

## Проблема аутентичности в условиях трансформации ценностных ориентаций молодежи

Научный руководитель – Грицких Надежда Викторовна

*Грицких Ксения Евгеньевна*

*Студент (бакалавр)*

Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, Кафедра социальной философии и социологии, Иркутск, Россия

*E-mail: ksu-kirill@mail.ru*

В современном изменяющемся мире наблюдаются несколько векторов развития социальных отношений. Например, появление новых средств связи, коммуникации и всеобщего доступа к сети Интернет приводит к развитию качественно нового контента глобального рынка. Однако существует противоположно направленный вектор, который связан с сокращением коммуникативных навыков и изменениями в межличностных отношениях. Для разрешения данного противоречия и предотвращения разжигания конфликтов социологии проводят эмпирические исследования, направленные на выявление динамики ценностей различных социальных групп.

В своей статье мы акцентируем внимание на наиболее изменчивой группе, отличающейся нестабильностью ценностных ориентиров - молодежи. Молодые люди отличаются высокой активностью, то есть быстрее реагируют на запросы современного социума.

Общество сравнимо с большой сетью, в которой узлами, стоящими на пересечении сплетения социальных отношений, служат ценности. Поэтому в поиске себя, реализации своих амбиций молодые люди склонны разрывать одни социальные отношения и примыкать к другим, создавая новые «узлы». Отсутствие опыта, особенности возраста непосредственно влияют на принятие решений, которые зачастую не соотносятся с общепринятыми социальными нормами и противоречат ценностям большинства.

В г. Иркутске в 2019 году лабораторией психолого-экономических и кросскультурных исследований было проведено исследование, направленное на изучение ценностей жителей Иркутской области. Ценность такого нравственного качества как патриотизм, трактуемого, как неотъемлемого элемента нормальной жизни и чувства единения с родной землей среди молодежи (17-25 лет) отметили 48,3% в то время как люди старшего поколения (46 лет и старше) оценили в 69,3% [1, 82]. На изменчивость ценностей молодежи влияют многочисленные внешние факторы, такие как образ жизни и ее качество, уровень развития региона/страны, контингент окружения молодежи, а также факторы, зависящие непосредственно от индивида: уровень образованности и духовного развития, нравственности. Приоритетность для молодого поколения составляет построение карьеры, вследствие чего молодежь Иркутской области заинтересована в больших возможностях и ресурсах, которыми регион, к сожалению, не всегда располагает. Об этом свидетельствуют следующие показатели: в ближайшее время среди молодежи обязательно собираются уехать из родных мест 30,1%, среди людей старшего поколения всего 5,3% [1, 209].

Ценностные установки молодежи могут быть различны, однако неизменным и необходимым процессом наряду с социализацией остается идентификация. Идентификацией называют механизм соотношения индивида с другим человеком, группой, который, как правило, связан с институционализацией. Так, например, ликвидация КПСС привела к утрате идентификации людей, для которых данная партия играла важную роль в осознании своей идентичности [2, 304]. Молодежь причисляет себя к одноименной социальной группе, усваивает соответствующие нормы, а также примеряет те или иные социальные

роли, опираясь на свои ценностные ориентиры. В условиях глобальных интегративных процессов стираются многие границы, о чем свидетельствует стандартизация производства и унификация социальной среды, особенно остро воспринимаемая молодежью. Поэтому в мире, в котором каждый стремится соответствовать транслируемым примерам, молодежь пытается освободиться от оков типизации социальной среды. Для молодого человека важно оставаться собой, быть настоящим, то есть аутентичным.

Если человек является аутентичным, это означает, что его действия действительно выражают то, что за ним стоит, те предрасположенности, чувства, желания и убеждения, которые его мотивировали [3, 66]. Аутентичность в контексте исследования молодежных субкультур можно рассматривать в двух смыслах: «подлинная» или «настоящая» культура, то есть отличная от других и индивидуальная характеристика, помогающая разграничить «аутентичных» участников молодежных субкультур от представителей копирующих или повторяющих их поведение. С целью привлечения внимания на протяжении длительного времени молодежь пользовалась радикальной креативностью, выражающейся в способности производить новые смыслы, впечатления, что интерпретировалось как сопротивление обществу. Желание показать себя отображалось прежде всего через внешний вид, стиль, манеру общения и поведения, при помощи которых субкультуры демонстрировали и утверждали свою отличность.

Сара Торнтон разработала ключевую для современных исследований молодежи концепцию «субкультурного капитала», которая позволяет посмотреть на аутентичность, как на постоянный процесс трансформации вкусов в допустимые, «настоящие» [4, 328]. Объем субкультурного капитала складывается из степени взаимодействия с другими участниками, интегрированности и вовлеченности в субкультуру, и главное - из ценностей молодежи. Таким образом, аутентичность, в первую очередь, определяется как некое чувство, приверженность определенным ценностям, где сопровождение внешними атрибутами не обязательно. Более того, чем серьезнее и глубже мировоззренческие установки представителей молодежных субкультур, тем меньшее значение они придают своей «оболочке». Это говорит о том, что ядром молодежных субкультур были и остаются ценности, зависящие от целей и задач участников, а также от социокультурной, политической и экономической обстановки в стране и мире.

Вследствие глобализации, цифровизации аутентичность начала приобретать нарастающий характер и стала большой, недостаточно изученной проблемой. Современная молодежь, отойдя от идеи использования внешних атрибутов, теперь стремится к самоутверждению через медиа ресурсы, Интернет. Это может стать причиной новых неопределенностей и социальных потрясений, поэтому ученым следует всерьез заняться изучением аутентичности современных молодежных субкультур.

#### Источники и литература

- 1) Карнышев, А. Д. Глобальное, национальное, и личное в экономическом и экологическом патриотизме (на примере молодежи Байкальского района). / под общ. ред. Карнышева А.Д. – Иркутск: изд. ИГУ, 2019 – 405 с.
- 2) Ковалева, А. И. Идентификация социальная молодежи / А.И. Ковалева. – Энциклопедия гум. наук, МОСГУ, 2016 – 303-304 с.
- 3) Гиньон, Ч. Аутентичность. С. Guignon. Authenticity / пер. Кочнев Р.Л. – Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. №1, 2018 – 66-74 с.
- 4) Литвина Д. А. Что значит быть настоящим: молодежные культуры в поисках аутентичности – Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, 2019, №1 – 324-341 с.