

УДК 316.346.36

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ И КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

О.А. Максимова

Аннотация

На основе материалов массового опроса, проведённого в Республике Татарстан, осуществлён анализ самоидентификационных характеристик представителей различных поколений российского общества. Данные характеристики рассматриваются как субъективированный элемент коллективной памяти поколений современного российского общества. Для описания качественной сущности поколений, чей социокультурный опыт формировался в определённый исторический период, используется категория «энтелехия поколения». На основе дискурсивного анализа самооценок своего поколения, полученных в ходе опроса от представителей разных возрастных когорт, предпринята попытка выделения специфических энтелехий поколений российского общества.

Ключевые слова: самоидентификация, поколение, энтелехия поколения, коллективная память поколения.

В исследовании феномена коллективной памяти важную роль играет поколенческий анализ, который предполагает дифференциацию возрастных когорт, проживающих в определённый исторический период, не только по годам рождения, но и на основе единства социального, культурного, политического опыта, ведь поколение – это не только совокупность рождённых в конкретную эпоху индивидов, но и специфическая общность, объединённая некоторыми сходными историческими свойствами и характеристиками. Не случайно П. Нора характеризует поколение как «место памяти» [1, с. 48], подчёркивая тем самым тот факт, что близкие по периоду рождения когорты, с одной стороны, являются результатом воздействия на них исторических событий, а с другой – сами становятся носителями коллективной памяти об этих событиях.

В качестве методологической основы исследования мы используем подход К. Мангейма (K. Mannheim), изложенный им в работе «Проблема поколений» (1928). По Мангейму, феномен поколений представляет собой «не что иное, как особое единство общественного положения, распространяющееся на возрастные группы, вовлечённые в социально-исторический процесс» [2, с. 20]. Таким образом, поколение характеризуется определённым положением в обществе, специфической взаимосвязью и единым социальным опытом. При этом у каждого поколения существует собственное временное измерение и историко-культурное пространство. В поколении, выделенном на основе возрастного фактора, формируются подгруппы, зачастую разделяющие альтернативные ценности и установки.

Связи внутри таких подгрупп гораздо более консолидированные, чем внутри поколения в целом, тем не менее представители различных подгрупп образуют единое поколение, поскольку являются «формами интеллектуальных и социальных реакций на определённые исторические стимулы», воздействующие на всех представителей одной возрастной когорты в равной степени [2, с. 26].

К. Мангейм одним из первых обосновал необходимость переориентации позитивистского подхода в изучении исторической памяти поколений на гуманитаристскую стратегию исследования, центральными категориями которой являются понятия *жизненного опыта* и *жизненного курса* поколения. Если раньше исследователи оперировали заимствованным из антропологии и психологии понятием *жизненного цикла*, то исследования 2-й половины XX в. сконцентрировались на анализе социально обусловленных событий и ролей, проживаемых индивидом, которые в совокупности образуют коллективное представление о биографическом времени своего поколения (см. [3, р. 22]). Отметим, что это биографическое время отражается в исторической памяти каждого поколения, преломляясь в субъективных оценках воспоминаний о прошлом представителей этих поколений.

Для характеристики качественной сущности поколений, чей социокультурный опыт формировался в определённый исторический период, мы обращаемся к категории *энтелехия поколения* (впервые использованной применительно к поколениям немецким философом В. Пиндером и конкретизированной К. Мангеймом), которая представляет собой ясно различимый новый импульс, новый центр конфигурации поколения. *Энтелехия* – это выражение общности внутреннего предназначения поколения, врождённого способа восприятия жизни и окружающего мира. Энтелехия является тем, что отличает одно поколение от другого, каждое поколение создаёт свою собственную энтелехию и лишь с её помощью может приобрести качественное единство [2, с. 13].

Поколенческий анализ общества на основе выделения энтелехии поколений позволяет перейти от математического, количественного подхода в исследовании проблемы поколений к качественному анализу, предполагающему концентрацию исследователя «на понятии некоторой сущности, которую нельзя измерить, которую можно постичь лишь через призму личного опыта» [2, с. 12]. Возникновение энтелехии у того или иного поколения, формируемого на основе возрастной стратификации, Мангейм связывает с активностью социальных трансформаций: ускорение темпа социальных и культурных изменений требует изменения базовых установок индивидов, при этом различные аспекты нового опыта комбинируются таким образом, что на их основе формируется новый мощный импульс, образуется центр новых структур мировосприятия. «В таких случаях мы говорим о появлении нового поколенческого стиля, о новой *энтелехии поколения*» [2, с. 30].

Учитывая тот факт, что на протяжении последнего столетия российское общество подвергалось значительным социокультурным и политическим трансформациям (Октябрьская революция 1917 года, Великая Отечественная война, «хрущёвская оттепель», перестройка, постсоветские трансформации и т. п.), затрагивающим социум в целом и отдельные возрастные когорты в частности, мы выдвинули исследовательскую гипотезу, что различные поколения россиян

выступают носителями специфических энтелехий, формируемых в контексте коллективной исторической памяти. Данное положение использовано в качестве методологической основы при характеристике поколений российского общества, условно дифференцированных на основе возрастных параметров. В ходе исследования выделялись возрастные группы информантов: а) 16–24 года, б) 25–34 года, в) 35–44 года, г) 45–54 года и д) старше 55 лет. Мы исходили из того, что, несмотря на различия в социальном статусе, уровне образования, месте проживания и т. д., все информанты одной возрастной когорты обладают некоторым общим социальным опытом, являющимся реакцией на социокультурную реальность того или иного периода развития общества.

В рамках массового опроса, проведённого нами по репрезентативной выборке в Республике Татарстан в 2013 г. ($N = 1450$ человек), была в адаптированном виде применена методика самоидентификации поколений, предложенная В.В. Семёновой [4]: респондентам задавался открытый вопрос о том, людей какого возраста они относят к своему поколению и как бы они могли в нескольких словах охарактеризовать представителей этого поколения. На основе дискурсивного анализа самооценок, данных при ответе на этот вопрос представителями разных возрастных когорт, предпринята попытка выделения специфических энтелехий поколений российского общества, а также энтелехий подгрупп внутри каждого поколения.

Сопоставление результатов нашего исследования, проведённого в конце 2012 – начале 2013 г., с данными В.В. Семёновой, полученными 10 годами ранее, в 2002 г., позволило выявить следующую тенденцию, характерную для поколений российского общества. Если в начале 2000-х годов все поколения в той или иной степени позиционировали своё положение в обществе как состояние «жертвы социальных процессов» (что было характерно не только для старших и средних, но и для младших возрастных когорт [4, с. 110]), то по истечении 10 лет в значительно большей степени в ответах преобладают индивидуальные характеристики личностей. Респонденты намного реже сопоставляли в самооценках свои поколения с теми или иными историческими или государственно-идеологическими семантическими единицами и чаще оценивали личные качества своих сверстников. Данный факт, на наш взгляд, отражает общую тенденцию, характерную для постиндустриального, информационного общества, в соответствии с которой на смену коллективным идентичностям приходит индивидуализм. Эта тенденция, преломляясь в коллективной памяти поколений, продуцирует и соответствующие индивидуалистичные характеристики своего поколения со стороны респондентов.

Обобщая самооценки, данные респондентами своим поколениям, представим их по нескольким «тематическим» блокам для каждой когорты.

Поколение 16–24-летних чаще всего характеризовало своих сверстников с позиций физических и психологических особенностей – как молодых, активных, энергичных, целеустремлённых, мобильных, умных, легко адаптирующихся ко всему новому. Достаточно часто встречались и ответы, дающие негативную оценку: «эгоистичные», «наглые», «без воспитания и моральных ценностей», «избалованные», «ленивые», «испорченные», «поколение неправильных ценностей» и т. п. Сопоставление своего поколения с какими-либо историческими

событиями в данной группе представлено в виде единичных ответов («постперестроечное поколение», «поколение новой эпохи, постперестройки, с новыми взглядами и амбициями»), что, на наш взгляд, обусловлено пока ещё незначительным запасом исторической памяти у молодого поколения. Принципиально новой чертой, которая, по нашему мнению, может рассматриваться в качестве энтелехии данного поколения, является *самоидентификация его представителей с развитием цифровых технологий*: «компьютеризированные», «поколение новых технологий», «лучше разбираемся в новейших технологиях, в новинках» (при этом встречались и негативно окрашенные семантические единицы: «IT-зависимые», «не могут обойтись без компьютеров и сотовых телефонов»).

Поколение 25–34-летних демонстрирует большой объём коллективной памяти и чаще самоидентифицируется с историческими событиями. Данная когорта проходила стадию активной социализации в период постсоветских трансформаций, поэтому закономерно, что респондентами этой группы высказывались такие характеристики, как «дети времён перемен», «дети перестройки», «поколение переходного периода от старых устоев к новым стандартам жизни». Вместе с тем, так же как и в более молодом сегменте, в этой группе доминировали лично-ориентированные оценки своего поколения с преобладанием позитивных: «трудолюбивые», «активные», «целеустремлённые», «общительные», «коммуникабельные», «весёлые», «оптимистичные» и т. п. Существенный акцент делают представители поколения на деловых качествах, необходимых для достижения жизненного успеха в условиях рыночной экономики: «карьеристы», «деловые», «настойчивые», «работоспособные», «расчётливые», «ищущие свою нишу в жизни, способ самореализации и возможность заработать как можно больше денег». Именно *деловая активность, предприимчивость*, на наш взгляд, может рассматриваться в качестве энтелехии данного поколения, которое стало социальной базой постсоветских трансформаций в условиях перехода от плановой социалистической модели экономики к рыночной капиталистической. Этот исторический факт превалирует в коллективной памяти поколения. Стоит отметить, что в данной возрастной группе встречались и единичные негативно окрашенные высказывания, авторы которых полагают, что их поколение «отбортованное», «заброшенное», «потерянное».

Обобщая характеристики двух рассмотренных когорт, можно констатировать, что молодое поколение 16–34-летних демонстрирует высокий уровень индивидуализма, идентифицируя себя как часть поколения не столько с крупными социальными сообществами и историческими событиями, сколько с локальными общностями – ближайшим окружением, кругом друзей. Средние поколения российского общества в большей степени ориентированы на коллективистские установки, хотя и у них идентификация с историческими событиями и государственной идеологией уже не столь сильная, как это фиксировалось в исследованиях десятилетней давности.

Респондентами 35–44 лет высказывались такие оценки своего поколения, как «воспитанные на патриотизме», «воспитаны на комсомольских и пионерских традициях», «воспитаны советским временем с чётко выстроенной системой с моральными и материальными ценностями», «дети социализма». Данная когорта в период 90-х годов была в возрасте 16–25 лет, поэтому она в наибольшей

степени ощутила на себе проблемы ресоциализации в условиях трансформации социально-экономической системы, когда ранее усвоенные нормы и ценности уже не соответствовали требованиям меняющейся социальной среды. И именно эта особенность, основанная на *амбивалентности социализационных процессов*, по нашему мнению, может рассматриваться в качестве энтелехии данного поколения, что в исторической памяти поколения характеризуется следующим образом: «последние пионеры, испорченные добычей денег», «пожившие и при социализме, и при капитализме», «поколение, пережившее 90-е», «люди “старой” и “новой” страны», «сильные люди, которые стали свидетелями больших перемен». Трансформационные условия перехода к взрослой жизни, а также тот факт, что представители данной когорты находятся на пике периода экономической активности, обусловили значительную долю таких самооценок, как «работоспособные», «трудоголики», «умеющие работать», «добившиеся успеха». Среди негативных характеристик своего поколения встречались «неполноценные», «безнравственные», «испорченные алкоголем», «завистливые», «жадные», что отражает последствия социальной аномии, пережитой данной когортой в период активной социализации.

Старшие поколения, в отличие от молодёжи и средних поколений, в значительно большей степени продемонстрировали в своей исторической памяти идентификацию с государственно-идеологическим дискурсом. В *когорте 45–54-летних*, в отличие от более молодых респондентов, появляются такие характеристики, как «патриоты», «воспитанные в духе патриотизма», «более патристичные». Существенный акцент придаётся лексическим выражениям, характеризующим советский период, на который пришлась стадия активной социализации данного поколения: «родившиеся при советском режиме», «советское поколение», «молодёжь советского времени», «люди советской закалки». Именно *идентификация с советским периодом* может рассматриваться в качестве энтелехии поколения 45–54-летних россиян, она отличает их не только от младших, но и от более старших респондентов, среди которых значительно реже встречались лексические аллегории «советского».

У поколений респондентов старше 55 лет преобладающей доминантой исторической памяти поколения является ностальгия. Это лексические характеристики ушедшей молодости («в молодости были обеспечены работой и были уверены в завтрашнем дне, сейчас немного растерявшиеся», «пенсионеры», «постаревшие») и накопленного опыта («опытные», «мудрые», «много повидавшие»), позитивное сравнение себя с более молодыми поколениями («более открытые», «более позитивные», «более дружелюбные», «более спокойные и терпимые», «более нравственные», «проще в общении, чем молодые»). В обобщённом виде данное настроение выразил один из респондентов, охарактеризовав своих сверстников как поколение «вечной ностальгии». Интересно, что в данной когорте опрошенных практически не встречались лексические единицы, напрямую апеллирующие к категории «советское», однако при характеристике личностных качеств своих сверстников они солидарно выделяли именно те ценности, которые рассматривались как наиболее значимые в советский период: «трудолюбивые», «честные», «порядочные», «воспитанные», «коллективисты», «в нас есть что-то святое и человеческое», «в нас меньше хамства, эгоизма, чёрствости».

В обобщённом виде характеристику этого поколения в самоидентификации его представителей, которая, на наш взгляд, и может рассматриваться в качестве его энтелехии, выразил респондент, отметивший: «Мы – *духовно богатое поколение*». Действительно, как показало наше исследование, в коллективной памяти поколения россиян, рождённых в военный и послевоенный периоды, в наибольшей степени выражена идеологическая составляющая в противовес сугубо материалистическим ценностям.

Таким образом, как показали результаты исследования, наша гипотеза в целом подтвердилась. Выделенные по возрастным параметрам когорты россиян действительно выступают носителями специфических энтелехий своего поколения, формируемых на основе коллективной исторической памяти. При этом выявлена следующая тенденция: с увеличением возраста респондентов их идентификация со своим поколением в контексте исторических событий проявляется в большей степени, тогда как молодые поколения демонстрируют высокую степень индивидуализма.

Эта особенность, на наш взгляд, обусловлена, с одной стороны, объективным возрастным фактором, поскольку в процессе жизни у человека накапливается историческая память о различных событиях, консолидирующая его со сверстниками, тогда как у молодёжи такого опыта значительно меньше. С другой стороны, это является и отражением общественных трансформаций, происходящих в условиях постиндустриального, информационного общества, где индивидуальные ценности доминируют над коллективными. Мы полагаем, что даже по мере взросления современные молодые поколения в своих энтелехиях будут в значительно меньшей степени демонстрировать коллективную солидарность по сравнению с поколениями своих родителей и прадедов.

Summary

O.A. Maksimova. Self-Identification and Collective Memory of Generations in Contemporary Russian Society.

Using the results of a mass survey carried out in the Republic of Tatarstan, we analyze the self-identification characteristics of the representatives of various generations of contemporary Russian society. These characteristics are regarded as a subjectified element of the collective memory of these generations. To describe the qualitative essence of generations whose socio-cultural experience was shaped in a certain historical period, we refer to the *entelechy of a generation* category. The discursive analysis of the self-evaluations obtained during the survey from the representatives of different age cohorts allowed us to identify specific entelechies of generations of Russian society.

Keywords: self-identification, generation, entelechy of a generation, collective memory of a generation.

Литература

1. *Нора П.* Поколение как место памяти // Новое лит. обозр. – 1998. – № 30. – С. 48–72.
2. *Мангейм К.* Проблема поколений // Новое лит. обозр. – 1998. – № 30. – С. 7–47.
3. *Methods of Life Course Research: Qualitative and Quantitative Approaches.* – London: Sage Publ., 1998. – 344 p.

4. Семёнова В.В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. – М.: РОССПЭН, 2009. – 271 с.

Поступила в редакцию
11.06.14

Максимова Ольга Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, политологии и менеджмента, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева, г. Казань, Россия.

E-mail: *olga_max@list.ru*