

ВАСИЛЕНКО Степан Борисович — кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; SBVasilenko@fa.ru); ORCID: 0009-0005-1189-3726

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается эволюция глобальных ценностей в контексте социально-культурных преобразований последних десятилетий. Анализ основан на данных международных исследований, которые позволяют выявить ключевые тренды трансформации ценностных ориентиров в молодежной среде. Особое внимание уделяется феномену индивидуализма, ценностям самовыражения и культуре потребления. Статья также обсуждает формирование в США идеологии вокизма, меняющей представление о групповых и индивидуальных идентичностях. При поддержке корпоративного сектора и креативных индустрий в США вокизм как ценностная парадигма распространяется глобально.

Ключевые слова: глобальные ценности, ценности самовыражения, молодежь, вокизм

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Фининиверситету.

Текущий мир объединяется не только взаимосвязанными экономическими системами; он также оплетен сложной сетью идей и историй. Глобальные ценности включают в себя общие принципы, убеждения и нормы, которые выходят за пределы национальных границ и влияют на коллективное поведение людей, управление и международное сотрудничество [Pippa, Inglehart 2009]. Поскольку общества сталкиваются со сложными вызовами глобализации, понимание формирования, распространения и оспаривания этих ценностей имеет решающее значение. Цель данной статьи — критически проанализировать меняющийся ландшафт глобальных ценностей, исследовать, как они формируются, передаются через культурные и политические механизмы, а также то, как они влияют на глобальное управление и индивидуальную идентичность.

Анализ будет основан на различных источниках и затронет как объединяющий потенциал, так и противоречия, присущие попыткам установить универсальные системы ценностей в условиях культурного разнообразия. Во-первых, мы проанализируем соответствующие обобщающие опросы общественного мнения в разных странах, показывающие восприятие различных ценностных категорий. Во-вторых, мы рассмотрим пространство общественно-политических дискуссий в Соединенных Штатах Америки. Именно элиты и лидеры общественного мнения США претендуют на то, чтобы их мировоззрения являлись универсальными социальными феноменами. Президентства Дональда Трампа (2016–2020, с 2024 по н.в.) ознаменовали резкий поворот в ценностных ориентирах: переход от леволиберальной повестки, проводимой демократической партией, к республиканскому консерватизму. Формировавшиеся в США с 2010-х гг. *woke*-культура и практики *DEI* (*diversity, equity, inclusion*) стали предметом ожесточенных споров не только внутри страны, но и на глобальном уровне [Hénin, Salvador, Vermeren 2025]. Транслируемые США культурные и ценностные стандарты и тренды

(корпоративные практики, голливудские фильмы, сериалы от коллективного *Disney* и *Netflix*, поп-сцена и т.д.) стали перениматься национальными государствами, копироваться и встраиваться в глобальные коммуникационные цепочки.

Ценностный переход к самовыражению

В работе «Культурная эволюция. Мотивации людей меняются и меняют мир» известный американский социолог Рональд Инглхарт на основе многолетних кросс-национальных опросов общественного мнения (*The Values Surveys*) демонстрирует общую глобальную тенденцию перехода к постматериальным ценностям. Прежде всего, это принятие ценностных установок на самовыражение, которое особенно заметно в обществах с высоким уровнем дохода, в постиндустриальных обществах, где личная физическая безопасность вышла на высокий уровень. Этот процесс является постепенным, зависит от выбранного пути, экономических моделей и обусловлен региональным культурным наследием [Inglehart 2018].

Эта тенденция предполагает переход от обществ с традиционной культурой и коллективизмом к обществам, в которых приоритетными являются автономия и индивидуализм, толерантность в широком значении (к другим культурам, мнениям, сексуальной идентичности и т.д.) и политическое участие, выраженное в идеях демократии. То есть, речь идет о сложившемся мировоззрении, которое отходит от традиционных коллективистских норм, особенно тех, которые ограничивают самовыражение. Речь идет в т.ч. и об идентификации в категориях семьи, религиозной деноминации, этничности и т.д. [Santos, Varnum, Grossmann 2017].

Таким образом, общее направление (с 2010 по 2025 г.) указывает на усиление акцента на ценностях самовыражения и индивидуализма во всем мире. При этом сам Инглхарт достаточно оптимистичен в отношении ценностных перемен, утверждая, что общества, усвоившие ценность самовыражения, более счастливы и научились «максимизации субъективного благополучия» [Inglehart 2018]. Но здесь есть определенная оговорка, поскольку постулируется, что сопоставляются ценности выживания и самовыражения: по мере утверждения последних, то есть, по сути, физической безопасности, растет удовлетворенность жизнью.

Данная картина выглядит естественной, однако там, где речь идет о социальных институтах, появляются противоположные мнения, что коллективные ценности не только усиливают социальную сплоченность людей, но и влияют на их уровень удовлетворенности/счастья. Например, интерпретируя результаты исследований на широком примере опросов общественного мнения в Европе социолог Рууд Маффелс утверждает, что «приверженность социальным ценностям делает людей счастливее, так как побуждает их активнее участвовать в социальной жизни и выстраивать отношения» [Muffels 2022].

Более того, на предположения Инглхарта есть и другие возражения: освоение от групповых социальных обязательств не всегда приводит к положительным эффектам. Например, столкновение между локальными и глобальными ценностями может привести к разрыву между поколениями в семьях и сообществах [Gubernskaya 2010]. Одновременно больше всего рисков несут молодые поколения: хотя индивидуализм способствует развитию самостоятельности, но усиливается нестабильность в отношении карьеры, финансов и социальных связей, особенно в быстро меняющемся мире, полном тех-

нологических вызовов. Отсутствие стабильных систем поддержки и усиление давления, требующего самостоятельности, часто приводят к тревожности, одиночеству и пессимизму в отношении будущего. Молодежь при выборе карьеры уделяет приоритетное внимание самореализации и независимости. Однако это часто приводит к высокой конкуренции, стрессу и давлению, связанному с необходимостью добиться успеха [Petersen 2021].

Траектория такой культурной эволюции общества «самовыражения», по мнению многих социологов, привела не столько к формированию постматериального взгляда на жизнь в мире, сколько к новым формам и форматам потребления [Schmitt, Brakus, Biraglia 2022]. Социальные сети через популярные платформы и демонстрацию «красивой жизни» усиливают культ потребления, которому особенно подвержены молодые поколения. Для них потребление не сводится просто к удовлетворению потребностей, но имеет символическое значение и отражает социальный статус. Предметы и товары становятся знаками в системе коммуникации, где их ценность заключается скорее в том, что они символизируют (богатство, престиж или идентичность), чем в их практическом использовании [Pinheiro 2024].

При этом речь идет о глобальной тенденции, которая затрагивает множество регионов, в т.ч. и более консервативный мусульманский мир. Например, гиперпотребление, которое стимулировалось появлением огромных торговых центров и онлайн-магазинов, изменило традиционные покупательские модели в Объединенных Арабских Эмиратах, усилив при этом статусное и социально-экономическое расслоение жителей страны [Kazim 2018].

Расширение глобальных ценностей индивидуализма и самовыражения через потребление привело не только к социальной аномии в дюркгеймовском смысле ослабления моральных норм и социальных связей [Inglis 2011], но и к новой интерпретации либеральных постулатов. В течение 2010–2020-х гг. мы наблюдаем появление, а затем доминирование в западной информационной повестке ценностных нарративов и идей гендерного и постгендерного равенства, расовых привилегий, постидентичностей и «устойчивого развития» (ESG) под общим термином «вокизм» (англ. *woke-culture*), подразумевающим пробуждение, осознанность [Braunstein 2022].

Глобальные ценности от Соединенных Штатов

Трансформация глобальных ценностей произошла главным образом в Соединенных Штатах и обусловлена общественно-политическими особенностями. Но культурная диффузия, экономическая глобализация (особое значение здесь играют транснациональные корпорации) и ведущая роль США в индустрии развлечения привели к тому, что эта ценностная модель стала образцом для общественного подражания для многих других стран, ориентированных на американский рынок.

Изначально термин *woke* (пробужденный) возник в афроамериканских сообществах в начале XX в. и подразумевал необходимость учитывать в жизни проблему расовой дискриминации в США. Термин приобрел широкую популярность в 2010-х гг., в значительной степени благодаря таким движениям, как *Black Lives Matter* и *MeToo*. Активисты этих движений подчеркивали необходимость оставаться «пробужденными», поскольку сон — это метафора игнорирования или неприятия социальной несправедливости. Параллельно значение термина *woke* вышло далеко за привычный контекст и благодаря интересу к французской философии постструктурализма в американских студенческих кампусах стало частью более широкого дискурса о системати-

ческой дискриминации сексуальных, расовых и иных меньшинств [Sciora 2023].

При этом данная ценностная парадигма предлагает анализировать общественные структуры через принцип социального конфликта за власть между так называемыми привилегированными группами (гетеросексуальные белые мужчины высших классов) и всеми остальными стратами так называемых угнетенных. В качестве цели провозглашается деконструкция существующей иерархии и перераспределение власти в пользу «непривилегированных» групп для достижения новой модели социальной справедливости. Для сторонников *woke* такой подход означает прогрессивность, социальную сознательность и активную позицию против дискриминации [Grayling 2025]. Однако для различных критиков распространяемой за пределы США *woke*-культуры речь идет о постмодернистском искажении традиционных либеральных смыслов равенства всех перед законом, мультикультурализма, демократии, индивидуализма и защиты прав женщин [Williams 2022].

«Осознанные» активисты несли с собой в общественный дискурс нарративы о системном неравенстве в США и шире – в мире, связанном с расой, полом, сексуальностью и другими социальными категориями. Индивидуальное и коллективное освобождение от навязанных обществом социальных отношений стало частью новой ценностной парадигмы. Пересечение с радикальным феминизмом обозначило новый взгляд на женщин и мужчин, где постулируется необходимость избавиться от традиционных ролевых моделей в силу того, что они сконструированы так, чтобы удерживать структуру общества [Pillai 2023].

Эти идеи попали в русло более глобального тренда на «феминизацию» обществ, который наблюдается в последние десятилетия [Inglehart 2018]. Речь идет о том, что культурные и психологические черты, ассоциируемые с женственностью, становятся более заметными или выраженными в различных социальных, экономических и культурных контекстах. С одной стороны, этот тренд усиливается в силу увеличения присутствия женщин в образовательной сфере и на рынке труда как высококвалифицированных специалистов. Женщины играют все более важную роль в политике, науке и бизнесе. С другой стороны, «феминизации» способствуют маркетинговые кампании и реклама, которые стали во многом ориентироваться на женскую аудиторию в силу их возросшей покупательной способности [Moeller 2018].

Гендерное равенство с мужчинами стало частью более широкой политики прав человека и экономического развития. За этим показателем следят многочисленные опросы общественного мнения на Западе. Продвигается представление о том, что традиционные женские роли в семье теряют свою актуальность. При этом одновременно *woke*-повестка создает предпосылки и для переосмысления мужских гендерных ролей. Феминизация предполагает, что мужчины не обязаны соответствовать своим ролевым моделям, поскольку они навязаны обществом. По сути, постулируется переключаемость гендерных ролей, где у молодых людей нет какой-то фиксированной идентичности, за которую им бы следовало держаться.

Подобный плюрализм в отношении мужских и женских ролей приобретает в *woke*-культуре новое измерение – принятие широкого спектра гендерных идентичностей. То есть, происходит отрицание того, что существует только два биологических пола в пользу признания разнообразных трансгендерных идентичностей. Цифровые платформы, социальные сети и цитируемость в СМИ движений, продвигающих подобные идеи, привели к «нормализа-

ции» и институционализации различных гендерных идентичностей сначала в США, а затем глобально в других регионах мира [Daum 2022].

Этот тренд подхватывают крупные корпорации, такие как *Disney*, *Amazon*, *Netflix*, которые желают создать видимость «прогрессивности» и инклюзивности, продвигая разнообразие в гендерном самовыражении и идентичности. Это обуславливалось не только ценностным сдвигом, но маркетинговой целесообразностью, чтобы продавать товары и контент «усредненному», обезличенному потребителю, чьи гендерные грани должны были стираться. Информационные кампании по продвижению ценностей *woke* привели к еще большему присутствию и утверждению множественных гендерных идентичностей в публичной и частной сферах. Таким образом, корпоративная и общественная культура в США поощряла расширение гендерных рамок за пределы традиционных норм мужского/женского поведения [Ramaswamy 2021].

Делая шаг вперед, транснациональные корпорации начали вводить критерии и применять соответствующие практики того, что называют *DEI* (*diversity, equity and inclusion*) внутри собственных кампаний. Появляются обязательные квоты для этнических и сексуальных меньшинств среди сотрудников, которые подаются как необходимые меры, чтобы исправить структурное неравенство. Аналогично маркетинговые кампании, фильмы, сериалы и иные продукты поп-культуры продвигают подобное квотирование, искусственно увеличивая видимость меньшинств и их публичную значимость в мире. Для тех кампаний или лидеров общественного мнения, кто не следует новым ценностным ориентирам, вводятся жесткие ограничения, которые в идеологической сфере стали носить название «культура отмены» [Soukup 2021].

Итогом насаждения этих глобальных транснациональных ценностей стала «культурная реакция» — идеи о том, что необходимо вернуть старые нормы и ценности, которые были в основе общества. Идеи *woke*-культуры подвергаются критике. Главным образом они рассматриваются как форма обратной дискриминации, подрывающая меритократию, предполагающая, что идентичность может превосходить достижения или квалификацию. Кроме того, использование культуры отмены сравнивается с общественно-политической цензурой. И наконец, негативные настроения формулируются как защита «здорового смысла» и отрицание биологической реальности, которые фундаментально ставят под угрозу не только институт семьи, но и общество в целом [Gasparino 2024]. Таким образом, происходит процесс возвращения консервативных ценностей в общественно-политическую повестку, который ускорился после избрания Дональда Трампа президентом США в 2024 г.

Заключение

За последние десятилетия глобальные ценности в мире подверглись серьезным изменениям. По мере распространения постиндустриальной экономической модели все большее значение среди молодых поколений стали иметь ценности самовыражения. Этот долгосрочный тренд на индивидуализм и снижение роли социальных институтов подчеркивался социальными сетями с продвигаемым культом «красивой жизни» и все более акцентированной культурой потребления. С 2010-х гг. сначала в США, а затем и в других регионах происходит эволюция глобальных ценностей, где акцент делается на идентичность, гендер и права меньшинств и женщин. Все это стало частью более широкой идеологии вокизма, ставившей целью переформатировать традиционный общественный порядок. Результатом стала еще одна культур-

ная трансформация, связанная с возвращением прежних ценностных ориентиров, которые можно охарактеризовать как консервативные.

Список литературы

- Braunstein J.-F. 2022. *La Religion woke*. Paris: Grasset. 273 p.
- Daum M. 2022. *The Problem with Everything: My Journey through the New Culture Wars*. N.Y.: Gallery Books. 256 p.
- Gasparino C. 2024. *Go Woke, Go Broke*. N.Y.: Center Street. 320 p.
- Grayling A.C. 2025. *Discriminations: Making Peace in the Culture Wars*. London: Oneworld Publications. 288 p.
- Gubernskaya Z. 2010. Changing Attitudes toward Marriage and Children in Six Countries. — *Sociological Perspectives*. Vol. 53. Is. 2. P. 179-200.
- Hénin E., Salvador X.-L., Vermeren P. 2025. *Face à l'obscurantisme woke*. Paris: PUF. 405 p.
- Inglehart R.F. 2018. *Cultural Evolution. People's Motivations Are Changing, and Reshaping the World*. Cambridge: Cambridge University Press. 273 p.
- Inglis D. 2011. A Durkheimian Account of Globalization: The Construction of Global Moral Culture. — *Durkheimian Studies, Études Durkheimiennes*. Vol. 17. P. 103-120.
- Kazim A. 2018. The Emergence of Hyper-consumerism in UAE Society: A Socio-Cultural Perspective. — *Perspectives on Global Development and Technology*. Vol. 17. Is. 4. P. 353-372.
- Muffels R. 2022. Income, Values and Subjective Wellbeing in Europe: Results from the EVS 1999–2017 Data. — *Reflections on European Values*. European Values Series. Vol. 2 (ed. by R. Luijkx, T. Reeskens, I. Sieben). Tilburg: Open Press Tilburg University. P. 348-361.
- Petersen A.H. 2021. *Can't Even: How Millennials Became the Burnout Generation*. N.Y.: Dey Street Books. 320 p.
- Pillai S. 2023. *Carceral Liberalism: Feminist Voices against State Violence*. Illinois: University of Illinois Press. 402 p.
- Pinheiro E. 2024. From Necessity to Obsession: The Evolution and Impact of Desire-driven Societies and Consumerism. — *Journal of Student Research*. Vol. 13. Is. 2.
- Pippa N., Inglehart R.F. 2009. *Cosmopolitan Communications: Cultural Diversity in a Globalized World*. N.Y.: Cambridge University Press. 446 p.
- Ramaswamy V. 2021. *Woke, Inc.: Inside Corporate America's Social Justice Scam*. N.Y.: Center Street. 368 p.
- Santos H.C., Varnum M.E.W., Grossmann I. 2017. Global Increases in Individualism. — *Psychological Science*. Vol. 28. Is. 9. P. 1228-1239.
- Schmitt B., Brakus J., Biraglia A. 2022. Consumption Ideology. — *Journal of Consumer Research*. Vol. 49. Is. 1. P. 74-95.
- Sciora R. 2023. *Faut-il avoir peur du wokisme?* Paris: Armand Colin. 187 p.
- Soukup S. 2021. *The Dictatorship of Woke Capital: How Political Correctness Captured Big Business*. N.Y.: Encounter Books. 208 p.
- Williams J. 2022. *How Woke Won: The Elitist Movement that Threatens Democracy, Tolerance and Reason*. London: John Wilkes Publishing. 250 p.

VASILENKO Stepan Borisovich, Cand.Sci. (Pol.Sci), Senior Lecturer of the Chair of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; SBVasilenko@fa.ru); ORCID: 0009-0005-1189-3726

GLOBAL VALUES OF THE NEW GENERATION: EVOLUTION AND TRENDS

Abstract. The article examines the evolution of global values in the context of the socio-cultural transformations in recent decades. The analysis is based on data from international studies that reveal key trends in the transformation of value orientations among young people. The author pays particular attention to the phenomenon of individualism, the values of self-expression, and consumer culture. The article also discusses the formation of the ideology of woke-culture in the United States, which is changing perceptions of group and individual identities. With the support of the corporate sector and creative industries in the United States, woke-culture as a value paradigm is spreading globally.

Keywords: global values, values of self-expression, youth woke-culture

МЕРКУЛОВ Павел Александрович — доктор исторических наук, профессор; и.о. ректора Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева (302026, Россия, г. Орел, ул. Комсомольская, 95)

ЕЛИСЕЕВ Анатолий Леонидович — кандидат исторических наук, доцент; доцент кафедры социологии и социальных технологий Среднерусского института управления — филиала РАНХиГС при Президенте РФ (302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, 12; eliseev.anatoly@gmail.com)

АРОНОВ Дмитрий Владимирович — доктор исторических наук, профессор; заведующий кафедрой теории и истории государства и права Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева (302026, Россия, г. Орел, ул. Комсомольская, 95)

СОСЛОВНАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА В ИСТОРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования такого направления государственного управления, как государственная молодежная политика. Авторы делают вывод, что полномасштабной государственной молодежной политике предшествует стадия сословной молодежной политики и предлагают методологический аппарат определения государственной молодежной политики, ее хронологические рамки и основные этапы становления.

Ключевые слова: государственная молодежная политика, сословная молодежная политика, социализация молодежи, эпоха петровских преобразований

Постановка исследовательской задачи. На протяжении всей человеческой истории в современном понимании, рассматривая ее все-таки как городские цивилизации в различных частях света, перед властями предержащими стоял один извечный вопрос о поиске, выборе и применении какого-либо типа