



DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-4-1052-1067

EDN: PUEFED

Молодежные некоммерческие организации России: политика идентичности и коллективное «я»*

Г.Ф. Габдрахманова¹, Р.Д. Галиуллин²

¹Институт истории им. Ш. Марджани Академии наук Республики Татарстан,
ул. Батурина, 7, Казань, 420111, Россия

²Санкт-Петербургский горный университет имени императрицы Екатерины II,
Васильевский остров, 21 линия, 2, Санкт-Петербург, 199106, Россия

(e-mail: medi54375@mail.ru; rd.galiullin@gmail.com)

Аннотация. Последнее десятилетие в России характеризуется становлением институционального общественного активизма, что выражается в появлении его новой, законодательно закрепленной формы — социально ориентированной некоммерческой деятельности. Задачи статьи — понять основания групповой идентичности молодежных социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО) и выявить значимые для них социальные идеи, лежащие в основе идентичности российской молодежи. Исследование опирается на концепцию идентичности, интерпретирующую смысловые идеи движений, и на модель мобилизации ресурсов, позволяющую изучить коллективное «я» молодежных СОНКО. Такая методологическая рамка представляет активизм российской молодежи как многоуровневую систему коллективного действия. Эмпирическую базу исследования составили: перечень заявок, поданных СОНКО в Фонд президентских грантов для получения финансовой поддержки в 2017–2023 годы; интервью с лидерами молодежных организаций Республики Татарстан; включенное наблюдение на церемониях открытия и закрытия летних лагерей двух молодежных объединений; авторский опрос молодежи Республики Татарстан и опросы молодежи России, проведенные ВЦИОМ и Левада-центром (1). Как показали результаты исследования, в повестку СОНКО входит формирование социальной (в плане социализации), локальной и национально-гражданской идентичности молодого поколения. Так, четкая ассоциированность с Россией, несмотря на разную тематику организаций, обязательно прослеживается в значимых мероприятиях благодаря государственной символике и выступлениям лидеров. Общественники готовы повышать компетенции по отдельным профессиям и участвовать в формировании пула молодых активистов как отдельной профессиональной группы с соответствующими знаниями и умениями. Основанием групповой идентичности молодежных СОНКО выступает их самовосприятие в качестве посредника между властью и молодым поколением, способного выявлять, актуализировать и прививать молодежи разнообразные интересы. Дальнейшее влияние СОНКО на социализацию молодежи и ее идентичность будет в значительной степени определяться отношением населения России к новому типу общественного активизма.

*© Габдрахманова Г.Ф., Галиуллин Р.Д., 2024

Статья поступила в редакцию 12.07.2024. Статья принята к публикации 14.10.2024.

Ключевые слова: молодежь; социально ориентированные некоммерческие организации; политика идентичности; групповая/коллективная идентичность; смыслы; ресурсы; активизм

В России после 2010 года были приняты поправки к Федеральному закону «О некоммерческих организациях», благодаря которым в политико-правовом поле появилось понятие «социально ориентированная некоммерческая организация» (далее — СОНКО). Для таких объединений очерчен круг деятельности и утверждена обязанность органов государственной власти и местного самоуправления по оказанию им приоритетной поддержки. Такая легитимизация — признак восприятия СОНКО властью в качестве институтов гражданского общества [3. С. 277]. Поскольку механизмы диалога властных структур с гражданским обществом задают общие «правила игры», формируют общественную систему с ее влиянием на ценности, коллективную идентичность, доверие и солидарность [13. С. 6], необходимо изучать репертуар идей и групповых действий нынешних СОНКО как задающих повестку на ближайшее будущее страны. По состоянию на 12 марта 2024 года в реестр СОНКО входят 51541 общественных союзов (2), и доля молодежных объединений среди них составляет четверть [17. С. 9]. Внимание к таким союзам со стороны Президента России В.В. Путина (3) подчеркивает их субъектность в поле политики и участие в формировании гражданственности подрастающих поколений.

Для выявления оснований групповой идентичности молодежных СОНКО перспективным видится изучение изменений во взаимоотношениях общественных движений и государства на разных уровнях [26. С. 382], связанных с появлением новых средств коммуникации, транснациональных сетей и «политических возможностей» [28]. Наблюдается постепенный отказ от нормативных оценок и привязки типов гражданства к политическому режиму, фиксируется изменчивость типов активизма в разных политических системах [8. С. 177], его включенность в повседневную жизнь [14. С. 21]. Активисты реже ставят перед собой экономические или политические цели, больше озадачиваясь поиском оснований автономии, идентичности и солидарности в поле институциональных структур постиндустриального общества [16. С. 138]. Активисты конкурируют с государством за право производить и распространять ценности и идентичности. Само появление концепта «идентичность» связано с развитием общественных движений в странах Западной Европы [6. С. 495] с акцентом на поиске и обретении нового «я», с установкой на постиндустриальные ценности [5. С. 110]. А. Мелуччи, размышляя о причинах новой волны общественной мобилизации, вслед за А. Туреном, придавшим групповой идентичности качество центральной характеристики общественных движений [29. С. 393], предложил инструментальную модель их коллективного «я»: групповая идентичность состо-

ит из когнитивного (представления об общих целях, средствах и сферах деятельности), коммуникативного (переговорный процесс между участниками движения о его смыслах) и эмотивного (эмоциональные контакты как основа связности движения) компонентов [25. С. 343]. Этот подход применялся и в России [4].

Методологическим основанием для выявления значимых для СОНКО социальных идей, определяющих идентичность российской молодежи, видится концепт «политика идентичности», т.е. смысловые значения активизма, распространяемые посредством событий и акций [26. С. 198; 9. С. 10]. Среди акторов политики идентичности выделяют гражданских активистов и общественные организации, иницирующие значимые темы идентичности [19. С. 172] и приобретающие тем самым «символический капитал» для конструирования социального пространства [2]. Поле политики идентичности характеризуется конкуренцией идентичностей конкретных групп и выражается в их целенаправленных действиях [9. С. 10]. Анализ политики идентичности с позиций социального конструктивизма оказывается весьма плодотворным для изучения производства идентичности молодежи.

Оценка движений как неотъемлемого спутника общества, действующего с позиции рациональной оценки ресурсов, — причина изучения их организационной структуры и политических возможностей для удовлетворения социальных интересов. Ресурсы — возможности, предоставляемые движению обществом, а мобилизация ресурсов — их получение и использование [5. С. 65]. На то и другое влияет структура политических возможностей: в России она связана с историей советского активизма [21], демократическими инновациями на раннем постсоветском этапе [20], обусловившими появление новых акторов в общественной жизни [7], особенностями взаимодействия организаций граждан и государственных структур [10; 12]. В США и Западной Европе политико-культурный контекст общественных движений определил специфичный дизайн их институционализации и этноцентричный характер теорий [5. С. 5, 7], нацеленных на оценку результативности активизма для изменения политических режимов, поэтому важны социокультурные последствия активизма, т.е. конструируемая политики идентичности.

В качестве источника данных о современном активизме в России была выбрана открытая база заявок СОНКО за 2017–2023 годов (N=126587), поступивших в Фонд президентских грантов (4). На сайте фонда размещены сведения о грантозаявителях и темы заявок, которые были рассмотрены как социальные идеи для воплощения в общественной работе. Такие идеи влияют на идентичность молодежи, т.е. она конструируется акторами на основе доступных им культурных материалов для переопределения своего положения в обществе и трансформации его структуры [23. С. 8]. Мы прибегли к возможностям искусственного интеллекта — редактору ReplitAI и чат боту chatGPT. Оба инструмента использовались для напи-

сания специального кода на языке Python. ReplitAI выполнял задачу написания кода для фильтрации проектов на первой, обобщенной стадии, chatGPT давал возможность их конкретизации, уточнения. На первом этапе кодирования осуществлялась загрузка модели обработки естественного языка (Natural Language Processing, NLP) с использованием библиотеки spaCy. Код должен был считывать перечень ключевых, определенных нами слов и преобразовывать их в лемматизированные формы для улучшения точности поиска. Затем определялась функция, которая использовалась NLP для определения, связан ли проект с какой-то конкретной или общей темой. База заявок на получение президентских грантов представляла собой таблицу Excel, поэтому функция применялась к каждому проекту в датафрейме (таблицах).

Разработанная методика позволила в течении 15 минут обработать базу заявок и получить желаемую информацию. Самым трудным оказалось составление списка ключевых слов, направленных на «выявление порождающей модели содержания текста» [18. С. 74], и латентное кодирование, ориентированное на поиск имплицитных значений [15. С. 68]. На первом этапе по основам слов «молод», «молодеж» удалось быстро выделить из базы проекты, связанные с молодежью (N=16852). На втором этапе потребовалось многократное обращение к перечню названий проектов для уточнения списка ключевых слов и определения принципов их объединения. Отдельный вопрос — последовательность перечня тем: наиболее эффективной стала фильтрация от меньшего к большему, т.е. в начале выделялись малочисленные темы. Несмотря на сложности, специально написанный код оказался эффективен для автоматического отбора и классификации проектов на основе ключевых слов.

Для изучения оснований группой идентичности молодежных СОНКО были проведены интервью с лидерами таких организаций в Республике Татарстан (N=14). Регион отличается высокой общественной активностью (в 2023 году занял 6 место в России по финансированию СОНКО) (4), а его полиэтничный характер может влиять на молодежные объединения. Также были проведены включенные наблюдения на церемониях открытия и закрытия летних лагерей двух молодежных СОНКО — национально ориентированного «Сэлэт» и «Скаутов Татарстана». Наблюдение за мероприятиями объясняется значением праздников, ритуалов и церемоний для легитимации политических сообществ [21]. Наблюдение предполагало полное и детальное описание «текста» события — фиксацию речей организаторов и используемых ими технических средств для репрезентации продвигаемых идентичностей [24]. В статье используются данные опросов ВЦИОМ, Левада-центра и авторского опроса молодежи Татарстана (2019, N=1250), проведенного по квотной выборке (параметры — пол, возраст, национальность, место проживания).

СОНКО в политике идентичности

Российские СОНКО, работающие по молодежной тематике, — обязательные участники конкурсной кампании Фонда президентских грантов. Их доля колеблется от 12 % в 2022 году до 15 % в 2018 году. До 2020 года наблюдался рост СОНКО, связанных с молодежью, снижение их численности в 2023 году объясняется уходом западных кампаний, финансировавших третий сектор, и повышением конкуренции между организациями вследствие введения новых высоких требований Фондом [1]. Анализ тем проектов показывает разнообразие повестки политики идентичности молодежи, выдвигаемой СОНКО. В тройку самых популярных входят проблемы инклюзивности, локальных территорий и девиации: ежегодно это каждый четвертый-пятый проект, за исключением 2023 года, когда первой проблеме было посвящено 42 % заявок (Табл. 1).

Таблица 1

Тематика заявок молодежных СОНКО, поданных в Фонд президентских грантов, ед.

Темы	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Всего
Инклюзия	450	614	568	865	767	808	545	4426
Локальная территория	361	514	521	616	544	534	252	3342
Девиация	328	454	398	581	466	518	224	2969
Здоровый образ жизни	160	275	261	340	296	272	139	1743
Образование, просвещение, soft skills	217	271	274	239	287	253	153	1694
История	122	161	167	188	157	146	70	1011
Гражданственность	85	140	91	86	73	73	30	578
Культура	35	54	56	47	69	58	22	341
Экология	31	55	40	44	49	67	19	305
Этническое и межнациональное	31	44	34	37	33	36	21	236
Другое	23	38	34	35	28	32	17	207
Всего	1843	2620	2444	3078	2769	2797	1301	16852

Значимый акцент молодых общественников на проблемах исключаемых социальных групп (лиц с редкими заболеваниями и их семей, тех, кто оказывается в трудной жизненной ситуации — людей с ограниченными возможностями, детей-сирот, воспитанников детских колоний и интернатов, детей из неблагополучных семей) подчеркивает стремление активистов к привитию

молодым поколениям базовых ценностей, связанных с заботой и поддержкой уязвимых социальных групп. Связаны с вопросами формирования социальной идентичности молодежи и проекты, посвященные работе с девиантами и профилактике отклоняющегося поведения в молодежной среде. СОНКО готовы организовывать досуг исключаемых, реабилитационные и кризисные центры, службы поддержки, создавать безбарьерную городскую среду, осуществлять социальное сопровождение и защиту прав с помощью объединения данных категорий, их вовлечения в спорт, социальные и культурные проекты и особенно их обучения в специальных школах, лагерях и центрах дополнительного образования, а также подготовки специальной литературы по адаптации и привитию профессиональных компетенций исключаемых.

Другая часто встречающаяся тема — локальная территория. Молодые общественники озабочены перспективами развития городских и сельских территорий, видят решение в активизации местного предпринимательства и освоении населением современных технологий. Тем самым проблематизируется идентификация молодежи с местом проживания, миграция в города и закрепление в местах проживания.

Отдельная группа молодежных проектов посвящена пропаганде здорового образа жизни с помощью спортивных и туристических мероприятий. Нередко в их названии прилагательные «спортивный» и «здоровый» употребляется одновременно со словами «патриотический» и «Россия», что подчеркивает заявку СОНКО на участие в политике гражданской идентичности. Активисты продвигают ассоциацию молодого гражданина России с человеком, ведущим здоровый образ жизни.

СОНКО акцентирует роль в гражданской идентичности молодежи истории — ей посвящены просветительские проекты о значимых событиях и личностях. Среди употребляемых слов-событий и слов-символов доминируют: Великая Отечественная война, победа, партизан, Невский, реконструкция, следопыт, битва, ВЛКСМ, память, Петр I, солдат, история ТАССР, космос, история славы, защитник, Ржевская битва. Военно-патриотическая направленность проектов подчеркивается эмоциональными формулировками — «молодежные элиты», «будущее России», «Россия вперед». Нередко к проектам привлекается казачество, офицеры в запасе, ветераны МВД — для воспитания молодежи через военную историю России. Связана с гражданской идентичностью и идея общественной дипломатии: СОНКО готовы участвовать в укреплении межгосударственных связей, в продвижении интересов России за рубежом.

Наконец, весьма распространена заявка СОНКО на выполнение просветительских, образовательных функций и на формирование лидеров из числа молодежи. Для этого предлагается организовывать площадки для подготовки молодежи к выбору профессии, наращиванию профессиональных компетенций, развитию soft skills. Общественники готовы учить молодежь навыкам проектной деятельности, в том числе социально ориентированной.

Новое содержание активизма подчеркивает название одного из проектов — «Молодежные НКО. От энтузиазма к профессионализму». Много внимания в заявках уделяется объединению профессиональных сообществ из числа активной молодежи — предпринимателей, ученых, педагогов, юристов, рабочих, «будущих политиков».

В тройку наименее распространенных тематик вошли «культура», «экология», «этническое и межнациональное». Активисты заинтересованы в организации спектаклей и творческих фестивалей, создании мультфильмов, открытии мастерских и студий. Экологическая тематика представлена в основном просветительскими проектами по привитию экологической культуры детям и молодежи. Изучение народных промыслов и ремесел, поддержка русского языка и языков народов России, социокультурная адаптация иностранных студентов, проведение форумов православной, старообрядческой, мусульманской, финно-угорской молодежи и этнических сообществ — значимые для общественников направления работы, связанные с гармонизацией межэтнических отношений.

Молодежные СОНКО «изнутри»

Анализ интервью с лидерами молодежных СОНКО Татарстана позволил выявить когнитивные основания их коллективного «я». Общая цель активистов — создание посреднического «звена между молодежью и государством», «нейронов, которые их связывают». Однако чаще во время интервью они апеллировали к категории «интерес», считая его формирование у молодежи своей приоритетной задачей — чтобы «каждый был при деле», участвовал «в чем-то созидательном», мог «найти себя». СОНКО сравнились с теплицей, в которой «выращиваются» интересы молодежи, с «площадкой для развития инициатив», который общественники должны «слышать, чувствовать и использовать».

Для формирования и развития интересов молодежи активисты прибегают к событийной стратегии и социальному проектированию: организуют мероприятия локального (например, для одного школьного класса) и регионального уровня с разным охватом (от 3–5 до тысячи человек). Мероприятия могут быть постоянными (студенческая весна, скаутские подходы) или спонтанными (акции в память о трагедии), иметь разную форму (акции, творческие фестивали, конкурсы, специализированные лагеря, соревнования), проводиться на средства грантов или по заказам крупных предприятий для популяризации труда рабочего, сельского образа жизни, привития компетенций. Лидеры учат новичков организовывать «мероприятия под ключ», придумывать проекты, прокачивают их на тренингах и мастер-классах, подчеркивая, что главное — наличие «объединяющей идеи».

Еще одна цель активистов — диагностика интересов молодежи. Для этого они прибегают к наблюдению, личному и групповому офлайн и онлайн об-

щению, целевой работе с потенциальными членами организаций (например, победителям школьных олимпиад рассылаются приглашения на мероприятия). Так улавливаются современные молодежные тренды, а организации *«подстраиваются под них»*. Свою наставнически-диагностическую миссию лидеры объясняют отсутствием *«единой системы развития от школьной скамьи до университета»*, дефицитом дружеского окружения у детей и молодежи. Они готовы *«помочь молодым людям найти свой путь, реализовать себя»*, стремятся настроить молодежь *«на то, что любой вопрос можно решить честно»*, отвлечь подростков от негатива и заняться их просвещением.

Наряду с общими когнитивными основаниями коллективного «я», в молодежных СОНКО прослеживаются специфические представления о целях общественной деятельности, которые задает территориальный статус и тематическая направленность организаций. Можно выделить пять типов групповой идентичности СОНКО Татарстана: гражданско-патриотический тип характерен для отделений федеральных движений «Юнармия», «Волонтеры Победы», «Молодая гвардия Единой России» и ряда республиканских организаций (например, объединения «Отечество»); профессиональный тип — для филиалов общероссийских организаций (российские студенческие отряды) и местных инициатив (Аграрное молодежное объединение, Союз молодежи предприятий и организаций РТ); связанный с интеллектуальным развитием и творчеством (Созвездие-Йолдызлык, КВН РТ, Академия творческой молодежи, «Свободная территория» в Набережных Челнах); национально-языковой (Молодежная ассамблея народов Татарстана, Всемирный форум татарской молодежи, Молодежный общественный фонд «Сэлэт», «Безнең яшьләр»); ситуативный — когда *«направления меняются, исходя из интересов членов организации»* (Лига студентов, Молодежный комитет Альметьевского района). Повестка коллективной идентичности СОНКО определяет направленность задач: одни лидеры заинтересованы в развитии территорий, другие — в популяризации науки, развитии творческих способностей, воспитании чувства гордости за этническую общность, повышении знаний и престижа татарского языка путем создания среды общения, третьи — в объединении работающей молодежи, занятой в разных отраслях и не знающей *«где себя проявлять»*.

Гайд интервью содержал просьбу дать оценку работы влиятельных молодежных СОНКО, и серьезная дискуссия возникла по поводу союзов гражданско-патриотической направленности. Их лидеры нацелены на военно-направленные проекты, приуроченные к событиям из истории страны, организацию специальных лагерей для изучения азов военной науки, поисковых экспедиций и архивной работы, поддержку ветеранов, посещение военных музеев, оборонных заводов и исторических реконструкций. По мнению экспертов, после участия в поисковых работах *«у ребят взгляды меняются... более взрослые, осознанные становятся»*, и 70 % участников военно-патриотических организаций поступают в военные учебные заведе-

ния. Активисты из других СОНКО считают, что *«одной военкой не возьмешь: я должен сначала полюбить страну, потом пойти на парад, а не пойти на парад, чтоб полюбить страну»*. Для них *«патриотизм — это любить свою Родину, знание традиций, осознание истории своей семьи, любовь к родному краю, малой родине»*; когда *«люди знают свое место в жизни... себя в этой стране видят»*, и личные достижения — главный показатель любви к Отечеству. Информанты допускают возможность привития патриотизма молодежи через культуру, детский туризм, видеопродукцию, интерактивные проекты, но форм *«к сожалению, мало»*, и *«очень многое зависит не от центра (Москвы)... делать будут местные власти»*.

Несмотря на разные тематические основания коллективного «я» молодежных СОНКО, все они на значимых мероприятиях придерживаются обязательных атрибутов — иницилируемых лидерами церемоний торжественного поднятия флагов России и Татарстана, совместного исполнения гимнов страны и республики, унифицированной, отражающей принадлежность участников движения к России и к организации одежды, требования к которой прописаны в уставах объединений. Так, на открытии лагеря «Белый волк» принятые в организацию ребята были одеты в синие рубашки: на левом плече расположена эмблема государственного флага, на левом рукаве — полукруглая нашивка организации «Скауты Татарстана», ниже — эмблема одного из действующих в Казани скаутских отрядов. Над карманом находится круглая нашивка «РСО» (Российская скаутская организация) и «годовые звезды» (маленькая звезда — один год членства, большая — пять лет, большая и маленькая — шесть), на кармане — бронзовая, серебряная или золотая эмблема («скаутская лилия»). Выступления лидеров организаций на важных церемониях всегда содержат упоминания России в контексте ее поступательного развития, что подчеркивает интенцию к формированию чувства сопричастности к общественной организации, продвижению общероссийской идентичности в молодежной среде.

Коммуникация в СОНКО построена по сетевому, вертикально-горизонтальному, офлайн/онлайн принципу. Каждая организация Татарстана имеет представительства в городах и районах республики (например, у «Юнармия» 49 муниципальных штабов, Аграрного молодежного объединения — филиалы в 39 районах, Молодежной ассамблеи народов Татарстана — 15 представительств). В распоряжении активистов отдельные помещения в школах, центрах дополнительного образования, вузах и Домах дружбы народов. В штат на постоянной основе могут входить бухгалтер, специалист пресс-центра и по социальным сетям, пиар-менеджер и офисный менеджер. СОНКО взаимодействуют с федеральными, республиканскими и муниципальными структурами, получают федеральные гранты, а также финансовую и организационную помощь от руководства региона, вузов, колледжей, крупных компаний, предпринимателей, родителей и иных частных лиц. Молодежные СОНКО Татарстана плотно взаимодействуют благодаря общим

интересам, стимулирующим участие общественников в мероприятиях друг друга. Нередко лидеры дружат и направляют потенциальных участников в специализированные организации. Однако была отмечена слабость межрегиональных связей между СОНКО — важно *«масштабировать конкретную практику с одной территории по другим»*.

СОНКО представлены во всех мессенджерах, нередко имеют прямую связь с местными СМИ и учебными заведениями, проводят пресс-конференции на крупных городских мероприятиях, выезжают в районы для самопрезентации и знакомства с местной молодежью. Агитация в социальных сетях оценивается как *«самое лучшее»*, хотя будущих членов молодежных организаций приводит и старшее поколение, родители, нередко имеющие опыт общественной работы.

Эмоциональные связи в молодежных СОНКО часто выстраиваются на чувстве долга и *«зове души»*. Одна часть СОНКО — *«люди с активной гражданской позицией, которые что-то хотят реально изменять»*, другой части *«интересно что-то новое»*, третьи руководствуются рациональными целями: *«В крупных общественных объединениях очень велика вероятность, что после определенного опыта деятельности могут забрать в исполнительный комитет»*. Организуемое некоторыми СОНКО стажерство в органах государственной и муниципальной службы оценивается как *«шанс показать себя»*: *«мало кого из общественников потом не забирали на работу»*, т.е. СОНКО — *«структура, дающая молодые, перспективные кадры для многих отраслей»*. Кстати, высокое значение участию в общественных организациях для социальной мобильности придают 76 % россиян (5).

Готово ли российское общество и молодежь к новой общественной активности?

В России растет запрос на вовлечение молодежи в общественно-политическую жизнь (в 2019 году — 90 % респондентов), и все большее число россиян соглашается с необходимостью государственной поддержки общественных организаций: в 2022 году по сравнению с 2012 годом доля респондентов, считающих, что власти должны поддерживать инициативы молодежи, увеличилась на 13 % и составила 82 % (5). За это же время на 9 % увеличилось число тех, кто стал замечать общественную активность российской молодежи (хотя 48 % таковой не видят вовсе (6)). 69 % имеющих детей/внуков до 30 лет хотели бы видеть их в общественных организациях (7).

В то же время социологические данные показывают несколько противоречий в развитии нынешней общественной активности молодежи. Во-первых, отсутствует консенсус в отношении того, какие идеи молодого поколения должно поддерживать государство [11]. Мнения опрошенных в 2022 году разделились поровну: одни высказались за поддержку всех начинаний молодежи, другие — только самых значимых проектов (по 41 %) (8). Во-вторых, от-

существует единое понимание, кто должен руководить молодежными СОНКО: половина видит в этом качестве представителей среднего возраста, 18 % — старшего, 24 % — молодежь. Статистически значимых различий в ответах возрастных групп практически не наблюдается, т.е. даже молодое поколение пока не претендует на руководящую роль в СОНКО.

Относительно взаимодействия государства с молодежью мнения россиян разделяются практически в равных долях: 42 % считают, что молодежные организации и движения должны находиться под контролем государства (чем старше респонденты, тем активнее поддерживают эту точку зрения), 47 % — что «государство должно способствовать развитию таких организаций, но не вмешиваться в их работу» (62 % среди 18–24-летних). Для опрошенных в нашем исследовании эта проблема связана с правом выбора молодежи, включения/исключения ее из общественных отношений: *«Если оно [право выбора] есть, они чувствуют себя хозяевами судьбы, и они будут это делать [проявлять активность]. Если же этого выбора нет, они либо погаснут, либо будут выражать протест»*. Как найти баланс между патернализмом и обеспечением конструктивной свободы молодого поколения — вопрос, который пока остается без ответа.

Еще один сложный вопрос — включение молодого поколения в СОНКО. В 2018 году 55 % 18–35-летних и 30 % респондентов средних и старших возрастов заявили об участии в общественных и политических организациях (9). В 2019 году 40 % 18–24-летних и 44 % 25–34-летних отметили, что им неинтересна деятельность молодежных общественных организаций (по стране 28 %) (7). В нашем опросе молодежи Татарстана членство в общественных организациях подтвердили 40 %, а те, кто не участвует в них, объяснили свою позицию тем, что им *«не интересна общественная работа»*, *«не хочу заниматься бесплатно»*, *«мне не нравятся существующие организации»*, *«не нравятся лидеры»*, *«не устраивает деятельность существующих организаций»*, *«есть печальный опыт участия в общественной работе»*, *«мне там скучно»*, *«просто не хочу ничего делать»* (от 3 % до 12 %). Каждый третий такой респондент указал на *«нехватку времени из-за работы, семьи»* и отсутствие информации об общественных организациях, что подчеркивает необходимость поиска *«особых форм информационного взаимодействия»* СОНКО и молодежи.

Лидеры СОНКО отметили и дефицит тематик активности: как показал наш опрос, она ассоциируется у молодого поколения преимущественно с волонтерским движением, заметно реже со спортивными объединениями, творческими союзами, благотворительностью, экологическими организациями, религиозными и национально-культурными объединениями. Формирование и тиражирование разнообразных и внятных смыслов общественной активности будет способствовать самореализации молодежи не только в плане личной и социальной полезности обществу, но и в части накопления образовательного, профессионального и иных капиталов. Важность последнего

подчеркнули активисты, указавшие на высокую заинтересованность молодежи в саморазвитии. В числе причин отсутствия интереса молодежи к СОНКО лидеры назвали дублирование и имитационный характер некоторых общественных проектов, *«общественный туризм», выражающийся в участии подрастающего поколения в мероприятиях под административным давлением и в понимании “что их используют”*», перетягивание министерствами и ведомствами деятельных молодых людей и появление у них усталости, в целом *«массовое безразличие»* молодежи (хотя отмечалось, что активизм не может быть всеобщим по определению).

Последнее десятилетие в России характеризуется появлением нового типа активизма. Его черты — институционализация и обновление коллективного «я», продвигаемых идей и коллективных действий, позволяющих общественникам претендовать на завоевание социального пространства с помощью специфических смыслов и средств. В повестку конструируемой молодежными СОНКО политики идентичности входит, прежде всего, включение в общественные отношения и привитие базовых общероссийских ценностей, далее следует формирование локальной и национально-гражданской идентичности. Для укрепления гражданской компоненты идентичности активисты, как правило, прибегают к военно-патриотической тематике и к пропаганде здорового образа жизни. Значимой частью политики идентичности российской молодежи, продвигаемой СОНКО, выступает ориентация на образовательную деятельность и продвижение профессиональных идентичностей. Активисты готовы повышать компетенции по отдельным профессиям, участвовать в формировании пула активистов как профессиональной группы с соответствующими знаниями и умениями, т.е. СОНКО становятся ресурсом пополнения профессионального и властного слоев российского общества. Крайне необходимая в условиях глобальной турбулентности тема консолидации российского общества дополняется в молодежной среде политикой локальной идентичности, ее сосредоточением на местных, повседневных проблемах молодого поколения.

Примечания

- (1) АНО «Левада-Центр» внесена Министерством юстиции в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.
- (2) Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 года № 1290 // URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko>.
- (3) Видеообращение Президента Республики Татарстан к участникам первого съезда Российского движения детей и молодежи 18 декабря 2022 года // URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/70097>.
- (4) Распределение грантов по регионам в 2023 году // URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--plai/public/regional-finance-result/2023>.

- (5) Расширенная подборка данных ВЦИОМ к тематическому выпуску «Гражданский активизм» // URL: https://profi.wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/rasshirennaya_podborka_dannyh_wciom_032021.pdf.
- (6) База результатов опросов россиян «Спутник» // URL: <https://clck.ru/3BrZH3>.
- (7) Молодежный активизм = общественная польза? // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/molodyozhnyj-aktivizm-obshchestvennaya-polza>.
- (8) Общественная активность молодежи // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/obshchestvennaja-aktivnost-molodezhi>.
- (9) Гражданский активизм российской молодежи // URL: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi>.

Библиографический список

1. Акулич М. Тренды в развитии и барьеры некоммерческого сектора // Социодиггер. 2023. Т. 4. № 10.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.
3. Васильева Е.А., Рубцова М.В. Мотивация государственной службы к взаимодействию с гражданским обществом: опыт республики Саха (Якутия) // Материалы X Международной социологической Грушинской конференции «Жить в России. Жить в мире. Социология повседневности». М., 2020.
4. Здравомыслова Е. Политика идентичности правозащитной организации «Солдатские матери Санкт-Петербурга» // Общественные движения в России: точки роста, камни преткновения. М., 2009.
5. Здравомыслова Е.А. Парадигмы западной социологии общественных движений. СПб., 1993.
6. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура. М., 2020.
7. Клеман К., Мирясова О., Демидов А. От обывателей к активистам. Зарождающиеся социальные движения в современной России. М., 2010.
8. Ключарев Г.А., Трофимова И.Н. Несколько «уроков» теории и практики гражданского образования // Политические исследования. 2016. № 1.
9. Малинова О.Ю. Политика идентичности как борьба за смыслы: Проблемы концептуализации // Символическая политика / Под ред. О.Ю. Малиновой. Вып. 5: Политика идентичности. М., 2017.
10. Мерсиянова И.В., Якобсон Л.И. Общественная активность населения и восприятие гражданами условий развития гражданского общества. М., 2007.
11. Омельченко Е.Л., Лисовская И.В. Молодежь как барометр будущего? Молодежная повестка в современной России сквозь мнения экспертов по молодежной политике // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2.
12. Патрушев С.В., Жаворонков А.В. Мерсиянова, И.В. Недяк И.Л. Трансформация политического, социального и гражданского в условиях господства: российский случай // Россия реформирующаяся: ежегодник / Под ред. М.К. Горшкова. Вып. 19. М., 2021.
13. Романов П., Ярская-Смирнова Е. «Две стороны одной монеты или одна сторона — двух...» (Предисловие) // Общественные движения в России: точки роста, камни преткновения / Под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М., 2009.
14. Савельева Е.А. Гражданская активность молодежи: варианты концептуализации понятия // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2013. № 2.
15. Семенова А.В., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М., 2010.
16. Скокова Ю.А. Социология общественных движений: возможности и ограничения основных теоретических концепций // Социологические исследования. 2014. № 3.
17. Современные молодежные организации России. Материалы VIII молодежного слета молодежного актива. М., 2018.

18. *Таршиш Е.Я.* Перспективы развития метода контент-анализа // Социология: 4М. 2002. № 15.
19. *Фадеева Л.А.* Идентичность как категория политической науки: исследовательское поле и когнитивный потенциал // Политическая наука. 2016. № 2.
20. *Халий И.А.* Современные общественные движения. Инновационный потенциал российских преобразований в традиционалистской среде. М., 2007.
21. *Хобсбаум Э.* Изобретение традиций // Вестник Евразии. 2000. № 1.
22. *Яницкий О.Н.* Фазы развития российского экологического движения // История и современность. 2007. № 2.
23. *Castells M.* The Information Age: Economy, Society, and Culture. The Power of Identity. Wiley, 2010.
24. *De Liddo A., Souto N.P., Plüss B.* Let's replay the political debate: Hypervideo technology for visual sensemaking of televised election debates // International Journal of Human Computer Studies. 2020. Vol. 145.
25. *Melucci A.* Getting involved: Identity and mobilization in social movements // International Social Movement Research. 1988. Vol. 1.
26. *Schlembach R., Nulman E.* Advances in social movement theory since the global financial crisis // European Journal of Social Theory. 2018. Vol. 21. No. 3.
27. *Snow D., Benford R.* Ideology, frame resonance and participant mobilization // International Social Movement Research. 1988. No. 1.
28. *Tarrow S.* Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics. Cambridge University Press, 1994.
29. *Touraine A.* Production de la societe. Paris, 1973.

DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-4-1052-1067

EDN: PUEFED

Russia's youth non-commercial organizations: Identity politics and the collective "I"*

G.F. Gabdrahmanova¹, R.D. Galiullin²

¹Marjani Institute of History of the Tatarstan Academy of Sciences,
Baturina St. 7, Kazan, 420111, Russia

²Empress Catherine II Saint Petersburg Mining University,
Vasilievsky Island, 21st line, 2, Saint-Petersburg, 199106, Russia

(e-mail: medi54375@mail.ru; rd.galiullin@gmail.com)

Abstract. The last decade in Russia is characterized by the formation of the institutional public activism, which is expressed in the emergence of its new, legislative form — socially oriented non-commercial activity. The article aims at examining the foundations of the group identity of the youth in such socially oriented non-commercial (non-governmental) organizations (SONGOs) and at identifying those significant social ideas that underlie the identity of the Russian youth. The study is based on the concept of identity, interpreting the ideas of youth movements, and on the resource mobilization model which allows us to study the collective "I" of the youth SONGOs. This

*© G.F. Gabdrahmanova, R.D. Galiullin, 2024

The article was submitted on 12.07.2024. The article was accepted on 14.10.2024.

methodological framework presents the Russian youth's activism as a multi-level system of collective action. The empirical base of the study consisted of the following: a list of applications submitted by SONGOs to the Presidential Grant Foundation for financial support in 2017–2023; interviews with leaders of youth organizations in the Republic of Tatarstan; participant observation at the opening and closing ceremonies of summer camps of two youth associations; the authors' survey of the youth in the Republic of Tatarstan and surveys of the Russian youth conducted by WCIOM and Levada Center (1). As the results of the study showed, the agenda of SONGOs focuses on social (in terms of socialization), local and national-civil identity of the younger generation. Thus, despite different tasks of youth organizations, a clear association with Russia is traced in all their significant events through state symbols and leaders' speeches. Social activists are ready to improve their competencies in certain professions and participate in the formation of a pool of young activists as a separate professional group with the relevant knowledge and skills. The basis of the group identity of youth SONGOs is their self-perception as an intermediary between the authorities and the younger generation, capable of identifying, actualizing and developing diverse interests of the youth. The further influence of SONGOs on the youth socialization and identity will be largely determined by the attitude of the Russian population to the new type of social activism.

Key words: youth; socially oriented non-commercial (non-governmental) organizations; identity politics; group/collective identity; meanings; resources; activism

References

1. Akulich M. Trendy v razvitiy i bariery nekommercheskogo sektora [Development trends and barriers of the non-profit sector]. *Sotsiodigger*. 2023; 4 (10). (In Russ.).
2. Berger P., Luckmann T. *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge]. Moscow; 1995. (In Russ.).
3. Vasilyeva E.A., Rubtsova M.V. Motivatsiya gosudarstvennoj sluzhby k vzaimodejstviyu s grazhdanskim obshchestvom: opyt respubliki Sakha (Yakutiya) [Motivation of public service to interact with civil society: The example of the Republic of Sakha (Yakutia)]. *Materialy X Mezhdunarodnoy sotsiologicheskoy Grushinskoy konferentsii "Zhit v Rossii. Zhit v mire. Sotsiologiya povsednevnosti"*. Moscow; 2020. (In Russ.).
4. Zdravomyslova E. Politika identichnosti pravozashchitnoj organizatsii "Soldatskie materi Sankt-Peterburga" [Identity politics of the human rights organization "Soldiers' Mothers of Saint Petersburg"]. *Obshchestvennye dvizheniya v Rossii: tochki rosta, kamni pretknoveniya*. Moscow; 2009. (In Russ.).
5. Zdravomyslova E.A. *Paradigmy zapadnoj sotsiologii obshchestvennykh dvizhenij* [Paradigms of the Western Sociology of Social Movements]. Saint Petersburg; 1993. (In Russ.).
6. Castells M. *Informatsionnaya epokha. Ekonomika. Obshchestvo. Kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow; 2020. (In Russ.).
7. Clement C., Miryasova O., Demidov A. *Ot obyvatelej k aktivistam. Zarozhdayushchiesya sotsialnye dvizheniya v sovremennoj Rossii* [From Ordinary People to Activists. Emerging Social Movements in Contemporary Russia]. Moscow; 2010. (In Russ.).
8. Klyucharev G.A., Trofimova I.N. Neskolko "urokov" teorii i praktiki grazhdanskogo obrazovaniya [Several "lessons" on the theory and practice of civil education]. *Political Studies*. 2016; 1. (In Russ.).
9. Malinova O.Yu. Politika identichnosti kak borba za smysly: Problemy kontseptualizatsii [Identity politics as a struggle for meaning: Issues of conceptualization]. Malinova O.Yu. (Ed.). *Simvolicheskaya politika. Vyp. 5: Politika identichnosti*. Moscow; 2017. (In Russ.).
10. Mersiyanova I.V., Yakobson L.I. *Obshchestvennaya aktivnost naseleniya i vospriyatie grazhdanami uslovij razvitiya grazhdanskogo obshchestva* [Social Activity of the Population and Citizens' Perception of the Conditions for the Development of Civil Society]. Moscow; 2007. (In Russ.).

11. Omelchenko E.L., Lisovskaya I.V. Molodezh kak barometr budushchego? Molodezhnaya povestka v sovremennoy Rossii skvoz mneniya ekspertov po molodezhnoy politike [Youth as a barometer of the future? The youth agenda in contemporary Russia in the perception of the youth policy experts. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsialnye Peremeny*. 2022; 2. (In Russ.).
12. Patrushev S.V., Zhavoronkov A.V., Mersiyanova I.V., Nedyak I.L. Transformatsiya politicheskogo, sotsialnogo i grazhdanskogo v usloviyah gospodstva: rossijsky sluchaj [Transformation of the political, social and civil under domination: The Russian case]. Gorshkov M.K. (Ed.). *Rossiya reformiruyushchayasya: ezhegodnik. Vyp. 19*. Moscow; 2021. (In Russ.).
13. Romanov P., Yarskaya-Smirnova E. “Dve storony odnoj monety ili odna storona — dvuh...” (Predislovie) [“Two sides of one coin or one side of two...” (Preface)]. Romanov P., Yarskaya-Smirnova E. (Eds.). *Obshchestvennye dvizheniya v Rossii: tochki rosta, kamni pretkoveniya*. Moscow; 2009. (In Russ.).
14. Savelyeva E.A. Grazhdanskaya aktivnost molodezhi: varianty kontseptualizatsii ponyatiya [Civil activity of the youth: Options for conceptualization]. *RUDN Journal of Sociology*. 2013; 2. (In Russ.).
15. Semenova A.V., Korsunskaya M.V. *Kontent-analiz SMI: problemy i opyt primeneniya* [Content Analysis of the Media: Problems and Application]. Moscow; 2010. (In Russ.).
16. Skokova Yu.A. Sotsiologiya obshchestvennykh dvizhenij: vozmozhnosti i ogranicheniya osnovnykh teoreticheskikh kontseptsij [Sociology of social movements: Possibilities and limitations of basic theoretical concepts]. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 2014; 3. (In Russ.).
17. *Sovremennye molodezhnye organizatsii Rossii. Materialy VIII molodezhnogo sleta molodezhnogo aktiva* [Youth Organizations in Contemporary Russia. Proceedings of the VIII Meeting of Youth Activists]. Moscow; 2018. (In Russ.).
18. Tarshis E.Ya. Perspektivy razvitiya metoda kontent-analiza [Prospects for the development of content analysis]. *Sotsiologiya: 4M*. 2002; 15. (In Russ.).
19. Fadeeva L.A. Identichnost kak kategoriya politicheskoy nauki: issledovatel'skoe pole i kognitivnyy potentsial [Identity as a category of political science: Research field and cognitive potential]. *Politicheskaya Nauka*. 2016; 2. (In Russ.).
20. Khaliy I.A. *Sovremennye obshchestvennye dvizheniya. Innovatsionnyy potentsial rossijskikh preobrazovaniy v traditsionalistskoy srede* [Contemporary Social Movements. Innovative Potential of Russian Transformations in the Traditionalist Environment]. Moscow; 2007. (In Russ.).
21. Hobsbawm E. Izobretenie traditsij [The invention of traditions]. *Vestnik Evrazii*. 2000; 1. (In Russ.).
22. Yanitsky O.N. Fazy razvitiya rossijskogo ekologicheskogo dvizheniya [Phases of the development of the Russian environmental movement]. *Istoriya i Sovremennost*. 2007; 2. (In Russ.).
23. Castells M. *The Information Age: Economy, Society, and Culture. The Power of Identity*. Wiley; 2010.
24. De Liddo A., Souto N.P., Plüss B. Let's replay the political debate: Hypervideo technology for visual sensemaking of televised election debates. *International Journal of Human Computer Studies*. 2020; 145.
25. Melucci A. Getting involved: Identity and mobilization in social movements. *International Social Movement Research*. 1988; 1.
26. Schlembach R., Nulman E. Advances in social movement theory since the global financial crisis. *European Journal of Social Theory*. 2018; 21 (3).
27. Snow D., Benford R. Ideology, frame resonance and participant mobilization. *International Social Movement Research*. 1988; 1.
28. Tarrow S. *Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics*. Cambridge University Press; 1994.
29. Touraine A. *Production de la societe*. Paris; 1973.