

СОЦИАЛЬНАЯ ПАМЯТЬ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Т. М. Овчинникова

Омский государственный педагогический университет, Россия
t_ovch@mail.ru

**Статья подготовлена в рамках исполнения проекта
«Фактор этнической идентичности в контексте управления конфликтно-
консенсусными процессами в полиэтнической молодёжной среде
Омского региона» при поддержке Российского фонда фундаментальных
исследований и администрации Омской области
(проект № 18-411-550006 p_a)**

Статья посвящена исследованию проблемы идентичности представителей молодого поколения. Автор даёт краткую характеристику молодёжи с позиции социологического подхода, называя одним из критериев отнесения индивида к данной социальной группе критерий самоидентификации. В статье описаны этапы и механизмы формирования идентичности, особое внимание уделяется соотношению социальных и личностных механизмов. Компоненты социальной памяти – человек как носитель информации, циркулирующая в социуме информация, текущая социальная практика и механизмы актуализации информации в обществе – рассматриваются в контексте их влияния на идентичность в целом и региональную идентичность в частности. Анализируя взаимозависимость процессов формирования идентичности и социальной памяти, автор делает вывод об опасности «отключения» социальной памяти у молодого поколения, о необходимости выявления рисков трансформационных искажений и управления ими, называет возможные причины неэффективности явных механизмов формирования идентичности. Исследовать региональную идентичность молодого поколения можно через изучение миграционных установок, выявление отношения молодых людей к патриотическому воспитанию, их знаний о региональной символике и памятниках культуры. Эти переменные можно не только исследовать, но и влиять на них через те или иные компоненты социальной памяти.

Ключевые слова: молодёжь, идентичность, региональная идентичность, механизмы формирования идентичности, социальная память.

SOCIAL MEMORY AS A FACTOR IN SHAPING THE IDENTITY OF MODERN YOUTH

Tatiana Ovchinnikova

Omsk State Pedagogical University, Russia

t_ovch@mail.ru

**The study was funded by Russian Foundation for Basic Research
and administration of the Omsk region (project number 18-411-550006 p_a)**

The article is devoted to the problem of young generation identity. The author gives a brief description of youth from the sociological point of view, with self-identification as a criteria of belonging to this social group. The article describes the stages and mechanisms of identity formation, special attention is paid to interrelation of social and personal mechanisms. The components of social memory – a person as a carrier of information, information circulating in society, current social practice and mechanisms for updating information in society – are considered in the context of their impact on identity in general and regional identity in particular. Analyzing interdependence of the processes of identity formation and social memory, the author concludes about the danger of “disabling” social memory among young generation, the need to identify the risks of transformational distortions and to manage them, and identifies possible reasons for the inefficiency of explicit mechanisms of identity formation. It is possible to study regional identity of young generation through the study of migration attitudes, revealing attitude of young people to patriotic education, their knowledge of regional symbols and cultural monuments. It is possible not only to investigate these variables, but to influence them through certain components of social memory.

Keywords: youth, identity, regional identity, mechanisms of identity formation, social memory.

Процессы глобализации, происходящие в современном мире, с одной стороны, позволяют расширить и обогатить социальный опыт индивида, с другой стороны, порождают множество проблем, связанных с идентификационными искажениями формирующейся личности. Прежде чем говорить о проблемах идентичности современной молодёжи, необходимо дать краткую характеристику данной социальной группе, которая исследуется представителями различных социально-гуманитарных наук. В рамках социологического подхода к определению данного понятия молодёжью считается поколение людей, проходящих стадию социализации, ценности и установки которых ещё подвижны и подвержены различного рода влияниям [Загребин 2014].

Исследователи по-разному определяют границы данной группы, в основном к ней относятся граждане от 14–16 до 30–35 лет. Если старшие подростки (14–15 лет) и младшие юноши (15–17 лет) только начинают готовиться к усвоению и выполнению социальных ролей, чем и определяется нижняя граница молодёжного возраста, то верхняя граница, как правило,

связывается с профессиональным самоопределением личности, «достижением трудовой и социальной стабильности» [Цит. по: Загребин 2014]. «Продление» периода молодости до 35 лет некоторые учёные связывают с процессами инфантилизации, происходящими в современном обществе: молодые люди всё позже вступают в брак, всё дольше самоопределяются профессионально и лично, всё больше времени им требуется для обретения себя. При этом можно ли ставить знак равенства между утверждениями «нашёл работу, создал семью» и «стал взрослым»? Очевидно, нет. Критерием социализированности личности и, как следствие, показателем перехода к ранней взрослости является не просто некий количественный уровень усвоения профессиональных и культурных компетенций, конформности и приспособленчества в принятии предлагаемых обществом ролей, а степень её независимости, уверенности, инициативности при освоении социального опыта. Возникает вопрос: как можно оценить эту степень уверенности и независимости? Даже качественные методы исследования позволяют увидеть лишь восприятие действительности респондентами, но не всегда саму действительность. Поэтому представляется логичным относить человека к молодому поколению и на основании того, считает ли он себя таковым, как это делают представители тезаурусной концепции.

Итак, в рамках нашего исследования мы определяем молодёжь как социально-демографическую группу, члены которой переживают этап социализации и являются молодыми по самоидентификации. Необходимым же условием самоидентификации является не только и не столько осознание человеком своего внешнего отличия от других, но и восприятие себя в сравнении с оценками значимого для него социального окружения. Именно социальное окружение и социальные институты, «ответственные» за первичную социализацию личности, предоставляют те символы, нормы, модели поведения, а также возможные санкции за отклонение от них, которые воспринимаются индивидом на первом этапе формирования идентичности [Хвыля-Олинтер 2010, 47]. На втором этапе под воздействием ценностно-волевого механизма происходит редукция – анализ воспринятого, приведение его к чему-то более доступному, простому и понятному для личности. И далее, через осмысление (рефлексию) индивид приобретает способность «создавать полностью индивидуальный жизненный проект». Именно эта способность позволяет человеку быть и оставаться собой «среди сложных и меняющихся ролевых ожиданий» [Хабермас 1995, 87]. Жизнеспособность такого проекта зависит не только от того, как человек себя воспринимает и описывает, но и от того, каким социальным образцам при его реализации он следует.

Таким образом, становление и развитие идентичности невозможно как в отрыве или обособлении индивида от социального окружения, так и в отсутствии (или недостаточном присутствии) личностных механизмов «опознающего понимания – опознания собственной жизни» [Хабермас 1995, 11]. Соотнося влияние социальных и личностных механизмов на становление идентичности, Н. Хвыля-Олинтер говорит о том, что чем выше доверие личности к социальным институтам, тем легче её анализировать, оценивать и принимать в структуру идентичности элементы извне. Если

же социальные институты теряют доверие у членов общества или отчуждаются от них, то для удержания равновесия в системе «окружающий мир – человек» последний вынужден увеличивать доверие к себе [Хвыля-Олинтер 2010, 49–51]. Как следствие, за счёт личностных механизмов в структуре идентичности повышается удельный вес внутренней системы «потребностей, способностей, убеждений и индивидуальной истории» (по Дж. Марсиа) [Цит. по: Антонова 2000, 473].

Как могут социальные институты завоевать и поддерживать доверие у членов общества? Кому или чему мы, как правило, доверяем? Надёжности, разумной силе, позитивному опыту. В тоталитарных и авторитарных системах социальные механизмы формирования «сильнее» личностных, вследствие чего происходит подавление социальными институтами внутренней оценки личностью окружающей действительности [Хвыля-Олинтер 2010, 50]. Вместе с тем на определённых этапах развития таких систем социальные институты не только сильны, но и надёжны, а следовательно, вызывают доверие граждан.

Но на смену устойчивости всегда приходит изменчивость, абсолютное доверие сменяется утратой доверия, социальные институты отчуждаются от личности. И в этой ситуации актуализируется такой фактор формирования идентичности, как социальная память, содержанием которой, по В. А. Ребрину, является «теоретически обобщённый коллективный опыт человечества» [Цит. по: Чехлов 2002, 58].

Рассматривая социальную память в контексте формирования и развития идентичности современной молодёжи, остановимся на региональной идентичности, которая понимается как «системная совокупность культурных отношений, связанных с понятием “малая родина”» [Хвыля-Олинтер 2010, 85]. Уточним всё же, что, во-первых, мы не ограничиваем региональную идентичность «культурными отношениями», заменяя это понятие более широким понятием социальных отношений. Во-вторых, регион в контексте рассматриваемой проблемы – это не всегда субъект РФ с конституционно установленными пространственными границами, региональность определяется ещё и социальной общностью населения, проживающего на той или иной территории. В этом смысле городскую идентичность мы также будем называть региональной идентичностью. В-третьих, выделение региональной идентичности наряду с культурной, религиозной, этнической, гражданской и другими видами весьма условно, поскольку все они взаимосвязаны и взаимозависимы, и идентичность, как целое, не является их простой суммой.

Вернёмся к социальной памяти и таким её компонентам, как: носители информации (в том числе человек); система ценностей; информация, циркулирующая в социуме; текущая социальная практика и механизмы актуализации информации в обществе (в том числе заказчики и исполнители) [Чехлов 2002, 88]. Человек – тот компонент социальной памяти, который «ответствен за выполнение» ею всех своих функций – генерирование, аккумуляцию, систематизацию, хранение и актуализацию (воспроизведение) информации [Чехлов 2002, 65]. «Отключение» социальной памяти у молодого поколения представляется опасным, поскольку именно моло-

дѐж является транслятором ценностей и моделей поведения следующим поколениям, именно от неё зависит, какая информация сегодняшнего дня будет «выбраковываться», а какая будет генерироваться, что будет зафиксировано на носителях информации и станет элементом социального опыта. Таким образом, можно говорить о взаимозависимости и взаимовлиянии социальной памяти и идентичности: человек – носитель информации, на основе которой формируется идентичность, «личностный блок» идентичности удерживает одну информацию для социальной памяти и отвергает другую.

Информация циркулирует в обществе как по горизонтали (социум – индивид – социум), так и по вертикали (поколение – поколение), запущая как явные, так и латентные механизмы формирования идентичности. Очевидно, что сегодня большая часть горизонтальной циркуляции осуществляется в интернет-пространстве. Контент-анализ различных групп и сообществ, созданных в сети, позволяет изучать миграционные установки населения (а это одна из переменных, позволяющих описать региональную идентичность). Проблема, однако, состоит в том, что невозможно определить возрастной состав того или иного интернет-сообщества, и говорить о миграционных установках именно молодого поколения стоит лишь с некоторой долей условности. Выявление мемов на тему «Уехать навсегда из ...» и анализ их популярности у пользователей сети тоже не даёт полной картины в плане миграционных настроений. Однако мы считаем такой анализ полезным, поскольку различного рода обсуждения в сети – это часть кратковременной социальной памяти, и они, безусловно, влияют на то, какая стратегия идентичности формируется у молодѐжи: сепарация, маргинализация, ассимиляция или интеграция [Хвыля-Олинтер 2010, 70]. Что касается передачи информации в процессе «эстафеты поколений», то мы разделяем мнение о том, что молодѐжь зачастую сталкивается с её «неработоспособностью» в современном обществе с точки зрения удовлетворения своих потребностей [Хвыля-Олинтер 2010, 71]. Как следствие, явные механизмы «включения» социальной памяти становятся неэффективными. И здесь важно учитывать, кто является заказчиком актуализации информации. Резкие социально-политические перемены могут приводить к идентификационным искажениям, к сепарации или маргинализации развития идентичности. Следует заметить, что мы не делим стратегии идентичности на «правильные и неправильные», «плохие и хорошие». Как сепарация, так и маргинализация несут свои риски, которые нужно вовремя выявлять. Так, молодой человек с маргинальной идентичностью становится маловосприимчивым к проблемам и потребностям своего региона (города, посёлка, деревни), предпочитая создавать для себя образ единого мира, в центре которого находится собственное благополучие. Безусловно, здесь кроются риски для региона, поскольку большинство долгосрочных проектов рассчитано на молодых исполнителей. А о каком качественном исполнении чего-либо может идти речь, если потенциальным исполнителям всё равно, исполнятся эти проекты или нет. Ориентация на сепарацию тоже несёт определённые риски – риски изолированности и скудности социального опыта. В этом плане для изучения региональной идентичности пред-

ставляются полезными дискуссии в фокус-группах на тему «Образ и прототип патриота моей “малой родины”».

Что касается социальной практики, ещё одного компонента социальной памяти, то в современном российском обществе существует несколько поколений, идентичность которых обусловлена различными трансформациями социальных практик. В результате социального наследования сегодня молодое поколение может «примерить на себя» несколько идентичностей и попытаться найти ту, которая придаст «системе “индивид – социум”» ценностную укоренённость и целостность» [Хвыля-Олинтер 2010, 68].

Итак, социальная память оказывает существенное влияние на социальные и личностные механизмы формирования и развития идентичности современной молодёжи. Описать региональную идентичность представителей молодого поколения можно через их миграционные установки, отношение к патриотическому воспитанию, знание ими региональной символики и памятников культуры, а также через другие переменные. Все эти переменные можно не только исследовать, можно влиять на них через те или иные компоненты социальной памяти. Такое влияние может быть явным или латентным, в том числе манипулятивным. Результат процессов самоидентификации молодёжи может оказывать как стабилизирующее, так и дестабилизирующее влияние на общественные отношения. На наш взгляд, важно не конструировать схемы идеальной самоидентификации, а предвидеть риски трансформации идентичности и грамотно управлять ими, поскольку проблема сохранения позитивной социальной идентичности молодёжи напрямую связана с проблемой сохранения национальной культуры и нации в целом.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Антонова 2000 – Антонова И. В. Проблема личностной идентичности // Психология самосознания. Самара, 2000. С. 471–487.
- Загребин 2014 – Загребин В. В. Подходы к определению категории «молодёжь» // Концепт. 2014. № 2. С. 26–30. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2014/14030.htm> (дата обращения: 14.09.2019).
- Хабермас 1995 – Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью / Пер. с нем. Москва, 1995.
- Хвыля-Олинтер 2010 – Хвыля-Олинтер Н. А. Национально-культурная идентичность современной российской молодёжи в условиях глобализации: методология социологического анализа: диссертация на соискание учёной степени кандидата социологических наук. Москва, 2010.
- Чехлов 2002 – Чехлов С. Ю. Методологический анализ категории «социальная память»: диссертация на соискание учёной степени кандидата философских наук. Кемерово, 2002.

REFERENCES

- Antonova 2000 – Antonova I. V. The Problem of Personal Identity. *Psychology of Self-Consciousness*. Samara, 2000. P. 471–487. In Russian.

- Chekhlov 2002 – Chekhlov S. Yu. Methodological Analysis of the Category “Social Memory”. Thesis of PhD in Philosophy. Kemerovo, 2002. In Russian.
- Habermas 1995 – Habermas J. Democracy. Mind. Morality. Moscow Lectures and Interviews. Transl. into Russian. Moscow, 1995.
- Khvylya-Olinter 2010 – Khvylya-Olinter N. A. National and Cultural Identity of Modern Russian Youth in the Context of Globalization: Methodology of Sociological Analysis. Thesis of PhD in Sociology. Moscow, 2010. In Russian.
- Zagrebin 2014 – Zagrebin V. V. Approaches to “Youth” Category Definition. *Concept*. 2014, 2. P. 26–30. URL: <https://e-koncept.ru/2014/14030.htm>. In Russian.

Татьяна Маратовна Овчинникова

Омский государственный педагогический университет, Россия.
Кандидат философских наук, доцент кафедры философии.
E-mail: t_ovch@mail.ru

Tatiana M. Ovchinnikova

Omsk State Pedagogical University, Russia.
PhD in Philosophy, Associate Professor of Philosophy Department.
E-mail: t_ovch@mail.ru