

4. Пэн, Даймин. Религиозное культурное значение костюмов и вышивок Цян / Даймин Пэн, Пань Пэн, Даньли // Журн. Центрального ун-та по делам национальностей, изд. по философии и общественным наукам. – 2008. – Вып. 5. – С. 90–96. – Изд. на кит. яз.

УДК 316.35-053.67

*А. Э. Саликов,*

*кандидат культурологии, доцент, докторант  
учреждения образования «Белорусский государственный университет  
культуры и искусств», Республика Беларусь*

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖНЫХ КАМПАНИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

**Аннотация.** Статья посвящена культурологическому анализу дискурсивной составляющей молодежных кампаний. Автор раскрывает семиотико-семантическое и аксиологическое содержание международных молодежных кампаний в проекции на ряд сфер культуротворчества. Освещено содержание молодежной климатической повестки в контексте формирования экологической культуры. Показаны конструктивный потенциал, содержательные и аксиологические доминанты молодежных кампаний, направленных на противодействие распространению языка вражды и ненависти, продвижение идей межкультурного диалога и культуры мира. Автор аргументирует тезис о том, что в рамках молодежных кампаний происходит концептуализация, артикуляция и продвижение наиболее актуальных и существенных тенденций, проблем, рисков, угроз, тем и идей относительно развития молодежи в условиях глобализационных процессов.

**Ключевые слова:** молодежь, молодежный дискурс, молодежные кампании, социокультурная активность, устойчивое развитие, сферы культуротворчества.

*A. Salikov,*

*Candidate of Culturology, Associate Professor, doctoral candidate  
of the Educational Institution "The Belarusian State University  
of Culture and Arts", Republic of Belarus*

## **IMPLEMENTATION OF THE CREATIVE POTENTIAL OF YOUTH CAMPAIGNS IN THE CULTURAL DISCOURSE**

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the discursive component of youth campaigns. The author reveals the semiotic and semantic and axiological content of international youth campaigns in projection on the main spheres of cultural creation. The content of the youth climate agenda in the context of the formation of ecological culture is revealed. The author considers constructive potential, directions and axiological dominants of youth campaigns aimed at countering the spread of hate speech, promoting the ideas of intercultural dialogue, and culture of peace. The author argues that within the framework of youth campaigns, the most relevant and essential trends, problems, risks, threats, topics and ideas regarding the development of youth in global processes are conceptualized, articulated and promoted.

**Keywords:** youth, youth discourse, youth campaigns, socio-cultural activity, sustainable development, spheres of cultural creation.

Обращение к данной теме обусловлено рядом взаимосвязанных обстоятельств как теоретико-методологического, так и прикладного характера. Молодежные кампании являются масштабным феноменом молодежной социокультурной активности. Фактически, прямо или косвенно, они охватывают всех молодежных субъектов. Молодежные кампании реализуются на разных уровнях – местном, региональном, национальном, международном, и имеют выраженный культуротворческий характер.

В настоящее время понятие «дискурс» в отечественной гуманитарной науке является многозначным. В теоретической культурологии дискурс рассматривается как совокупность текстов культуры в их семиотико-семантическом единстве; как взаимодействие субъектов, объединенных одной темой, идеей, проблемой и способами ее решения; как надындивидуальное образование, обладающее определенным социокультурным кодом, и др.

Возникает вопрос теоретико-методологических оснований анализа молодежного дискурса. Традиционно для изучения молодежных текстов в различных культурно-исторических контекстах используется метод дискурс-анализа как вид контент-анализа. «В контексте философско-культурологических исследований «дискурсом» называют: а) совокупность рассуждений (логико-формализованных, понятийных, терминологических и т. д.); б) любую целенаправленную коммуникативную практику, включая ее речевую форму. В рамках социаль-

но-культурологического анализа дискурс чаще всего определяется как взаимосвязанный набор текстов, а также практик их производства, распределения и рецепции, что в совокупности формирует объекты изучения» [2, с. 130].

В качестве исходного концептуального основания анализа дискурсионного пространства молодежных кампаний положим концепцию культуры академика В. С. Стёпина. Автор определяет культуру как «систему исторически развивающихся надбиологических программ человеческой жизнедеятельности (деятельности, поведения и общения), обеспечивающих воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях» [4, с. 43]. В качестве условия функционирования культурной традиции и появления творческих инноваций В. С. Стёпин выделяет систему закрепления и хранения возникающих надбиологических программ человеческой жизнедеятельности в знаковой форме. Эти программы существуют в культуре как сложноорганизованный и развивающийся набор семиотических систем (социокодов). Поливариативность развивающегося социального опыта предполагает многообразие различных кодов, закрепляющих и транслирующих этот опыт [4, с. 44].

Такие исходные теоретико-методологические посылки обращают исследователя к анализу семиотико-семантического и аксиологического содержания молодежных кампаний, выраженных в идеях, темах, текстах, контекстах, заявлениях и т. д.; а также к анализу программ (проектов) и их реализации на уровне молодежных субъектов. Молодежные кампании отличаются идейно-тематическим разнообразием. Обратимся к наиболее масштабным из них в проекции на ряд сфер культуротворчества (экологическая, правовая и политическая культуры). В таком ракурсе в отечественной фундаментальной культурологии и зарубежной *социально-гуманитарной науке* заявленная проблема анализируется впервые.

Наиболее масштабные молодежные кампании последних лет связаны с развитием экологической культуры через реализацию идей устойчивого развития и противодействия климатическим изменениям. В конце XX – начале XXI в. происходит обострение экологических проблем, связанных с изменением климата, глобальным потеплением, истощением природных

ресурсов, загрязнением окружающей среды, техногенными катастрофами, растущим потреблением товаров и услуг и т. п. Институционализация данной тематики в молодежной сфере объединила многих молодых людей вокруг обозначенных проблем, что послужило фактором развития международных молодежных кампаний. Среди наиболее значимых выделяются: «Молодежь за устойчивое развитие» (Youth For Sustainable Development), «Навстречу будущему, которого мы хотим» (The Future We Want), «Ноль отходов» (Zero Waste), «Пятницы ради будущего» (Fridays For Future).

Развитие экологической молодежной культуры признано фактором устойчивого развития, концепция которого стала семиотико-семантическим и аксиологическим основанием одной из крупнейших кампаний глобального масштаба. Кампания «Молодежь за устойчивое развитие» разворачивается под эгидой ООН. Ее ядром является одно из крупнейших в мире объединений молодых лидеров – Сеть организаций для выработки решений, способствующих устойчивому развитию (Sustainable Development Solutions Network, SDSN Youth). Дискуссионное поле концепции Целей устойчивого развития в молодежной среде разворачивается и в Беларуси в рамках молодежной кампании «Навстречу будущему, которого мы хотим». В частности, в дискуссиях примут участие студенты Белорусского государственного педагогического университета им. Максима Танка, региональных университетов-субъектов кластера непрерывного педагогического образования; учащиеся учреждений общего среднего образования, где функционируют профильные классы педагогической направленности; представители ресурсных центров Ассоциации «Образование для устойчивого развития», молодежные послы Целей устойчивого развития. В ходе дискуссий выработанное молодежью видение будет представлено на очередной сессии Генеральной Ассамблеи ООН. Кроме того, кампания «Навстречу будущему, которого мы хотим» предполагает проведение медиафестиваля «Голоса молодых за устойчивое развитие» и серии акций и инициатив «Никого не оставим в стороне», а также развитие интернет-проекта «Цели устойчивого развития: думай и действуй» [1].

В молодежной среде возникает разновекторная климатическая повестка. В содержательном плане ее развертывание

контекстуализирует экологическую проблематику. Так, кампания «Ноль отходов» базируется на ценностях и содержательных приоритетах экологической культуры. Аксиосемантической доминантой данной кампании является формирование ценностного отношения молодых людей к сокращению отходов как одному из способов уменьшить загрязнение окружающей среды. В качестве субъектов кампании выделяются лидеры мнений – ретрансляторы идей.

Основные положения движения артикулированы в «Лозаннской климатической декларации – 2019» (Lausanne Climate Declaration) [5]. Волонтерская инициатива «Пятницы ради будущего» направлена на возобновление зеленых ресурсов (*green resources*) и их справедливое использование, а также борьбу с изменениями климата среди молодежи. Одним из генераторов идей и символов подобной кампании выступила шведская школьница и экоактивистка Грета Тунберг (Greta Thunberg).

Экологический тематический дискурс стал основой институционализации экологической повестки в молодежной среде. Крупнейшей платформой экологического активизма, где аккумулируются успешные практики, молодежные проекты и инициативы, является европейская сеть организаций окружающей среды и климата – «Молодежь и окружающая среда Европы» (Youth and Environment Europe, YEE), объединяющая 52 организации из 30 стран мира.

Одним из методологических оснований экологического дискурса и экологических кампаний стала экосистемная теория конструктивных изменений молодежной сферы. Например, эта теория положена в основу Стратегии деятельности молодежного сектора Совета Европы до 2030 г.

В 1995 г. стартовала европейская молодежная кампания против расизма, ксенофобии, антисемитизма и нетерпимости «Все различны – все равны» (All different – all equal). Аксиосемантическим ядром кампании стали идеи культурного разнообразия, прав человека, терпимости, толерантности, межкультурного диалога и равного отношения к представителям этнокультурных меньшинств. Кампания стала реакцией на рост враждебности по отношению к последним, опиралась на гуманистические ценности и была направлена на мобилизацию молодежи вокруг идей межкультурного диалога, формирова-

ние межкультурной компетентности посредством возможностей неформального и информального образования, толерантной социокультурной среды и конструктивной межкультурной коммуникации. Фактически ее реализация продолжалась до 2007 г.

Реакцией на рост антикультурного и деструктивного в современном социокультурном пространстве стала общеевропейская кампания по борьбе с языком ненависти и вражды в интернет-пространстве «Движение против ненависти» («No Hate Speech Movement», NHSM), реализованная в период с 2013 по 2017 г. Это движение объединило молодежь не только европейских стран, но и всего мира. Молодежь Республики Беларусь также принимала участие в NHSM. Деятельностно-программный компонент данной кампании был нацелен на повышение осведомленности о сущности и содержании языка вражды и ненависти (выражение агрессии, оскорблений и др. в виртуальном пространстве), а также об антикультурных проявлениях и их распространении в виртуальном пространстве и реальной жизни. В этом ключе разработан и внедрен в повседневную социально-культурную практику молодых людей инструментарий противостояния негативным явлениям современной социокультурной реальности в онлайн-пространстве и реальной жизни. В рамках кампании было образовано сообщество онлайн-активистов, которое с помощью использования инструментария электронных средств массовой коммуникации и социальных сетей (сайты, форумы, блоги, вебинары, формы обратной связи) оперативно реагировало на использование языка вражды и ненависти в интернет-пространстве. Функцию генерации, хранения и трансляции текстового содержания идей, успешных практик и т. д. выполняла платформа «Движение против ненависти». В рамках кампании был разработан дидактический материал для неформального и информального образования (информационные ресурсы, обучающие программы, публикации, учебно-методические пособия, видеоблоги и др.). На официальном уровне организационная инфраструктура кампании и ее поддержка осуществлялись на базе созданных национальных комитетов. Практическая (программная) работа по реализации кампании в Беларуси велась в форме форум-театра, дискуссий, семинаров, тренингов, конкурсов

фото и видеовыставок/презентаций, экскурсий, деловых игр, встреч с представителями различных конфессий и др. [3, с. 75].

Учитывая ограниченные рамки публикации, констатируем, что многие масштабные международные кампании имеют молодежное измерение, например, Антиглобалистское движение (Anti-globalization Movement).

Сформулируем основные выводы. В рамках молодежных кампаний происходит концептуализация, артикуляция и продвижение наиболее актуальных тенденций, проблем, рисков, угроз, тем и идей, касающихся развития молодежи и ее роли в динамических процессах на местном, региональном, национальном и глобальном уровнях. Молодежный дискурс выполняет прогностическую функцию – формирование программ социокультурной активности, в содержательном плане направленных на адаптацию культурных систем к вызовам, угрозам и рискам, актуальным для молодежной сферы. Молодежные программы в рамках кампаний реализуются в основных сферах культуротворчества (экологической, правовой, политической).

---

1. Молодежная кампания «Навстречу будущему, которого мы хотим» [Электронный ресурс] / Координационный центр «Образование в интересах устойчивого развития» УО «Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка. – Режим доступа: <https://esdcc.bspu.by/molodezhnaya-kampaniya--navstrechu-budushchemu-kotorigo-my-hotim>. – Дата доступа: 05.12.2021.

2. Прикладная культурология. Энциклопедия / Сост. и науч. ред. И. М. Быховская. – М. : Согласие, 2019. – 846 с.

3. Социокультурные инициативы европейской молодежи: пути реализации / А. Э. Саликов // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. – Вып. 7: В диалоге стран и культур: исторический опыт и современность / под науч. ред. И. И. Калачевой. – Минск, 2019. – С. 73–78.

4. Стёпин, В. С. Цивилизация и культура / В. С. Стёпин. – СПб. : СПбГУП, 2011. – 408 с.

5. Lausanne Climate Declaration [Electronic resource] // Fridays For Future : Official Internet Resource. – Mode of access: <https://fridaysforfuture.ee/en/demands/>. – Date of access: 29.11.2021.