

РАЗДЕЛ V
ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕКА В ФИЛОСОФИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Part V. PROBLEMS OF HUMAN BEING
IN THE PHILOSOPHY OF EDUCATION

DOI: 10.15372/PHE20190212

УДК 316.3/5+316.7

МОЛОДЕЖЬ В ЭПОХУ ПЯТОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА
КАК СУБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Т. А. Арташкина, В. В. Сокуренок (Владивосток, Россия)

Введение. Целью исследования является изучение специфики феномена молодежной культуры, детерминированной современной культурой как формой бытия. Молодежь как большая социально-демографическая группа характеризуется присущей ей специфической культурой – сложным социально-культурным феноменом. Массовая культура, культура потребления и культура повседневности неразрывно связаны в молодежной культуре, материальной основой которой служат технико-технологические достижения третьего, четвертого и пятого технологических укладов. Теоретическую основу проведенного авторами исследования составили концепции Ж. Ж. Бодрийяра об обществе изобилия, а также концепции российских исследователей, занимавшихся проблемами культуры повседневности и культуры потребления (А. Н. Ильин, А. В. Костина, М. В. Луков, Б. В. Марков, А. Я. Флиер). Исходя из понимания культуры как формы бытия, авторы использовали концепцию технологических укладов, разработанную российскими (советскими) учеными (Н. Д. Кондратьев, Д. С. Львов, С. Ю. Глазьев).

Методология и методика исследования. Методологическую основу исследования составили информационный и историко-генетический подходы, в рамках которых широко использовались методы теоретического (анализ, синтез, индукция) и эмпирического исследования. В качестве эмпирического метода выступил метод опроса как метод сбора первичной вербальной информации. Применяя опросный метод, авторы исходили из гипотезы о том,

© Арташкина Т. А., Сокуренок В. В., 2019

Арташкина Тамара Андреевна – доктор философских наук, доцент, профессор Департамента искусств и дизайна школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет.

ORCID: 0000-0001-7806-7182

E-mail: tam.artand@gmail.com

Сокуренок Виктория Витальевна – магистрант Департамента искусств и дизайна школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет.

E-mail: vikulka-s@mail.ru

Tamara A. Artashkina – Doctor of Philosophical Sciences, Docent, Professor of the Department of Arts and Design, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University.

Victoria V. Sokurenko – graduate student, Department of Arts and Design, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University.

что современная молодежная массовая культура напрямую зависит от существующего материального уклада: современные гаджеты, компьютеры, молодежная мода являются конкретными признаками массовой молодежной культуры.

Результаты исследования. Анкетный опрос проводился среди учащихся Дальневосточного федерального университета и пользователей сети Интернет. Авторы пришли к следующим выводам: в настоящее время замечен активный уход молодежной культуры от мозаичной морфологии субкультур, хотя непосредственно сам феномен молодежной культуры по-прежнему остается структурно-сложным; вектор трансформации современной молодежной культуры активно направлен в сторону ее массовизации; массовая молодежная культура обретает свойство амбивалентности.

Заключение. В настоящее время молодежная массовая культура, опираясь на достижения четвертого и пятого технологических укладов, сама способна фундировать массовую культуру взрослых.

Ключевые слова: молодежь, молодежная культура, массовая культура, культура потребления, культура повседневности, технологический уклад, материальные основы массовой культуры.

Для цитирования: Арташкина Т. А., Сокурено В. В. Молодежь в эпоху пятого технологического уклада как субъект социального воздействия // Философия образования. – 2019. – Т. 19, № 2. – С. 161–174.

THE YOUTH IN THE EPOCH OF THE FIFTH TECHNOLOGICAL WAVE AS A SUBJECT OF SOCIAL IMPACT

T. A. Artashkina, V. V. Sokurenko (Vladivostok, Russia)

Introduction. The aim of the research was to study the specifics of the phenomenon of youth culture, which is determined by modern culture as a form of being. The youth as a large socio-demographic group is characterized by its own specific culture, which is a complex socio-cultural phenomenon. Mass culture, consumer culture and the culture of everyday life are inextricably intertwined in the youth culture, the material foundations of which are the technical and technological achievements of the third, fourth and fifth technological ways. The theoretical part of this research relies on the conceptions of Jean Baudrillard of the affluent society and on the works of Russian researchers who study the everyday culture and the culture of consumption (A. N. Ilyin, A. V. Kostina, M. V. Lukov, B. V. Markov, A. Ya. Flier). Based on the understanding of culture as a form of being, the authors have used the conception of technological waves developed by Russian (Soviet) scholars (N. D. Kondratiev, D. S. Lvov, S. Yu. Glazyev).

Methodology and methods of the research. The research methods included an informational and historical-genetic approaches that also involved the methods of theoretical (analysis, synthesis, induction) and empirical research. The empirical method involved polling as a method of collecting primary verbal information. While applying the polling methods, the authors relied on the hypothesis that modern youth mass culture is directly dependent on the existing material patterns: modern gadgets, computers, youth culture are specific signs of the mass youth culture.

The results of the research. Questionnaire survey was conducted among the students of the Far Eastern Federal University and Internet users. The authors have come to the following conclusions: 1. Young people are actively going away from

the mosaic morphology of subcultures though the phenomenon of youth culture remains structurally complex. 2. The vector of modern youth culture transformation is directed towards its active massification. 3. Mass youth culture is acquiring the feature of ambivalence.

Conclusion. Modern youth culture is currently able of funding the adult mass culture based on the achievements of the fourth and fifth technological waves.

Keywords: the youth, youth culture, mass culture, culture of consumption, everyday culture, technological wave, material foundations of mass culture.

For citation: Artashkina T. A., Sokurenko V. V. The youth in the epoch of the fifth technological wave as a subject of social impact. *Philosophy of Education*, 2019, vol. 19, no. 2, pp. 161–174.

Введение. *Проблема молодежи в постсоветский период.* Одним из первых российских социологов, занимавшихся изучением проблем молодежи, был В. Т. Лисовский, который в 1963 г. провел в Ленинграде крупномасштабное исследование советской молодежи [1, с. 131]. В 1990-е гг. на заседании Круглого стола, организованного журналом «Вопросы философии» [2], четко обозначились два магистральных направления в изучении молодежи: социологическое и культурологическое. Представляя первое направление, И. С. Кон отметил, что примерно с 1970-х гг. о молодежи заговорили не только как об объекте социальных реформ, но и как о субъекте социального действия. Представители второго направления отметили, что интерес к молодежи проявился в Советском Союзе в 1960–1980-е гг. одновременно с появлением контркультурных для того времени течений (хиппи, панков, металлистов, рокеров, байкеров и т. д.). В 1990-е гг. эти два магистральных направления по-прежнему остаются магистральными: 1) социология молодежи (чаще всего – социология студенческой молодежи) [3–7]; 2) молодежная культура, как правило, культура молодежных субкультур [8–14]. При этом закономерно расширяется тематика и проблематика исследований молодежи. Например, объектом внимания исследователей становятся политические ориентации молодежи [15; 16], а затем – роль Интернета и информационных технологий в процессе социализации молодежи и в формировании ее ценностных ориентаций [17–20].

В настоящее время проблема молодежи по-прежнему остается предметом социологических, философских и педагогических исследований. При сохранении описанных направлений изучения молодежи акцент все же делается на ее социальной активности [21–27], на конкурентоспособности в социальной среде [28–32].

В последние десятилетия произошло снижение верхней возрастной границы молодежи в связи с ускоренным физическим и умственным развитием и с ранним включением молодежи в общественную и трудовую деятельность. И тем не менее законодательно верхняя граница этой воз-

растной категории устанавливается в 35 лет. Н. И. Усынина отмечает, что изменение места и роли молодых людей в политической, экономической и социальной жизни страны обусловило неизменность интереса исследователей к проблеме определения понятия «молодежь». Однако Н. И. Усынина существенно сужает рамки определения молодежи: «Молодежь – это граждане Российской Федерации, осуществляющие, преимущественно, деятельность, связанную с получением среднего специального и высшего образования, подготовкой и включением в общественную жизнь» [33, с. 26]. В нашем исследовании мы рассматриваем *молодежь как большую социально-демографическую группу, проходящую стадию социализации, формирования ценностных ориентаций, характеризующуюся присутствием ей специфической культуры*.

В свою очередь М. М. Белоусова отмечает: «Понятие “молодежная культура” входит в научный обиход вместе с понятием “молодежь”. Рождение понятий связывалось Т. Парсонсом с обоснованием стабильности, направленности и целесообразности развития общественных систем. <...> Молодежная культура представлялась независимым социальным пространством, в котором молодые люди могут обрести аутентичность...» [34, с. 217]. Мы сохраняем эту традицию и считаем, что молодежная культура есть сложный социальный феномен, порожденный современной культурой как формой бытия, в пространстве которого молодые люди обретают свою аутентичность.

Таким образом, целью нашего исследования стало изучение специфики феномена молодежной культуры, детерминированной современной культурой как формой бытия.

Методология и методика исследования. Определяя теоретическую рамку исследования, мы исходили из утверждения, сформулированного А. В. Костиной и А. Я. Флиером: «Мы хорошо знаем массовую культуру в ее художественно-развлекательном сегменте (эстрада, кинематограф, бульварные романы и пр.) и нередко забываем о том, что эта культура охватывает практически все стороны публичной жизни в современных городах, хотя, разумеется, в первую очередь повседневный быт, досуг и информационное потребление» [35, с. 32]. Исходя из этого, теоретическую основу нашего исследования составили концепции французского ученого Ж. Ж. Бодрийяра об обществе изобилия [36]; российских исследователей М. В. Лукова [37] и Б. В. Маркова [38], занимавшихся проблемами культуры повседневности; А. Н. Ильина, изучавшего культуру потребления как тип отношений, формирующий определенную культуру [39; 40]. Исходя из понимания культуры как формы бытия, мы использовали концепцию технологических укладов, разработанную российскими (советскими) учеными Н. Д. Кондратьевым [41], Д. С. Львовым [42], С. Ю. Глазьевым [43; 44].

Методологическую основу нашего исследования составили информационный подход как способ абстрактно-обобщенного описания и изучения информационного аспекта функционирования и структурообразования сложных систем, информационных связей и отношений; историко-генетический подход, представляющий собой последовательное раскрытие свойств, функций и изменений изучаемой реальности в процессе ее исторической жизни. В рамках указанных подходов мы широко использовали методы теоретического (анализ, синтез, индукция) и эмпирического исследования. В качестве эмпирического метода выступил метод опроса как метод сбора первичной вербальной информации¹.

Применяя опросный метод, мы исходили из гипотезы о том, что современная молодежная массовая культура напрямую зависит от существующего материального уклада: современные гаджеты, компьютеры, молодежная мода являются признаками массовой молодежной культуры. Анкетный опрос проводился среди молодежи – учащихся ДВФУ и пользователей сети Интернет. Разработанная нами анкета включала 16 вопросов.

Респонденты первой группы – это студенты одной из учебных групп отделения культурологии Дальневосточного федерального университета, для которых опрос проводился в одной из аудиторий ДВФУ, где мы предварительно рассадили респондентов так, чтобы они сидели по одному человеку за партой. Респонденты заполняли анкету без нашего участия. Опрос носил характер сплошного обследования: анкеты были розданы всем присутствующим в этот день членам группы – 15 человек, испорченных анкет не было, анкеты вернули все студенты. Вторая группа респондентов – пользователи сети Интернет, отвечали на вопросы по своему желанию. В опросе участвовали 157 человек. В этом случае речь идет о специальном виде опросного метода, который называется выборочным. Очевидно, что в так организованном опросе принцип репрезентативности выборки не выполнялся. И тем не менее полученные результаты говорят о многом.

Результаты исследования. 1. В настоящее время не вызывает споров и дискуссий утверждение, что массовая культура – сложный социальный феномен, представляющий собой особый тип производства и потребления культурных ценностей, являющийся предметом потребления большей части человечества независимо от социального статуса, социальной принадлежности, вероисповедания и национальности. Огромную роль в развитии массовой культуры и массового сознания сыграл техноло-

¹ Сокуренок В. В. Трансформация молодежной массовой культуры в современном обществе: выпускная квалификационная работа по основной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению 51.03.01 «Культурология» по профилю «Управление в социокультурной сфере» / науч. руководитель Т. А. Арташкина; Дальневост. федерал. ун-т. – Владивосток, 2018. – 76 с.

гический прогресс. В трудах выдающегося отечественного экономиста Н. Д. Кондратьева было сформулировано понятие цикличности в экономике, которое в дальнейшем получило современное название «технологический уклад». Технологический уклад – совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства. В настоящее время выделяют шесть технологических укладов. Четвертый уклад (1930–1990 гг.) – это время массового производства автомобилей, самолетов, товаров народного использования, когда появились и распространились компьютеры и компьютерное обеспечение. Пятый уклад (1985–2035 гг.) опирается на достижения в области микроэлектроники, информатики, новых видов материалов, освоения космического пространства, спутниковой связи и т. п.

2. Массовая культура обозначена в разных вариантах определенным рынком товаров, любой рынок производит собственный культурный тип, поэтому культура потребления является основой массовой культуры, символы потребления оказывают огромное влияние на современную массовую культуру. Важная отличительная черта потребления – это не возможность купить товар, а желание приобрести рекламируемый товар. Культура потребления амбивалентна. Амбивалентность культуры потребления проявляется в следующих характеристиках: упрощенность (производство ремейков и копий ранее созданных произведений); доступность (огромный выбор товаров и услуг в свободном доступе, при чрезмерной доступности ассортимента начинается давка, ухудшается качество предоставляемых товаров и услуг); типичность, которая лишает культуру индивидуальности; демократичность (культура потребления обращена ко всем людям без различия нации, класса, уровня бедности или богатства). Культура потребления компенсирует эмоциональный дефицит, носит развлекательный характер. Покупки/потребление становятся и отдыхом, и развлечением, и самостоятельным смыслом.

3. По мере того как потребление попадает во все большую зависимость от производства, повседневность становится продолжением потребления, выполняя функцию спроса на продукцию производства. Следующие черты культуры повседневности объединяют культуру повседневности с массовой культурой и культурой потребления: культура общения с поведением; способы передачи информации активно влияют на культуру повседневности, например, ведение личных блогов на различных каналах сети Интернет; культура ежедневного быта (обустраивание жилища (евроремонты); элементы внешнего вида человека (одежда, аксессуары, прическа, «ma ke-up»); питание (рестораны, кафе, кальянные, бары, клубы); общение (сленг); осознание окружающего мира (представление о мире у всех членов определенного сообщества примерно одинаковое).

4. Молодежь есть наиболее гибкая и подверженная трансформациям социальная группа, находящаяся в вечном процессе самоизменения и саморазвития. С одной стороны, массовая культура трансформирует молодежное сознание, с другой – сама поддается видоизменению, стирая грани между элитарным и массовым. Массовая культура скрыто управляет молодежным сознанием посредством моды, трендов, рекламы и т. д. Молодежь больше всего подвержена впитыванию массовой культуры, определенные образцы которой быстро теряют актуальность, устаревают, выходят из моды. Однако именно поэтому массовая культура помогает молодежи приспособиться к рыночным условиям, адекватно реагировать на быстротечность, повышает психологическую устойчивость. О. А. Кучерук считает, что молодежная массовая культура проявляется в глобализации, информатизме, гедонизме, потребительстве, является движущим фактором трансформации молодежного сознания, формирующим определенную модель поведения молодежной социальной группы [45]. Молодежная массовая культура преимущественно аудиовизуальная. В последнее время массовая культура все более ориентируется на мид-культуру – культуру среднего уровня, в рамках которой экранизируются классические литературные произведения, вводится мода на образцы художественного творчества, популярную науку, классическую музыку. Мид – это уход от интеллектуальной напряженности.

5. В нашем опросе приняли участие молодые люди в возрасте от 15 до 29 лет. Опрошенных респондентов-женщин было 96 чел., мужчин – соответственно 76 чел. (в процентах женщин – 56 % и мужчин – 44 %). В одном из вопросов нашей анкеты мы просили респондентов указать социальное положение своих родителей. Ответы респондентов распределились следующим образом: работающих оказалось 110 чел. (64 %), занимающихся бизнесом – 21 чел. (12 %), военнослужащих – 20 чел. (12 %), безработных – 5 чел. (3 %). Как видим, среди наших респондентов оказались представители различных социальных слоев и групп. Однако принципиальных различий в ответах, зависящих от половозрастных особенностей или социального положения респондентов, мы не обнаружили.

6. На сегодняшний день гаджеты являются не только признаками молодежной культуры, но и неотъемлемой составляющей молодежной массовой культуры потребления. Наши респонденты отметили, что для них важными признаками при выборе новых гаджетов являются технические особенности и совершенствование мобильных устройств. При выходе нового мобильного устройства с небольшими изменениями технического характера спрос на эти модели возрастает, так как это все-таки более новая модель. И тут нельзя точно установить, что для потребителя важнее: техническое оснащение или же погоня за модой. Но значимым становится

то, что наличие современных гаджетов является неизменным атрибутом наших респондентов, что уже говорит о массовости этого явления.

7. Проведенное нами эмпирическое исследование позволило установить, например, что родители – инициаторы изменения социального статуса своих детей в молодежной среде, так как почти половина респондентов получила свой первый мобильный телефон в младшем школьном возрасте. Например, по данным нашего опроса, у 18 респондентов (10 % опрошенных) первый телефон появился в 6 лет; у 25 чел. (15 % опрошенных) – в 7 лет; у 29 чел. (17 %) – в 8 лет; у 29 чел. (17 %) – в 9 лет; и у 36 чел. (21 % опрошенных) – в 10 лет. Таким образом, можно говорить о массовости этого явления и о том, что его можно считать одной из характеристик молодежной культуры.

8. Компьютер стал очередным атрибутом современной молодежи. Периодичность смены компьютеров у наших респондентов несравнима со сменой мобильных устройств. Объяснить это можно несколькими факторами: во-первых, современный гаджет совмещает функции компьютера, во-вторых, цена компьютера выше, чем цена смартфона, в-третьих, пользователь и компьютер «подстраиваются» друг под друга, а мобильный телефон нет.

9. С техническими и технологическими достижениями пятого уклада тесно связаны и музыкальные пристрастия современной молодежи. Нашим респондентам нравятся следующие музыкальные жанры: поп, хип-хоп, рок, электронная музыка. Музыкальные произведения этих жанров и их исполнение неотделимы от музыкальных инструментов, которые относятся к материальной базе массовой культуры. При этом наши респонденты в числе своих музыкальных пристрастий назвали и произведения классической музыки. Можно предположить, что причиной смены музыкальных пристрастий современной молодежи стала мода, и с ростом популярности определенных музыкальных жанров молодежь меняет свои вкусовые предпочтения. Разумеется, это предположение гипотетично и требует детального исследования.

10. Еще один вопрос нашей анкеты относился к молодежной одежде. Исследование помогло выяснить, что не денежные затруднения влияют на смену молодежного гардероба, на первом месте у респондентов стоят мода и личные пристрастия. При этом при выборе одежды молодежи учитываются два параметра: 1) служебная и рабочая необходимость и 2) мода. Как известно, модельные агентства и легкая промышленность подстраиваются под вкусы современной молодежи, формируя ценности молодежной культуры. Значимые для молодежной субкультуры идеи и ценности часто получают внешнее выражение в обязательной для ее членов символике и атрибутике, с помощью которой молодые люди узнают «своих». Такая символика и атрибутика отличает молодых людей, принадлежащих

к определенной субкультуре, и выделяет их среди «чужих», работает на объединение и сплочение группы, позволяет молодым людям продемонстрировать и отстаивать свою позицию в социальной среде.

Как видим, массовая культура, культура потребления и культура повседневности неразрывно переплелись в молодежной культуре. Технологический уклад служит материальной основой современной массовой культуры, культуры потребления и культуры повседневности. Основа этого феномена – единая материальная база третьего, четвертого и пятого технологического укладов. Это дает основание не только считать культуру потребления и культуру повседневности специальными типами массовой культуры, но и утверждать, что современная молодежная культура носит массовый характер и не роторжима с культурой потребления и культурой повседневности.

Заключение. Таким образом, можно констатировать следующее: во-первых, если в 1990-е и более ранние годы исследователи фиксировали этажность молодежной культуры, ее мозаичную стратификацию на основе субкультур, то в настоящее время замечен активный уход молодежной культуры от мозаичной морфологии, хотя непосредственно сам феномен молодежной культуры по-прежнему остается структурно-сложным.

Во-вторых, вектор трансформации современной молодежной культуры активно направлен в сторону ее массовизации. При этом молодежная массовая культура устойчиво сохраняет признаки развлекательно-рекреативной направленности и потребительства.

В-третьих, массовая молодежная культура обретает свойство амбивалентности. В 1990-е гг. считалось, что культура молодежи формируется под непосредственным воздействием культуры «взрослых» и обусловлена ею даже в своих контркультурных проявлениях. Создавая собственную культуру, молодежь пытается самовыразиться всеми доступными ей средствами (в основном эпатажным поведением и таким же внешним видом), что часто не встречает понимания у взрослых. В настоящее время молодежная массовая культура, опираясь на достижения четвертого и пятого технологического укладов, сама способна фундировать массовую культуру взрослых.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Подойницына И. И.** Культурные паттерны поведения молодежи в условиях глобализирующегося мира // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. – 2014. – Т. 11, № 5. – С. 130–137. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22611538>
2. **Молодежь** в современном мире: материалы «круглого стола» // Вопросы философии. – 1990. – № 5. – С. 12–33.
3. **Андреев А. Л.** Российский студент в пространстве культуры // Москва. – 2004. – № 3. – С. 134–135. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26346283>

4. **Лисовский В.** Молодежь и образование на пороге XXI века // Молодежь: цифры, факты, мнения. – 1995. – № 2-3. – С. 61–67.
5. **Лисовский В. Т.** Динамика социальных изменений (опыт сравнительных социологических исследований российской молодежи) // Социологические исследования. – 1998. – № 5. – С. 98–104.
6. **Сергеев Р. В.** Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2010. – № 1. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13456860>
7. **Павловский В. В.** Ювенология: становление науки о молодежи. – Красноярск: Красноярский гос. ун-т, 1997. – 188 с.
8. **Тихомиров С. А.** Место молодежных субкультур в системе современной городской культуры (position of youth subcultures in the system of contemporary urban culture) // Аналитика культурологии. – 2011. – № 3 (21). – С. 87–90. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20157429>
9. **Парийчук А. В.** Молодежные субкультуры как создатели новых социально-культурных практик // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 3. – С. 126–128. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17748509>
10. **Шапинский В. А.** Молодежь, видеокультура, ценности // Свободная мысль. – 1996. – № 7. – С. 34–36.
11. **Бобахо В. А., Левикова С. И.** Современные тенденции молодежной культуры: конфликт или преемственность поколений? // Общественные науки и современность. – 1996. – № 3. – С. 56–65.
12. **Щепанская Т.** Традиции городских субкультур // Современный городской фольклор. – М.: Изд-во РГГУ, 2003. – С. 34–85.
13. **Щепанская Т. Б.** Микроэкономика молодежных субкультур // Этнографическое обозрение. – 2008. – № 1. – С. 42–55. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=10080216>
14. **Топилина Е. С.** Диалектика взаимодействия культуры, молодежной культуры и субкультуры молодежи в рамках социально-философского дискурса // ИСОМ. – 2011. – № 1-2. – С. 14–19.
15. **Медведев К. Е.** Молодежные общественные объединения: барьер стереотипа // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2013. – № 1 (69). – С. 249–255. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19415749>
16. **Хасуев А. Э.** Интернет как инструмент молодежных протестов: российский и мировой опыт // Региональное развитие. – 2015. – № 3. – С. 8. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23732594>
17. **Кобызева В. О.** Особенности виртуального общения в повседневных коммуникативных практиках молодежи // СИСП. – 2010. – № 1. – С. 116–118. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15286822>
18. **Мельников М. В., Моисеева З. Ф.** Граница между личным и публичным пространством и ее особенности на примере социальной сети Instagram // Теория и практика общественного развития. – 2016. – № 10. – С. 32–37. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27162035>
19. **Арташкина Т. А., Киселева В. А.** Специфика информационного продукта социальной сети Instagram (Инстаграмм) // Философия образования. – 2016. – № 5 (68). – С. 41–58. DOI: 10.15372/PHE20160505 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27298674>
20. **Колпаков В. В.** Социальные сети как средство политической культуры // Развитие общественных наук российскими студентами: сб. науч. трудов. – 2017. – С. 21–25. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29763051>

21. **Тишков В. А., Бараш Р. Э., Степанов В. В.** Идентичность и жизненные стратегии студенчества в России // Социологические исследования. – 2017. – № 8. – С. 81–87. DOI: 10.7868/S0132162517080098 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30003832>
22. **Деточенко Л. С., Магранов А. С.** Гражданская идентичность современной студенческой молодежи: особенности и факторы трансформации // Социологические исследования. – 2018. – № 8 (412). – С. 108–116. DOI: 10.31857/S013216250000766-5 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35787320>
23. **Пасовец Ю. М., Беспалов Д. В.** Отношение социально-активной молодежи к лидерству // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2018. – Т. 8, № 2. – С. 77–101. DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1802.05>
24. **Бокова О. А., Григоричева И. В., Рыбина И. С., Четошников Е. В., Мельникова Ю. А.** Системообразующие факторы личности студентов, занимающихся добровольческой деятельностью // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2018. – Т. 8, № 5. – С. 91–106. DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1805.06>
25. **Корниенко Н. А.** Нравственное состояние современного российского общества – основа формирования гражданской идентичности студентов // Философия образования. – 2018. – № 1 (74). – С. 116–138. – DOI: 10.15372/PHE20180113 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32844594>
26. **Иванова С. В., Пастухова Л. С.** О понятии «гражданская идентичность» и путях ее формирования у молодежи // Философия образования. – 2018. – № 3. – С. 3–18. DOI: 10.15372/PHE20180301 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36276945>
27. **Ушаков Д. В., Костюк В. Г.** Кто вы и с кем, будущие мастера русской культуры? // Философия образования. – 2016. – № 1 (64). – С. 70–76. – DOI: 10.15372/PHE20160107 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25871807>
28. **Немировский В. Г., Немировская А. В.** Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых // Социологический журнал. – 2018. – Т. 24, № 2. – С. 135–149. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.2.5848 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35155156>
29. **Блинова Т. В., Вяльшина А. А.** Структура неформальной занятости молодежи на российском рынке труда // Социологические исследования. – 2018. – № 4 (408). – С. 61–72. DOI: 10.7868/S0132162518040074 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34904613>
30. **Ефимова Г. З., Шафранов-Куцев Г. Ф.** Конкурентоспособность работающей молодежи на основе самооценок (по данным исследования в Тюменской области) // Социологические исследования. – 2018. – № 8. – С. 102–107. DOI: 10.31857/S013216250000765-4 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35787318>
31. **Васильев Л. И., Заглядина О. Н.** Проблемы самоорганизации в условиях динамичного взаимодействия студентов и среды // Философия образования. – 2017. – № 2 (71). – С. 58–65. DOI: 10.15372/PHE20170208 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29204089>
32. **Наливайко Н. В., Косенко Т. С., Яковлева И. В.** Современная личность в информационном пространстве: возможности образования // Философия образования. – 2017. – № 4 (73). – С. 143–152. – DOI: 10.15372/PHE20170414 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30754582>
33. **Усынина Н. И.** Определение сущности понятия «Молодежь» // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2013. – № 1. – С. 26–28. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19037091>
34. **Белоусова М. М.** Молодежная культура в современном обществе // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2007. – № 1. – С. 217–221. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17431976>
35. **Костина А. В., Флиер А. Я.** Три типа культуры – три функциональные стратегии жизнедеятельности // Вестник ЧГАКИ. – 2009. – № 2 (18). – С. 23–36. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12500153>

36. **Бодрийяр Ж. Ж.** Общество потребления: его мифы и структуры / пер. с фр. – М.: Республика: Культурная революция, 2006. – 268 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002917556>
37. **Луков М. В.** Обыденная культура и культура повседневности // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 3. – С. 199–203. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11031447>
38. **Марков Б. В.** Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. – СПб.: Алетейя, 1999. – 296 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000615131>
39. **Ильин А. Н.** Общество потребления и его сущностные особенности // Ценности и смыслы. – 2013. – № 6 (28). – С. 22–36. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20931662>
40. **Ильин А. Н.** Культура общества массового потребления: критическое осмысление: монография. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. – 205 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007917736>
41. **Кондратьев Н. Д.** Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения: избранные труды. – М.: Экономика, 2002. – 765 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000964183>
42. **Львов Д. С.** Эффективность управления техническим развитием. – М.: Экономика, 1990. – 255 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001566168>
43. **Глазьев С. Ю.** Теория долгосрочного технико-экономического развития: монография. – М.: ВладДар, 1993. – 310 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29378879>
44. **Глазьев С. Ю.** Выбор будущего. – М.: Алгоритм, 2005. – 350 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002791808>
45. **Кучерук О. А.** Сущностное содержание современной молодежной массовой культуры // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 9. – С. 38–42. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24260902>

REFERENCES

1. Podoinitsyna I. I. Cultural Patterns of Youth Behavior in a Globalizing World. *Herald of M. K. Ammosov North-Eastern Federal University*, 2014, vol. 11, no. 5, pp. 130–137. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22611538> (In Russian)
2. Youth in the modern world: materials of the «round table». *Questions of philosophy*, 1990, no. 5, pp. 12–33. (In Russian)
3. Andreev A. L. *Russian student in the space of culture*. Moscow, 2004, no. 3, p. 134–135. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26346283> (In Russian)
4. Lisovsky V. Youth and education on the threshold of the XXI century. *Youth: figures, facts, opinions*, 1995, no. 2-3, pp. 61–67. (In Russian)
5. Lisovsky V. T. Dynamics of social changes (the experience of comparative sociological studies of the Russian youth). *Sociological Studies*, 1998, no. 5, pp. 98–104. (In Russian)
6. Sergeev R. V. Young people and students as social groups and an object of sociological analysis. *Bulletin of Adyghe State University. Series 1: Regional Studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Cultural Studies*, 2010, no. 1. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13456860> (In Russian)
7. Pavlovsky V. V. *Juvenology: the formation of the science of youth*. Krasnoyarsk: Krasnoyarsk State. University, 1997, 188 p. (In Russian)
8. Tikhomirov S. A. The place of youth subcultures in the system of modern urban culture (position of youth subcultures). *Analytic of cultural science*, 2011, no. 3 (21), pp. 87–90. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20157429> (In Russian)
9. Pariychuk A. V. Youth subcultures as creators of new socio-cultural practices. *Theory and practice of social development*, 2011, no. 3, pp. 126–128. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17748509> (In Russian)
10. Shapinsky V. A. Young people, video culture, values. *Free thought*, 1996, no. 7, pp. 34–36. (In Russian)

11. Bobakho V. A., Levikova S. I. Current trends in youth culture: conflict or continuity of generations? *Social sciences and modernity*, 1996, no. 3, pp. 56–65. (In Russian)
12. Schepanskaya T. *Traditions of urban subcultures. Modern urban folklore*. Moscow: Publishing House of the RSUH, 2003, pp. 34–85. (In Russian)
13. Schepanskaya T. B. Microeconomics of youth subcultures. *Ethnographic review*, 2008, no. 1, pp. 42–55. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=10080216> (In Russian)
14. Topilina E. S. Dialectics of Interaction between Culture, Youth Culture, and Subculture of Youth in the Framework of Social and Philosophical Discourse. *ISOM*, 2011, no. 1-2, pp. 14–19. (In Russian)
15. Medvedev K. E. Youth public associations: the barrier of stereotype. *Bulletin of the Saratov State Technical University*, 2013, no. 1 (69), pp. 249–255. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19415749> (In Russian)
16. Khasuev A. E. The Internet as a tool for youth protests: Russian and international experience. *Regional Development*, 2015, no. 3, pp. 8. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23732594> (In Russian)
17. Kobyzeva V. O. Features of virtual communication in the everyday communication practices of young people. *SSIS*, 2010, no. 1, pp. 116–118. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15286822> (In Russian)
18. Melnikov M. V., Moiseeva Z. F. The boundary between personal and public space and its features on the example of the Instagram social network. *Theory and practice of social development*, 2016, no. 10, pp. 32–37. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27162035> (In Russian)
19. Artashkina T. A., Kiseleva V. A. Specificity of the information product of the Instagram social network. *Philosophy of Education*, 2016, no. 5 (68), pp. 41–58. DOI: 10.15372 / PHE20160505 <https://elibrary.ru/item.asp?id=27298674> (In Russian)
20. Kolpakov V. V. Social networks as a means of political culture. *Development of social sciences by Russian students: collection of scientific works*, 2017, pp. 21–25. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29763051> (In Russian)
21. Tishkov V. A., Barash R. E., Stepanov V. V. Identity and Life Strategies of Students in Russia. *Sociological Studies*, 2017, no. 8, pp. 81–87. DOI: 10.7868 / S0132162517080098 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30003832> (In Russian)
22. Detochenko L. S., Magranov A. S. Civic Identity of Modern Student Youth: Features and Transformation Factors. *Sociological Studies*, 2018, no. 8 (412), pp. 108–116. DOI: 10.31857 / S013216250000766-5 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35787320> (In Russian)
23. Pasovets Yu. M., Bepalov D. V. Attitude of socially active youth to leadership. *Bulletin of the Novosibirsk State Pedagogical University*, 2018, vol. 8, no. 2, pp. 77–101. DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1802.05> (In Russian)
24. Bokova O. A., Grigoricheva I. V., Rybina I. S., Chetoshnikova E. V., Melnikova Yu. A. Systemic factors of the personality of students engaged in voluntary activities. *Bulletin of Novosibirsk State Pedagogical University*, 2018, vol. 8, no. 5, pp. 91–106. DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1805.06> (In Russian)
25. Kornienko N. A. The moral state of modern Russian society is the basis for the formation of students' civic identity. *Philosophy of Education*, 2018, no. 1 (74), pp. 116–138. DOI: 10.15372 / PHE20180113 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32844594> (In Russian)
26. Ivanova S. V., Pastukhova L. S. On the concept of “civil identity” and the ways of its formation among young people. *Philosophy of Education*, 2018, no. 3, pp. 3–18. DOI: 10.15372 / PHE20180301 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36276945> (In Russian)
27. Ushakov D. V., Kostyuk V. G. Who are you and with whom, the future masters of Russian culture? *Philosophy of Education*, 2016, no. 1 (64), pp. 70–76. DOI: 10.15372 / PHE20160107 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25871807> (In Russian)

28. Nemirovsky V. G., Nemirovskaya A. V. Social competitiveness: chances of success among young people and adults. *Sociological Journal*, 2018, vol. 24, no. 2, pp. 135–149. DOI: 10.19181/soc-jour.2018.24.2.5848 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35155156> (In Russian)
29. Blinova T. V., Vyalshina A. A. Structure of informal employment of young people on the Russian labor market. *Sociological studies*, 2018, no. 4 (408), pp. 61–72. DOI: 10.7868/S0132162518040074 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34904613> (In Russian)
30. Efimova G. Z., Shafranov-Kutsev G. F. Competitiveness of working youth on the basis of self-assessments (according to research in the Tyumen region). *Sociological Studies*, 2018, no. 8, pp. 102–107. DOI: 10.31857/S013216250000765-4 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35787318> (In Russian)
31. Vasiliev L. I., Zaglyadina O. N. Problems of self-organization in the context of dynamic interaction between students and the environment. *Philosophy of Education*, 2017, no. 2 (71), pp. 58–65. DOI: 10.15372/PHE20170208 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29204089> (In Russian)
32. Nalivaiko N. V., Kosenko T. S., Yakovleva I. V. Modern personality in the information space: possibilities of education. *Philosophy of Education*, 2017, no. 4 (73), pp. 143–152. DOI: 10.15372/PHE20170414 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30754582> (In Russian)
33. Usynina N. I. Definition of the essence of the concept «Youth». *Bulletin of Udmurt University. Series «Philosophy. Psychology. Pedagogy»*, 2013, no. 1, pp. 26–28. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19037091> (In Russian)
34. Belousova M. M. Youth culture in modern society. *Scientific Gazette of Belgorod State University. Series: Philosophy. Sociology. Right*, 2007, no. 1, pp. 217–221. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17431976> (In Russian)
35. Kostina A. V., Flier A. Ya. Three types of culture – three functional life strategies. *Vestnik of CHG-AKI*, 2009, no. 2 (18), pp. 23–36. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12500153> (In Russian)
36. Baudrillard J. *The Consumer Society: Its Myths and Structures*. Transl. with fr. Moscow: Republic: Cultural Revolution, 2006, 268 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002917556> (In Russian)
37. Lukov M. V. Ordinary culture and the culture of everyday life. *Knowledge. Understanding. Skill*, 2005, no. 3, pp. 199–203. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11031447> (In Russian)
38. Markov B. V. *Temple and market. Man in the space of culture*. Saint-Petersburg: Aletheia Publ., 1999, 296 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000615131> (In Russian)
39. Ilyin A. N. Consumption society and its essential features. *Values and meanings*, 2013, no. 6 (28), pp. 22–36. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20931662> (In Russian)
40. Ilyin A. N. *Culture of a consumer society: critical thinking*: a monograph. Omsk: Publishing house of OmGPU, 2014, 205 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007917736> (In Russian)
41. Kondratyev N. D. *Large conjuncture cycles and the theory of foresight*: selected works. Moscow: Ekonomika Publ., 2002, 765 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000964183> (In Russian)
42. Lvov D. S. *Effective management of technical development*. Moscow: Economy, 1990, 255 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001566168> (In Russian)
43. Glazyev S. Yu. *The theory of long-term technical and economic development*: a monograph. Moscow: VlaDar Publ., 1993, 310 p. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29378879> (In Russian)
44. Glazyev S. Yu. *Choice of the future*. Moscow: Algorithm Publ., 2005, 350 p. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002791808> (In Russian)
45. Kucheruk O. A. The essential content of modern youth mass culture. *Humanitarian, socio-economic and social sciences*, 2015, no. 9, pp. 38–42. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24260902> (In Russian)

Received December 15, 2018

Поступила: 15.12.2018

Accepted by editors April 29, 2019

Принята редакцией: 29.04.2019