

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

Аутентичность и социальное окружение в контексте территориального неравенства на примере жителей ЦАО и ТиНАО в возрасте 18-35 лет

Научный руководитель – Михайлова Оксана Рудольфовна

Зубрилин Михаил Сергеевич

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: mszubrillin@edu.hse.ru

В последние годы запрос на аутентичность самопроявления набирает обороты как в повседневном пространстве, так и в медиа-поле. Противоречие, составляющее проблему к которой обращается данный доклад, заключается в том, что с одной стороны, на микро-уровне существуют отдельные поведенческие модели, транслирующие ценности, порождающие необходимость вести себя в согласии с субъективными, личными установками. При этом, на макроуровне культура аутентичности не касается отдельных индивидов [8], их участия в социальной жизни, т.к. глобально аутентичность существует как общественный “запрос”, а не как реально эксплицируемый набор паттернов отдельного индивида.

Наш подход заключается в понимании аутентичности сразу на нескольких уровнях: как умения преодолеть разрыв между внутренне заложенными желаниями, идеями и внешними нормами с одной стороны, и как периода развития культуры 19-го века с другой. В ходе исследования аутентичность была разбита на несколько наблюдаемых индикаторов: способность принимать реального себя, способность осознавать собственные чувства, способность противостоять общественному давлению, и способность выражать собственные убеждения.

Целью исследования стало выявить, существует ли связь между степенью аутентичности и социальным окружением человека в контексте территориального неравенства на примере жителей ЦАО и ТиНАО города Москвы (Россия) от 18 до 35 лет. Исследование основывается на онлайн опросе, проведенном среди 287 респондентов, проживающих в ЦАО и ТиНАО. Мы получили несколько ключевых выводов о их социальном окружении, аутентичности, и связи между двумя данными переменными.

Наличие среднего количества знакомых у жителей ТиНАО (что является довольно неожиданным результатом) можно объяснить тем, что низкий уровень материального благосостояния, характерный для жителей ТиНАО, вынуждает людей взаимодействовать в более или менее закрытом сообществе, основанном на слабых связях [4]. Для относительно новых округов (таких как ТиНАО) прочные связи продолжают иметь гораздо большее значение [7] в силу времени, проведенного в первичной группе, заложенной психологической и эмоциональной силы.

У жителей Центрального административного округа больше знакомых, чем друзей и членов семьи. Это объясняется тем, что в ЦАО присутствуют классические отпечатки культуры большого города [2]: базированность, стремление к индивидуализации, защита от психических раздражителей. Мы обнаружили, что частота общения со знакомыми, друзьями и членами семьи в среднем одинакова для жителей ЦАО и ТиНАО. Это можно

объяснить тем, что молодежная культура взаимодействия во многом основана на социальных сетях [3] и интернете в целом.

Жители ТиНАО неаутентичны по всем четырем аспектам. Не самые благоприятные условия (с точки зрения распределения благосостояния) вынуждают людей скрывать свой внутренний «голос», чтобы адаптироваться к текущим социально-экономическим условиям. Конформизм – это попытка подстроиться под большинство устоявшихся норм, чтобы продвинуться по социальной лестнице [6]. Можно предположить, что, поскольку жители ТиНАО находятся в нестабильной ситуации, они вынуждены использовать механизмы манипуляции, имитации подчинения, чтобы получить одобрение со стороны высших социальных слоев.

Что касается ЦАО: «красочность» и фасадность самого округа, возможно, способствовали сильному снижению аутентичности людей; ориентация политики округа на формирование «имиджа» приводит к потере эмоциональной и культурной глубины и ценности [10]. Тем не менее, количество аутентичных и неаутентичных жителей ЦАО в аспекте «способности принять себя настоящего» одинаково, а самопринятие – это ключ к достижению аутентичности во всех ее многочисленных проявлениях [5].

Исследование имеет ряд ограничений, включая случайность собранной выборки из-за спонтанного метода ее формирования [1] и тот факт, что онлайн-опрос может исказить правдивость ответов [9]. Предполагается, что жители ЦАО были более аутентичны, чем жители ТиНАО, за счет принятия себя и своих внутренних установок. Исследование также показало, что территориальный фактор сам по себе не оказывает существенного влияния на аутентичность поведения людей в социальном окружении.

Наше исследование может стать толчком для дальнейшего перехода от территориальности к более масштабным критериям разделения людей, например, как гендер влияет на способность принимать себя настоящего, осознавать свои чувства, противостоять социальному давлению, выражать свои убеждения, и связано ли это влияние с интенсивностью и количеством социальных контактов.

Источники и литература

- 1) Ali, I., Azman, A., Mallick, S. 2022. «Social Survey Method.» Principles of Social Research Methodology, 2022: 167-178. https://doi.org/10.1007/978-981-19-5441-2_12
- 2) Boy, J. 2021. «‘The metropolis and the life of spirit’ by Georg Simmel: A new translation.» Journal of Classical Sociology, vol. 21, Issue 2, 2021: 188-202. <https://doi.org/10.1177/1468795X20980638>
- 3) Decieux, J. 2018. «Social Media and Its Role in Friendship-driven Interactions among Young People: A Mixed Methods Study» SAGE Publications and YOUNG Editorial Group, vol. 27, Issue 1, 2018: 18-28. <https://doi.org/10.1177/1103308818755516>
- 4) Kavanaugh, L. 2005. «Weak Ties in Networked Communities.» The Information Society, 21(2), 2005: 119-131. <https://doi.org/10.1080/01972240590925320>
- 5) Kernis, M., Goldman, B. 2006. «A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research.» Advances in Experimental Social Psychology, 2006. 283-357 [http://doi.org/10.1016/S0065-2601\(06\)38006-9](http://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)38006-9)

- 6) Kim, D. 2021. «Increased Conformity to Social Hierarchy Under Public Eyes.» *Sec. Personality and Social Psychology*, vol. 12, 2021. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.636801>
- 7) Krackhardt, D. 1992. «The Strength of Strong Ties: The Importance of Philos in Organizations.» *Networks in the Knowledge Economy*, 1992: 216–219. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195159509.003.0008>
- 8) Robinson, O. 2013. «Authenticity, Social Context, and Well-Being in the United States, England, and Russia: A Three Country Comparative Analysis.» *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 44: 721-724. <https://publications.hse.ru/en/articles/146734474>
- 9) Ronald, D. 2002. «Advantages and Disadvantages of Internet Research Surveys: Evidence from the Literature.» *Field Methods*, vol. 14, Issue 4. 2002. 357-360 <https://doi.org/10.1177/152582202237725>
- 10) Sharon, Z. 2011. «Naked city : the death and life of authentic urban places.» *Internet Archive*, 2011: 17-23. <https://doi.org/10.2307/23042166>