–20-летние, хорошо понимая это, культивируют в себе цинизм,

¹ Семенова В.В. Социальная динамика поколений: Проблемы и реальность. – М.: РОССПЭН, 2009; Kohli M. Aging and justice // Handbook of aging and the social sciences / Ed. by R.H. Binstock, L.K. George. – San Diego (CA): Elsevier, 2006. – P. 456–478.

состязательность и недоверие. В России ожидаются семейные трагедии *нового типа*. Родители будут продолжать надеяться и ждать помощи и заботы в старости или болезни, а дети начнут отказываться выполнять свои моральные обязательства, заменяя их рыночными практиками – юридическими формальными контрактами и договорами. Сформируется новый тип поколенческого контракта, который будет опираться не на моральное должествование, а на формальные договоренности. Так, например, новый тренд защиты прав детей и внимание к различным типам родительства в немалой степени порождены ставшим очевидным противоречием между старыми формами поколенческих контрактов и новыми условиями жизни.

Падение рождаемости и биотехнологический бум породили нового потребителя – *детей*. Индустрия детства (включая здравоохранение, юридическое сопровождение, защиту прав ребенка и детства), культура, шоу-индустрия, детский туризм будут и дальше развиваться. Формируется список новых потребностей и семейных потребительских ниш, что порождает новые типы расслоения, исключений и социальной напряженности. Параллельно с этими процессами формируется новая социальная группа – молодые родители. С одной стороны, институционализация новой страты поддерживается государственной политикой увеличения рождаемости, производством и продвижением образцов многодетных молодых семей, расширяющейся индустрией детства. С другой стороны, социальный статус семьи в еще большей степени, чем прежде, будет определять стартовые условия и разную степень доступа к ресурсам взросления – экологии, безопасности, государственному патронажу (ясли, садики, врачи, юристы), образованию. Социальные сети молодых родителей в Интернете оказываются одними из самых активных, включенных и быстро реагирующих на социальные вызовы агентов. Их гражданская активность формируется на базовых и солидарно разделяемых ценностях обслуживания и воспитания детей. Сегодняшние молодые родители (в первую очередь из среднего класса) – потенциально высокопротестная группа.

Урок четвертый: Интернет и социальные сети

Структура расходов молодежи и старших поколений значимо отличается. В первом случае преобладают траты, связанные с проведением досуга и сферой демонстративного потребления. Последнее касается не только молодых людей из обеспеченных, но и из бедных семей, которые стремятся не отставать от сверстников. Исследования обнаруживают противоречивую ситуацию. С одной стороны, рост цен волнует молодых не меньше, чем взрослых, с другой – они не намерены снижать свои потребительские запросы. Молодежь, за исключением выходцев из самых бедных слоев, не очень заботит, насколько родителям бывает трудно обеспечить семью продуктами питания. Зато юношей и девушек тревожит то, сколько будет стоить сходить в ночной клуб и фитнес-центр, а также не повысят

ли расценки за Интернет и мобильный телефон. Молодежь оказывается изобретательна на разные альтернативные потребительские практики вроде вечеринок по обмену вещами, интернет-баракхолк, покупок вещей вкладчину и их дальнейшего использования по очереди¹. Молодые не испытывают паники по поводу произошедшего кризиса. Они легче, чем их родители, относятся к потере работы, уменьшению зарплаты и необходимости платить по кредитам. Экономические соображения, особенно для тех, у кого пока нет собственной семьи, не являются основополагающими. Самостоятельность даже работающей молодежи является весьма условной. Материальная помощь родителей продолжает служить для юношей и девушек главным подспорьем. К 25–30 годам молодые не перестают получать от родителей финансовые средства или другие блага, но их меньше заботит материальное положение самих родителей, о состоянии которого они часто бывают не осведомлены. Сами родители стремятся обезопасить молодежь от экономических трудностей, с которыми они столкнулись в нынешний кризис. Чем более тяжелые последствия приходится переживать семье, тем меньше родители посвящают детей в свои планы и проблемы. В свою очередь это приводит к недооценке молодежью той реальной ситуации, в которой оказалась их семья, и возможностей родителей справиться с ней.

Герои социальных и культурных сетей конца первого десятилетия, контактные сообщества повлияли на формирование новых типов коммуникаций и потребительских практик. В этом пространстве формируется новая структура потребления, занятости, системы профессий. Вхождение в те или иные сети начинает определять жизненные приоритеты. Самоопределение в отношении включения или невключения в ту или иную группу, принятия или непринятия кого-то в друзья, рассылки сетевой рекламы и вирусов – эти практики коммуникации становятся более значимыми. Марк Цукерберг, особенно благодаря успеху фильма «Социальные сети», – новый культурный герой молодежи в глобальном измерении. На смену анонимности, характерной для начала века, приходят индивидуальность, необычность, популярность самопрезентаций, фото- и видеосессии, дневники и блоговая литература. Сетевые разговоры отличаются замысловатостью, которая может компенсировать затрудненность или избегание разговора face to face. В сетевом пространстве все шире распространяются практики искренности, доверия и поддержки, гражданского участия, протестных и альтернативных рейтингов. Блогосфера, твиттер-коммуникации превращаются в мощные и оперативные каналы информации, опережая официальные СМИ не только по скорости, но и по качеству и достоверности информации. Мобильные телефоны все больше включаются в эти коммуникации, становясь частью сетевых сообществ. Телефон стал инст-

¹ Ариф Э.М. «Хватит покупать! Всего и так навалом!»: Пространства, свободные от коммерциализации, в среде российской молодежи // Бюллетень «ЭСФорум». – М., 2011. – № 1. – С. 5–9.

Урок пятый: География

рументом нового типа письма, а не только разговора. Внутри «мобильника» решаются жизненные вопросы; потеря связи, выпадение из мобильного графика может восприниматься как реальная трагедия. Рекламные и PR-проекты переходят в Интернет, расширяются горизонтальные сообщества. Социальные сети существенно влияют на изменение рыночных отношений. В молодежной среде растет значимость немассовых, отличающихся продуктов, широкий доступ к которым стал возможным благодаря включению в солидарные сети. Социальные сети сегодня опережают моду, массовые бренды изменили потребительские профили и стали делать эксклюзив, а эксклюзив стал массовым. Растет популярность фри-маркетов, распространяются практики «отдам даром». Модным становится переработка – перешивание, переделывание, трансформации секонд-хенда – хенд-мейд и винтаж, распространяются обменные практики и непрофессиональные хобби-консультирование и экспертиза. Кризис усилил эти практики; так, например, в сетях шире стали распространяться обмен или продажа дорогих брендов. Рыночным ответом новым тенденциям становится создание новых рынков молодежного производства, где соединяются практики производства и потребления – просьюмеризм. Сети помогают распространению DIY-практик¹. Этот тренд можно назвать *потребительски ориентированным антикапитализмом*. Одним из ключевых агентов новых рынков и коммуникаций становятся *постпанки*². Время Интернета и сетевое время вторгается в обычный (привычный, традиционный) график жизни. Планирование жизни происходит в нескольких плоскостях. Компьютерная игра, сетевой контакт, общение по «каське» (ICQ) или скайпу включаются в дневной график, становясь не менее значимыми для удовлетворения от прожитого дня, чем выполненное задание по работе или учебе. Новые статусы завоевываются через количество друзей в Контакте и Facebook'е, поддержание которых столь же важно, как и получение морального поощрения от начальника. Трудовая дисциплина, контроль и ответственность начинают соотноситься с выполнением сетевых обязательств.

¹ Do it yourself – не только молодежная практика. Однако именно в молодежной среде она наделяется чертами знаковости и принадлежности к специфически современному направлению активности. Смысл – в выходе из-под рыночного контроля, управляющего потребительскими потребностями и формирующего массовые вкусы.

² Постпанк – это условное имя. Здесь важно подчеркнуть проявление характерного для панк-идеологии анархизма, отказ от формально-официальных телесных дисциплинарных режимов, предписанных статусу социальным порядком, использование специфических, актуальных форм выражения этих протестов, адекватных реальной экономической ситуации. Так, например, именно участники постпанк сцены практикуют в российских столицах бесплатную раздачу еды, кормят бомжей, создают гостиницы для бездомных животных и др.

Глобальные измерения молодежных культур специфическим образом поменяли локальные ландшафты молодежных сцен и площадок российских городов. Интернет и включение в социальные сети позволяют преодолевать ограничения, предписанные территориальной «пропиской», при этом режим офлайн-жизни работает, и кризис только усиливает различия и углубляет противоречия. Молодежь конца десятилетия, пожалуй, не менее остро, чем в его начале, понимает, что «Москва – не Россия, Россия – не Москва». Региональное расслоение стало еще заметнее, общий культурный фон по-прежнему определяет локальные молодежные практики, доминирование тех или других активностей. Дело не только в различной скорости столичного и периферийного включения в модные тренды, но и в отличии классовых расстановок. Например, столичная молодежь среднего класса, которая до кризиса была и остается основным потребителем дорогой брендовой одежды, машин, поездок, после кризиса активной включилась в практики дауншифтинга. Представители этой группы чаще говорят о своем желании покинуть страну, стремятся использовать освободившееся от работы время для обучения и отдыха, бросая вызов карьере и биографии.

Кризис усилил расслоение молодежного потребительского рынка на видимых и невидимых участников. Условно их можно разделить на *вынужденных* и *добровольных «невидимок»*. *Вынужденные* по-прежнему остаются вне зоны интереса и внимания. Это молодые квалифицированные рабочие, молодые мамы, которым приходится сидеть дома с детьми и терять квалификацию, малоресурсные и исключенные группы – сельская молодежь, дети из семей с мигрантской историей, молодежь *трижды НЕ*: НЕ работающая, НЕ учащаяся и НЕ включенная в социальные программы. Среди *добровольных невидимок* – их в результате кризиса стало заметно больше – геймеры и сетеманы, участники домашних тусовок (домашние вечеринки стали преобладать над посещением кафе, баров и клубов), аудитории домашних кино- и видеопросмотров, а также квартирников, популярность которых возросла с кризисом.

Урок шестой: Антикапитализм

Дискурсивные представления о молодежи, циркулирующие в российском обществе, отражают структуру власти, определяются правом на приписывание той или иной роли молодежи в социальной структуре. Дискурсивные номинирования молодежи использовались разными агентами в различных целях, в том числе они были вновь артикулированы в контексте экономического кризиса.

Дискурс угрозы. В связи с кризисом дискурс угрозы производился через доказательства того, что потеря экономических возможностей и шансов на доступ к значимым ресурсам приведет молодежь к моральной и

нравственной деградации, а именно – духовной пустоте, социальному цинизму, отказу от ценностей гуманизма, к еще большему распространению потребительских зависимостей и коммерциализации близости, наркомании, алкоголизму, проституции¹. Молодежная угроза конструировалась как ожидание особых форм насилия (протеста), как отказ от участия в публичной политике, электоральная пассивность (отказ от лояльности). Более мягкий вариант – *депривирующий дискурс*: молодежь ленивая, не хочет работать и чего-то добиваться в жизни.

Дискурс жертвы (виктимизация). Здесь молодежь рассматривается как жертва катастрофического влияния кризиса на протяжении многих лет. Взросление этого «потерянного» поколения будет сопровождаться особыми социальными симптомами: социальными фобиями, уходом в виртуал, социальным инфантилизмом.

Героизирующий дискурс. В этом контексте молодежь наделяется всеми необходимыми качествами для защиты себя, для того чтобы стать настоящими героями современности, уберечь себя и близких от последствий кризиса. Просоветский вариант – *дискурс надежды*: только молодежь в силах спасти страну от социальных катаклизмов.

В свою очередь молодежь начинает производить ответные дискурсы. Один из наиболее популярных и устойчивых, обнаруженных в ходе реализации проекта о влиянии кризиса на российскую молодежь, – это дискурс *антикапитализма*. Эта идея имела различные интерпретации, могла артикулироваться сходным образом подчас конфликтующими молодежными группами, что говорит о ее актуальности. Она может стать консолидирующим ядром для солидарности молодежи из самых разных слоев, субкультурных и политически ориентированных союзов и групп.

Урок седьмой: *Солидарности*

Понятие «солидарность», в отличие, например, от понятия «субкультура», обращено к особому типу коммуникации, осуществляемой посредством разделяемых идей и основанной на интуитивном доверии индивидов к группе, с которой их связывает нечто большее, чем возраст, стиль или общие практики досуга. Особое внимание при исследовании солидарностей обращается не столько на внутригрупповые коммуникации субкультурных и стилевых молодежных групп (потребительские и культурные предпочтения, телесный перформанс, политические ориентации),

сколько на межгрупповое взаимодействие в контексте городской жизни¹. Солидарный подход помогает найти основы молодежных формирований, объединенных, во-первых, ценностями и идеями, разделяемыми своим кругом (реальным, виртуальным / воображаемым), а во-вторых, общим представлением об альтернативных, оппозиционных группах, которые считаются *чужими и врагами*. Поворот от изучения субкультурных и стилевых групп к исследованию солидарностей отвечает изменениям, происшедшим за десять лет. Основные из них – прозрачность субкультурных границ, миксовые практики, субкультурные карьеры, для которых характерны смены идентичностей. Новые типы молодежных формирований отражают подвижные коммуникации между культурным меньшинством и большинством (продвинутой и нормальной молодежью), различия в отношении молодежного мейнстрима к отдельным группам, «культурный разговор» разных молодежных групп друг с другом, симпатию и вражду внутри молодежного пространства. Интенсивность притяжений и отталкиваний (напряжений внутри межгрупповых коммуникаций) позволяет судить о ключевых ценностях и идеях, вокруг которых разворачивается символическая борьба. В этой борьбе отражаются поиски групповой и индивидуальной аутентичности и мера влияния дискурсивных практик (государственных, политических, медиа) на отдельных индивидов и группы в целом. В середине первого десятилетия XXI в. важными были отстаивание субкультурной принадлежности и символическая борьба за «правильных / настоящих» и «неправильных / ненастоящих» приверженцев стиля внутри различных культурных молодежных сцен, борьба за ресурсы субкультурного капитала. Сегодня более значима борьба за аутентичность и адекватность проигрывания тех или иных культурных ролей во взаимодействии с другими, альтернативными группами.

Несмотря на серьезные различия между молодежными группами и солидарностями конца десятилетия, можно обнаружить тренды, характерные для городских практик российской молодежи.

Экстремальность – стремление к рискованным практикам вплоть до нарушений границ социальных норм и предписаний: от ориентации на здоровый образ жизни до эпатажных публичных перформансов, нарушений закона и порядка, вызова общественному мнению. Способы проявления могут быть различными – целенаправленный поиск рискованных ситуаций, например распространение бойцовских клубов (неинституциализированных,

¹ В качестве характерного примера сошлюсь на следующее высказывание: «С нынешним молодым поколением уже ничего нельзя сделать – оно пропало. Это дети ограбленных в 90-е родителей, и теперь из них выходят скинхеды и нацболы. Надо спасать тех, кому сейчас два года, и тех, кто еще не родился» (Депутат Госдумы, кинорежиссер Станислав Говорухин на парламентских слушаниях 16 законопроектов, касающихся нравственного воспитания детей). Цит по: Новые известия. – М., 2008. – 3 июня.

¹ В 2011 г. творческий коллектив Центра молодежных исследований ГУ–ВШЭ (СПб.) продолжает исследование городских пространств в контексте формирования новых молодежных солидарностей в рамках проекта «Молодежные солидарности в локальном и глобальном контексте: Экономика, политика, культура» (при поддержке ЦФИ ГУ–ВШЭ, 2011).

самодетельных и аутентичных встреч для драк), популярность «ночных и дневных Дозоров»¹, стрит-трейсеров.

Борьба за аутентичность как поиск новых форм доверия. Стремление быть адекватным, соответствовать внутренним, контекстуальным смыслам «настоящего», разделяемого группой «своих», быть в теме, в разделяемом знании, разоблачать и преодолевать подделки и имитации.

Создание *перформативной идентичности* (воображаемой, фантазийной, реальной), что выражается в отказе от стилевых обязательств, предписанных статусу, игровых практиках, популярности групповых окоинтеллектуальных игр, разыгрываемых публично (например, «Мафии»). Вместе с массовым включением в социальные сети и значимостью правил, особенностей и смыслов формирования сетевой идентичности формируется пространство *новой искренности*, где системами доказательства открытости и «настоящего» становятся различные версии самопрезентаций через демонстрации круга друзей, культурных симпатий, ссылок, визуальной биографии повседневной жизни.

Стремление практически всех молодежных групп к *эстетизации и театрализации* повседневности через использование творческих техник и профессиональных навыков. Происходят активная профессионализация хобби, развитие эстетических ниш внутри субкультурных сегментов. Все эти тренды характерны для самых разных форм групповых коммуникаций, различия кроются в способах. Так, например, эти черты могут присутствовать и в компаниях новых молодых интеллектуалов, и в праздновании победы своей команды футбольными фанатами.

Урок восьмой: Города и молодежь

Во второй половине первого десятилетия XXI в. начинают развиваться практики реформирования городского функционала, привычных социальных норм, стереотипов публичного показа. Коллективное молодежное тело, как и во всем продвинутом мире, начинает завоевывать городские пространства с целью их переопределения (трейсеры, скейбордисты). Вопрос удобства города для молодежи представляется крайне актуальным. Именно молодежь становится мощным городским субъектом потребления, от включенности в городские практики которого напрямую зависят лицо города сегодня и его будущее.

Интересен феномен формирования «современной» патриархальности, вокруг которого может объединиться молодежь различных культурных групп. Это может продвигаться как часть новой «протестной», реформаторской, индивидуально-приватной религиозности, как рост популярности идей социального и потребительского аскетизма, как обязательства помощи депривированным и отверженным группам или как со-

¹ Городские ночные игры, ставшие популярными после вышедших российских фильмов – «Ночной дозор» и «Дневной дозор» (2004, 2006 гг., реж. Тимур Бекмамбетов).

ставляющая нового русского / российского патриотизма. Отдельный интерес представляют новые религиозные сообщества молодежи, которые могут развиваться в направлении приверженности новым формам фундаментализма и агрессивного-националистического ответвления неоязычества.

Использование солидарного подхода помогает увидеть новый тип взаимоотношений между мозаичным, но при этом вполне однородным большинством (мейнстримом) и независимым (либеральным) меньшинством. Эти коммуникации отличаются стилистическими заимствованиями друг у друга, большей, чем прежде, подвижностью границ между разными типами групповых идентичностей (например, субкультуризация гопничества и гламуризация панков). Сегодня на всех городских сценах России мы можем наблюдать самые разные интеракции: от соединения и солидарностей стилевых и мейнстримных групп – до отвержения и вражды. Во многом это связано с теми ролями, которые играет городское пространство – будь оно периферийное или центральное. Центр и Периферия – это транслируемые категории, не всегда, а часто вовсе не связанные с приписанными городским локальностям значениями. Свои периферии существуют для молодежи внутри самого центра (например, на Невском проспекте в Санкт-Петербурге), также свои центры существуют и на перифериях – в отдаленных городских спальнях районах или пригородах. Символические границы между ними непостоянны, могут меняться в зависимости от практик, на них разворачивающихся, и смыслов, которые приписывают местам те группы, которые их оккупируют. Лишь условно можно говорить о гопотизации провинций и креативизации столиц, при этом в провинциальных городах есть креативные молодежные пространства, а в столицах есть гопническая молодежь. Возрастающую роль в характере коммуникации (солидарности или противостоянии) различных групп играют сегодня гендерные режимы молодежных сцен, практики презентации гендерной идентичности и сексуальности. Здесь также происходят активное экспериментирование и игра с полом (*аниме*), продвижение новых сценариев сексуальной свободы (*хипстеры*) или пропаганда аскезы (*стрейтэйджеры*), борьба за отстаивание «правильной / нормативной» маскулинности и фемининности (*готы, эмо, скинхеды, панки*).

Урок девятый: Субкультурные рынки

С субкультурными рынками за десятилетие произошли серьезные изменения, среди которых – молодежная *спортсизация* городов, массовое развитие спортивных культур как таковых, соединение рискованных практик и городского пространства. Наблюдается более активное противостояние внутри традиционных спортивных культур между коммерческим, профессионализирующимся и альтернативным направлениями (натуральными, природными, аутентичными). Понятие постспорта как раз и фиксирует важные изменения внутри этих субкультурных сцен, спровоцированные

широким использованием особой рискованной экзотики этой молодежи для практик *культурного корпоратива* (паркур).

Активно формируется новый тип идентичности – «горожанства», когда городской функционал переартикулируется, переформатируется в сторону «новой» власти – самих жителей в нашем случае – молодежи. Город осваивается и присваивается разными способами – через открытые перформансы, флешмобы, новые гражданские проекты. Отдельной и часто агрессивной формой завоевания города становятся протестные выступления. Эта публичная коммуникация происходит вокруг вопроса, кому принадлежит город. Более популярными становятся «взрослые» городские игры – стриттрейсеры, присваивающие себе ночные трассы городов, бойцовские клубы, встраивающие свои практики в контексты городских парков и зон отдыха, дневные и ночные дозоры, осуществляющие поиски «кладов» по городским картам и переартикулирующие назначения городских строений и площадок, городские путешественники, устраивающие соревнования по типу пионерских зарниц и превращающие улицы в пересеченные местности.

Динамика субкультурных рынков сказалась и на изменении потребительских предложений. Все более обособляются в качестве потребителей эксклюзивных, не массовых товаров современные готы, утонченно замысловатыми становятся потребительские пристрастия поклонников аниме (специфическая одежда, куклы, фильмы, практики кросспола). Хипстеры, пожалуй, одна из первых постгламурных субкультур, формируют спрос на эксклюзивные и при этом как бы вторичные товары (секонд-хенд, богемный винтаж, стейб-гламур), становятся одними из самых активных пользователей фото- и видеотехники.

В результате исследований, проведенных в рамках перечисленных выше проектов, мы сконструировали портрет поколения рубежа первого и второго десятилетий 2000-х. Это попытка с помощью интуиции сформировать некий образ, в котором соединяются основные, найденные или понятые нами, тенденции. Сложно было выбрать подходящие векторы, чтобы продемонстрировать пространство различий внутри молодежных групп. Некоторые приметы сегодняшнего дня очевидны – рост безработицы (официальной и скрытой) на молодежном рынке труда, расширение зоны платного образования, усложнение функционирования социальных лифтов, расслоение между молодежью столичных (финансовых вампиров) и периферийных (депривированных) территорий, усиление миграционных потоков. Другие приметы спрятаны в повседневных практиках проживания, в особенностях жизненных стратегий и карьер современной молодежи, в формировании новых идеалов и ценностей, в определении новых смыслов жизни и представлений о жизненном успехе.

Мы назвали поколение R – поколением «адекватных» (Я+). В нем соединяются самоуверенность и эгоизм, нежелание что-либо делать – и

конкретные прагматичные цели¹. Этот портрет фиксирует размывание монополии на символы и стиль одежды (субкультурный беспредел, расширение буферных зон между андеграундом и попсой), эксплуатацию родительской вины и участия (две отдельные кассы семейной бухгалтерии), стремление к творчеству (эстетизация, театрализация повседневности), *размытый* патриотизм (от стихийного, обиженного – через прагматический, выгодный – до гордо-пафосного, а также лояльность к власти, граничащая со стёбом) и гражданскую апатию. «Адекватные» могут быть гражданскими активистами и геймерами, сетевиками и «диванными» фанатами, продвинутыми ботаниками и стритрейджерами. Ключевой стержень поколения рубежа десятилетий: *адекватность* / «настоящность» / «быть в теме» / разделять значимые смыслы со своими (своим кругом). Это могут быть как адекватные «пацаны», так и адекватные интеллектуалы.

Один из основных вопросов, с которыми взрослые обращаются мысленно или вживую к детям, – это вопрос мотива. Особую остроту он приобретает в ситуации расширения пространства молодежных протестов на всей территории Европы, в наибольшей степени ощутившей на себе последствия глобального кризиса. Кто должен в первую очередь ответить на эти вызовы современности и какие отметки получают взрослые, определяющие направление развития и владеющие правом называть молодежь поколенческими именами? Смогут ли уроки, преподнесенные молодежи, чему-то научить и сможем ли мы все избежать радикальных последствий молодежных протестов? Молодежь поколения «адекватных Я+» явочным порядком отстаивает свое право на *настоящее* (правду, искренность, доверие) и *удовольствие* (свое и понимаемое в контексте *своих*). Российская молодежь рубежа десятилетий отказывается учиться двоемыслию, она хочет перемен и правды.

¹ Самым привлекательным работодателем, согласно исследованиям, в современной России является Газпром, зарплаты служащих в котором останутся самыми высокими, получение работы в этом газовом монстре считается самым высоким карьерным достижением.