

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения РФ

На правах рукописи

**Шиндряева
Ирина Викторовна**

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ
ЭКСПЕКТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ
ПОКОЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

**Диссертация
на соискание учёной степени кандидата социологических наук**

22.00.06 – социология культуры

Научный руководитель:
доктор социологических наук,
профессор
Байдалова Ольга Васильевна

Волгоград – 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ЭКСПЕКТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ ПОКОЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА.....	16
1.1. Студенческая молодежь: теоретические и методологические проблемы исследования в социологической науке.....	16
1.2. Ценности и ценностные экспектации как социологические категории.....	31
1.3. Межпоколенный механизм преемственности в формировании социокультурных ценностных экспектаций студенческой молодежи.....	51
ГЛАВА 2. КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЦЕННОСТНЫХ ЭКСПЕКТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ.....	70
2.1. Методы и организация социологического исследования.....	70
2.2. Динамика ценностных экспектаций представителей разных поколений в контексте социокультурных изменений России.....	77
2.3. Высшее образование и профессия как социокультурные ценности в измерении студенческой молодежи регионального социума.....	103
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	129
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	137
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	153

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время модернизация выступает основным вектором совершенствования социальной реальности. В России проведение политико-экономических и технико-технологических преобразований является главной задачей государства, однако этот процесс неосуществим без социокультурных изменений, без формирования социальных субъектов, обладающих обновленным типом сознания, реализующих модернизационные цели в своей повседневной деятельности и придерживающихся инновационных ориентаций. Социокультурные аспекты данных процессов в России предполагают не только масштабные преобразования в институциональной сфере, но и, в первую очередь, значительную трансформацию системы ценностей в российском обществе. В повседневное существование россиян входят новые ценностные установки, укрепляются новые жизненные практики и модели поведения.

Формирование новых социальных институтов и социокультурные перемены в обществе влекут за собой изменение ценностных экспектаций молодого поколения, что вызывает противоречивые последствия в социальных настроениях и поведенческих практиках.

Динамика изменений социокультурных ценностей населения является барометром происходящих социокультурных изменений в обществе. Любое общество в определенный период его развития можно диагностировать относительно не только настоящего эволюционного развития, с выявлением ключевых тенденций, но и последующего развития, так как молодые люди являются потенциальными носителями облика будущего социума. Важные функции в модернизации каждого общества выполняет молодое поколение, поэтому в современных условиях особенно актуально изучение ценностей и ценностных ориентаций студенчества. Эта социальная группа выступает наиболее образованной и профессионально ориентированной частью молодежи, характеризуется активным интересом к практическому участию в

социально-экономическом преобразовании российского социума.

Для прогнозирования процессов модернизации и оценки вектора культурного развития страны важно определить изменения, происходящие в молодежной среде и характерные для населения страны в целом, а также особенности протекания процессов социокультурной модернизации именно в среде молодых россиян. Ценности и нормы современной молодежи нашей страны, ее представления о лучшем пути развития России и общественном устройстве определяют будущее страны, так как указывают направления ее модернизации в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

По мнению К. Мангейма, «общества, стремящиеся к новым стартовым возможностям, независимо от господствующей в них социальной или политической философии, опираются, главным образом, на сотрудничество с молодежью... Пожилое и среднее поколение может лишь только предсказать характер грядущих изменений, творческое воображение этих поколений можно использовать для формирования новой политики, однако новой жизнью будет жить только молодое поколение»¹.

Произошедшие значимые перемены в формах, содержании и механизмах социокультурной преемственности, в процессах самореализации, самоутверждения молодежи, новые структуры, нестандартные идеи и действия увлекают молодежь – в результате, меняются ценностные установки этого поколения, устремления и ориентации, корректируются социокультурные идеалы и ожидания. Кардинальные изменения в российском обществе, в частности преобразование института семьи как центрального социального института, обусловили существенные различия между ценностями различных поколений: детей, родителей и прародителей. Представление молодежи как целостного поколения обусловило необходимость анализа ее ценностных экспектаций и механизма взаимоотношений с другими поколениями.

Таким образом, **актуальность исследования** обусловлена рядом

¹ Мангейм К. Диагноз нашего времени: пер. с нем. и англ. – М.: Юрист, 1994. – С. 443–444.

противоречий, требующих осмысления в рамках социологического и культурологического дискурсов:

– с одной стороны, молодое поколение – это поколение социального оптимизма, весьма благополучно включившееся в новую социально-экономическую реальность, с другой, – увеличивается социальная отстраненность, аполитичность, ограничение круга социального интереса молодежи увеличивает межпоколенческие разрывы, затрудняет процессы социализации и интеграции молодых людей;

– с одной стороны, на ценности молодежи оказывает воздействие группа макрофакторов: современные условия рыночной экономики и социокультурной трансформации России, глобализационные процессы, – все это повлекло распространение современных модернизационных ценностей и определило быструю адаптацию молодежи к новым социально-экономическим условиям. С другой стороны, становление ценностной системы современной молодежи проходило уже не в условиях советской системы, однако в определенной степени подвергалось воздействию мировоззрения старшего поколения. В результате, из-за высокой социальной мобильности, чрезвычайной восприимчивости молодежи, особенно студенческой, зарождение новых ценностных экспектаций коснулось рассматриваемой социальной группы больше, чем иных слоев населения.

Степень разработанности проблемы. Динамика и модификация ценностей – процесс, происходящий на междисциплинарном уровне социологии и культурологии. В рамках социологии исследуется взаимосвязь социальных структур, динамика их ценностей и изменений. Культурология в контексте изменения культуры анализирует характер самой динамики. Социокультурный анализ обуславливает необходимость междисциплинарной направленности при изучении динамики ценностей.

В нашем исследовании использовались положения, концепции и выводы, содержащиеся в работах зарубежных ученых: Э. Дюркгейма (зложил основы социологической теории ценностей, которые понимал как

идеалы, главные двигатели поведения человека, за которыми стоят реальные и действующие коллективные силы), М. Вебера (вывел понятие ценности в разряд ключевых в социологическом аспекте), П. Сорокина (называл ценности необходимым условием познания, условием бытия культуры).

Заслуживают внимания теоретические построения У. Томаса и Ф. Знанецкого, представивших первое социологическое определение понятию «ценность», исследуя адаптацию эмигрантов и разрабатывая диспозиционную теорию личности.

В работах А. Г. Здравомыслова, В. Б. Ольшанского, Н. И. Лапина, Е. Е. Леванова, В. А. Ядова нашла отражение проблема переоценки ценностей, то есть проявление социокультурной трансформации российского общества. Этим авторы первыми проводили исследования ценностных ориентаций личности, связанных с личностными установками.

Проблема ценностной установки как один из аспектов теории ценностей представлена в работах зарубежных авторов: Э. Гидденса, В. Адамки, Р. Добсона, И. Рихтер, Н. Смелзера, К. Штарке и др. Например, Э. Гидденс рассматривал значимые процессы, происходящие в юношеской среде: вступление в брак, девиантное поведение, субкультуры молодежи. Различные концепции формирования личности разрабатывал в своих исследованиях Н. Смелзер.

Классики социологической мысли О. Конт, К. Мангейм, М. Мид, С. Н. Паркинсон, Т. Парсонс в своих трудах обосновывали основные положения о преемственности поколений, затрагивая их социально-культурные проблемы. Важные сведения о роли преемственности поколений в процессе культурной динамики содержатся в работах зарубежных исследователей С. Айзенштадта, К. Дэвиса, Х. Ортега-и-Гассета, К. Кенистона, Ч. Рейча, Л. Фойера, З. Фрейда. К понятию «поколение» обращались в своих исследованиях многие философы, историки, социологи (А. И. Афанасьева, М. Б. Глотов, А. Я. Пучкова, В. Ж. Келле, В. И. Чупрова, Г. Г. Феоктистова, А. В. Шаронова и др.), что

подчеркивает многосторонний подход к изучению проблемы преемственности поколений. Исследования названных ученых сформировали представление об изменении ценностных ориентации различных поколений в период широкомасштабных общественных трансформаций в России в конце XX века. Важным в нашем исследовании считаем обращение к работам Б. В. Дубина и Ю. М. Лотмана, в которых обозначена связь культурно-исторической традиции развития общества с социальными изменениями, происходящими в России.

Изучению ценностным ориентаций молодежи России посвящены работы О. И. Карпухина, Ю. А. Зубок, В. Т. Лисовского, В. Ф. Левичевой, Е. Л. Омельченко, Ю. Р. Вишневого, И. М. Ильинского, С. И. Иконниковой, А. Г. Кузнецова, О. И. Карпухин, И. С. Кона, В. Т. Шапко и др. Например, В. Т. Лисовский проводил опросы среди молодого поколения с целью определения их системы ценностей, изучал формирование трудовых ориентаций молодежи.

При этом региональная специфика ценностных экспектаций студенческой молодежи остается недостаточно изученной в отечественной социологической литературе. Существенный вклад в разработку методологических оснований проблем ценностных ожиданий молодежи внесли представители Волгоградской социологической школы. Например, О. В. Байдалова в своих работах проводила исследование системы ценностей жителей Волгограда¹, в том числе ценностных предпочтений студенчества², анализировала проблемы молодежной занятости и трудоустройства³, а также рассматривала вопросы профессиональной адаптации молодежи в регионе⁴.

¹ Байдалова О. В. Система ценностей и образ жизни: региональный аспект / О. В. Байдалова, Т. С. Мехтиев // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2005. – № 2. – С. 66–74.

² Байдалова О. В. Ценностные предпочтения студенчества: социологический анализ // Материалы международной научно-практической конференции «Государственная молодежная политика как фактор социализации молодежи». – Волгоград: ВИМСП, 2009.

³ Байдалова О. В. Социальные проблемы молодежной занятости // Сб. материалов Всерос. науч.-практич. конференции «Межкультурный диалог в Нижневолжском регионе: история и современное состояние». – Волгоград, 2011. – С. 67–73.

⁴ Байдалова О. В. Социологический ракурс проблем трудоустройства молодежи в регионе // Научный вестник

Различные проблемы молодежной политики в Волгоградском регионе представлены в работах А. С. Крапивенского¹. Автором изучаются различные индикаторы состояния молодежной среды: отношение к здоровому образу жизни; отношение к проблеме занятости; отношение к проблеме алкоголизации, табакокурения и наркотизации общества; состояние предпринимательской и инновационной активности молодежи². Весомый вклад работы М.Е. Волчанского, исследовавшего оформление духовно-ценностных ориентаций в образовании российской молодежи³. В. В. Деларю рассматривал динамику профессиональных предпочтений студентов медицинского вуза⁴, а также выявлял, какие профессии считаются престижными у подростков Волгограда в контексте их ценностных ориентаций⁵. А. Д. Доника в своих работах обращалась к вопросам ценностных установок студентов-медиков и к профессиональным особенностям формирования их ценностных ориентаций⁶. Изучением особенностей профессионального самоопределения студенческой молодежи Волгограда занимается Т. В. Овсянникова⁷.

В то же время следует отметить, что на общем фоне публикаций по вопросам динамики ценностных экспектаций студенческой молодежи социологический аспект, акцентирующий внимание на сравнительном

Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: Политология и социология. – 2011. – Т. 2, № 6. – С. 32–35.

¹ Крапивенский А. С. Проблема определения целевых показателей региональной молодежной политики / А. С. Крапивенский, С. Н. Карабанов // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5. – С. 385.

² Крапивенский А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–212.

³ Волчанский М.Е. О формировании духовно-ценностных ориентаций в образовании российской молодежи // Философские и психолого-педагогические проблемы современного высшего образования. – Кисловодск: изд. СевКавГТУ, 2001.

⁴ Деларю В. В. Динамика профессиональных предпочтений студентов медицинского вуза / В. В. Деларю, А. А. Горбунов // Форум. Серия: «Роль науки и образования в современном информационном обществе». – 2010. – № 1–3 (2). – С. 11–14.

⁵ Вершинин Е. Г. Престижность профессий как рефлексия ценностных ориентаций подростков г. Волгограда / Е. Г. Вершинин, В. В. Деларю // Социология города. – 2014. – № 4. – С. 27–36.

⁶ Доника А. Д. Этические ценности и ценностные установки студентов-медиков в контексте их профессиональной готовности / А. Д. Доника, М. В. Еремина // Сборник статей научной конференции «Философские проблемы биологии и медицины»; Министерство здравоохранения РФ, Воронежская государственная медицинская академия им. Н. Н. Бурденко, кафедра философии и гуманитарной подготовки ВГМА. – 2013. – С. 247–249.

⁷ Овсянникова Т. В. Особенности профессионального самоопределения выпускников вузов // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 243.

анализе социокультурных ценностей представителей разных поколений, остается наименее разработанным. Отсутствие точно определенных факторов, детерминирующих социокультурные изменения ценностных экспектаций студенческой молодежи, препятствует разработке результативного механизма оптимизации адаптационных механизмов в студенческой среде. Это определило выбор цели, объекта и предмета диссертационного исследования.

Объект исследования – ценности и ценностные экспектации представителей различных групп поколений.

Предмет исследования – межпоколенная преемственность ценностных экспектаций студенческой молодежи как представителя младшего поколения.

Цель исследования – компаративный анализ и выявление факторов, детерминирующих социокультурные изменения ценностных экспектаций студенческой молодежи на основе межпоколенческого подхода.

Достижение цели исследования предполагает решение следующих **задач**:

1) выявить теоретические и методологические подходы в исследовании понятия «студенческая молодежь» в социологической науке, рассмотреть основные аспекты изучения студенческой молодежи как структурного элемента теории среднего уровня;

2) определить социологическое содержание понятий «ценности» и «ценностные экспектации», предложить классификацию ценностных экспектаций;

3) проанализировать межпоколенный механизм преемственности в формировании социокультурных ценностных экспектаций студенческой молодежи, определив факторы влияния на межпоколенные взаимоотношения и его роль в формировании социокультурных ценностных экспектаций;

4) определить компаративные методы сбора и анализа социологической информации по ценностным экспектациям представителей

разных поколений;

5) проанализировать динамику ценностных экспектаций представителей разных поколений в контексте социокультурных изменений в России;

6) выявить отношение студенческой молодежи регионального социума к таким социокультурным ценностям, как высшее образование и профессия.

Эмпирическую базу исследования составили:

– материалы Федеральной службы государственной статистики России: «Справка о численности населения», «Справка о распределении населения по возрастным группам», «Справка об учреждениях высшего образования»;

– данные социологических исследований, посвященных проблеме ценностных ожиданий современного российского студенчества, А. С. Крапивенского¹ (выборка составила 1500 человек, респонденты в возрасте от 14 до 30 лет были разбиты на три возрастные группы: 14–17 лет, 18–25 лет, 26–30 лет), Т. В. Овсянниковой (выборка среди студентов и выпускников волгоградских вузов (ВолГУ, ВИЭСП, ВХСА, ВолГМУ, ВГСПУ) составила 68 человек², анкетирование – анонимное; выборка среди учащихся 7–10-х классов Волгограда составила 2069 человек, анкетирование – анонимное, выборка – сплошная; учебные заведения отобраны по случайному принципу.

Собственную базу диссертационной работы составляют данные, полученные в результате:

1) полуструктурированного интервью репрезентантов трех поколений россиян: поколения Беби-Бумеров, поколения X, поколения Y, – с целью определения особенностей патриотических ценностей и профессиональных

¹ Крапивенский А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–212.

² Овсянникова Т. В. Особенности профессионального самоопределения выпускников вузов // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 243.

ценностных экспектаций; выборка – по возрастному принципу. Возрастное распределение респондентов: Беби-Бумеры (N = 79; 33,4 % от общего числа респондентов), поколение X (N = 82; 34,6 % от общего числа респондентов), поколение Y (N = 76; 32 % от общего числа респондентов);

2) фокус-группы, организованной в рамках XXVI Областных краеведческих чтений Волгоградского областного краеведческого музея, секции «Культурное наследие». Цель работы секции – выявление патриотических ценностей, особенностей позиционирования патриотизма, персонализации по отношению к празднику Победы советского народа в Великой Отечественной войне представителей трех поколений россиян (N = 16);

3) анкетирования, проведенного автором исследования, с целью выявления наиболее значимых ценностей в профессиональной и личной сферах жизни студентов таких волгоградских вузов, как ВолГУ, Волгоградский филиал РАНХиГС, ВХСА, ВолГМУ, ВГСПУ, ВГАФК (N = 742). Тип выборки – квотная; предельная ошибка выборки не превышает 5 %. Распределение по полу: мужчины – 354 человека (что составило 47,7 % от общего числа опрошенных), женщины – 388 человек (52,3 % от общего числа респондентов);

4) глубинного интервью со студентами ВолГУ, Волгоградского филиала РАНХиГС, ВолГМУ, ВГСПУ, цель которого: определить систему мотиваций студентов, которая определила их приход в профессию (N = 31);

5) контент-анализа интернет-ресурсов: HeadHunter (hh.ru); Портал Superjob.ru. Предмет анализа – объявления о вакансиях и резюме соискателей, размещенных на вышеуказанных сайтах. Цель анализа – изучение сложившейся ситуации с трудоустройством выпускников вузов на рынке труда Волгограда, выявление возникающих при этом проблем и поиск способов их разрешения.

Теоретико-методологической базой исследования выступает социология культуры и ее методы, которые предполагают комплексное

исследование изучаемого объекта, что способствует его концептуальному осмыслению. В частности, подход К. Мангейма, изложенный им в работе «Проблема поколений» (1928 г.), где особое единство общественного положения, называемое автором феноменом поколений, распространяется на возрастные группы, вовлеченные в социально-исторический процесс. Помимо этого автор опирался на классические труды специалистов в области социологии, культуры, философии, психологии, в той или иной мере касающиеся ценностных и поколенческих характеристик молодого поколения: на концепцию ценностей и личностных смыслов (А. Н. Леонтьев, Д. А. Леонтьев); на исследования ценностных ориентаций (А. П. Вардомацкий, Ч. Осгуд, Р. Ингльхарт, С. Шварц, М. Рокич); на труды по проблеме преемственности поколений (С. Н. Иконникова, И. С. Кон, В. Т. Лисовский, К. Мангейм, М. Мид, Х. Ортега-и-Гассет, А. Тойнби). Методологические предпосылки формирования нескольких концепций обоснованы мультидисциплинарной теоретической платформой.

В соответствии с особенностями исследуемого феномена, для достижения поставленных целей и задач были использованы общенаучные и специальные методы: теоретический анализ социологической, философской, педагогической и психологической литературы, основанный на принципах анализа и синтеза, классификации, категоризации, схематизации, анкетирования, опроса, глубинного интервью, контент-анализа.

Статистические методы использовались для обработки полученных данных: подсчитывались процентная выраженность, средние арифметические значения, проводился качественный анализ полученных данных.

Научная новизна исследования заключается в постановке проблемы, которая выбрана автором для научного исследования, концептуально-теоретических подходах ее изложения, логике выстраивания анализа проблемы. Новизна исследования определяется обобщениями и выводами, к которым пришел автор в ходе исследования, а также предложенными

рекомендациями теоретического и практического характера. В частности, новизна исследования состоит в следующем:

1) выявлены теоретические и методологические проблемы исследования студенческой молодежи в социологической науке как наиболее значимого социального фактора, воздействующего на различные сферы жизни общества или находящегося в стадии подготовки к оказанию такого воздействия в будущем; определено, что наибольшим потенциалом для исследования студенческой молодежи являются структурно-функциональный и культурологический подходы как соответствующие специфике современного развития российского общества;

2) определена специфика интерпретации категории «ценность» в социокультурном аспекте, проведен социологический анализ понятия «ценностные экспектации», дано авторское определение и классификация;

3) систематизированы имеющиеся в современной литературе исследования поколения как социокультурной общности, определены факторы влияния на межпоколенные взаимоотношения, представлен межпоколенный механизм преемственности, обозначена его роль в формировании социокультурных ценностных экспектаций;

4) выявлены социально-демографические и социально-психологические особенности в расхождении ценностного поля представителей разных поколений, что является показателем динамичности процесса преемственности;

5) обозначены факторы, детерминирующие социокультурные изменения ценностных экспектаций представителей разных поколенческих групп;

6) структурированы жизненные ценности студентов Волгоградской области в различных сферах жизнедеятельности.

Научная новизна исследования раскрывается в **положениях, выносимых на защиту:**

1. Социокультурный опыт, сформировавшийся у составляющей его

возрастной когорты в молодом возрасте (12–14 лет), устойчиво воспроизводит каждое поколение; поколенческие ценности складываются не только в результате семейного воспитания, но и под влиянием социально значимых общественных событий.

2. Выявленное расхождение ценностного поля представителей разных поколений является показателем динамичности и непрерывности процесса преемственности системы ценности и социальных норм.

3. Динамика ценностей молодежи напрямую или опосредованно зависит от особенностей социокультурной среды, в которую включен индивид, от социокультурных процессов, которые прямо или косвенно влияют на данное поколение.

4. На процесс преемственности поколений оказывают влияние следующие факторы макро- и микросреды: социально-экономические; социокультурные и социально-психологические.

5. Студенчество преобразовывает ценности предыдущих поколений и вырабатывает новую систему ценностей, в зависимости и под влиянием соответствующих современных социокультурных условий.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Уточнено содержание понятия «ценностные экспектации», представлена авторская классификация. Выявлены социокультурные особенности ценностных экспектаций представителей разных поколений россиян. Показано, что трансляция ценностных экспектаций представителями разных возрастных групп направлена на консолидацию современного российского общества и на связь и преемственность поколений.

Результаты исследования могут быть использованы при подготовке и принятии решений органов государственного и муниципального управления, ориентированных на разработку социальной, молодежной, образовательной политики. Материалы исследования могут быть полезны в учебно-преподавательской деятельности в вузах и структурах дополнительного высшего образования, положения и выводы работы могут быть применены в

преподавании дисциплин «Социология», «Социология молодежи», «Социология культуры», «Управление человеческими ресурсами».

Апробация работы. Диссертация соответствует паспорту специальности 24.00.06 – социология культуры (пп. № 3, 6, 7, 17).

Основные положения и результаты исследования были представлены в форме докладов и тезисов на региональных, всероссийских, международных научно-практических конференциях: «Обучение и воспитание личности в свете концепции непрерывного образования: практика, инновации, качество» (Воронеж, 2007); «Интеграционные процессы в науке в современных условиях» (Уфа, 2010); «Оптимизация условий приращения человеческого капитала современными социально-экономическими системами» (Волгоград, 2011); «Актуальные вопросы модернизации российского образования» (г. Саратов, 2011); «Молодежь в современном обществе» (Волгоград, 2012); «Перспективные направления применения инновационных технологий в управлении» (Волгоград, 2013); «Современность и наследие: экономические, образовательные и социально-культурные аспекты развития России» (Волгоград, 2014); «Социокультурные символы и мифы Великой Победы» (Волгоград, 2015).

На базе сформулированных в диссертации положений разработаны учебные материалы для студентов факультета социальной работы и клинической психологии Волгоградского государственного медицинского университета по курсу «Управление человеческими ресурсами».

Основные положения работы изложены в 13 публикациях (общий объем статей 5 п. л.), из них 5 – в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, включенных ВАК РФ в Перечень периодических изданий, рекомендуемых для апробации результатов диссертационных исследований.

Структура исследования обусловлена целью и задачами и состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения и библиографического списка.

ГЛАВА 1. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ЭКСПЕКТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ ПОКОЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА

1.1. Студенческая молодежь: теоретические и методологические проблемы исследования в социологической науке

В социологической науке выделяют три базовых уровня: фундаментальный (рассматриваются так называемые большие теории, общесоциологические концепции и подходы), уровень теории среднего уровня и уровень эмпирических исследований.

Социология молодежи как наука также может быть рассмотрена в трех плоскостях.

1. Общесоциологическая плоскость базируется на изучении молодежи как социального феномена. Здесь разрабатываются наиболее общие научные концепции, теории, направления и методы изучения молодежи.

2. Теории среднего уровня изучают молодежь как особую социальную группу. Здесь изучаются особенности сознания молодежи, ее социального поведения, образа жизни, ценностные ориентации. Также в этой плоскости разрабатываются специальные программы социологических исследований, направленные на изучение отдельных аспектов жизнедеятельности молодежи.

3. Эмпирическая плоскость базируется на конкретных прикладных исследованиях различных аспектов молодежи.

Теория среднего уровня, касающаяся социологии молодежи, рассматривает понятие «молодежь» с точки зрения разнообразных трактовок и определений. В результате развития социологической науки данное понятие систематически изменялось и уточнялось.

Междисциплинарный исследовательский интерес к изучению молодежи существенно возрастает. Представляется целесообразным изначально рассмотреть научную характеристику молодежи с целью обозначения специфики студенческой молодежи. Исследованием данной дефиниции занимались представители различных дисциплин (философии, культурологии, психологии, истории, политологии и педагогики), однако рассмотреть понятие «молодежь» с позиций комплексного подхода позволяет только социология.

Как социально-демографическая группа понятие «молодежь» начало рассматриваться периодом конец XVIII до начала XIX в и до конца XIX в. проблемы молодёжи рассматривались лишь через призму воспитания гражданина конкретного исторического общества, через призму развития личности. Что отражено в научных изысканиях таких отраслей науки как: педагогика, философия, психология, а также в теоретических построениях ученых периода Возрождения, Нового времени, Западной философии с XVII в по XVIII в.¹.

В XX в. развитие социологии молодёжи как специфичной области социологических знаний осуществлялось как западной, так и в отечественной социологии. В частности, в зарубежной социологии, в этот период сформировались ряд научных школ, которые пытались истолковывать разноречивое своеобразие сознания и поведения растущего поколения и изучавших молодежную проблематику. Проанализируем отдельные изыскания.

Представители **первой психоаналитической школы** З. Фрейд, Л. Фойер, Р. Бенедикт, Л. Шелефф, Э. Эриксон и др. изучали поведенческие установки молодого поколения, опираясь на важнейшие положения «концепции жизненного пути личности» З. Фрейда. Этот подход основывается на изучении межпоколенных взаимодействий, видов гендерного поведения, и бессознательных представлений, обозначая их

¹ Кузнецов В. Н. Социология молодежи. – М.: Гардарики, 2005. – С. 62–64.

в качестве причин агрессивных выступлений молодежи против существующего социального строя.

Во второй школе играл важную роль структурно-функциональный подход при исследовании проблем и теории сексуальной революции (В. Райх, Г. Маркузе), «конflikта поколений» (Р. Мертон, Ш. Эйзенштадт, Э. Фромм, и др.), межпоколенческих связей. Для представителей этого подхода молодежная группа – это «система структурных позиций, заполняемых индивидами, приобретающими соответствующие социальные роли и некоторый социальный статус». В структурном взаимодействии, координирующем установленные критерии поведения личности молодого поколения, любая роль является существенной единицей.

Третья школа подходит к изучению социальных явлений в молодежной среде с культурологической точки зрения, основываясь на феноменологии человеческой культуры. Основоположниками данного подхода являются американский антрополог М. Мид и немецкий социолог К. Мангейм. В частности, К. Мангейм, занимаясь изучением такого явления как «социальное наследование», определил, что насущная потребность усвоения и передачи духовного и материального опыта неизменно заставляет вступать во взаимоотношения поколения людей с культурой человечества. Этот непрерывный конфликт молодого поколения с установками цивилизации является важным для общества, так как выявляет направления переоценки полученного культурного наследия и движения в новом направлении. М. Мид в своих трудах (например, «Культура и мир детства») актуализировала значение социальных источников в развитии молодежной популяции, а также показывала зависимость межпоколенческих отношений от темпов социальной и научно-технической эволюции, а также взаимного влияния культур поколений друг на друга. П. Бергер, А. Шюц, Т. Лукман, как представители западной культурологической школы, при изучении различных проявлений поведения и сознания молодежи непосредственно в органической связи с бытием индивидов соотносили его с конкретными мотивами поведения,

идеями «реально действующих» молодых людей.

В российской социологической науке исследования молодежи стали формироваться с 60-х гг. XX в. В частности, В. Т. Лисовский один из первых, в 1968 г., дал определение дефиниции «молодежь»: «Молодежь – поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет»¹. Автор рассматривает понятие с позиции социализации, которая, является, не единственным, но весьма важным процессом для подрастающего поколения. Помимо этого, в данном определении отсутствует личностный компонент, подразумевается только формирование молодого человека как члена общества. Такая позиция характерна для мировоззрения советского периода. При этом, формулировка данного определения позволяет судить об актуализации научных интересов российских исследователей к проблемам молодежи.

Впоследствии И. С. Кон определил молодежь как «социально-демографическую группу, выделяемую на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и других социально-психологических свойств»². Автор полагал, молодость – это этап жизненного цикла, определенная фаза, она биологически универсальна, но ее определенные возрастные границы, связанные с ней социально-психологические отличительные черты и социальный статус имеют социально-историческую природу и обусловлены культурой, общественным строем и присущими конкретному обществу закономерностями социализации.

В обозначенный промежуток времени С. Н. Иконникова, исследуя вопросы социально-психологического и социального анализа молодежи,

¹ Лисовский В. Т. Эскиз к портрету: жизненные планы молодежи. – М., 1962. – С. 7

² Кон И. С. Молодежь // Большая советская энциклопедия. – 3-е изд. – Т. 16. С. 478.

резюмирует, что «молодежь является социально-демографической группой, внутренне дифференцированной в соответствии с классовыми и другими признаками, включающей молодых людей от 16 до 30 лет; их положение и роль в обществе, функции и виды деятельности, а также мировоззрение, духовный облик, ценностные ориентации, интересы, социально-психологические свойства обусловлены характером социально-экономической системы, общественными отношениями, этапом исторического развития, классовым положением»¹.

В. В. Павловский определяет, что молодежь это «особая биосоциальная возрастная группа людей в возрасте от 13–14 до 29–30 лет (женского и мужского пола), занимающая переходное положение между общностями людей подросткового и взрослого зрелого возраста». По мнению автора, молодежь является возрастным образованием, состоящим из семнадцати годовых подгрупп, объединяемых в четыре стадийные крупные подгруппы, которые обладают специфичными чертами при выполнении и усвоении молодежных возрастноразвитных программ. Факторами, детерминирующими ценностные ориентации молодого поколения являются: природная среда, цивилизация, государственный строй, конкретно-историческое общество с его общественной формацией и другими особенностями социального развития. Что является итогом социализации в пяти основных сферах жизни общества; осуществляет эволюцию от общественной и гражданской несамостоятельности, переход от репродуктивной (подготовительной) к продуктивной деятельности, то есть к статусу взрослых, самостоятельных членов общества, сформировавшихся личностей и полноправных граждан. Это группа, отражающая в себе социально-групповую, классовую, этническую и иную актуально важную структуру того или иного общества. Это старшая по возрасту часть первого поколения общества, это генетически и исторически необходимое особое социальное звено в преемственности поколений как формы

¹ Иконникова С. Н. Молодежь: социологический и социально-психологический анализ. – Л., 1974. – С. 53.

существования общества¹.

Пытаясь охватить весь спектр биологических, демографических и социальных характеристик исследуемой группы автор представляет весьма подробное определение. Очевидным его достоинством является разделение молодежи на подгруппы.

Еще одно определение молодежи сформулировал в начале 70-х годов XX в. В. Н. Боряз. При том, что его определение довольно сложно для постижения, оно очень отчетливо дает характеристику молодежи с точки зрения познания ее общественной сущности как социально-демографической группы и как общественного явления. «Молодежь есть: 1) объективное общественное явление, выступающее всегда как специфическая возрастная большая общественная группа; 2) биологическая и социальная природа и сущность молодежи на любом этапе исторического движения воплощены в той части человечества, которая является совокупным субъектом определенной конкретно-исторической формы общества; 3) процесс присвоения природы и сущности этой части человечества осуществляется молодежью в соответствии с такими общими законами, как закон воспроизводства общественной жизни, закон неравномерности и закон стадийности развития; 4) достижения молодежью состояния полного присвоения природы и сущности данной части человечества есть момент утверждения молодежи в качестве целостного и всестороннего субъекта и объекта общественного движения и, тем самым, собственного отрицания себя как молодежи; 5) возрастные границы молодежи объективно обусловлены длительностью периода ее развития, а возрастание градации в рамках этих границ – длительностью отдельных стадий развития»². Таким образом, по мнению автора, молодежь – это специфической общественной группой, характеризующаяся не только определенными возрастными границами, но и определенным познанием (присвоение сущности и природы)

¹ Павловский В. В. Социология молодежи. – М. : Наука, 2002. – С. 79.

² Боряз В. Н. Молодежь: методологические проблемы исследования. – Л., 1973. – С. 34.

общества и его закономерностей. С момента окончания процесса присвоения представители данной группы перестают относить себя к молодежи.

Изучая социальные проблемы молодежи, Н. А. Чистякова во второй половине девяностых годов XX в., констатирует, что «молодежь характеризуется теми общественными отношениями и общественными формами, которые определяют ее как самостоятельную (относительно других) социально-демографическую группу»¹. При этом, по ее мнению, эта социально-демографическая группа имеет ряд особенностей, вытекающих, прежде всего, из самой ее объективной сущности. Социальные особенности молодежи определяются способностью не только наследовать, но и преобразовывать сложившиеся общественные отношения, а также специфической позицией, которую она занимает в процессе воспроизводства социальной структуры, то есть потенциальными сущностными силами молодого человека.

В. И. Добрынина при раскрытии понятия «молодежь» учитывает экономические, психофизиологические и социальные критерии. По ее мнению, молодежь находится в стадии формирования психики и организма, то есть это духовно и физически не окрепшая возрастная группа, только вступающая в жизнь, находящаяся в процессе становления материально независимой, самостоятельной группой. Для нее характерна несформированность системы ценностных ориентаций, незаконченность процесса социальной адаптации. В связи с этим молодежь выступает в роли наиболее динамичной части общества².

По мнению Ф. Р. Филиппова, молодежь – «большая общественная группа, имеющая специфические психологические и социальные черты, наличие которых определяется как возрастными особенностями молодых людей, так и тем, что их общественно-политическое и социально-экономическое положение, их духовный мир находятся в состоянии

¹ Чистякова Н.А. Социальная работа с молодежью. М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 232.

² Добрынина В. И. Воспитание личности – управляемый процесс // Социальное управление и молодежь. – М., 1969. – Вып. 3. – С. 38.

становления, формирования»¹.

В начале XXI века работы И. М. Ильинского, Ю. А. Зубок, В. А. Лукова, А. И. Ковалевой, Т. И. Яковук в значительной степени обогатили теоретические представления об особенностях и сущности молодежи. Согласно современным представлениям, молодежь как носитель определенного трансформационного потенциала отличается этим от других социально-демографических когорт².

Так, например, по мнению И. М. Ильинского, «молодежь – это часть общества, большая специфическая возрастная подгруппа; носитель огромного интеллектуального, творческого потенциала; явление конкретно-историческое, социальный аккумулятор общественных трансформаций; объект и субъект социализации; субъект самоидентификации, самоосознания своих интересов; ресурс и потенциал будущего»³.

Важные с позиций тезаурусного подхода уточнения предложены А. И. Ковалевой и В. А. Луковым. Они выделили ряд признаков, характеризующих молодежь как социальную группу: освоение и присвоение социальной субъектности; наличие социального статуса молодых и самоидентификации как молодых; переход (на определенном этапе жизни) от свойства быть объектом социализации к свойству быть субъектом социальной деятельности; распространенные в этой социальной группе тезаурусы, выражающие и отражающие её символический и предметный мир⁴.

В документах о государственной молодёжной политике сказано, что молодежью является социально-возрастная группа населения от 14 до 30 лет, совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая льготами, но

¹ Филиппов Ф. Р. Высшая школа: социальная ориентация и социальные перемещения молодежи // Высшее образование в жизненных планах молодежи. – М., 1975. – С. 95.

² Омельченко Е. Л. Молодежь: открытый вопрос. – Ульяновск, 2004. – С. 47

³ Ильинский И. М. Молодежь и молодёжная политика: [Философия. История. Теория.]. – М.: Голос, 2001. – С. 69.

⁴ Ковалева А. И. Социология молодежи: Теоретические вопросы. – М.: Социум, 1999. – С. 31.

ограничивая в дееспособности по различным сферам участия в жизни социума. Исходя из обозначенных возрастных рамок, можно констатировать, что на 1 января 2015 г. молодежный сегмент в России составляет 32 603 441 человек, что составляет 22 % от всего населения страны (табл. 1).

Таблица 1

Численность молодежи Российской Федерации по полу и отдельным возрастным группам на 1 января 2015 г. (человек)

Возраст (лет)	Все население		
	мужчины и женщины	мужчины	женщины
14	1 373 692	705 050	668 642
15	1 296 935	664 794	632 141
16	1 352 968	692 760	660 208
17	1 315 792	673 164	642 628
18	1 388 578	711 577	677 001
19	1 474 676	754 544	720 132
20	1 545 959	794 327	751 632
21	1 576 420	806 555	769 865
22	1 821 936	928 076	893 860
23	2 025 148	1 035 037	990 111
24	2 323 467	1 179 902	1 143 565
25	2 382 966	1 210 942	1 172 024
26	2 490 530	1 261 592	1 228 938
27	2 607 083	1 322 517	1 284 566
28	2 588 112	1 306 826	1 281 286
29	2 551 722	1 277 795	1 273 927
30	2 487 457	1 248 697	1 238 760
ИТОГО	32 603 441	16 574 155	16 029 286

Источник: составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики России.

С 2010 по 2014 год численность молодежи в Российской Федерации сократилась почти на 3 млн человек (в 2010 году – более 36 млн, в 2014 году

– более 34 млн человек). К 2025 году, по прогнозам, общая численность молодежи может сократиться до 25 млн человек.

Наибольшая абсолютная численность молодежи в возрасте 14–30 лет (более 1 млн человек) была зафиксирована в 2014 году в следующих субъектах Российской Федерации: Москве – 2305 тыс. человек; Республике Башкортостане – 1690 тыс. человек; Краснодарском крае – 1225,7 тыс. человек; Санкт-Петербурге – 1109,5 тыс. человек.

Наименьшая абсолютная численность молодежи в возрасте 14–30 лет (менее 100 тыс. человек) была зафиксирована в 2014 году в следующих субъектах Российской Федерации: Чукотском автономном округе – 12,9 тыс. человек; Магаданской области – 38,6 тыс. человек; Республике Алтай – 51,9 тыс. человек; Республике Калмыкии – 81,7 тыс. человек.

Отметим, что молодость – это не столько этап жизненного цикла, сколько определенный социальный статус человека, связанный с основными видами деятельности: учащегося, военнослужащего, работающего и т.д.

Крупный и прогрессивный компонент молодежи формирует студенческая молодежь, которая представляет интерес как поколение, занимающее в ближайшем будущем в силу значительного образовательного уровня, динамичного социального поведения, активного трудоспособного возраста место основной интеллектуальной и производительной общественной силы.

Следует отметить различие понятий «молодежь» и «студенческая молодежь», так как молодежь не является синонимом студенчества. Но, при рассмотрении социокультурной составляющей молодежной культуры как части общечеловеческой культуры, представляется уместным понимать студенчество как часть молодежи. Это допустимо, поскольку студент – это обычно молодой человек, являющийся представителем молодежи. Студент может быть и старшего возраста, но в общепринятом понимании молодежь и студенчество – тесно связанные понятия. Таким образом, студенческая образовательная среда понимается нами как часть социокультурной среды

молодежи.

Изучая данную проблему, Т. В. Ищенко акцентирует внимание на факте, что студенчество является составной частью молодежи. В его трактовке студенчество – особая общественная группа, резерв интеллигенции, которая объединяет молодых людей примерно одинакового возраста, образовательного уровня – представителей всех социальных слоев, классов и групп населения. При таком понимании отличительными чертами студенчества являются: характер труда студентов, заключающийся в систематическом овладении, усвоении и накоплении научными знаниями, и его основные социальные роли, определенные статусом студенчества как резерва интеллигенции и его принадлежностью к молодому поколению.

Исследователь А. Н. Семашко, отмечает, что было бы неправильным рассматривать студенчество лишь как подготовку к занятию статуса интеллигенции. Студенчество обладает всеми необходимыми характеристиками, достаточными для отнесения его к особой социальной группе, так как оно отвечает всем установившимся требованиям. В подтверждение своих доводов автор приводит следующие признаки: объективность существования, выполнение в обществе определенных функций, однозначная детерминированность поведения членов групп, специфические социально-психологические черты и системы ценностей, определенная целостность и самостоятельность по отношению к другим социальным группам,

Представляет определенный интерес определение понятия «студенчество», данное А. С. Власенко. Студенчество – особая социальная группа, формирующаяся из различных социальных образований общества и характеризующаяся особым общественным поведением и психологией, особыми условиями быта, жизни и труда, для которой приобретение знаний и подготовка себя для будущей работы в науке, культуре является главным и в большинстве случаев единственным занятием.

В работах В. И. Филоненко обосновывается, что современное

студенчество в большей степени разграничено, нежели интегрировано. Изначальными свойствами, разделяющими студенческую молодежь, являются их этнокультурная принадлежность и избранная профессия¹.

Таким образом, особая роль, которую выполняет студенчество в системе общественного разделения труда, заключается в подготовке к выполнению функций интеллигенции. Студенчество постоянно не участвует в производстве материальных и духовных ценностей, но частично участвует в опосредованном непроизводительном и производительном труде в форме учебы, роль которой в обществе возрастает.

Как социальная группа, студенчество является объединением молодых людей с определенными социально значимыми задачами и устремлениями. Вместе с тем, студенчество представляет собой специфическую группу учащейся молодежи, обладающую только ей присущими особенностям.

К числу одной из особенностей следует отнести такую типичную черту, как социальный престиж. Ранее отмечалось, что студенчество является наиболее подготовленной, образованной частью молодежи и это, несомненно, выдвигает его в число передовых групп, тем самым предопределяя формирование специфических черт студенческого возраста.

Большинство студентов, стремясь завершить обучение в вузе и таким образом реализовать свою мечту о получении высшего образования, осознают, что вуз является одним из способов социального продвижения молодежи. Таким образом, это служит объективной предпосылкой, формирующей психологию социального продвижения.

Единый характер труда, образа жизни, учеба, общность целей в получении высшего образования, активное участие в общественных делах вуза – все это способствует выработке сплоченности у студенчества.

Другая важная особенность – активное взаимодействие с различными социальными образованиями общества, а также специфика обучения в вузе,

¹ Филоненко В. И. Современное российское студенчество в транзитивном обществе: противоречия и парадоксы социализации. – Ростов н/Д., 2009.

которые приводят студенчество к широкой возможности общения. Следовательно, высокая интенсивность общения – это специфическая черта студенчества.

Социально значимой чертой студенчества является также интенсивный поиск смысла жизни, стремление к прогрессивным преобразованиям общества и новым идеям.

Таким образом, студенческая молодежь – это специфическая социально-демографическая группа, в которой проявляются сущностные свойства и черты различных слоев и классов, занимающаяся накоплением информации для профессиональной деятельности, группа с определенным общественным положением, статусом и ролью, активно участвующая в различных формах жизнедеятельности, с социальным опытом конструирования и реализации своих жизненных стратегий.

С одной стороны, студенческая молодежь является частью молодежи как социально-демографической группы и характеризуется определенными признаками, присущими ей. С другой стороны, сама студенческая молодежь также имеет ряд признаков, отличающих ее от молодежи в целом.

Студенчество как особую социальную группу характеризуют: общий вид деятельности (познавательной, или учебной), которая в сочетании с научно-исследовательской работой и другими видами образует особый социальный фон жизнедеятельности; особое участие в общественно-политической деятельности, в жизни общества в целом; особенности субкультуры, которые заключаются в особом характере труда, познания и общения, реализации социальных ролей, организации жизнедеятельности студента, в наличии особого социально-группового самосознания, особых черт морали и этики, высокого интеллектуального потенциала.

Социологическое определение молодежи основано на том специфическом положении, которое данная группа занимает в системе развития и воспроизводства общества. Функционирование и развитие молодежи как большой общественной группы отражает становление

субъекта общественного производства и общественной жизни. С точки зрения этого определения, молодежь характеризуется: 1) общественными отношениями и общественными формами, которые постепенно позволяют заместить другие группы; 2) в качестве динамического субъекта общественного производства особым содержанием предметной, личностной и процессуальной сторон конкретно-исторического бытия. Личностная сторона бытия предполагает формирование социальных качеств юношей и девушек в процессе деятельности. Деятельность любой социальной группы носит предметный характер. Процессуальная сторона проявляется в трансформации такой социальной группы, как студенчество.

Социальная деятельность личности всегда проходит в конкретной социальной среде, понимаемой нами как среда, в которой доминируют молодые люди, для которых вопросы, связанные с социализацией, наиболее актуальны. Исследование ценностных ориентаций студентов следует соотносить с представлениями об их ценностном мире в контексте определенной молодежной культуры. Молодые люди, относящиеся к молодежной возрастной когорте, понимаются нами как студенты.

Среди специфических характеристик, отличающих студенческую молодежь от молодежи в целом, следует выделить, прежде всего, следующие: учебная деятельность, связанная с подготовкой к выбранной профессии; принадлежность к одному возрасту, так как с этим связано и психофизиологические особенности личности, и своеобразное восприятие мира, что чрезвычайно важно.

Необходимо отметить, что объектом нашего исследования являются молодые люди – студенты вуза, поэтому обозначим важные социально-психологические характеристики «студенчества» как «...социальной группы, состоящей из молодёжи, обучающейся в высших учебных заведениях»¹, и выделим его «...близость по характеру деятельности, интересам,

¹ Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. – М.: Просвещение, 1998. – С. 450.

ориентациям к социальной группе интеллигенции, специалистов...»¹ в качестве существенной социальной черты.

Отдельные российские исследователи (Н. И. Бабочкин², В. Г. Васильев³ и др.) подчеркивают «интеллектуальную» сущность студенчества, называя его «интеллектуальной основой российского общества», «завтрашним интеллектуальным авангардом страны», «интеллектуальными ресурсами общества». Однако, помимо возрастных социально-психологических особенностей, характерных не только для студенчества, но и для молодёжи в целом, в рамках данного исследования, необходимо отметить тот факт, что студенческий коллектив представляет, по сути, малую социальную группу. Отличительными чертами таких групп являются: наличие общих норм, ценностей, правил поведения, тесное взаимодействие субъектов, интенсивность общения, на которую как на отличительную особенность студенчества указывают некоторые отечественные исследователи⁴.

Выводы:

✓ Преимущественным социальным фактором, оказывающим влияние (или находящимся на этапе подготовки к оказанию такого влияния в будущем) на разнообразные сферы жизни общества, является молодое поколение, в возрасте от 14 до 30 лет.

✓ Резюмируя вышеизложенные подходы к определению понятия «молодежь» выделим тот, который бы отражал главные особенности молодежи как социальной группы. Определяя предметное поле данного исследования, считаем наиболее предпочтительным считать молодежь субъектом социализации и его трансформации в объект – носителя инновационных норм, ценностей и интересов.

¹ Там же. С. 451.

² Бабочкин Н. И. Становление жизнеспособной молодежи в динамично изменяющемся обществе. – М.: Аспект Пресс, 2000.

³ Васильев В. Г. Отношение студенческой молодежи к религии / В. Г. Васильев, В. О. Мазеин, Н. И. Мартыненко // Социологические исследования. – 2000. – № 1.

⁴ Донцов А. И. Психология коллектива. – М.: МГУ, 1984.

✓ Студенческая молодежь является социально-демографической группой, находящейся на стадии формирования социальной зрелости, близкой по специфике деятельности, интересам, ожиданиям к социальному слою интеллигенции. Для нее характерны: социальная мобильность и активность, стремление к инновациям, быстрая адаптивность, потребности в самодостаточности и самовыражении.

✓ Студенческая молодежь занимает промежуточный уровень между старшей и младшей поколенческими группами населения. Будучи одновременно весьма активным элементом молодёжи, студенчество очень сильно чувствует протекающие изменения и осознает значимые общественные проблемы. Студенческая молодежь, как особый поколенческий срез общества, является очень восприимчивой к преобразованиям в культурной среде, мгновенно реагирующей на изменения в обществе. Любые преобразования, совершающиеся в современном российском обществе, определенным образом воздействуют на жизнь студенческой молодежи и, следовательно, формируют социальный портрет современного студенчества.

1.2. Ценности и ценностные экспектации как социологические категории

В соответствие с задачей исследования в рамках предметного поля следует теоретически рассмотреть и уточнить базовые понятия темы, такие как ценности и ценностные экспектации.

Изучение социологических представлений о ценностях началось с работ В. Дильтея, Г. Риккерта и В. Виндельбанда. Они понимали ценность не как объективную реальность, а как выражение идеального бытия. Ценности отделяются от субъективности человеческих страстей и желаний, телеологически изолируются, получают автономное и самодостаточное значение, то есть признаются как цели сами по себе, которые не способны

быть средством для каких-то иных целей. Ценности трактуются как нормы, не зависящие от субъекта и образующие метаоснову конкретных ценностей и культуры.

В работе «Система ценностей» (1914) Г. Риккерт первым предложил выделять следующие типы ценностей: эстетические (ценности искусства), логические (ценности науки), нравственные (ценности морали), теологические (ценности религии), социально-этические (ценности общественного бытия), мистические (ценности языческой культуры), личные (ценности индивида).

Феноменологическая теория ценностей М. Шелера представляет ценности в качестве объективных априорных сущностей. Ученый отмечает, что в мире первоначально выделяются два рода бытия – бытие вещей и бытие благ, и лишь затем мы открываем в них ценности через чувства ценностей. Субъект не является предпосылкой априорных ценностей, а также создателем критериев и порядка их ранжирования. Ценности интенционально соотносятся с миром материальных благ и объектов.

М. Вебер, вводя проблему ценностей в социологию, в своем «понимающе-объясняющем» подходе взял за основание неокантианский тезис, что каждый человеческий акт предстает осмысленным лишь в соотношении с ценностями, с помощью которых артикулируются цели индивида и социальные нормы.

Метод индивидуализирующих «понимающих» наук как метод «отнесения к ценности», то есть «придания значения», был разработан Г. Риккертом. М. Вебер, опираясь на этот методологический принцип, разработал концепцию социального действия, в качестве основополагающего критерия которой выступил критерий «понимания» его интерпретации и типологизации. Автор выделил ценностно-рациональный тип социального действия, который «основан на вере в безусловную – эстетическую, религиозную или любую другую – самодовлеющую ценность определенного

поведения как такового»¹. М. Вебер стремился разработать методологию исключения ценностных суждений из «наук о культуре». Применяя метод отнесения к ценности, автор показал, каким образом формальная рациональность индустриального общества обусловлена этическими ценностями протестантизма и как вообще интенсивность и рациональность экономической и политической жизни той или иной страны зависят от степени религиозного восприятия мира. По мнению С. А. Кудриной, «непременным условием применения этого метода было вынесение всех оценок за пределы теоретической системы, возможно более полное исключение из такой системы понимания как подведения под общую оценку путем замещения его операцией каузального понимания»².

Некоторые исследователи рассматривают систему ценностей в качестве внутреннего стержня культуры. Ценностный подход в определении культуры наиболее полно разработан Питиримом Сорокиным, согласно которому три основных типа культуры – идеационный, идеалистический сенситивный – поочередно сменяют друг друга в процессе исторического развития общества.

Проблему взаимовлияния ценностно-нормативных систем личности определил в своих исследованиях Э. Дюркгейм, согласно которому система ценностей общества представляет собой совокупность ценностных представлений отдельных людей. Дюркгейм считал, что шкала ценностей оказывается независимой от переменных и индивидуальных оценок индивидов. Люди приспосабливаются к принятой от общества уже устоявшейся ценности. Механизм, регулирующий поведение человека в обществе, является внутренним принятием ценностей через внешнее согласие с общественным мнением. Кроме того, Дюркгейм указывал на необходимость построения иерархии ценностей. Он выделял следующие

¹ Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения: Пер с нем. – М.: Прогресс, 1990. – С. 628.

² Кудрина С. А. Ценностные приоритеты и их онтологические основания // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 38.

ценности: экономические, религиозные, нравственные, метафизические, эстетические. Усвоенные из этих систем ценности выступают в качестве коллективных и индивидуальных ориентиров действия людей¹.

Ценности в социологии В. Парето рассматриваются в контексте понятия «резидуев» – остатков – и его концепции деривации. Деривации представляются теми или иными идеологическими концепциями и доктринами, удовлетворяющими потребности в оправдании «нелогических» и «иррациональных» действий, по отношению к которым они представляют собой вторичные, производные, частные явления. По мнению В. Парето, в социологии следует раскрывать основу этих учений, определяя их эмоциональную составляющую. Эту составляющую автор рассматривает, используя понятие «резидуи», то есть остаточные элементы, выступающие как психические константы. «Остатки соответствуют тем или иным инстинктам, которые свойственны людям; поэтому им обычно недостает определенности, и поэтому между разными остатками нет четкого разграничения»².

Таким образом, в работах как Э. Дюркгейма, так и В. Парето ценности отличались надындивидуальным, объективным, конвенциональным характером, воспроизводством и устойчивостью во времени и директивным свойством по отношению к действиям индивида.

Известный американский социолог Т. Парсонс анализировал работы В. Парето и выделил две категории остатков: остатки, продуцируемые инстинктами; нормативные остатки, или ценностные установки. Эти категории сам В. Парето не выделяет.

Т. Парсонс в своей концепции о социальном действии связывает понятие ценности с ценностной ориентацией индивида, которая выступает в виде приверженности к стандартам, которые существуют в культуре общества.

¹ Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Соц. исследования. – 1991. – № 2. – С. 106–114.

² Парето В. Компендиум по общей социологии. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – С. 142.

Понятию ценности в процессе развития социологического знания стараются придать удобное определение, применимое в эмпирических исследованиях и верифицируемое. В работе У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польской крестьянин в Европе и Америке» ценности определяются как совокупность «правил поведения», с помощью которых группа сохраняет, регулирует и распространяет соответствующие типы действия среди своих членов. То есть ценности рассматриваются как регуляторы группового конформизма и групповой идентификации, носят конвенциональный характер. Отношение к ним свидетельствует об уровне интеграции группы.

П. А. Сорокин в исследовании социокультурной динамики применил аксиологический подход. По его мнению, «именно ценность служит основой и фундаментом всякой культуры, поэтому важнейшие составные части такой интегрированной культуры также чаще всего взаимозависимы: в случае изменения одной из них остальные неизбежно подвергаются схожей трансформации»¹. Идеациональный, идеалистический и чувственный типы культуры, последовательно сменяющие друг друга в рамках социокультурной динамики, представляются им как траектория от генезиса до угасания и отрицания базовой ценности, лежащей в основании той или иной культуры. В качестве одного из основных компонентов социального действия П. А. Сорокин вводит именно ценность. Анализируя и интерпретируя ценности через категорию «значение», П. А. Сорокин в одних случаях использует эти понятия отдельно, а в других – понятия синонимично сливаются.

Ценность помимо категории «значение» в исследованиях П. А. Сорокина связывается с категориями «идеал» и «эталон», лежащими в основании той или иной конкретной культуры. Ценность как идеал определяет телеологию и своеобразие культурных подсистем цивилизации: этики, права, религии, политики, экономики и т.д. С этой точки зрения

¹ Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – С. 429.

социологическая интерпретация ценности перекликается с ее культурологическими и философскими определениями.

В. П. Бранский в работе «Искусство и философия» интерпретирует ценности с философско-культурологической точки зрения. Для него ценность «связана с понятием идеала; более того, она является результатом реализации некоторого идеала. В основе системы ценностей, составляющей данную культуру, лежит идеал»¹.

В социальной психологии и социологии ценности-идеалы (эталоны) рассматриваются в рамках теории референтности (Г. Хаймен, М. Шериф, Т. Ньюком, Р. Мертон) как атрибутивные качества референтной группы в сознании индивида. Референтная группа определяется как реальная или воображаемая социальная группа, ценностно-нормативная система которой выступает для индивида в качестве эталона. При этом понимание ценности через идеал/эталон представляется достаточно обоснованным и верифицируемым в эмпирических исследованиях.

В рамках этнометодологии Г. Гарфинкеля и феноменологической социологии А. Шюца ценность предстает как явление, относящееся в большей степени к внутреннему миру индивида.

М. Рокич выделяет два класса ценностей – терминальные и инструментальные. Определение терминальных ценностей исходит из убеждения, что стремление к какой-то конечной цели существования индивида (например, счастливая семейная жизнь, мир во всем мире), с личной и общественной точек зрения, оправдано. Инструментальные ценности заключаются в убеждении, что какой-то образ действий (например, честность, рационализм) является предпочтительным в любых ситуациях, с личной и общественной точек зрения. То есть разделение на терминальные и инструментальные ценности – это достаточно традиционное различение ценностей-целей и ценностей-средств.

Необходимо провести разграничения между понятиями «ценности» и

¹ Миллс Ч. Р. Социологическое воображение. – М., 1998. – С. 243.

«ценностные экспектации». Предположим, что ценность представляет собой некий идеальный объект, то ценностная экспектация через отражение в сознании личности выступает побудительной силой к деятельности. Иными словами, ценности, ориентированные на определенные цели деятельности и отраженные в сознании личности, становятся ценностными ожиданиями.

В отечественной социологии с середины 1960-х гг. началось исследование ценностей и ценностных ориентаций в теоретических работах А. Г. Здравомыслова, В. А. Ядова, Г. М. Андреевой и др. Потребности личности, их типологизация и изменение во времени, а также в среде разных социальных групп и общностей занимают ведущее место в исследовательских работах.

Рабочее определение ценностей дает А. Г. Здравомыслов, закладывая концептуальные основы исследования данного феномена: «Ценности – это материальные или идеальные предметы, обладающие значимостью для данного социального субъекта с позиций удовлетворения его потребностей и интересов. В такой обобщенной формулировке можно представить те многочисленные определения ценностей, которые существуют в отечественной науке. Производные же от них ценностные ориентации есть установки личности на ценности материальной и духовной культуры»¹. Носителем ценностей исследователь признает социального субъекта, которого в дальнейшем можно рассматривать как индивидуального или коллективного, развивая дискуссию об объективной или субъективной природе ценностей.

В. А. Ядов и А. Г. Здравомыслов акцентировали внимание на содержание ценностей личности при рассмотрении ее отношения к труду. Авторы предлагают включать ценности в мотивационную структуру личности. При этом побудительные мотивы деятельности личности выстраиваются в своеобразную последовательность: потребности преобразуются в интересы, а затем переходят в ценности.

¹ Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – С. 197.

Ценности в социологии представляют собой концентрированное духовное выражение потребностей и интересов социальных общностей, внутренний стержень культуры и принадлежат, прежде всего, элементам культуры, составляя тем самым основу мотивации человеческого поведения. Так, по мнению Н. И. Лапина, ценности – это «обобщенные цели и средства их достижения, исполняющие роль фундаментальных культурных норм»¹.

В рамках социолого-культурологического подхода предлагается рассматривать ценности в двух аспектах. В узком смысле слова в картине мира ценности представлены ценностными ориентациями, ценностями-нормами и ценностями-идеалами. В широком смысле ценности пронизывают все «этажи» (подсознание, сознание и сверхсознание) и сферы индивидуальной картины мира (образы – наглядные представления о мире и месте человека в нем). В широком смысле ценности являются «стержнем» картины мира личности (включая мировосприятие, мироощущение и мировоззрение), определяют ее характер и последующее развитие. Социокультурный аспект предполагает рассмотрение ценностей и ценностных ориентаций как моральных, этических, эстетических, идеологических, политических оснований оценки субъектом окружающей действительности и ориентации в ней. Такой подход к проблеме ценностей и ценностных ориентаций обосновывает изучение их как основных компонентов социума, которые выступают регуляторами, выполняющими нормативные функции по отношению к индивиду. В социологии выделяют шкалу жизненных ценностей, разделенную на основные сферы жизнедеятельности: семья, досуг, работа, друзья, свобода, порядок, равенство, демократия, общественная мораль, религиозная сфера и доверие.

Помимо этого различают: 1) традиционные ценности, которые ориентированы на воспроизводство и сохранение сложившихся целей и норм жизни; 2) современные ценности, которые возникли под влиянием изменений

¹ Лапин Н. И. Сверяем человеческие измерения модернизации (по результатам третьей волны Европейского социального исследования, 2006) // Мир России. – 2011. – № 2.

в общественной жизни; 3) базовые ценности, характеризующие главные ориентации людей как в жизни в целом, так и в основных сферах их деятельности (труде, политике, быту) в частности. К базовым ценностям относятся: здоровый образ жизни, «качество жизни», гуманистическая культура общения между людьми, возрастающая потребность в самореализации личности. Базовые ценности окончательно складываются в процессе первичной социализации индивида, а затем сохраняют достаточную стабильность, претерпевая принципиальные изменения лишь в сложные периоды жизни человека и его социальной среды.

Н. И. Лапиным была предложена цивилизационная модель 14 базовых ценностей, или ценностных понятий, в которой представлены как традиционные, так и современные ценности. По этой типологии жизнь, инициативность, свобода, независимость, законность относятся к современным ценностям. Традиционными ценностями являются самопожертвование и традиционность.

Следует обратиться еще к одной типологии ценностей, построенной на социокультурном основании. Культурная генетика ценностей является важной при изучении как их динамических, так и консервативных характеристик. Она позволяет понять, какие элементы этноса конкретного социума (например, современного российского общества) или социальной общности (например молодежи) ориентированы в воспроизводстве давно сложившихся норм, целей жизни и средств их достижения, то есть восходят к традиционным ценностям. Культурная генетика также определяет, что относится к модернистским аксиофеноменам (ориентации на инновации в достижении рациональных целей – «достиженческие» ценности), что можно охарактеризовать как признаки постмодернистских ориентаций (стремление к самореализации и «качеству жизни»).

Рассмотрим, как ценности отвечают за отношение к феноменам реальности. Н. Решером была предложена классификация ценностей, которые соответствовали различным сферам окружающей среды, с которыми

сталкивается индивидум. В частности, он выделяет политические, экономические, интеллектуальные и другие ценности. В соответствии с этим автор предлагает применить жизненные сферы, с которыми имеет дело индивидум в процессе своего существования, в качестве критерия построения внешней классификации. На этой основе все ценности делятся на следующие группы:

1. Ценности здоровья, показывающие место здоровья в иерархии ценностей, определяющие более или менее сильные запреты в отношении здоровья.

2. Личная жизнь. Совокупность ценностей, отвечающих за любовь, сексуальность и другие проявления межполового взаимодействия.

3. Семья. Определяет отношение к семье, родителям и детям.

4. Профессиональная деятельность. Ценности описывают требования и отношение к работе, финансам для данного конкретного индивидума.

5. Интеллектуальная сфера, определяющая место мышления и интеллектуального развития в жизни человека.

6. Смерть и духовное развитие. Ценности, отвечающие за отношение к духовному развитию, религии, смерти и церкви.

7. Социум. Ценности, отвечающие за отношение человека к обществу, государству, политической системе и т.п.

8. Увлечения. Ценности, описывающие увлечения и проведение свободного времени индивидумом.

9. Бытовые ценности показывают отношение к быту, одежде, внешнему виду.

На сегодняшний день вопрос ценностей является очень острым. Общество потребления заставляет человека изменять своим ценностям в соответствии с тем, чего от него ждут. В работе «Человек для самого себя» Д. Я. Райгородский описывает феномен «рыночной ориентации характера». «Личностный рынок» интенсивно развивается в действительности, в связи с чем рыночная ориентация получает ускоренное развитие. Сегодня, чтобы

добиться успеха, мало обладать умением и интеллектом и быть искренним и порядочным. Успех зависит от умения человека продать себя на рынке, подать себя, создать привлекательную «упаковку», от способности вступить в конкурентную борьбу. Раньше ощущение идентичности самому себе выражалось формулой «я – то, что я делаю», а при ориентации на рынок чувство идентичности становится таким же неустойчивым, как и самооценка, и формула идентичности меняется на: «я – то, чего изволите»¹. Согласно мнению Д. Я. Райгородского, постоянное свойство рыночной ориентации – это изменчивость установок. При этом преобладает пустота, которую можно быстро наполнить желательным свойством, а не одна частная установка. Отсутствие всякого специфического свойства не может быть предметом обмена, поскольку любая устойчивая черта характера в любой момент может вступить в конфликт с требованиями рынка.

В подобных условиях человек с повышенной оценочной зависимостью оказывается вынужденным постоянно предавать собственные ценности в любой ситуации, иначе отстаивание этих ценностей может вызвать неодобрение окружающих.

Предложенная Н. Решером классификация, по нашему мнению, отражает все виды жизненных сфер, с которыми сталкивается человек. Ценности внутри каждой сферы представлены различными запретами, описывающими уровень важности тех или иных конкретных ценностей в той или иной сфере для конкретного индивидуума.

Укрепление духовно-нравственных основ российского общества, совершенствование государственной молодежной политики требуют внедрения системного подхода, основанного на общепризнанных концептуальных ценностях²:

- уважение к истории, культуре и традициям народов России;
- понимание объединяющей роли русского языка,

¹ Райгородский Д. Я. Самосознание и защитные механизмы личности. – М.: Бахрах-М, 2006. – С. 258.

² Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

- фундаментальное значение русской культуры и литературы;
- соблюдение норм морали и нравственности;
- уважение ко всем расам, религиям, народам мира, проявление солидарности с ними;
- проявление милосердия, сочувствия, сострадания друг к другу, поддержки и взаимопомощи;
- семейные ценности;
- здоровый образ жизни;
- уважение к труду;
- социальная справедливость.

Анализируя ценности и ценностные ориентации в контексте общественного сознания и поведения людей, можно получить достаточно информации о степени сформированности общества и индивида, об уровне усвоения им всего богатства человеческой истории. Культурная специфика может проявляться в особенностях иерархии ценностей, присущих тому или иному обществу.

Попытки осмыслить происходящие события и найти им объяснения с научной точки зрения привели нас к базовым положениям теории относительной депривации (Relative Deprivation) Т. Р. Гарра, изложенным в книге «Почему люди бунтуют». Если анализировать ситуацию в рамках этого концепта, то можно отметить что относительная депривация рассматривает восприятие актором расхождения между его ценностными ожиданиями и ценностными возможностями, а ценностные ожидания – как блага и условия жизни, на которые, как убеждены люди, они могут с полным правом претендовать: «ценностные возможности – блага и условия, которые, по их мнению, они могли бы получить и удерживать, а ценности - желательные события, объекты или условия, к которым люди стремятся.»

Т.Р. Гарр резюмировал и соотнес друг с другом три перечня ценностей по А. Маслоу, А. Каплану и Гарольду Д. Лассуэлу, У. Рансимуэну, и

предложил композитную типологию – ценности благосостояния, ценности власти и межличностные ценности.

Ценности благосостояния – это те ценности, которые вносят прямой вклад в физическое благополучие и самореализацию. Они включают в себя физические блага жизни – пищу, кров, обеспечение здоровья, физический комфорт, а также развитие и использование физических и умственных потребностей. Эти два класса ценностей Т.Р. Гарром рассматриваются как экономические или ценности самоактуализации, причем последние могут носить инструментальный характер по отношению к достижению других ценностей благосостояния.

Ценности власти – это те ценности, которые детерминируют степень, до которой люди могут оказывать влияние на действия других и избежать нежелательного вмешательства других в наши собственные действия. Ценности власти включают желание участвовать в политической жизни, в коллективном принятии решений – голосовании, участии в политическом состязании, и относительные желания самодетерминации и безопасности, например, свободы от подавляющей политической регуляции или от беспорядков.

Межличностные ценности – это «те психологические удовлетворенности, которых мы ищем в неавторитарном взаимодействии с другими индивидами и группами». По мнению Т.Р. Гарра, эти ценности включают статус, коллективность и идеациональную связь. Где статус – это желание занять общепризнанную роль, которая наделена престижем в глазах тех, с кем мы взаимодействуем; коллективность – потребность быть членом стабильных групп – семьи, общины, ассоциации, которые обеспечивают поддержку и принятие; идеациональная связь – ощущение уверенности, которое проистекает из осознания приверженности разделяемым определенной группой убеждениям о природе, своем месте в обществе и нормальном взаимодействии.

Ценностные экспектации коллективности представляют собою

усредненные ценностные позиции, на которые её члены, как они сами считают, могут с полным правом претендовать. Ценностная позиция – это объем или уровень реально достигаемой ценности.

Ценностные возможности коллективности – это усредненные ценностные позиции, которые сами её члены воспринимают как способность к приобретению ценностей или их удержанию.

По мнению Т.Р. Гарра, эта схема наиболее релевантна генезису коллективных относительных деприваций, при том, что «относительная позиция индивида может корениться в условиях его собственного прошлого, в абстрактном идеале или в стандартах, сформулированных лидером, или референтной группой.»

Т.Р. Гарр говорит о трех паттернах нарушения равновесия социетальных условий, способствующих соотношению искомых и достигаемых ценностей¹:

- убывающая депривация (групповые ценностные экспектации постоянны, ценностные возможности снижаются);
- устремленная депривация (возможности неизменны, экспектации возрастают или интенсифицируются);
- прогрессивная депривация (рост экспектаций и снижение возможностей).

Обратимся к феномену социальных ожиданий. Данный термин имеет два различных значения:

1) с философской позиции социальные ожидания – это «субъективные ориентации (совокупность социальных установок, элементов знаний, стереотипов поведения, оценок, убеждений, намерений и т. д.), разделяемые членами социальной группы (или общества в целом) относительно предстоящего хода событий, обеспечивающие познавательную,

¹ Гарр Т.Р. Почему люди бунтуют. СПб.: Питер, 2005. С. 62.

эмоциональную и поведенческую готовность индивидов к этим событиям»¹. В данном определении упор делается на отношение членов социума к неким событиям, в нем происходящим;

2) с точки зрения социологии, социальные ожидания – это «система ожиданий, требований относительно норм исполнения индивидом социальных ролей. Членам группы (общества), занимающим ту или иную социальную позицию, выполняющим ту или иную роль, другие взаимодействующие с ними представители группы предъявляют принятые в данной группе требования, касающиеся форм социального поведения, отношений, установок и т. п. Эти требования, предписания приобретают форму ожидания определенного поведения»².

В большинстве своем ученые сходятся в вопросе определения термина «социальные ожидания». Н. И. Конюхов дает следующее определение ожиданиям: «система требований, ожиданий социальной группы относительно норм исполнения индивидом социальных ролей, выражающихся в характере его действий, поведения, мыслей, чувств»³. Социальные ожидания выступают здесь как неформальные нормы, упорядочивающие действия людей по непринятым официально правилам, согласно традициям и т. д.

По мнению А. Я. Анцупова и А. И. Шпилова, социальные ожидания – это «подразумеваемые требования, предъявляемые окружающими индивиду по отношению к его действиям, мыслям и чувствам, необходимым или уместным в той или иной ситуации; социальные ожидания выступают как неформальные санкции, упорядочивающие взаимодействия людей относительно неписаных правил, межличностных ролей и принятых норм и способов общения»⁴.

¹ Ильичев Л. Ф. Социальные ожидания / Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев [и др.] // Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – С. 411.

² Грицанов А. А. Социальные ожидания / А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин [и др.] // Социология: Энциклопедия. – Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2003. – С. 500.

³ Конюхов Н. И. Психоэкономика. – М.: ДеЛи плюс, 2011. – С. 122.

⁴ Анцупов А. Я. Конфликтология. – М.: ЮНИТИ, 1999. – С. 57.

Т. Шибутани называет социальные ожидания экспектациями. Помимо этого он уточняет, что экспектации являются правом каждого участника группы. Также экспектации человека меняются при переходе от одной роли к другой¹.

Основная часть социальных действий человека связана с поведением других людей, то есть имеет коллективное измерение. Именно через экспектации достигается организация поведения людей (англ. *expectation* – ожидание). Экспектации – термин из социальной психологии, используемый для ожидания чего-то в межличностных взаимоотношениях. Экспектации составляют часть ценностных ориентаций личности и обусловлены ее индивидуальными особенностями. Личностный смысл придает экспектациям межличностное общение, то есть экспектации выступают как мотив поведения человека². Термины «экспектации» и «ожидания» чаще всего используются в социально-психологических текстах и традиционно связаны с понятием «социальная роль», которая, по мнению большинства авторов, изучающих этот вопрос, с одной стороны, является набором социальных ожиданий (экспектаций). С другой стороны, анализируя смысловую нагрузку социальных ролей и их происхождение, исследователи приходят к выводу, что роли обеспечивают желаемый характер ответных реакций (Т. Парсон, И. Гофман). Так, по мнению Е. Н. Емельянова «большое значение в построении каркаса экспектаций имеют роли, которых с возрастом становится все больше»³. Следовательно, с удовлетворением социальных потребностей косвенно связывается исполнение ролей. Значение ролей понимают как осуществление определенных функций такие исследователи, как Е. М. Бабосов, В. А. Ядов, Г. М. Андреева. Это могут быть функции группы или общества в целом, то есть это непосредственно связанные с удовлетворением определенных групповых (или социальных) потребностей сферы

¹ Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – С. 49.

² Экспектации // Психология. Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М., 1990. – С. 457.

³ Тоценко Ж. Т. Социальное настроение. – М.: Academia, 1996. – С. 76.

жизнедеятельности. Таким образом, социальные (конвенциональные) экспектации можно рассматривать как конкретизацию групповых потребностей.

Действие эспектаций, имеющих сложную структуру, часто трудно формализовать. Социологами используется понятие фрейма (англ. *frame* – рамка, конструкт), которым обозначают некоторую обобщенную схему образов, интерпретирующих систему поведения человека. То есть лишь в приближении реальное поведение человека соответствует экспектациям других, предполагает определенную свободу в отклонении от ролевого предписания и может соединять несколько ролей.

Таким образом, назовем две основные стороны социальных экспектаций:

1) право ожидать от окружающих поведения, соответствующего их ролевой позиции;

2) обязанность вести себя пропорционально ожиданиям других людей.

Анализ литературы позволил выделить следующие основания для классификации социальных экспектаций: форма, направленность, характер, цель (см. рис. 1).

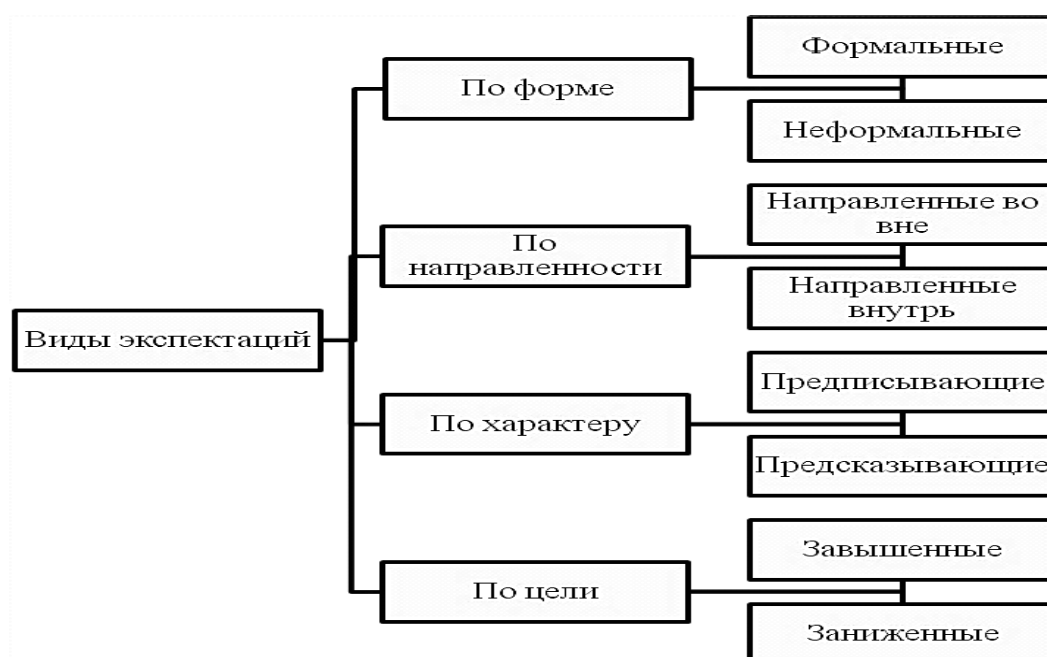


Рис. 1. Виды экспектаций

По форме социальные экспектации можно условно разделить на формальные и неформальные. Формальные (записанные) экспектации – это ожидания, основанные на законах, инструкциях, положениях и других документах. Неформальные (неписанные) экспектации – относительные договоренности, принятые в данном обществе или социальной группе¹.

По направленности экспектации делятся на направленные во вне и направленные внутрь. Экспектации, направленные во вне, представляют собой то, что мы ждем от общества в целом и от его членов в частности. Экспектации, направленные во внутрь, на себя, – это представления о себе и своей роли в обществе, которые частично отображают то, что ожидают от нас другие.

По характеру экспектации можно разделить на предписывающие и предсказывающие. В первом случае экспектации определяют соответствующий характер исполнения социальной роли. Во втором случае экспектации характеризуют вероятностный характер исполнения этой роли с учетом конкретной ситуации и индивидуальных особенностей «исполнителя». Предписывающие экспектации заключают в себе жесткость, строгость, обязательность, тогда как предсказывающие допускают у адресата ожиданий собственную активность, то есть более гибкие².

По цели экспектации делятся на завышенные и заниженные. В случае несоответствия реальных возможностей индивида (способности, особенностей первичной социализации и социального окружения и т. п.) тому, что он рассчитывал получить возникают завышенные ожидания. В случае неверия в собственные силы или возможности среды формируются заниженные ожидания. В любом случае социальные ожидания отражают реальность бытия личности³.

Необходимо отметить, что завышенные и заниженные ожидания

¹ Конюхов Н. И. Психοэкономика. – М.: ДеЛи плюс, 2011. – С. 124.

² Конюхов Н. И. Психοэкономика. – М.: ДеЛи плюс, 2011. – С. 123.

³ Анцупов А. Я. Конфликтология. – М.: ЮНИТИ, 1999. – С. 60.

выступают как основание для развития самой личности и социальной реальности, потому что образуют определенную систему сравнения – соотношения того, что есть, с тем, что должно быть. Соответственно, результатом (последствием) завышенного или заниженного ожидания выступает несовпадение субъективного желания с социальной действительностью: необъективное представление о действительности выступает в качестве причины полной или частичной нереализованности желания социализируемого индивида.

Экспектации реализуются в определении людьми значений тех или иных вещей, поступков, событий, в выработке прогноза поведения людей в определенной ситуации, в устоявшейся системе социальных разрешений. В сознании индивидов экспектации закрепляются в форме установок, правил, ценностей, стереотипов,

Применительно к молодежной группе изучение ценностных ориентации дает возможность выявить реальную степень включенности молодых людей в общественные отношения, определить их адаптационные способности, охарактеризовать инновационный потенциал молодежи, от которого во многом зависит будущее состояние общества.

Ценностная структура личности студента в качестве типичного представителя молодежи важна при изучении ценностных ориентаций этой молодежной группы. Основываясь на том, что социальная студенческая среда относится к молодежной культуре, мы будем представлять ценности, присущие этой среде, как молодежные.

Нормы жизни общества в процессе социализации молодежи интериоризируются в ценности личности, при условии их принятия самой личностью. Результат этого процесса мы будем называть ценностными ориентациями. Необходимо включение личности в референтные группы, чтобы процесс изменения регулятивных норм общества в регулятивные ценности личности происходил. Это следующие группы: семейные, образовательные, неформальные, производственные, политические,

гражданские, коммуникационно-культурные или коммуникационно-идеологические.

Выводы:

✓ Социология рассматривает ценности как элементы социальной системы, общественного сознания и культуры, исследуя распространенность конкретных ценностных ориентаций в массовом сознании и их мотивационное воздействие на поведение людей. Ценности с социологии рассматриваются в соотнесении с понятием «значимость», то есть к ценности относят (придают значимость) те или иные явления.

✓ В социологической интерпретации ценностей предлагаем обобщить и выделить следующие основные подходы: утилитаристский подход – рассмотрение ценностей через категорию «выгода», «польза», «благо», в качестве духовного явления или материального объекта, способного удовлетворить ту или иную потребность человека и имеющего какую-либо пользу; идеалистический подход, при котором интерпретация ценностей происходит в контексте категорий «эталон», «идеал», «референтность»; нормативный подход – ограничение ценностей контекстом их нормативной функции, получение статуса нормативных регуляторов поведения и социального действия; понимающий подход, в основе которого лежит переход от неокантианской аксиологии к социологии М. Вебера, рассматривает ценность, соотнося ее с понятиями «значения», «значимости», «придания значения» («отнесения к ценности»).

✓ Система ценностей имеет дуалистическое основание. При анализе работ классиков социологии мы пришли к выводу, что ценности, с одной стороны, являются компонентом сознания отдельного человека, и одновременно, с другой стороны, выступают неотъемлемой составляющей общественного сознания. Как элемент культуры, выполняя в обществе интегративную функцию, ценности направляют индивида при выборе социально одобряемого поведения в жизненно важных ситуациях.

✓ Система ценностей, оказывая влияние на потребности и интересы личности, является для нее главным мотиватором социального действия. Регуляция поведения акторов происходит через систему ценностей, которые накапливаются в культуре общества. Ценности, существующие в социуме, помогают личности усваивать социальный опыт и воспроизводить его.

✓ При изложении своей позиции мы считаем, что не следует подходить к исследованию ценностей категорично: делить их на «плохие» и «хорошие», «истинные» и «ложные». Критерий, который мы считаем единственным для «оценивания» ценностей, – это способствование или угроза функционированию социальной системы. Но даже если и имеет место угроза функционированию системы, это не всегда является показателем действия «ложных» ценностей. Возможно, что разрушение определенной системы может принести больше пользы человеку, чем ее сохранение.

✓ Под ценностными ожиданиями мы понимаем существенные стороны тезауруса, а именно: направленность субъекта (личности, группы, сообщества) на цели, которые понимаются им как позитивно значимые (благие, правильные, высокие и т. п.) в соответствии с принятыми в обществе (сообществе) эталонами и имеющимся жизненным опытом и индивидуальными предпочтениями.

1.3. Межпоколенный механизм преемственности в формировании социокультурных ценностных ожиданий студенческой молодежи

История цивилизаций и обществ предстает как смена человеческих поколений. Это перманентное изменчивое движение имеет постоянное свойство непрерывной передачи определенной системы культуры от одного поколения другому.

Подобная смена поколений имеет место в условиях нормального, поступательного развития общества. Но российская молодежь оказалась в

условиях аномии (бессилия) законов общественного развития и разрушения предшествующего общества. Современная молодежь – люди совершенно новой формации. По мнению польского социолога П. Штомпки, «когда происходит быстрое и радикальное изменение общества, без четкого направления и понятного смысла, экзистенциальная безопасность оказывается под вопросом, и появляется общее недоверие», социум переживает социальную (культурную) травму¹.

Л. Г. Ионин связывал логику социокультурных перемен, при которых рушатся складывавшиеся десятилетиями традиции, идеологии, верования, жизненные стили и формы, старые общественно-культурные идентификации уступают место совершенно новым, трансформируются структуры престижа, с «движением от моностилистической к полистилистической культуре», что наиболее характерно для современной молодежной культуры².

Настоящее исследование опирается на поколенный подход, несмотря на обилие теоретико-методологических подходов к изучению ценностей и ценностных ориентаций различных социальных групп. В связи с этим поведем анализ понятия «поколение» и феномена «преемственность поколений».

Немецкий социолог К. Мангейм в работе «Проблема поколений» (опубл. в 1928 г.) заложил методологические основы социологического анализа поколений³. В его исследовании была предпринята попытка сопоставления позитивистской и романтически символической постановки проблемы. С точки зрения ученого, при исследовании поколений с позиций позитивизма биологические и хронологические детерминанты возрастной общности акцентируются и, следовательно, определяется общий закон, выражающий ритм исторического развития. Утверждая, что в смене поколений проявляется «дух времени», позиция романтизма подчеркивает

¹ Штомпка П. Социология. Анализ общества. – М., 2005. – С. 365.

² Ионин Л. Г. Культура на переломе (механизмы и направление современного культурного развития в России) // Социс. – 1995. – №2. – С. 41.

³ Mannheim K. The Problem of Generation // Essays on the Sociology of Knowledge. – London, 1952.

внутренние, духовные силы социального прогресса. К. Маннгейм сделал попытку совместить эти подходы. Отношение поколений к происходящим событиям проявляется в терминах, причем терминологию устоявшегося взгляда на мир использует старшее поколение, а событиями в терминах своего периода становления интерпретирует уже молодое поколение. Ученый, рассматривая проблему поколений как средство интеграции людей (при сохранении внутр поколенческого своеобразия), полагал, что культура, образование, искусство, социальная благотворительность, медицина право являются орудиями в поколенческой интеграции и социализации. Он считал, что поколение характеризуется определенным «положением» (Generationslagerung), известным «единством» (Generationseinheit) и специфической «взаимосвязью» (Generationszusammenhang). Свое временное измерение и историко-культурное пространство прослеживается у каждого поколения.

Таким образом, к изучению проблемы поколений К. Маннгейм подходил с точки зрения феноменологии человеческой культуры. Он предложил «многоуровневый» подход к описанию поколения как социологической категории, выделяя три степени конкретизации этого понятия. Первым и наиболее общим критерием выступал, безусловно, возраст и наличие биологических ритмов, который определял периоды взросления, наиболее активной деятельности или старения. Однако поколение как социальный феномен только основано на биологическом факторе, но не выводится из него. Социальный смысл поколения может быть раскрыт через понимание его как определенного местоположения (позиции) в социальном пространстве. Эта позиция определяется тем, что люди одного возраста в определенный период (наиболее значимый для формирования мировоззрения, освоения моделей поведения и усвоения идей) объективно оказываются в конкретно-исторической ситуации, которая характеризуется «ограниченным» набором представленных в обществе образцов поведения, стилей, идей и т. д., то есть определяется общим культурным и историческим

контекстом. Выделение поколения на данном основании базируется на допущении, что ведущую роль в формировании ценностной системы играет период первичной социализации. Именно тогда закладываются базовые, а следовательно, и наиболее устойчивые, принципы восприятия, осознания и оценки окружающего мира и социального взаимодействия в нем. Дальнейшие трансформации ценностной системы носят преимущественно корректирующий и конкретизирующий характер.

Американские социологи У. Томас, Ф. Знанецкий предложили подобный метод анализа поколений в работе «Польский крестьянин в Европе и Америке»¹. Их подход основывался на принятии субъективного и объективного, социального и индивидуального взаимодействия, на понимании человеком себя и других. Доказательство их точки зрения строится на тезисе, что без информации о субъективной стороне протекания социальных процессов и событий (то есть без учета восприятия и осмысления событий участниками) невозможно их познание. Это доказательство особенно важно для понимания методологии исследования отношений между поколениями.

Маргарет Мид, определяя общечеловеческую характеристику взаимодействия поколений,² выделяет три типа культуры межпоколенных отношений в истории человечества: постфигуративный, когда дети получают знания у своих предков; кофигуративный, когда источником знаний для детей и взрослых становятся их сверстники; префигуративный, при котором процесс получения знаний идет от детей к взрослым.

Однако, по мнению И. С. Кона, новые знания, предлагаемые молодежи, всегда основаны на определенной культурной традиции и на опыте прошлых поколений³. При анализе ситуации в современной России, на наш взгляд, наблюдается присутствие элементов все трех типов культур,

¹ Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки // Американская социологическая мысль. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 496 с

² Мид М. Культура и мир детства. – М., 1988. – 134 с.

³ Кон И. С. Ребенок и общество. – М.: Академия, 2003. – 335 с.

выделенных М. Мид. Ситуация складывается так, что в настоящий момент в России наличествуют три и даже четыре поколения (дети, родители, прародители, прапрародители). Старшее поколение, опираясь на собственный опыт общения с предыдущими поколениями, по инерции стремится к передаче следующим поколениям своего богатого опыта. Но молодое поколение под влиянием кардинальных изменений за последние годы (глобализации, компьютеризации, информатизации общества и т. д.) оставляет этот опыт практически невостребованным.

Выделение местоположения поколения в социальном пространстве аналогично выделению «класса на бумаге» (П. Бурдьё), который в отличие от «класса для себя» определяется как совокупность агентов, «занимающих сходную позицию, которые, будучи размещены в сходных условиях и подчинены сходным обусловленностям, имеют все шансы для обладания сходными диспозициями и интересами для выработки сходной практики»¹. Так происходит и в случае поколений: «общее место в исторической протяженности социального процесса»² задают уникальные для каждого поколения культурные и исторические рамки. Таким образом, периодичность возникновения новых поколений связана с исторической событийностью, периодичностью изменения социальной ситуации. То есть изменение социальной и исторической ситуации влечет за собой потенциальную возможность возникновения нового поколения.

Процесс преемственности и смены поколений играет ключевую роль в любом обществе, в том числе российском. Рассматривая поколения в качестве субъектов социокультурного пространства, необходимо отметить, что в основе смены поколений лежит биологический ритм, который обуславливает неизбежное прохождение каждым поколением последовательных этапов жизненного цикла (взросление, расцвет, старение).

¹ Бурдьё П. Социальное пространство и генезис классов // Бурдьё П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – С. 59.

² Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состязательность – экономические амбиции. – М.: ИНИОН, 2000. – С. 24.

В этом отношении интерес представляет ситуация поколенческого (генерационного) сдвига, когда одновременно одно поколение теряет силу своего влияния на жизнь общества, а другое обретает ее.

Переход поколения в стадию, предполагающую наибольшую социальную активность, является одним из ресурсов для реализации соответствующей ценностной системы в социокультурном пространстве. Кроме того, для полноты этой реализации необходима обеспеченность конкретного поколения и другими ресурсами, которые позволяют занимать в данном обществе высокие статусные позиции: властные, экономические, социальные и т. д. Отсутствие такого рода ресурсов выражается в феномене так называемых «забытых» или «потерянных» поколений, которые оказались мало востребованными в социальной жизни.

Рассмотрим точку зрения К. Мангейма, который полагал, что единство общественного положения представителей одного поколения предопределено их почти одновременным рождением и влиянием одних и тех же исторических событий. Однако общественное положение само по себе лишь обладает определенным потенциалом, который может быть трансформирован или подавлен. Реализация этого потенциала возможна при условии, если новый «поколенческий стиль» или новая «энтелехия поколения» вырабатывается в данной возрастной группе. Энтелехия – это выражение общности внутреннего предназначения поколения, окружающего мира и врожденного способа восприятия жизни. Энтелехия – это отличие одного поколения от другого, при этом свою «энтелехию» каждое поколение создает само и приобретает качественное единство лишь с ее помощью. Таким образом, по мнению мыслителя, частота возникновения новых поколенческих «энтелехий» (собственно поколений) связана с темпом социальных изменений. Когда некая возрастная группа отвечает на значимые исторические события и изменения формированием собственной «энтелехии», возникает возможность становления поколения. Мангейм связывает возникновение энтелехии у того или иного поколения,

формируемого на основе возрастной стратификации, с активностью социальных трансформаций. То есть ускоренный темп социальных и культурных изменений требует изменения базовых установок индивидов, при этом на основе комбинации различных аспектов нового опыта формируется новый мощный импульс, образуется центр новых структур мировосприятия. «В таких случаях мы говорим о появлении нового поколенческого стиля, о новой энтелехии поколения»¹.

В 90-е годы американским специалистом в области демографии Н. Хоувом и историком У. Штраусом была разработана «Теория поколений», пользующаяся популярностью и в настоящее время. Она призвана выявить ключевые моменты в конфликтах поколений, дать определения понятию «поколение», системе ценностей каждого поколения. Согласно этой теории, поколения отличаются друг от друга не только возрастом, но и базовыми ценностями, сформированными в период детства. К российской действительности предложенную модель адаптировали психолингвист Евгения Шамис и психолог Алексей Антипов. Они выделили ключевые для российских граждан мировые и локальные события, повлиявшие на формирование ценностей определенной когорты. Ценности представителей среднего класса названы основой этой теории. Отметим, что в России две группы людей относят себя к среднему классу: люди с высшим образованием и люди с определённым уровнем достатка². Поколение формирует и определяет не возраст представителей, а сходство ценностей. Сейчас в России можно выделить следующие поколения³:

✓ Поколение GI, или поколение Победителей, к которому относятся люди, рожденные в период с 1900 по 1923 г. Их ценности продолжали формироваться до 1933 г.

✓ Молчаливое поколение, к которому относятся люди, рожденные в

¹ Mannheim K. The Problem of Generations // Essays on the Sociology of Knowledge. London: Routledge and Kenal Paul. – 1970. – P. 9.

² Шамис Е. Теория поколений // Стильный журнал об управлении людьми. – 2007. – № 5. – С. 48–55.

³ Левада Ю. А. Поколение XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2001. – № 5 (55). – С. 7–14.

период с 1923 по 1943 г. Их ценности формировались до 1953 г.

✓ Поколение Беби-Бумеров, названное так в «честь» бума рождаемости, который наблюдался в послевоенные годы (1943–1963). Ценности представителей этого поколения формировались до 1973 г.

✓ Поколение X, или Неизвестное поколение, представители которого родились в 1963–1984 гг. Формирование ценностей происходило до 1993 г.

✓ Поколение Y, или поколение Сети и поколением Миллениум, так как его представители оканчивают школу в новом тысячелетии. Годы рождения в период 1983–2003 гг.

✓ Поколение Z (рожденные после 2000 г.). Их отличительные черты следующие: предпочтение текстового сообщения разговору; общение в сети Интернет с друзьями, с которыми никогда не виделись; редкие прогулки; организация досуга родителями, а не самостоятельно; зависимость от мобильных телефонов; незнание мира без высоких технологий и терроризма; поиск информации в компьютере, а не в книгах. Это поколение росло в эпоху экономической депрессии, нацелено только на успешный результат. Большинство из них очень быстро взрослеют, видя себя значительно старше своих лет.

«Теория поколений» основывается на положении о цикличности смены поколений. Выделены четыре типа сменяющих друг друга поколений: пророки (идеалисты); кочевники; герои; художники. Ключевым элементом «теории поколений» является категория «ценностей поколения», имеющих ряд отличительных признаков:

1. Наряду с общечеловеческими и индивидуальными, поколенческие ценности также являются элементом системы ценностей человека.

2. Формирование ценностей поколения происходит в возрасте 12–14 лет под влиянием общественных событий (социальных, экономических, культурных и политических), семейного воспитания а также технического прогресса.

3. Поколенческие ценности не носят явно выраженной формы,

являются глубинными, подсознательными, в том числе для самих представителей поколений, но при этом оказывают влияние на жизнь, деятельность и поведение людей, определяют формирование личности.

Примерно через каждые 20 лет происходит смена поколений. Из четырех смежных поколений формируется цикл продолжительностью около 80 лет. Затем цикл повторяется, и, как следствие, ценности представителей пятого поколения имеют общие черты с ценностями первого поколения, отличаясь лишь отдельными особенностями, обусловленными другим уровнем развития. Численность поколений российского общества представлена в табл. 2.

Таблица 2

Численность поколений российского общества (на 1 января 2015 г), чел.

Поколение	Все население		
	мужчины и женщины	мужчины	женщины
Поколение Победителей	1 956 810	415 124	1 541 686
Молчаливое поколение	12 354 946	3 522 826	8 832 120
Поколение Беби-Бумеров	34 477 033	14 597 632	19 879 401
Поколение X	43 813 280	21 274 914	22 538 366
Поколение Y	31 229 749	15 869 105	15 360 644
Поколение Z	24 392 280	12 507 247	11 885 033
ИТОГО:	148 224 098	68 186 848	80 037 250

Источник: составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики России.

Более детальный анализ поколенческой структуры российского общества представлен на рис. 2.

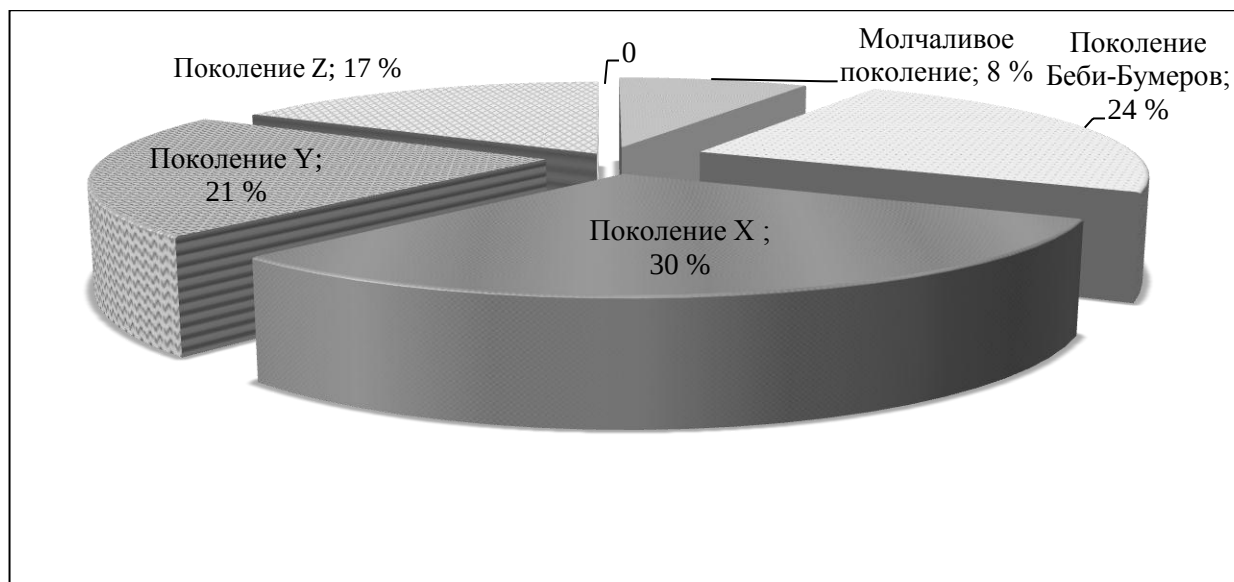


Рис. 2. Поколенческая структура российского общества (по данным 2015 г.)
(Источник: составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики России)

Как показано на рис. 2, доля представителей поколения X составляет 30 %, доля представителей поколения Y – 21 %, доля представителей поколения Беби-Бумеров – 24 %, молчаливое поколение – 8 %, и самое молодое поколение, поколение Z – 17 %. Таким образом, российское общество в основной своей части представлено тремя поколениями: Беби-Бумерами, X и Y.

Во всех нетрадиционных обществах новое поколение острее ощущает основные проблемы развития. Подчинение процесса культурного движения поколенческим ритмам совершается как вытеснение одного поколения другим, претендующим на более эффективную программу переустройства общества, происходит путем смены представлений, сложившихся во время кризиса. Чем динамичнее и шире перемены, тем глубже различия между поколениями.

Особенности процесса преемственности поколений в современной России состоят в том, что, во-первых, этот процесс происходит в условиях не только смены поколений, но и смены политической, экономической и социальной структур. Во-вторых, большее значение имеет не межпоколенная

преемственность, а внутр поколеное заимствование, как правило, элементов субкультур развитых капиталистических стран. В-третьих, нигилистическое отношение к наследию поколений советского периода, которое идеологически спровоцировано в 90-е годы XX века, приводит к снижению авторитета старшего поколения в глазах молодого. В-четвертых, передача духовных ценностей и норм следующим поколениям затрудняется их девальвацией.

Проблема преемственности поколений складывается в любом обществе, перед которым стоит задача формирования молодого поколения, способного реализовать свои социальные функции в будущем. Важное значение имеет и проблема успешного включения молодежи в общественные отношения, которая возникает в процессе осознания молодежи как поколения при постепенном включении в общественную практику через социальное созревание. Молодежь находится в объективной связи со всеми предыдущими поколениями, являясь последним по генезису поколением в любом обществе, представленном рядом поколений¹.

При восприятии молодежи в качестве целостного поколения необходим анализ ее взаимоотношений с другими поколениями. В периоды социальных кризисов, перемен возрастает взаимное отчуждение, непонимание между поколениями, поскольку кризисы в социальном развитии – это и кризис сложившегося механизма преемственности поколений.

Условия жизни также оказывают существенное влияние на ценностные и нравственные ориентиры молодежи, например такие условия, как место проживания, социальный статус родителей, социальная группа, к которой они относятся и т.д.

Концепция М. Мид показывает зависимость межпоколенных отношений от темпов социального и научно-технического развития, обращая

¹ Даффлон Д. Молодежь в России: портрет поколения на переломе // Вестн. обществ. мнения. – 2008. – № 5. – С. 19–35.

внимание на включение в межпоколенную трансмиссию культуры информационного потока не только от родителей к детям, но и наоборот – молодежь, интерпретируя современную ситуацию иначе, оказывает влияние на старшее поколение. Однако, считает И. С. Кон, нельзя недооценивать влияние младшего поколения на старшее, поскольку новшества, предлагаемые ими, основаны на опыте прошлых поколений

Социологический подход в понимании преемственности подразумевает ее изучение через потребности общества и государства, которые являются результатом экономических взаимоотношений, принятых в данной цивилизационной модели.

Анализ литературы по теме исследования позволил уточнить механизм межпоколенной преемственности и выявить определенную последовательность этапов преемственности социокультурных ценностей. Схема этапов механизма межпоколенной преемственности представлена на рис. 3.

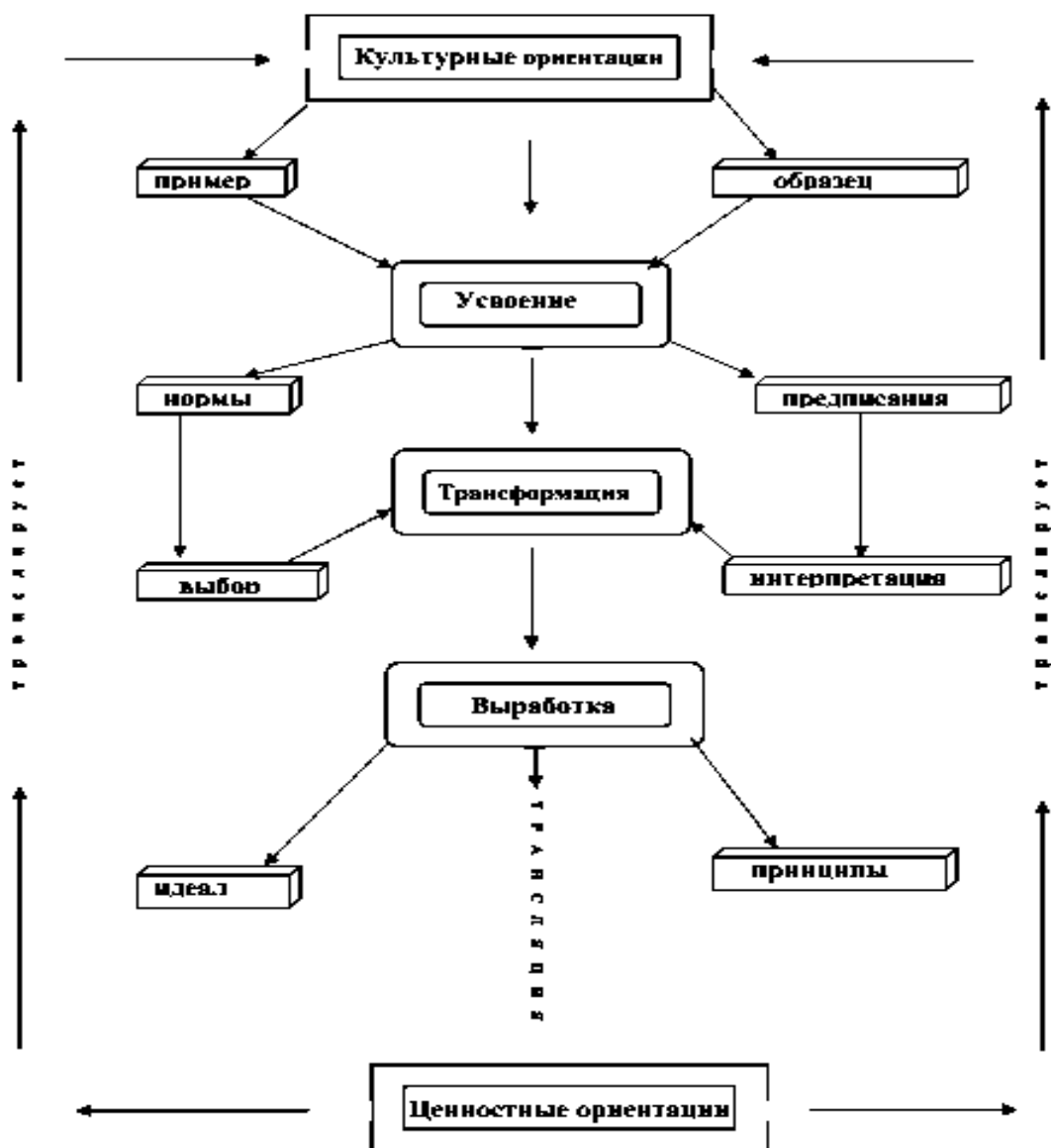


Рис. 3. Механизм преемственности ценностных ориентаций от поколения к поколению¹

Обозначим этапы механизма преемственности ценностных ориентаций от поколения к поколению:

1. Передача старшими поколениями культурных ориентиров через пример – с помощью образца деятельности; вербальные способы трансляции культуры, то есть передача посредством имени (слова).
2. Усвоение младшим поколением норм старших поколений.
3. Выработка новых идеалов и принципов, соответствующих новым

¹ Шнуренко Т.И. Ценности молодежи в свете поколенного подхода // Высшее образование: опыт, проблемы, перспективы: сб. материалов всероссийской науч. кон. / БГТУ им. Шухова.- Губкин, 2008. – С. 106-110.

историческим и социально-экономическим условиям, через трансформацию усвоенных ценностей старших поколений, посредством выбора и интерпретации этих ценностей;

4. Трансляция новых выработанных ценностных направлений, основанных на ценностях предшествующих поколений, но при этом максимально приспособленных молодым поколением к новым историческим условиям.

Прослеживается цикличность механизма преемственности, то есть процессы преемственности ценностных ориентаций возникают в указанном порядке и повторяются в каждом поколении заново.

Обозначенные этапы механизма преемственности свойственны стабильному обществу. Если в обществе происходит слом прежней общественной системы, отмечаются кризисные состояния, изменение отношений между поколениями, происходит трансформация ценностных ориентаций населения, то нарушается или трансформируется механизм межпоколенной преемственности ценностей. В современном российском обществе складываются условия негативного отношения к предыдущему периоду Советской власти советского периода, транзитивного состояния общества, происходят процессы глобализации.

Анализ теоретических подходов к межпоколенному взаимодействию позволяет выявить ряд факторов, оказывающих влияние на межпоколенные взаимоотношения (см. рис. 4).

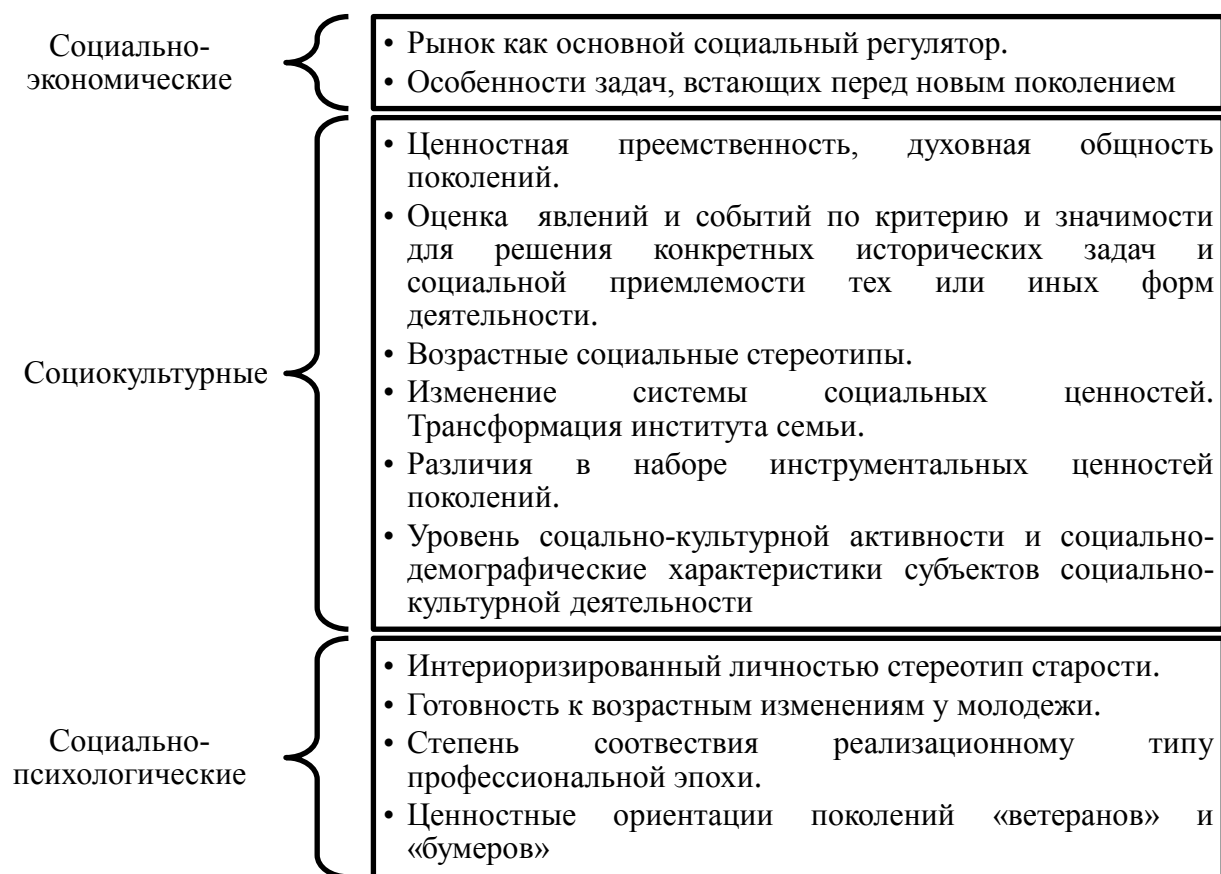


Рис. 4. Классификация факторов влияния на межпоколенные «взаимоотношения»

Первый класс – факторы социально-экономические. Рынок как основной социальный регулятор рассматривается в работах М. Мида, С. Н. Паркинсона, Л. Фойер. Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: анализ исторического развития взаимоотношений поколений в контексте социально-экономического развития. Предлагаемое авторами решение проблемы: государственное регулирование рыночных отношений. Особенности задач, встающих перед новым поколением: высокая степень неопределенности последствий социально-экономических, научных изменений (работы А. И. Ракитова). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: динамика научно-технического прогресса. Решение проблемы: знание и информация.

Второй класс – факторы социокультурные. Ценностная преемственность, духовная общность поколений рассматривается в работах И. В. Малыгина, А. Я. Флиер, М. М. Шибаева, Л. А. Горностаева. Ключевые

аспекты проблемы, связанные с рассмотрением факторов: наследование социального и культурного опыта, культурно-историческая память. Предлагаемое авторами решение проблемы: диалог культур. Оценка явлений и событий по критерию полезности и значимости для решения задач и социальной приемлемости тех или иных форм деятельности (работы Л. А. Горностаева). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: модели межпоколенного взаимодействия. Решение проблемы: восстановление социокультурной практики преемственности через аккумуляцию значимых знаний и опыта, формирование систем ценностных ориентаций. Возрастные социальные стереотипы рассматриваются в исследованиях В. И. Ильина, В. В. Радаева, В. В. Рывкиной, Н. Е., Тихоновой, О. И. Шкаратана. Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: теория возрастной стратификации общества. Решение проблемы: толерантность. Измерение системы социальных ценностей, трансформация института семьи, пренебрежение к прошлому и традиция рассматриваются в работах Р. Н. Батлер, Дж. Винсент, М. Д. Александрова, А. Т. Шаталов. Ключевые аспекты проблемы, связанные с рассмотрением факторов: формирование образа старости в современном обществе, дискриминация по возрасту (эйджизм). Решение проблемы: установление позитивных форм социального взаимодействия. Различия в наборе инструментальных ценностей поколений, то есть средств достижения поставленных целей, исследуются Р. А. Ахметьяновой, Е. Н. Ермолаевой. Ключевые аспекты проблемы, связанные с рассмотрением факторов: особенности преемственности поколений в условиях трансформации российского общества. Решение проблемы: формирование нового социального механизма преемственности поколений, в том числе воспитания, образования, возрождения культурно-исторической памяти. Уровень социально-культурной активности и социально-демографические характеристики субъектов социально-культурной деятельности (работы Н. С. Квасова). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов:

проблема ценностной стратификации людей среднего возраста в процессе социально-культурной деятельности. Решение проблемы: сбалансированность установок, определяющих выбор между социально-культурной активностью и пассивностью.

Третий класс – факторы социально-психологические. Интериоризированный личностью стереотип старости (исследования Л. И. Анциферова, М. В. Ермолаева и др.). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: проблема взаимосвязи социального стереотипа старости и личного выбора стратегии старения. Решение проблемы: личная стратегия старения. Готовность к возрастным изменениям у молодежи (Т. А. Петрова). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: динамика отношения к старости у молодежи. Решение проблемы: практики межпоколенного взаимодействия. Степень соответствия реализационному типу профессиональной эпохи (работы Е. П. Ермолаева). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: влияние социально-экономической ситуации на характеристики поколений профессионалов. Решение проблемы: определение тенденций изменения профессиональных отношений и выработка превентивных стратегий социальной адаптации профессионалов к переменам. Ценностные ориентации поколений «ветеранов» и «бумеров» (работы R. Zemke, C. Raines, D. Sirias). Ключевой аспект проблемы, связанный с рассмотрением факторов: ролевые модели профессионалов разных поколений. Решение проблемы: особенности реагирования на изменения.

Выводы:

✓ Несколько сопредельных возрастных когорт, возрастных групп могут составить поколение. При этом идентификационными свойствами поколенной общности, отличающими ее от возрастной группы, является некое единство ценностей и ценностные экспектации.

✓ Поколенческие ценности образуются по итогам семейного

воспитания, а также под воздействием ряда событий, происходящих в обществе: экономических, социальных, технологических, политических. При этом важно отметить, что формирование ценностей протекает до 12–14 лет.

✓ В рамках данной работы мы основываемся на том, что любое поколение неизменно воспроизводит социокультурный опыт, сложившийся у составляющей его возрастной группы в молодом возрасте.

✓ Процесс преемственности ценностей от одного поколения к другому, свойственный стабильному обществу, включает в себя несколько этапов: 1) воспроизведение старшими поколениями социокультурных экспектаций с помощью собственного примера (образца деятельности), к трансляции при помощи слова, иначе говоря обращение к вербальным способам передачи ценностей; 2) понимание и принятие младшим поколением норм, традиций и ценностных установок старших поколений; 3) отбор и толкование младшим поколением ценностей, перенимаемых у старших поколений, выработка новых идеалов и принципов, которые соответствуют новым историческим и социально-экономическим условиям; 4) трансляция младшим поколением новых выработанных ценностей, основанных на ценностях предшествующих поколений, и максимальная адаптация этих ценностей молодым поколением к новым историческим условиям.

✓ Возникновение ценностных экспектаций современной молодежи протекает под влиянием комплекса различных факторов, присущих как разным странам мира, так и российской действительности: например, переход европейских стран к посмодернистским ценностям, воздействие стадии социальных трансформаций и преобразование систем ценностей на протяжении XX столетия, этническое и культурологическое многообразие нашей страны. В исследовании выявлены три класса факторов, оказывающих влияние на межпоколенные взаимоотношения: социально-экономические; социокультурные и социально-психологические. Из указанных факторов в настоящее время наименее изученными остаются социокультурные факторы,

обусловленные преемственностью ценностных экспектаций от поколения к поколению.

ГЛАВА 2. КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЦЕННОСТНЫХ ЭКСПЕКТАЦИЙ В ИЗМЕРЕНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНАЛЬНОГО СОЦИУМА

2.1. Методы и организация эмпирического исследования

Как любое научное исследование, социологическое исследование содержит установленный комплекс элементов, характерных для научной деятельности (рис. 5).



Рис. 5. Структура социологического исследования

В соответствии с рис. 5 определим содержание данных элементов в рамках обозначенной темы диссертационной работы.

Актуальность исследования обусловлена, главным образом, диссонансом ценностей и ценностных экспектаций представителей разных

поколенческих групп, который образовался в связи с социокультурными и экономическими преобразованиями российского социума. Эти процессы запустили процедуру переоценки ценностей, при которой трансформируются ценностные ожидания, образуются, развиваются и укрепляются новые ценностные экспектации, соответствующие современной социальной реальности. В сложившихся обстоятельства предметом внимания становится проблема уровня воздействия данных преобразований на ценностную структуру общества в поколенческом разрезе и, соответственно, возникает вопрос «В какой мере сильны ценностные противоречия между представителями разных поколений?».

В данное время прослеживается специфическая особенность взаимоотношения поколений, которая выражается в том, что преемственность поколенных ценностей заключается в информационном потоке от старшего поколения к младшему и наоборот, то есть молодежное толкование современной социокультурной ситуации и исторического наследия влияет на представителей разных поколений. В связи с этим считаем важным исследование ценностных экспектаций студенческой молодежи в рамках поколенческого подхода.

В качестве методологического основания настоящего исследования выступают следующие ключевые теоретические положения:

- понятие «студенческая молодежь» определяется как социальная группа, субъект социализации и его трансформация в объект – носителя инновационных норм, интересов и ценностей (А. Н. Семашко, А. С. Власенко и Т. В. Ищенко);
- теория референтности (Г. Хаймен, М. Шериф, Р. Мертон, Т. Ньюком);
- «Теория поколений» (Н. Хоув, У. Штраус, Е. Шамис, А. Антипов).

Объект эмпирического исследования: представители трех поколенческих групп.

Предмет эмпирического исследования: ценностные экспектации представителей разных поколений россиян и факторы, повлиявшие на формирование экспектаций.

При оценке возможностей применения тех или иных методов необходимо помнить о целях исследования. В рамках данного диссертационного исследования целесообразно сочетание количественных и качественных методов, так как именно их сочетание позволит реализовать цель эмпирического исследования – провести компаративный анализ структуры ценностей представителей разных поколенческих групп.

Поставленная цель эмпирического исследования потребовала решения следующих задач:

- 1) исследовать динамику ценностных экспектаций представителей разных поколений в контексте социокультурных изменений в России;
- 2) выявить факторы, детерминирующие социокультурные изменения ценностных экспектаций различных поколенческих когорт;
- 3) рассмотреть высшее образование и профессию как социокультурные ценности в измерении студенческой молодежи регионального социума.

Эмпирическое исследование проводилось в четыре этапа.

На первом этапе был проведен анализ источников литературы для оценки научных представлений о ценностных экспектациях студенческой молодежи в рамках поколенческого подхода. Выявлены теоретические и методологические проблемы исследования понятия «студенческая молодежь» в социологической науке, рассмотрены основные подходы к исследованию студенческой молодежи в свете возможностей их использования в социологической теории среднего уровня. Уточнено социологическое содержание понятий «ценности» и «ценностные экспектации», предложена классификация ценностных экспектаций. Систематизирован имеющийся в современной литературе опыт исследования поколения как социокультурной общности, определены факторы влияния на межпоколенные взаимоотношения, представлен межпоколенный

механизм преемственности, выяснена его роль в формировании социокультурных ценностных экспектаций. Критический анализ данных литературных источников позволил определить нерешенные проблемы в выбранном научном направлении и подтвердить актуальность темы исследования.

На втором этапе было проведен анализ данных, предоставленных Федеральной службой государственной статистики и территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области, а также вторичный анализ ряда социологических исследований относительно ценностных экспектаций различных поколенных групп^{1, 2, 3} и ценностей и ожиданий студенческой молодежи^{4, 5, 6, 7, 8, 9}.

Третий этап исследования включал проведение эмпирического исследования. В процессе работы были использованы следующие методы и процедуры:

– полуструктурированное интервью репрезентантов трех поколений россиян: поколения Беби-Бумеров, поколения X, поколения Y, – с целью определения особенностей патриотических ценностей и профессиональных ценностных экспектаций; выборка – по возрастному принципу. **Возрастное распределение респондентов:** Беби-Бумеры (N = 79; 33,4 % выборочной

¹ Грушин Б. А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4 кн. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева». – М., 2001. – С. 185.

² Семёнова В. В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. – М., 2009.

³ Ляпина И. Ю. Гражданское общество в восприятии различных поколений россиян (анализ результатов социологического исследования в г. Волжском) // Молодой ученый. – 2012. – № 5. – С. 360–365.

⁴ Константиновский Л. Д. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений). – СПб.: РХГИ, 2001. – С. 18.

Корпухин О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения // Социс. – 2000. – № 3. – С. 124.

⁵ Корпухин О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения // Социс. – 2000. – № 3. – С. 124.

⁶ Мкртчян Г. М. Молодежь на рынке труда / Г. М. Мкртчян, И. М. Чистяков // Социс. – 2010. – С. 47.

⁷ Крапивенский А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–212.

⁸ Овсянникова Т. В. Особенности профессионального самоопределения выпускников вузов // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 243.

⁹ Корпухин О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения // Социс. – 2000. – № 3. – С. 124.

совокупности), поколение X (N = 82; 34,6 % выборочной совокупности), поколение Y (N = 76; 32 % выборочной совокупности);

- фокус-группа в рамках работы секции «Культурного наследия» XXVI областных краеведческих чтений Волгоградского областного краеведческого музея; основная цель исследования – выявить особенности позиционирования патриотизма, патриотических ценностей, персонализации по отношению к празднику Победы советского народа в Великой Отечественной войне репрезентантов трех поколений россиян (N = 16);

- анкетирование, выполненное в рамках авторского исследования, с целью выявления наиболее значимых ценностей в профессиональной и личной сферах жизни студентов таких волгоградских вузов, как ВолГУ, Волгоградский филиал РАНХиГС, ВолгГМУ, ВГАФК, ВГСПУ (N = 742). Тип выборки – квотная, предельная ошибка выборки не превышает 5 %. **Распределение по полу:** мужчин – 354 человека (что составило 47,7 % от общего числа опрошенных), женщин – 388 человек (52,3 % от общего числа респондентов);

- глубинное интервью со студентами ВолГУ, Волгоградского филиала РАНХиГС, ВолгГМУ, ВГСПУ, цель которого: определить систему мотиваций студентов, которая определила их приход в профессию (N = 31);

- контент-анализ интернет-ресурсов: HeadHunter (hh.ru); Портал Superjob.ru. Предмет исследования – объявления о вакансиях и резюме соискателей, размещенные на вышеуказанных сайтах. С целью анализа сложившейся ситуации с трудоустройством выпускников вузов на рынке труда Волгограда, выявление возникающих при этом проблем и поиск способов их разрешения.

Четвертый этап предполагал проведение обработки полученных данных, проведение компаративного анализа результатов исследований среди трех групп респондентов (поколение Беби-Бумеров, поколение X, поколение Миллениум, или Y), критический анализ и обсуждение итоговых результатов работы.

В эмпирической части исследования проводилась репрезентативная выборка респондентов по половому и возрастному признаку. Сведения о поло-возрастном составе жителей Волгоградской области, требующиеся для расчета выборочной совокупности, были предоставлены Федеральной службой государственной статистики России (табл. 3).

Расчет выборочной совокупности исследования происходил с учетом возрастного распределение жителей области по данным поколенным группам за исключением «Молчаливого поколения» в виду малочисленности в Волгоградской области (11 %) (рис. 6) и поколения Z из-за несовершеннолетнего возраста. Таким образом, в качестве объекта данного исследования рассматривались представители трех поколенных групп: 1) поколение Беби-Бумеров, представители которого родились в период с 1943 по 1963 г., 2) поколение X, представители которого родились в промежутке с 1963 по 1984 г. и 3) поколение Y, родившееся в отрезок времени с 1984 по 2000 г.

Таблица 3

**Численность представителей разных поколений в Волгоградской области
(на 1 января 2015 г.), чел.**

Поколение	Все население		
	мужчины и женщины	мужчины	женщины
Молчаливое поколение	274 173	78 360	195 813
Поколение Беби-Бумеров	630 658	266 353	364 305
Поколение X	751 491	367 345	384 146
Поколение Y	538 782	273 781	265 001
Поколение Z	401 625	206 502	195 123
ИТОГО:	2 596 729	1 192 341	1 404 388

Источник: составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики России.

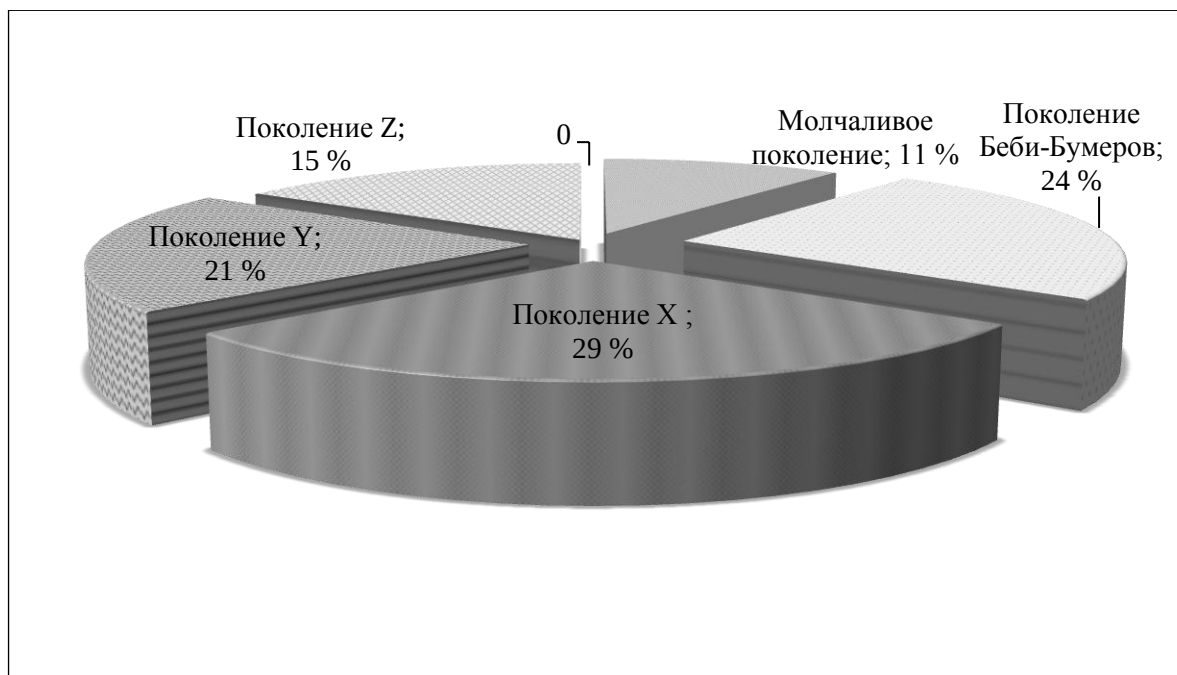


Рис. 6. Поколенческая структура населения Волгоградской области (по данным 2015 г.)

Выборка испытуемых формировалась с учетом соблюдения основных требований репрезентативности как в количественных, так и в качественных характеристиках. Выборочная совокупность авторского социологического исследования является репрезентативной, обозначена с учетом пропорционального соотношения поколенных групп и гендерного соотношения респондентов внутри возрастной совокупности, благодаря чему было соблюдено правило валидности, важное при проведении социологического исследования.

В эмпирическом исследовании были выдвинуты следующие гипотезы эвристического характера:

1) основной гипотезой для проведения исследования явилось предположение, что представители различных поколенных когорт различаются собственными ценностными экспектациями;

2) вопреки наличию отличительных особенностей (социального положения, уровня жизни и образования, места жительства и пр.) у представителей одного поколения, они владеют неким идентичным

социальным опытом, сформированным вследствие воздействия социокультурных реалий определенного этапа развития общества;

З) несмотря на фундаментальные социально-экономические и социокультурные преобразования, протекающие в России, в мировоззрении нации не утрачиваются неизменные и характерные ценностные предпочтения. Представители каждого молодого поколения воспроизводят и формируют новые ценности в соответствии со своей эпохой, при этом не утрачивая традиционные базовые ценности.

Выводы:

✓ В качестве объекта данного исследования рассматривались представители трех поколенных групп: 1) поколение Беби-Бумеров, представители которого родились в период с 1943 по 1963 г., 2) поколение X, представители которого родились в промежуток с 1963 по 1984 г. и 3) поколение Y, родившееся в отрезок времени с 1984 по 2000 г.

✓ В эмпирической части работы были использованы следующие методы и процедуры: полуструктурированное интервью, фокус-группа, анкетирование, глубинное интервью, контент-анализ интернет-ресурсов.

✓ Комплексный характер исследовательских процедур, разнообразие и взаимодополняемость методов и методик, соответствующих цели и задачам проводимого эмпирического исследования, применение методов математической статистики при анализе данных призваны обеспечить достоверность и научную обоснованность результатов.

2.2. Динамика ценностных экспектаций представителей разных поколений в контексте социокультурных изменений в России

С целью оценки качественной составляющей сущности поколений, социокультурный опыт которых устанавливался в конкретную историческую

эпоху, целесообразно акцентировать внимание на дефиниции поколенческих ценностей, которая побуждает возникновение трансформаций в центре конфигурации поколения.

Изучение российского общества на основе разграничения поколенческих ценностей дает возможность перейти от количественных методов поколенческого анализа к качественным методам исследования.

Рассмотрим данные вторичных исследований, которые проходили в разное время, с целью детального анализа динамики социокультурных изменений ценностных экспектаций российской молодежи.

Научный интерес представляет исследование Б. А. Грушина, проведенное методом почтового опроса. В 1961 г. издание «Комсомольская правда» разместило вопросы, на которые отвечали читатели по почте. В опросе приняли участие 17 446 респондентов. Возраст читателей от 15 до 30 лет. Рассмотрим основные целевые установки молодого поколения того времени: по первому утверждению «служить народу, приносить пользу Родине» получены относительно высокие результаты – 33,5 %; второе утверждение «стать первоклассным специалистом» отметили 33,2 % респондентов, третье – «стать настоящим коммунистом» – оценено на среднем уровне – 15,6 %¹.

Итоги опроса показали, что важное значение для молодого поколения того периода имели патриотические и профессиональные цели. А ценности молодежи этого периода, сегодняшнего поколения Беби-Бумеров, были прочно связаны с «идеологическими» культурными моделями.

Об этом свидетельствует компаративный анализ патриотического сознания трех поколений наших соотечественников, проведенный автором². Ответы респондентов на вопрос «Что такое, на Ваш взгляд, патриотизм?» в

¹ Грушин Б. А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4 кн. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева». – М., 2001. – С. 185.

² Шиндряева И. В. Динамика патриотических экспектаций в иерархии ценностей трех поколений россиян (опыт социологического исследования) // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – № 2 (28). – С. 62–67.

поколенческом разрезе распределились следующим образом: для большинства представителей поколений X и Y патриотизм – это любовь к Родине, а вот поколение Беби-Бумеров придает этому термину более широкий смысл: любовь к своей Родине (36 %) и любовь к семье, близким (30 %); любовь к народу (20 %) и любовь к национальной культуре (14 %).

Подлинный патриотизм в толковании представителей поколения Беби-Бумеров демонстрируется в праздновании важных событий истории страны (28 %); в трудовой деятельности с полной отдачей сил по своей специальности (29 %); в детальном осуждении изъянов в стране (43 %). С ними частично соглашаются респонденты поколения X: настоящий патриотизм проявляется в праздновании важных событий истории страны (36 %); в трудовой деятельности с полной отдачей сил по своей специальности (44 %); в детальном осуждении изъянов в стране (20 %). А вот представители поколения Y убеждены, что настоящий патриотизм находит выражение в праздновании исторических событий и юбилеев (33 %) и разумном осуждении изъянов в России (67 %). Таким образом, к демонстрации патриотизма отдельные респонденты относят здравые и полезные критические замечания в отношении действующей власти, то есть когда человек не просто высказывает недовольство по поводу существующего положения, но и рекомендует вариации его изменения к лучшему. Если личность наблюдает острую проблему и остается безучастной, это не характеризует её как патриота. По мнению представителей молодого поколения, именно возмущение и недовольство общественности являются движущей силой в коррекции действий власти и чиновников.

Исследуя ответы респондентов на вопрос «Что нужно предпринимать государству для воспитания патриотических ценностей среди молодого поколения?» можно сделать следующие выводы: более опытное поколение – Беби-Бумеры и поколение X – считают, что государству для формирования патриотических ценностей у молодых людей необходимо: воспитание идей

патриотизма с детского сада, на личном примере, примерах героев войн; подъем престижа страны (повышение роли страны на международной арене); образование патриотических кружков, организаций, клубов примерно в равных частях. А вот большинство представители поколения Y (60 %) убеждены, что для формирования патриотических ценностей у молодого поколения необходим подъем престижа страны (повышение роли страны на международной арене). По представлениям молодежи, центральным фактором, создающим патриотические ценности человека, служит воспитание в семье. С данным фактом согласились все члены фокус-группы. Ценности, в том числе и патриотические, зарождаются и воспитываются в семье. Если детям не прививают эти ценности в семье, то школа не способна оказать на них значительное воздействие. В ходе фокус-группы участникам был задан вопрос: «Как можно заинтересовать молодое поколение?». Прежде всего с молодым поколением целесообразно выстраивать общение в естественной обстановке, на свойственном им тезаурусе, для того чтобы они могли ощутить свою значимость и причастность к важному делу. Для этого в школе и детском саду нужно ориентироваться на мероприятия, способствующие сплочению команды, развивающие навыки коммуникации, а также чувство ответственности не только за себя, но и за других. К таким мероприятиям члены фокус-группы отнесли: встречи с ветеранами, совместные просмотры патриотических фильмов и их обсуждение, организацию военно-патриотических праздников (например, День защитника Отечества), конкурсы чтецов, военно-исторические реконструкции и др.

Большинство респондентов считают себя патриотами. Те, кто не ассоциирует себя с этим словом, объяснили данный факт желанием переехать из страны. Тем не менее, переезд входит в планы незначительной части опрошенных. В основном большинство выразили намерение продолжить жить в России, так как не хотят нарушать привычный ритм жизни и покидать Родину, опасаются перемен, связанных с переездом в иную страну, где нужно приспосабливаться к чужим традициям, обычаям, менталитету и т. д.

Одной из причин усиливающейся депатриотизации молодого поколения россиян является, по мнению участников фокус-группы, затянувшееся формирование и усовершенствование нынешней идеи развития патриотических ценностей, учитывающей современные реальности. Практика участия в патриотическом воспитании органов государственной власти, органов местного самоуправления и общественных организаций не демонстрирует инновацию способов и средств воздействия на молодое поколение россиян и носит такие черты, как: неопределенность, бессистемность, неумение сосредоточиться на решении наиболее важных и насущных задач.

Большая часть опрошенных принадлежит к категории населения, у которой переход от подросткового возраста к самостоятельной взрослой жизни происходил в период формирования постсоветской России. Их можно обозначить как первое поколение несоветской молодежи. Примечательно, что у них воззрения на социализм как на тип общественных отношений весьма расплывчатые или отсутствуют вообще.

Участие молодежи в социально-политической жизни остается важнейшей проблемой современного общества. Это связано с социальной ролью, которую молодежь объективно играет в социально-политических отношениях. Направленность ее интеграции в те или иные общественно-политические структуры, устойчивость идентификаций с ними, характер политических представлений является фактором формирования солидарных отношений в обществе и сохранения его целостности и безопасности.

В 1998 г. группа ученых под руководством В. Т. Лисовского провела анкетирование молодежи, результаты которого показали, что сторонниками социализма себя считают лишь 10 % респондентов, а коммунизма – 5,7 %. При этом капитализм среди молодежи также не очень популярен: его отметили 20,4 % опрошенных. Большая часть молодого поколения данного

периода (52,2 %) отдала предпочтение демократии¹. Это, по существу, нейтральная форма самоидентификации, позволяющая респондентам уйти от того, что, по их мнению, уже скомпрометировано исторически и еще не совсем утвердилось в настоящем. Противоречивость социально-политических установок и ожиданий молодежи проявляется в разных аспектах, а именно: сосуществование в сознании молодежи ориентаций на сильное государство, управляемое сильной личностью, и сохранение высокого значения традиционно-демократических принципов, связанных с выбором конкретной власти; разнонаправленность взглядов на проблемы централизации/децентрализации и на характер взаимодействия центра и регионов. Взгляды разных групп молодежи неоднородны, зачастую противоположны и диктуются разными ориентациями на принципиально разные модели общественно-политического устройства страны. В то же время это свидетельствует об интериоризации современным поколением молодых россиян различных политических образцов, что делает для них одинаково важным и укрепление государства, и реализацию демократических свобод.

При сопоставлении молодого поколения и представителей предшествующих поколенных групп, которые жили в обществе, где категории благосостояния и богатства имели отрицательное значение, а материальное состояние соотносилось со средним уровнем жизнедеятельности, важно отметить, что современной молодежи свойственно включать в иерархию ценностей благосостояние и деньги в качестве признака жизненного успеха. В молодежной среде распространены использование связей, везения, хитрость, что демонстрирует терпимость к полулегальным способам достижения жизненного успеха, при этом весьма не популярными оказываются такие черты, как честность и принципиальность.

Как видно из исследований, проведенных В. В. Семеновой,

¹ Корпухин О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения // Социс. – 2000. – № 3. – С. 124.

представители поколения X, имеющие в ее классификации название «поколение переходного периода», успешнее, в отличие от иных поколенческих групп, приспособились к трансформациям в рыночной среде, что подтверждалось материалами ВЦИОМ. Например, в период с 2000 по 2001 г. среди тех, кто в обозначенное время имел самую высокую заработную плату, с весомым преимуществом (в сравнении со старшей и младшей поколенческими группами) преобладали представители поколения X¹.

Каждое поколение активно изучает, применяет в качестве ориентиров, по-своему интерпретирует и мифологизирует для себя какие-либо элементы прошлых эпох (исторические факты, культурные феномены, тексты прошлого, легендарные личности). Одно поколение отличается от другого и образом человека, которому представители поколения пытаются подражать. Это подтверждает исследование, проведенное фондом «Общественное мнение», которое, в частности, демонстрирует, что для «хрущевского» поколения («шестидесятников») «героем» выступает горожанин-романтик, выбравший жизнь за городом, «на природе», и возвращающийся в город лишь наездами. Популярность технократического прогресса в это время привнесла этому герою черты «физика» (хотя кумирами являлись «лирики»). Искусством, в свою очередь, этот образ был романтизирован (например, романы Д. Гранина «Иду на грозу» и В. Каверина «Открытая книга», фильм М. Ромма «Девять дней одного года» и др.).

Представители современного молодого поколения (60,9 % опрошенных) отрицают наличие у них идеала. Отвечая на вопрос «Кого Вы считаете героем нашего времени?», 73,15 % респондентов не смогли никого назвать². С нашей точки зрения, отсутствие идеала приводит к кризису идентификации, к потере осознания своего предназначения в обществе, к отсутствию самоопределения через отождествление себя с неким идеалом. В противоположность, молодежное сознание замещает идеал кумирами из шоу-

¹ Семёнова В. В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М., 2009.

² Корпухин О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения//Социс. -2000 – №3 – С.124

бизнеса или спорта – то есть идеологизирует. Это, в свою очередь, сопровождается фетишизацией сферы потребления престижных товаров и услуг.

Приоритеты представителей поколения в выборе профессии, рода занятий, эстетических предпочтений и пр. определены образом «героя». Поэтому молодежь при отсутствии идеала, в сложных условиях получения бесплатного образования, трудоустройства, проведения свободного времени, постоянно приспосабливается к складывающейся ситуации.

Одной из важных сторон, характеризующих молодежь как специфическую социальную группу, является ее отношение к труду, к общественно полезной деятельности. Этот компонент, который может быть представлен в виде профессионально-трудовых ценностей, складывается под воздействием целого ряда неблагоприятных факторов. Среди них, в частности, можно выделить чрезмерное преувеличение роли вещизма в современной жизни, стремление к личному, главным образом материальному благополучию, возможность обогащения противоправными способами при минимальной затрате средств, ценой легких усилий, отсутствие общей культуры, падение нравственных ограничений, ослабление воспитательной работы с подрастающим поколением и другие. Вследствие этого у многих молодых людей не формируется активная жизненная позиция, отсутствуют желание полноценного труда, учебы, стремление внести свой вклад в дело дальнейшего развития общества.

Наблюдаемое смещение интересов в сторону прагматизма вполне объяснимо, как объяснимы и выраженная ориентированность на получение высоких доходов, стремление стать богатым.

Обозначенные изменения можно связать с социокультурными процессами в обществе, основываясь на идее, предложенной В. Г. Федотовой об архаизации современной российской культуры. Ценности поколения Y в большей степени являются итогом не традиционализма, а архаизации, которая, по мнению В. Г. Федотовой, «есть результат разрушения культуры».

«Архаизация всегда бессознательна и индивидуальна, наоборот традиция – осознанная связь с культурой, всегда коллективна». Проанализируем лаконично ценности, которые подверглись воздействию архаизации. В первую очередь это коснулось трудовых ценностей. Для современного молодого поколения труд уже не является способом самоутверждения, самовыражения. Стремясь к высоким доходам, к достойной оплате труда, молодежь теряет нравственные целевые установки и часто демонстрирует готовность в этом стремлении вступать в диссонанс с законодательством.

Положение молодежи в сфере труда характеризует ее включенность в трудовые отношения, устремления в сфере труда, способность быть субъектом значимых экономических стратегий. От того, насколько молодежь интегрирована в сферу труда, в какие экономические структуры включена, в какой мере мотивирована трудиться, что ожидает от трудовых отношений и какими возможностями она обладает для претворения своих ожиданий в реальность, зависит развитие и самой молодежи и всего общества.

Сравнительные социологические исследования, проводимые отделом социологии молодежи ИСПИ РАН, показывают, что в целом труд все еще остается значимым фактором личностного самоопределения большинства молодежи. Значимая часть молодых людей связывает с ним свою нынешнюю и дальнейшую жизнь. Одновременно с этим каждый четвертый имеет иную, не связанную с трудом, ориентацию.

В результате падения социальной ценности труда у большей части молодежи сформировался социальный пессимизм – неверие в возможность реализовать свои лучшие силы и способности в интересной и содержательной работе, оплачиваемой в соответствии с затраченными усилиями. Вследствие этого лишь 1,2 % юношей и девушек, окончивших общеобразовательную школу, выразили желание работать. Доля среди выпускников лицеев, гимназий и специализированных классов оказалась еще меньше – 0,7 %. При этом характерно, что общим для всех опрошенных является стремление к профессиям в сфере торговли, обслуживания и

нежелание идти в сферу производства. Немногим более половины респондентов (52,1 %) связывают свои жизненные цели с совершенствованием в своей профессии и лишь только 31,9 % считают важной творческую направленность предстоящей трудовой деятельности¹.

В молодежной среде изменяются этические составляющие труда. В результате осуществляемой модернизации социально-экономической сферы формирование новой современной модели трудовых отношений происходит значительно более медленными темпами, нежели утрата традиционной. В результате, формируется вакуум, приводящий к деформации развития молодежи как субъекта труда.

Государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Волгоградской области «Институт молодежной политики и социальной работы» в 2013 году (октябрь – ноябрь) по заказу муниципального учреждения «Городской молодежный центр «Лидер» проводило комплексное исследование значимых проблем молодежи Волгограда². В исследовании обращались к изучению различных индикаторов, в том числе отношения к проблеме занятости. Респондентам был задан вопрос: «Насколько успешно решена проблема трудоустройства молодежи в Волгограде?». Были получены следующие ответы: успешно решена – 32,73 %; решена, но не полностью – 31,07 %, проблема не решена – 21,27 %, затруднились с ответом 14,93 % респондентов.

Респонденты в возрасте 26–30 лет, считающиеся наиболее трудоспособной с точки зрения квалификации и поэтому наиболее конкурентоспособной на рынке труда возрастной группой, отметили, что проблема трудоустройства молодежи в Волгограде не решена. Противоположную точку зрения высказали 26,08 % опрошенных. Результаты опроса подтверждают, что указанная проблема, особенно в отношении

¹ Солодова Г. С. Формирование экономического сознания выпускников общеобразовательных школ / Г. С. Солодова, И. И. Харченко // Социс. – 2010. № 9 – С. 94.

² Крапивенский А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–212.

возможности молодежи найти работу с достойным заработком, остается нерешенной.

В связи с развитием различных интернет-ресурсов молодое поколение России считает поиск работы через специализированные интернет-сайты наиболее эффективным способом. Приведем практическое подтверждение этой теории. Рассмотрены 50 соискателей, из которых 34 человека узнали о вакансии через интернет-ресурсы. Таким образом, проведенный анализ интернет-ресурсов позволяет сделать вывод, что с помощью этого источника можно получить более полную и актуальную информацию о трудоустройстве и востребованности выпускников.

Результаты контент-анализа интернет-ресурсов (HeadHunter и Портал Superjob.ru), проведенного автором в 2015 г., подтверждают снижение шансов молодых людей на трудоустройство из-за существенного расхождения сферы предпочтения местного рынка труда с отраслевой структурой занятости. Выявлены критерии требований к качеству кандидатов со стороны организаций возраст до 25 лет; высшее профессиональное образование. Предмет исследования – объявления о вакансиях и резюме соискателей, размещенные на вышеуказанных сайтах. Соотношение спроса на труд и предложение рабочей силы в Волгоградской области представлены в табл. 4.

Таблица 4

**Спрос и предложение на рынке труда Волгоградской области на
01.10.2015 г.**

Источник	Число открытых вакансий организаций	Число актуальных резюме соискателей
Группа компаний HeadHunter (hh.ru)	1 982	6 728
Портал Superjob.ru	2 090	13 373
Интернет-сайт Avito	8 772	3 114
Центр занятости населения Волгограда	5 904	7 191
Газета «Все для Вас»	1 133	504

Источник: составлено автором по данным контент-анализа.

Результаты данных табл. 4 показывают, что количество актуальных резюме больше, чем открытых вакансий. Соотношение вакансий к резюме по данным сайта Superjob составляет 23,9 %, по данным сайта HeadHunter – 37,8 %. Данные соотношения говорят о том, что на желаемую позицию не смогут трудоустроиться более половины соискателей, но у организаций, наоборот, есть большой выбор кандидатов на вакансии. Такое противоречие увеличивает риск, первоначально заложенный в выборе профессии, который порожден несовпадением приоритетов образования и подготовки кадров с запросами рынка труда. Более того, существуя в декларативной форме, данные обстоятельства не активизируют интерес к труду, подрывая трудовой потенциал молодежи. Как следствие, трудовая сфера уступает место более эффективным нетрудовым механизмам.

Существенным критерием для многих работодателей является профессионализм. Проанализируем ситуацию на рынке труда Волгоградской области по критерию «уровень образования» (рис. 7).

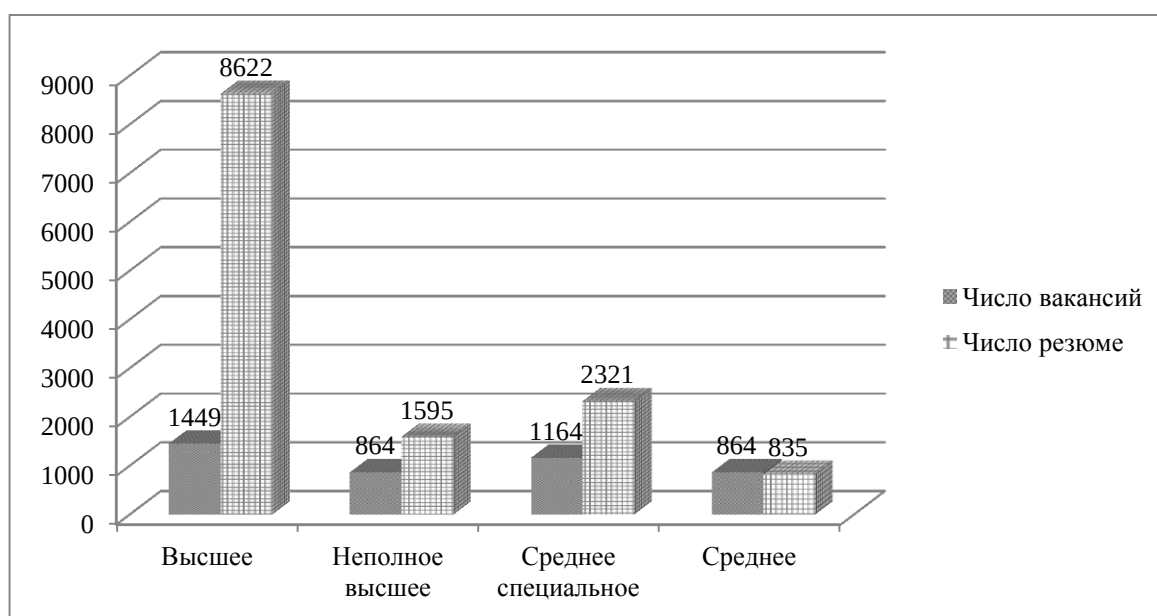


Рис. 7. Ситуация на рынке труда Волгоградской области по критерию «уровень образования» (источник: составлено автором по данным контент-анализа сайта Superjob.ru)

На рис. 7 четко виден диссонанс во взаимоотношениях рынка труда и рынка образовательных услуг: например, количество вакансий для соискателей с высшим образованием почти в шесть раз превышает количество идентичных резюме. Это значит, что на рынке труда требуются менее квалифицированные специалисты и ценность высшего образования понижается.

Выпускники вузов выходят на рынок труда с установленными ожиданиями, взаимосвязанными с желаемой профессиональной реализацией и планируемым карьерным ростом, которые вступают в противоречие с отдельными требованиями, установленными работодателями. Последние при избыточном предложении соискателей с высшим образованием получают существенное превосходство при отборе возможного работника, в отличие от самих соискателей с высшим образованием, которые предлагают на рынке труда свои услуги.

Демографический анализ рынка труда по гендерному признаку представлен в табл. 5.

Таблица 5

Демографический анализ рынка труда по гендерному признаку

Критерии	Количество вакансий	Количество резюме	Отношение вакансии/резюме
Мужчины	1553	4070	0,38
Женщины	1476	4590	0,32

Источник: составлено автором по данным контент-анализа сайтов HeadHunter и Superjob.ru.

Как следует из табл. 5, для женщин вакансий предлагается несколько меньше, чем для мужчин, при этом количество резюме лиц женского пола на 520 шт. превышает количество резюме соискателей мужского пола, что вызвано, возможно, сложившейся демографической ситуацией в регионе, где численность населения женского пола выше, чем мужского.

Анализ резюме соискателей работы по возрастному критерию в Волгоградской области (с высшим образованием) представлен на рис. 7.

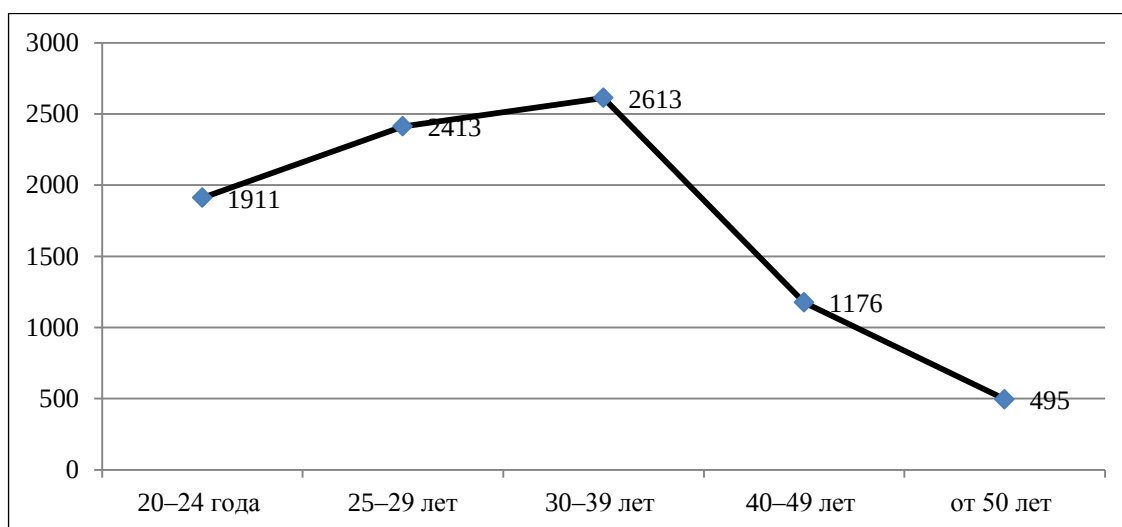


Рис. 7. Распределение резюме соискателей Волгоградской области по возрасту
(источник: составлено автором по данным контент-анализа
сайтов HeadHunter и Superjob.ru)

Как видно на рис. 7, возраст большинства соискателей колеблется в диапазоне от 25 до 39 лет, то есть это представители поколений X и Y.

Анализ ситуация на рынке труда Волгоградской области по критерию «опыт работы» представлена в табл. 6.

Таблица 6

**Структура спроса на рынке труда Волгоградской области по опыту
работы
на 01.10.2015 г.**

Опыт работы	Количество вакансий Superjob.ru	Количество вакансий HeadHunter
не требуется	470	528
1 год	304	-
от 1 года до 3 лет	396	1121
от 3 до 6 лет	258	262
от 6 лет	20	34

Источник: составлено автором по данным контент-анализа сайтов HeadHunter и Superjob.ru.

Из данных табл. 3 следует, что в большинстве вакансий опыт работы не требуется, либо требуется от 1 года до 3 лет, однако более детальный анализ подобных объявлений позволил выявить обман, где соискателю предлагали заняться сетевым маркетингом или построением пирамиды.

Молодые соискатели зачастую демонстрируют завышенные экспектации относительно будущей работы (высокая заработная плата, карьера и т. д.). Приобретая опыт, молодое поколение более правильно определяет ценность своей рабочей силы. Работодатели, в свою очередь, предпочитают останавливать свой выбор на соискателях с опытом работы. Под опытом они имеют в виду адекватность экспектаций и оценки себя как работника, а не конкретный опыт работы в организации.

Структурный дисбаланс на рынке труда имеет различные формы, в том числе и отраслевую. Рассмотрим в табл. 7 структуру вакансий в Волгоградской области по отраслевому признаку. Необходимо отметить, что большинство вакансий на рынке труда размещено прямыми работодателями.

Таблица 7

Вакансии в Волгоградской области по отраслям экономики на 01.10.2015

г.

Отрасли экономики	Количество вакансий
IT, интернет, связь, телеком	155
Административная работа, секретариат, АХО	98
Банки, инвестиции, лизинг	142
Безопасность, службы охраны	33
Бухгалтерия, финансы, аудит	126
Дизайн	14
Закупки, снабжение	46
Искусство, культура, развлечения	15
Кадры, управление персоналом	66

продолжение табл. 7

Отрасли экономики	Количество вакансий
Консалтинг, стратегическое развитие	6
Маркетинг, реклама, пиар	71
Медицина, фармацевтика, ветеринария	73
Наука, образование, повышение квалификации	24
Продажи	681
Промышленность, производство	267
Рабочий персонал	164
Сельское хозяйство	21
СМИ, издательства	6
Спорт, фитнес, салоны красоты, SPA	29
Страхование	44
Строительство, проектирование, недвижимость	192
Туризм, гостиницы, общественное питание	124
Услуги, ремонт, сервисное обслуживание	84
Юриспруденция	22

Источник: составлено автором по данным контент-анализа сайта Superjob.ru.

Как свидетельствует портал SuperJob.ru (табл. 7), продажи остаются самой популярной сферой поиска персонала среди работодателей. Чаще всего вакансии в Волгограде размещают компании, представляющие розничную торговлю.

Требуются на волгоградском рынке труда и специалисты сферы строительства и недвижимости, маркетологи, представители сферы «Промышленность, производство». Значительное количество вакансий представлено в области информационных технологий. А также востребованы самые различные специалисты ИТ-сферы: программисты, разработчики приложений для мобильных устройств, разработчики игр, системные администраторы и др.

Самые дефицитные профессиональные отрасли: «СМИ, издательства», «Консалтинг, стратегическое развитие» и «Дизайн». Причем базовые требования работодателей, предъявляемые, например, к вакансии

«Дизайнер» (ландшафтный дизайн, дизайн интерьера (мебели) или дизайн печатной продукции) следующие: художественное образование и хорошее знание хотя бы одного из основных графических пакетов: Photoshop, Corel Draw, 3D Max и др.

Однако заработная плата на очень многих позициях не соответствует желаемому уровню дохода молодых специалистов, поэтому большее число выпускников отказываются работать по специальности. Вакансии, на которых реальные предложения работодателя не соответствуют ожидаемому уровню оплаты труда молодого специалиста, могут быть заняты молодыми людьми, не испытывающими жилищных и финансовых проблем и желающими приобрести опыт работы для выгодной должности в будущем.

Рассмотрим зарплатные ожидания отдельных категорий персонала и фактические предложения работодателей. Критерий при анализе резюме – отсутствие опыта работы, а в вакансиях – отсутствие требований к опыту работы (табл. 8).

По данным табл. 8 мы видим, что молодые специалисты не могут реально оценить себя на рынке труда, завышая свою «стоимость». Нынешние кризисные условия не позволяют работодателям брать выпускников вузов на высокую заработную плату и компенсационный пакет, поэтому компании сокращают количество открытых вакансий и пересматривают уровень предлагаемых компенсаций. В таких условиях студентам необходимо более адекватно оценивать свои профессиональные возможности.

Требования работодателей к нанимаемым сотрудникам не отличаются разнообразием. Из анализа собранной информации можно выделить следующие требования: опыт работы – 86,6 %, наличие высшего образования – 80,4 %, наличие нужных связей – 70,5 %, знания и трудовые навыки – 60,4 %. Сегодня нанимаемый работник не только должен быть дипломированным специалистом, но и обладать некоторым опытом работы и нужными связями. Его рабочие качества при приеме имеют второстепенное значение, особенно если в дальнейшем возникнет необходимость его

доучивать или переучивать. Как показывают данные, в вопросе осуществления переподготовки сотрудников своего предприятия или принятия на работу уже подготовленных специалистов работодатели отдают предпочтение переподготовке собственных сотрудников в соотношении 3:2¹.

Таблица 8

Анализ отношения ожидаемого уровня оплаты труда к фактическим предложениям работодателей по данным интернет-ресурсов на рынке труда

Волгоградской области на 01.10.2015 г.

Категории	Средняя желаемая заработная плата в резюме, тыс. руб.	Средняя реальная заработная плата, предложенная в вакансиях, тыс. руб.	Разница средней ожидаемой заработной платы и реальной предложенной на рынке, тыс. руб.
Экономист	19,8	15,9	3,9
Менеджер по персоналу	18,7	14,1	4,6
Менеджер по туризму	21	15,5	5,5
Программист	19	21	-2
Преподаватель права, юрист	16	12	4
Графический дизайнер	19,3	20	-0,7

Источник: составлено автором по данным контент-анализа сайтов HeadHunter и Superjob.ru.

Таким образом, результаты проведенного контент-анализа позволяют констатировать, что количество резюме значительно (в шесть раз) превышает имеющее количество вакансий. Дискриминации по половому признаку не наблюдается: мужчины и женщины одинаково востребованы. По уровню образования более всего востребованы люди с высшим образованием, далее – со средним специальным. Примечательно, что большинство вакансий не

¹ Шерер И. Н. Современное решение проблем молодежи на рынке труда в регионах // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». – 2012. – № 1 (15).

предъявляют требований к наличию опыта работы, при этом на втором месте вакансии с опытом работы от 1 года до 3 лет.

Изменения, происходящие в нашей стране на рынке труда в настоящее время, предъявляют новые требования к исследованию формирования профессиональных интересов современной российской молодежи. Считаем показательным тот факт, что основные ценности молодых и пожилых когорт совпадают (меняется только их иерархия). Но также среди молодежи значимой ценностью является карьерный рост, который практически не вызывал интереса у представителей старшего поколения во времена молодости. Вероятно, верным будет являться предположение, что карьерный рост – это специфическая «поколенческая» ценность. Молодое поколение видит впереди продолжительный жизненный путь для достижения поставленных целей. В свою очередь, старшее поколение значительно реже говорит, что в их жизненных планах вообще есть (или были) цели, для достижения которых необходимо предпринимать активные действия: карьера, образование, собственный бизнес и т. д. В связи с этим сравним установки молодежи Волгограда на профессиональную карьеру среди выпускников и молодых специалистов вузов (опрос проводился в 2012 г.) (рис. 8).

Рассмотрим взгляды на постановку цели получения интересной работы и материального достатка молодежи и старшего поколения. Первое не входит в планы у 1 % молодежи и 4 % старшего поколения, а второе – 1 и 5 % соответственно. Это объясняется тем, что у современной молодежи, по сравнению со старшим поколением, в большей степени развиты достижительные мотивации, то есть отсутствие неуверенности в постановке задач, требующих приложения усилий с их стороны. Возможность заниматься любимым делом особенно ценно для современной молодежи: добиться данной цели хотели бы 98 % молодых людей, из них 11 % считают, что, вероятно, не смогут добиться реализации подобного желания. Современная молодежь высоко оценивает возможность быть хозяином своей жизни (92 %); высказывает желание побывать в разных странах мира (93 %);

для молодежи важно иметь много свободного времени, которым можно пользоваться по своему усмотрению (83 %).

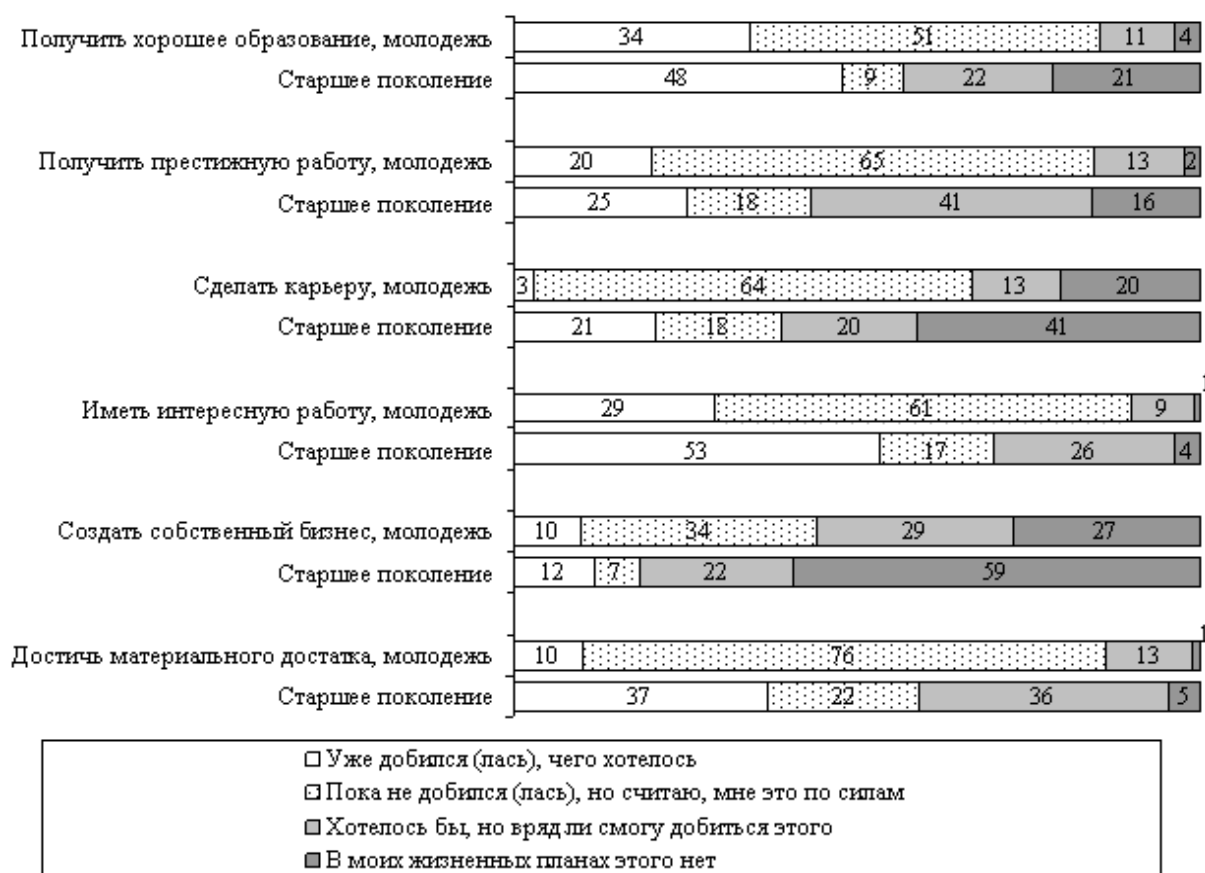


Рис. 8. Установки в сфере карьеры разных поколений россиян в 2012 г.
(источник: составлено автором по материалам вторичных исследований)

Каждое поколение, являясь составной частью этнической общности, наряду разделяет основополагающие ценности, присущие этносу в целом. Так как появление нового поколения связано с изменением социально-исторической ситуации, откликом на это изменение является частичное изменение базовой системы ценностей каждой следующей генерацией, поскольку это необходимо для решения новых социальных задач. Например, современному поколению руководителей (Беби-Бумеров и поколения X) для успешного развития необходимо претерпевать определенные изменения, так как к ним на работу устраиваются люди с совершенно иным мировоззрением: представители поколения Y.

Разным поколенным группам присущи свои особенности мотивации труда. Так, восприятие труда как смысложизненной ценности в большей мере присуще молодежи от 18 до 24 лет, то есть на этапе трудового старта. С повышением возраста происходит его рационализация и прагматизация. Лишь в поколении старше 60 лет отношение к труду как к терминальной ценности оказывается выше, что является следствием социализации в советский период с акцентом на ценности честного, добросовестного, производительного труда, на всеобщее благо. Напротив, современная молодежь и их родители (среднее поколение) формировались под влиянием идей не производства, а потребления. Если общество ориентировано на потребление, а возможности для заработка ограничены, формируются нетрудовые способы получения дохода. Трудовой потенциал молодежи определяется совпадением ее ожиданий в сфере труда с возможностями их удовлетворения¹.

Отличительные характеристики профессиональных ценностных ориентаций трех поколений россиян представим в табл. 9.

Таблица 9

**Отличительные характеристики профессиональных ценностных
экспектаций трех поколений россиян**

Название поколения	Профессиональные ценностные экспектации
Поколение Беби-Бумеров	Трудолюбие, настроенность на результат, независимость, оптимистичность, энергичность, здоровый образ жизни, лояльность, уважение старшего поколения, любовь к руководству, склонность к ручному управлению

¹ Зубок Ю. А. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе / Ю. А. Зубок, Т. К. Ростовская, Н. Л. Смакотина. – М.: ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2016. – С. 24.

Название поколения	Профессиональные ценностные экспектации
Поколение X, или Неизвестное поколение	Самостоятельность, гибкость, ориентированность на семейные ценности, самодостаточность, прагматичность, индивидуализм, циничность, недостаточная лояльность
Поколение Y, или поколение Миллениум	Адаптивность, открытость, склонность к командной работе, самоуверенность, амбициозность, энтузиазм, надежность, общительность, нетерпеливость

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Таким образом, возникает возможность выявить особенности профессиональных ценностей поколения Y в сравнении с другими поколениями:

1. Приоритет отдается повышению заработной платы при усложнении содержания самой работы. То есть в процессе карьерного роста сотрудник не просто формально меняет позицию, но и берет на себя большую ответственность, чтобы решать сложные и интересные задачи. Представители этого поколения не стремятся найти теплое место и отсидеться до пенсии.

2. Склонность к самореализации в работе и личной жизни (социальная активность, хобби, микропредпринимательство и т.д.), что влечет за собой интерес к гибкому графику работы, позволяющему совместить данные предпочтения.

3. Стремление к получению обратной связи по итогам своего труда и обмен информацией о работе с коллегами. Представителям поколения Y важно знать, как оцениваются итоги их труда, что было выполнено правильно, а что нет. Как показывает практика, у сотрудников поколения Беби-Бумеров и поколения X более болезненная реакция на критику, часто возникают сложности с обратной связью (ограничение «претензиями» и замечаниями).

4. Особое значение для молодого поколения имеет корпоративная культура в компании. Сотрудники поколения Y мечтают найти такую

компанию, где можно с комфортом увлеченно работать, в окружении близких по духу людей.

5. Высокая степень открытости в коммуникациях. Представители поколения Y уважительно, без страха относятся к своему руководителю, более того, если они задают вопросы, значит для них ценно мнение данного человека. Что значительно экономит временные затраты: вместо того чтобы тратить время на переписку, молодые специалисты предпочитают встретиться и в устной форме обговорить все вопросы.

6. Способность быстро принимать решения. В современных обстоятельствах на сотрудников обрушивается огромный поток разнообразной информации, поэтому необходимо умение быстро ее обрабатывать и анализировать. Следовательно, люди поколения Y больше ценят компании, в которых все процессы проходят динамично.

Ценности, которые принимает или отвергает молодежь, во многом определяют поведение молодого поколения россиян. В результате трансформации ряда институтов социализации (семьи, образования и др.), перехода к рыночной системе хозяйствования последовало кардинальное перенацеливание молодого поколения с нематериальных ценностей на материальные.

Вышеперечисленные особенности объясняют, почему молодежь поколения Y часто меняет место работы и стремится к быстрому профессиональному росту – они живут здесь и сейчас и не готовы долго ждать своего шанса, они сами его ищут и используют. Таким образом, сложности взаимопонимания заключаются не только в сотрудниках поколения Y, но и в сотрудниках поколения Беби-Бумеров и поколения X, представители которого являются их руководителями и сталкиваются со сложностями адаптации к ценностям нового поколения.

Социологической группой Волжского политехнического института (филиал) ВолГТУ в городе Волжском Волгоградской области, в рамках теории поколений, было проведено прикладное исследование на тему

«Гражданское общество в восприятии волжан». Результаты исследования подтвердили наличие поколенческих противоречий в восприятии отдельных ценностей. Существенными общими ценностями всех представленных поколений стали: «безопасность семьи» (от 9,5 до 12,7 % от общего числа ответов) и «почитание родителей» (от 7 до 9,2 %). Помимо этого, в ходе исследования обнаружились также некоторые отличия в основополагающих ценностях у представителей различных поколений. Представители Молчаливого поколения выдвинули на первые места следующие ценности: «уверенность в завтрашнем дне» (13,4 % от общего числа ответов), «безопасность семьи» (10,4 %), «согласие, мир» (8,3 %), «знания, хорошее образование» (7,8 %), «почитание родителей» (7,3 %) и «равные возможности для всех» (7,3 %). Приоритетными демократическими ценностями стали «равные возможности для всех» (7,3 % от общего числа ответов), а также «гражданские права» (6,5 %).

Поколение Беби-Бумеров поставило на первые места «уверенность в завтрашнем дне» (14,4 % от общего числа ответов), «безопасность семьи» (12,7 %), «стабильность» (9,4 %), «знания, хорошее образование» (8 %), «почитание родителей» (7 %) и «согласие, мир» (7 %). Приоритетные демократические ценности: «гражданские права» (6,3 %) и «равные возможности для всех» (4,5 %).

У поколения X перечень ведущих по значимости ценностей несколько отличается от перечня других поколений: «безопасность семьи» (11,8 % от общего числа ответов), «уверенность в завтрашнем дне» (11 %), «стабильность» (10,4 %; самый высокий результат среди всех поколений), «почитание родителей» (9,2 %), «обеспеченность» (9 %). Приоритетными демократическими ценностями стали «независимость» (5,8 % от общего числа ответов) и «равные возможности для всех» (4,2 %).

Самое молодое поколение Y (Миллениум) продемонстрировало наибольшие отличия от общих данных в своих оценках значимых ценностей. Распределение основных ценностей данного поколения: «верная дружба»

(9,6 % от общего числа ответов), «безопасность семьи» (9,5 %), «почитание родителей» (7,4 %), «обеспеченность» (7,4 %), «знания, хорошее образование» (6,8 %). Поколение Y отдает предпочтение следующим демократическим ценностям: «независимость» (6,4 %) и «свобода личности» (6,1 %). Обращаем внимание, что ценность «свободы личности» увеличилась в 1,5 раза по сравнению с другими поколениями.

Полученные данные показали рост значимости одних ценностей и, напротив, снижение значимости других. Наблюдается стабильный рост следующих ценностей: «верная дружба» (от 4 до 9,6 % от общего числа ответов), «независимость» (от 3,5 до 6,4 %), «свобода личности» (от 2,2 до 6,1 %), «демократия» (от 0,8 до 2,3 %), «свобода слова» (от 1,3 до 4,9 %), «карьера» (от 0 до 6,1 %). Среди демократических ценностей была зафиксирована положительная динамика «независимости», «свободы слова», «демократии».

Снижение значимости произошло у таких ценностей, как «терпимость» (от 7 до 1,5 %), «уверенность в завтрашнем дне» (от 13,4 до 5,5 %). На наш взгляд, показательным является сокращение значимости ценности «равные возможности для всех» (с 7,3 до 3,9 %).

Современная молодежь находится в своеобразной исторической ситуации, в которой для процесса социализации требуются не полученные в наследство материальные и духовные ценности, а, напротив, инициативное участие самого молодого поколения в формировании этих ценностей, причем самостоятельно, иногда в противостоянии с мотивационными ценностями представителей старших поколенных групп. При этом важной чертой современной молодежи стала существенно более легкая адаптация к реалиям социальной действительности.

Таким образом, анализ первичных и вторичных исследований позволяет, наряду с общими для всех поколений ценностями, выявить ряд существенных поколенческих ценностных экспектаций и факторов, детерминирующих социокультурные изменения.

Выводы:

✓ Ценности представителей поколения Победителей формировались под влиянием следующих факторов: революций 1905 и 1917 гг., Гражданской войны, процессов коллективизации и электрификации. Представителям поколения Победителей свойственны семейные ценности, любовь к труду, высокая степень ответственности, вера в светлое будущее, почитание традиции и твердость убеждений. Деньги для них не являются значимой ценностью. Возможно, это объясняется тем, что деньги за время их жизни несколько раз обесценивались, и люди многократно теряли накопленное.

✓ Молчаливое поколение. Их ценности формировались под воздействием ряда факторов: жестокие сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление страны после разрушения, появление антибиотиков. Складываются и развиваются новые ценности, такие как: честь и достоинство, строгое соблюдение законов, преданность Родине, должностной статус, жертвенность, подчинение, честь, терпеливость, экономность. Понятие «семья» для этого поколения – святое понятие.

✓ Поколение Беби-Бумеров. Образование новых ценностей происходит под действием таких фактов, как: советская политика и власть, освоение и лидерство в космической отрасли, «холодная война», появление первых контрацептивов, безупречное оказание медицинской помощи для каждого гражданина, единая программа школьного обучения. Ценностями этого поколения являются: идеализм, имидж, оптимизм, здоровье, культ молодости, работа, ориентация на команду, личное вознаграждение и статус, личностный рост, коллективизм, вовлеченность, командный дух, ностальгия и религиозность, приоритет личностного роста, значимость молодого поколения.

✓ Поколение X, или Неизвестное поколение. Их ценностные экспектации формировались под воздействием следующих факторов: эпоха перестройки, появление наркотических средств и военные действия в Афганистане. Также необходимо отметить воздействие такого фактора, как

рост разводов, в результате которого семейные ценности в данный период дестабилизировались. Это объясняется, частично, тем, что множество женщин, представительниц данного поколения, стали заниматься бизнесом, становились независимыми от мужчин. Базовыми ценностями становятся: возможность выбора, готовность к изменениям, глобальная информированность, индивидуализм, техническая грамотность, обучение в течение всей жизни, выживание, поиск эмоций и страха, неформальность взглядов, надежда на себя, прагматизм, равноправие полов (унисекс).

✓ На становление ценностей представителей поколения Y оказали влияние следующие факторы: распад СССР, террористические акты, атипичная пневмония, стремительное развитие коммуникаций, цифровых технологий, Интернета, мобильных телефонов, глобализация, стирание границ и нивелирование национальных различий и традиций. Такие проблемы, как наркомания, табакокурение, алкоголизм вышли в ряд главных проблем, обсуждаемых на самом высоком уровне, вплоть до межгосударственного. Установилась эпоха гласности на телевидении и сети Интернет. Ценности: оптимизм, общительность, уверенность в себе, разнообразие, незамедлительное вознаграждение, гражданский долг, достижение, наивность.

✓ Выявленное расхождение ценностного поля представителей разных поколений является показателем динамичности процесса преемственности.

2.3. Высшее образование и профессия как социокультурные ценности в измерении студенческой молодежи регионального социума

Молодое поколение является важным социальным ресурсом для успешного развития не только страны, но и региона. Именно молодежь является активным работоспособным населением, от которого зависит будущее страны.

В рамках социологии молодежи возраст этой социальной группы молодежи определяют от 16 до 29 лет. В этот период жизни человек сталкивается с необходимостью выбора дальнейших жизненных планов, профессии, своего социального окружения. Все эти вопросы являются зачастую судьбоносными в жизни молодых людей. Они влекут за собой выбор учебного заведения, в котором молодые люди получают необходимые знания по выбранной профессии, поиск престижной работы и дальнейшую занятость молодых людей. Это наиболее важный ряд социальных проблем, с которыми сталкивается человек в данном возрасте, те основные вопросы (куда пойти учиться, чтобы потом найти достойную работу и получить благополучное будущее) в жизни каждого индивидуума, при ответе на которые человек выбирает и строит свое будущее.

В условиях модернизации российского общества образовательный потенциал приобретает принципиальное значение. От того, насколько эффективно происходит становление молодежи как носителя этого потенциала, зависит успех развития всего российского общества.

В современных условиях отношения к труду представителей молодежи, определение их профессиональных ценностей является актуальным, так как от них во многом зависит экономическое и культурное развитие страны. Не только образовательный, профессиональный и интеллектуальный уровень молодежи оказывает влияние на формирование трудового потенциала страны, но и мотивация молодых людей в трудовой сфере, а также доминирующие в данной сфере ценностные ориентации и установки.

В настоящее время молодому поколению, для того чтобы удачно включиться в профессиональную деятельность, необходимо получить соответствующее образование. Профессиональное образование в среде студенческой молодежи выступает инструментальной ценностью. Получение образования большинством молодых людей воспринимается как инвестиции в будущую статусную позицию, а также как способ достижения жизненных

целей. Как отмечает Д. Л. Константиновский, образование – это своего рода институт для воспроизводства и формирования навыков, необходимых для рабочей силы: для подготовки квалифицированных специалистов для различных сфер деятельности, для передачи знаний и опыта, свойственных различным профессиям¹. Ценностное отношение к образованию отражает синтез традиционных и современных установок, то есть оно сочетает самоценное и инструментальное отношение. Кроме того, образование выступает определенным проводником между жизненными планами молодежи и потребностями общества в определенных видах труда.

В систему профессионального образования Волгоградской области входит более 15 высших государственных и негосударственных учебных заведений и их филиалов. Численность обучающихся в высших профессиональных учреждениях за период 2007–2014 гг. представлена в табл. 10.

Таблица 10

**Численность обучающихся в высших профессиональных учреждениях
в Волгоградской области за период 2007–2014 гг.**

Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число образовательных организаций высшего образования	17	16	16	16	15	15	16	15
Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в образовательных организациях высшего образования, тыс. чел.	115,8	119,1	119,5	112,4	104,8	97,5	91,1	79,2
на 10 000 чел. населения	382	378	363	347	342	321	294	267

Источник: составлено автором по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области.

¹ Константиновский Л. Д. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений). – СПб. : РХГИ, 2001. – С. 18.

Численность студентов вузов Волгоградской области продолжает снижаться, соответственно, наблюдается устойчивая тенденция сокращения потенциального контингента абитуриентов. Между тем студенчество составляет важную социальную группу, являющуюся источником пополнения квалифицированных кадров, интеллигенции. Студенты не участвуют постоянно в производстве материальных и духовных ценностей, но частично в форме учебы вносят свой вклад в опосредованный производительный и непроизводительный труд. Образование ценно для студентов из-за тесной связи с профессиональными ориентациями. Стратегия и тактика поведения молодого человека, его настоящее и будущее зависит от выбора профессии. Этот выбор не всегда происходит самостоятельно, как глубоко продуманное решение, принятое в соответствии с внутренними потребностями, интересами и способностями. Нередко на молодежь оказывают влияние внешние обстоятельства: мнение родственников, привлекательность внешней атрибутики профессии, престижность и ее экономическая выгодность.

С 2009 г. были введены новые правила поступления, согласно которым результаты ЕГЭ стало возможным подавать в неограниченное количество вузов. Это нововведение усугубило ситуацию. Пилотажный опрос первокурсников, проведенный в октябре 2009 г. в нескольких вузах городов Волгограда, Астрахани и Кирова, выявил, что подавляющее большинство (88–96 %) респондентов подавали документы в 1–5 вузов. При этом удовлетворены вузом, в который прошли по количеству баллов, остались 74,5 % респондентов в Волгограде, 70 % – в Астрахани и 50 % – в Кирове. Остальные в той или иной степени не удовлетворены сделанным выбором, причем в их числе и студенты-медики из г. Кирова. Первокурсникам был задан контрольный вопрос: «Если бы Вам пришлось заново решать, чем заняться после окончания школы, что бы вы выбрали?». Получены следующие ответы: 75 % (Астрахань), 63,8 % (Волгоград), и 58 % (Киров) респондентов поступили бы в тот же вуз, где учатся сейчас, остальные

выбрали варианты ответа, не связанные с данным учебным заведением. Полученные ответы подтвердили обозначенную выше тенденцию. Следовательно, возможность подавать результаты ЕГЭ в несколько вузов (не больше 5) размывает мотивацию выбора профессии.

Старшекурсники этих же вузов и городов также далеко не все удовлетворены своим профессиональным выбором: 72,9 % волгоградцев и 41,2 % кировчан поступили бы в тот же вуз, остальные – выбрали бы другой.

Проведенный опрос показал, что профессиональный выбор носит случайный характер, происходит в ситуации неопределенности, тем самым формирует слабую мотивацию к получению знаний, нежелание работать по полученной специальности, частую смену места работы. Эти последствия негативно сказываются как на профессиональном уровне специалиста, так на инновационном развитии экономики¹.

Проанализируем данные опроса Г. М. Мкртчян, И. М. Чистякова (методика исследования предлагала студентам волгоградских вузов описать и распределить по степени предпочтения любые 5–7 профессий)². Подход авторов предполагал и «реальные», и «проективные» ситуации, то есть набор профессий, полученный из «информационного поля» выпускников, с одной стороны, представлял собой реально существующий объект выбора, а с другой, – отражал избирательное отношение к собственным наборам. Результаты опроса показали, что большая часть молодежи (79 %) предпочитает профессии, связанные с высококвалифицированным трудом (при этом ответы молодежи различных социально-профессиональных групп существенно не отличаются); из них 48 % выпускников планируют работать в будущем в финансовой сфере (брокеры, менеджеры, страховые агенты – 24,8 %, остальные – бухгалтеры, экономисты). Иными словами, в шкале предпочтения на первый план вышли «финансово-экономические»

¹ Семенова Л. А. К вопросу о взаимодействии рынка труда и образовательных услуг // Сборник научных статей и докладов «Молодежь Волгоградской области и актуальные проблемы реализации государственной молодежной политики». Ч. 1. ГОУ ДПО ВИМПРС. – Волгоград 2010. – С. 37.

² Мкртчян Г. М. Молодежь на рынке труда / Г. М. Мкртчян, И. М. Чистяков // Социс. – 2010. – С. 47.

профессии, в которых основной мотивационной доминантой выступает высокий уровень заработной платы. Каждый четвертый опрошенный, например, заявил о своем желании работать в банке или другой финансовой структуре, но не в государственном секторе. Но потребности этой сферы в рабочей силе от общего спроса в структуре трудовых ресурсов намного ниже заявленных. Рассмотрим эту ситуацию на примере г. Москвы, где потребности финансовой сферы составляют менее 4 %, а потребности в рабочих специальностях – около 80 %, хотя приоритеты московской молодежи относительно рабочих профессий составляют лишь 2 %.

Следующая группа профессий, занявшая второе место в шкале предпочтения и также практически совпадающая в различных социально-профессиональных слоях, – это сфера юриспруденции (юрист, адвокат, нотариус) (33,9 %). Затем идут инженерно-технические профессии (в том числе программисты) – 27 %; медицинские специальности (врач, психиатр, массажист) – 15,2 %; сфера искусства и шоу-бизнеса (в том числе модельер, специалист по рекламе) – 9,6 %; военные и правоохранительные органы (милиционер, охранник, спеназовец, спасатель) – 2,6 %; педагогические профессии (учитель, психолог-консультант, социальный педагог) – 1,3 %. Все названные профессии в основном связаны с высоким уровнем подготовки.

Е. Г. Вершинин, В. В. Деларю при исследовании методом анонимного анкетирования подростков города Волгограда выясняли престижность профессий в контексте их ценностных ориентаций. Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Какие профессии респонденты считают наиболее престижными?» (выбрать из имеющихся 17 профессий). Первое место занял ответ «спортсмен» (49,7 %; 1030 подростков). Такая профессия оказалась престижной среди учащихся 7–8-х классов (49,2 %; 541 человек), учащихся 9–10-х классов (50,3 %; 489 человек)¹.

¹ Вершинин Е. Г. Престижность профессий как рефлексия ценностных ориентаций подростков г. Волгограда / Е. Г. Вершинин, В. В. Деларю // Социология города. – 2014. – № 4. – С. 27–36.

Обосновать выбор профессии спортсмена у подростков можно следующим образом: в отечественной социологии известно, что на формирование профессионального выбора оказывает влияние поощрение и развитие внешкольной активности, а учащиеся, добившиеся спортивных успехов, имеют ряд преимуществ перед своими одноклассниками, в некоторой степени даже более значимые, чем успехи в учебной деятельности (это осознается фактически всеми учениками и обычно не вызывает принципиальных возражений со стороны родителей).

Второе место по весомости заняла профессия юриста: 45,4 % (940 подростков). Этот выбор понятен в условиях происшедших (и происходящих) в стране социально-экономических трансформаций.

Профессия врача по престижности вышла на третье место: 39,7 % (823 подростка). Такой выбор чаще делали девочки: 47,1 % против 30,9 % у мальчиков; $p > 0,001$).

Далее в списке престижности следуют профессии бизнесмена (36,3 %; 753 человека), экономиста (30,1 %; 622 человека) и госслужащего (29,4 %; 610 человек), популярные в последние 10–15 лет. Затем идет профессия учителя (21,3 %; 441 человек), на выбор которой оказал влияние гендерный фактор: девочки выбирали ее в два раза чаще, чем мальчики (28,3 и 12,7 % респондентов соответственно; $p > 0,001$). Незначительное число респондентов выбрали профессии строителя (2,8 %) и рабочего (0,4 %)¹.

Считаем важным отметить проблему, связанную с риском выбора профессии, его характером и источником. Не верно, что риск носит индивидуальный характер – на самом деле он имеет связь с развитием всей экономической системы. Первоначальный риск заложен уже в выборе профессии. На первый взгляд риск носит индивидуальный характер, но на самом деле связан с динамикой всей экономической системы. Такой вид риска обусловлен не снижением активности субъекта рынка труда из-за

¹ Вершинин Е. Г. Престижность профессий как рефлексия ценностных ориентаций подростков г. Волгограда / Е. Г. Вершинин, В. В. Деларю // Социология города. – 2014. – № 4. – С. 27–36.

ошибочного выбора профессии (вида занятия), несоответствующей впоследствии его личностным психологическим особенностям, а безработицей.

Государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Волгоградской области «Институт молодежной политики и социальной работы» в 2013 г. (октябрь – ноябрь) по заказу муниципального учреждения «Городской молодежный центр «Лидер» провело комплексное исследование актуальных проблем молодежи г. Волгограда¹. При проведении исследования были изучены различные индикаторы, в том числе отношение к проблеме занятости. Общие ответы респондентов на вопрос «Насколько успешно решена проблема трудоустройства молодежи в Волгограде?» распределились следующим образом: успешно решена – 32,73 %; решена, но не полностью – 31,07 %, проблема не решена – 21,27 %, затруднились с ответом 14,93 % респондентов.

Уверенность в решении проблемы трудоустройства в Волгограде в наиболее трудоспособной группе респондентов (в возрасте 26–30 лет) – наименьшая. В обратном уверены 26,08 % опрошенных. В той или иной степени удовлетворены возможностью трудоустроиться 63,80 % респондентов в возрасте до 30 лет. Не удовлетворены – 21,27 % (затруднились с ответом 14,93% респондентов). Эти показатели свидетельствуют, что проблема трудоустройства молодежи с достойной оплатой труда с настоящее время не решена.

Опираясь на результаты исследования, можно сделать вывод, что сдвиг поведенческих приоритетов в сторону высокого уровня притязаний на образование и квалификацию характерен для современной молодежи. В их представлениях квалификация, знание, профессия (специальность) имеют, в первую очередь, инструментальную ценность, являются способом

¹ Кративенский А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–212.

достижения целей не только уровня потребления на рынке труда, но и конкурентоспособного положения.

Вместе с тем ценностные установки молодых людей связаны с основополагающими гуманистическими потребностями каждого человека. Об этом свидетельствуют первые четыре ответа студентов волгоградских вузов на вопрос «Какова Ваша долговременная цель в жизни?»: 52 % – стать специалистом высокого класса в своей профессиональной области, 42 % – обеспечить себя и свою семью материально, построить дом, купить квартиру, машину, 27 % – путешествовать, посетить многие страны, 27 % – создать хорошую семью, 20 % – открыть собственное дело, заняться бизнесом, 5 % хотели бы заниматься наукой.

Сегодня при определении положения молодежи в обществе, её будущего очень важно понять, в какую сторону меняются оценки и сужения современного молодого поколения, какие наблюдаются тенденции и перспективы ее развития.

Вопросы профессионального самоопределения студентов и формирования их готовности к конкретной профессиональной деятельности являются ключевыми в теории и практике совершенствования работы высшего учебного заведения. Именно в процессе обучения в вузе происходит первичное «освоение» профессии, определяется жизненная и мировоззренческая позиция молодого человека, изучаются индивидуализированные способы деятельности, формы поведения и общения.

В 2012– 2103 гг. Т. В. Овсянниковой, с целью изучения особенностей профессионального самоопределения студенческой молодежи, было проведено социологическое исследование среди выпускников волгоградских вузов. С одной стороны, полученные результаты демонстрируют, что у абитуриентов встречаются преувеличенные представления о выбранной специальности, которые становятся более реалистичными с началом обучения в вузе. С другой стороны, выбирая специальность на основании ее востребованности рынком, а не соответственно собственным интересам, с

началом обучения в вузе студент может ощущать внутренний конфликт. С данными обстоятельствами во многом связан тот факт, что высокий процент студентов после получения высшего образования не планирует работать по выбранной специальности, и уровень определенности при выборе дальнейшей деятельности у них невысокий. Практически только меньше трети всех опрошенных определились с конкретной деятельностью (30 %), из которых большую часть составляют студенты медицинского университета. Каждый пятый выпускник (21 %) еще выбирает между несколькими профессиями, и почти половина (49 %) еще четко не определились с будущей профессией. В основном студенты не имеют конкретных представлений о том, где и кем они будут работать, получая определенную специальность в вузе. Некоторые из них при получении диплома оценивают перспективы будущего трудоустройства как маловероятные или даже нереальные, при этом сохраняя высокую образовательную мотивацию.

Получаемая специальность устраивает 88 % студентов, недовольны только 12 %, так как считают, что это не то, что они предполагали. Однако при оценке ответов необходимо отметить, что понятие «специальность» студенты часто связывают в основном с процессом обучения в вузе, а не ее применением на практике¹.

Ценностные ориентации личности влияют на ее представления об условиях достижения успеха в жизни. В связи с этим рассмотрим в табл. 11 результаты опроса студентов ВГСПУ и ВАГС в октябре 2010 г., касающегося факторов успеха в современном российском обществе, продвижения в жизни².

¹ Овсянникова Т. В. Особенности профессионального самоопределения выпускников вузов // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 243.

² Байдалова О. В. Социологический ракурс проблем трудоустройства молодежи в регионе // Научный вестник Волгоградской академии государственной службы. Серия: Политология и социология. – 2011. – № 2 (6). – С. 32–35.

**Факторы успеха в современном российском обществе в оценках
студенческой молодежи**

№	ФАКТОРЫ (баллы по 3-балльной шкале)	Очень важны	Не очень важны	Не важны	Затрудняюсь ответить
1	Богатые родители – 2,19	30,2	51,9	12,3	4,7
2	Удача – 2,61	63,2	30,2	3,8	1,9
3	Родственники, находящиеся на руководящих постах – 2,33	44,3	36,8	13,2	4,7
4	Хорошее образование – 2,94	92,5	5,7	-	0,9
5	Национальность – 1,35	5,7	20,8	64,2	8,5
6	Природный ум – 2,71	68,9	23,6	1,9	4,7
7	Полезные связи с «нужными» людьми – 2,63	65,1	29,2	3,8	0,9
8	Трудолюбие – 2,86	84,0	11,3	0,9	2,8
9	Честность – 2,27	45,3	29,2	19,8	4,7
10	Правильные политические взгляды – 2,01	22,6	44,3	21,7	10,4
11	Профессионализм – 2,72	72,6	23,6	1,9	0,9
12	Законопослушность – 2,49	57,5	25,5	11,3	4,7
13	Упорство в достижении поставленной цели – 2,96	93,4	3,8	-	1,9

Источник: составлено автором по материалам вторичных исследований.

Как видно из данных табл. 11, основополагающими факторами успеха в жизни выпускники вузов назвали образование, трудолюбие, упорство в достижении цели, профессионализм, полезные связи с нужными людьми и природный ум. Под «нужными людьми» подразумеваются люди, которые могут помочь продвижению по службе. Такая трактовка обусловлена современной ментальностью нашего общества, в котором основным мерилom успеха является обладание материальными ценностями.

С помощью авторского исследования (2013 г.) были выявлены наиболее значимые ценности в профессиональной и личной сферах жизни студентов таких волгоградских вузов, как ВолГУ, Волгоградский филиал

РАНХиГС, ВХСА, ВолГМУ, ВГСПУ, ВГАФК (рис. 9). Социологическое исследование проводилось методом анкетирования¹.



Рис. 9. Наиболее значимые ценности в профессиональной и личной сферах жизни студентов волгоградских вузов (источник: составлено автором по данным социологического исследования)

Результаты исследования: 51 % респондентов выбрали «крепкая семья», 42 % – «душевное равновесие», «спокойствие», 34 % – «профессиональные достижения», 28 % – «самостоятельность и независимость», 28 % – «интересное дело», 21 % предпочли «реализацию своих способностей», «интересный круг общения», 19 % – «хорошие друзья» и 2 % отметили «уверенность в собственной безопасности».

Ценностное отношение к социальной действительности складывается в студенческие годы, поэтому этот период наиболее важен для формирования ценностных ориентаций. Успешность и направленность

¹ Шиндряева И. В. Система субъектов, влияющих на формирование профессиональных интересов современной российской молодежи // Перспективные направления применения инновационных технологий в управлении. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2013. – С. 259.

дальнейшего жизненного пути молодого человека будет зависеть от того, сможет ли он выделить среди интересов и ориентиров основной, выстроить своеобразную систему жизненных ценностей.

Рассмотрим мнения студентов ВГАФК о предполагаемом жизненном пути в будущем (табл. 12). На вопрос «Какой жизненный путь для вас наиболее предпочтительный после получения диплома?» были получены ответы: работа с высокой оплатой по специальности (46 % респондентов), работа по специальности (40 % респондентов), занятие бизнесом, открытие собственного дела (30 % респондентов), работа за границей (15 % респондентов), затрудняюсь ответить (11 % респондентов). По 6 % набрали ответы «работа в общественной организации» и «занятие политикой», выехать на учебу за границу хотят 4 %, и только 2 % желают продолжить учебу в аспирантуре.

Таблица 12

Жизненные и профессиональные экспектации студентов ВГАФК

Ответы	Количество, %
Работа с высокой оплатой по специальности	46
Работа по специальности	40
Занятие бизнесом, открытие собственного дела	30
Желание работать за границей	15
Затрудняюсь ответить	11
Работа в общественной организации	6
Занятие политикой	6
Выезд на учебу за границу	4
Продолжить учебу в аспирантуре	2

Источник: составлено авторам по материалам анкетирования.

Приведенные результаты социологического опроса в нашем регионе практически подтверждают общую индивидуалистическую тенденцию оценочных суждений молодежи, о которой речь шла выше.

В 2014 г. проводилось глубинное интервью со студентами ВолГУ, волгоградского филиала РАНХиГС, ВолГМУ, ВГСПУ. Его цель: определить систему мотиваций студентов, которая определила их приход в профессию.

Анализ ответов на вопрос «Почему Вы решили поступать в вуз и получать высшее образование?» позволил констатировать, что большинство респондентов считает, что высшее образование – это необходимое условие для построения карьеры: «В нашем городе без высшего образования никуда» (респондент И. О., муж., спец. «педагогическое образование» (история, право)), «Образование, мне кажется, одно из необходимых условий для того, чтобы состояться в жизни» (респондент А. М., жен., спец. «педагогическое образование» (китайский, немецкий языки)), «Чтобы как-то развиваться, нужно все-таки высшее образование, без него сейчас не пробиться, я Вам точно говорю» (респондент Э. С., жен., спец. «педагогическое образование» (художественное образование)), «Нужен диплом, иначе работу не найти» (респондент Д. Р., жен, спец. «социальная работа»), «Без диплома из института сейчас на престижную работу не устроишься. Поэтому и хотят все учиться» (респондент С. Ш., муж., спец. «психология»), «После 11-го класса сидеть дома у родителей на шее? Сейчас почти везде требуются работники с высшим образованием» (респондент А. Г., муж., спец. «управление персоналом»).

Другая группа считает, что иметь высшее образование положено всем (так принято...): «Зачем высшее образование? Потому что в семье несколько поколений с высшим – не нарушать же традицию?» (респондент В. С., жен., спец. «педагогическое образование» (история, право)), «Ответ на ваш вопрос прост – сейчас все стремятся получить высшее образование» (респондент М. В., муж., спец. «лингвистика» (перевод и переводоведение)), «Все мои друзья в вузы поступили» (респондент У. Б., жен., спец. «психология»).

Третья группа считает, что образование учит мыслить, делает человека интеллектуально развитым, развивает кругозор: «Оно нужно для себя самого, знания все равно остаются, а развиваться нужно постоянно» (респондент А. Н., муж., спец. «управление персоналом»), «Повысить уровень образования, общения, интересов; завести новые интеллигентные отношения; получить специальность и знания на более высоком уровне» (респондент К. А., жен., спец. «педагогическое образование» (дошкольное образование)).

Анализируя ответы на вопрос «Важно ли получить хорошее образование?», можно заключить: большинство (46 %) ответили «да, только хорошее образование может помочь человеку в самореализации», далее – 32 % ответили «да, только хорошее образование дает профессию, которая сможет обеспечивать человека на всю жизнь», 6 % ответили «нет, так как полученное образование мало влияет на последующую жизнь» и 15 % – «затрудняюсь ответить» (табл. 13).

Таблица 13

Ответы на вопрос «Важно ли получить хорошее образование?»

Ответы	Количество, %
Да, только хорошее образование может помочь человеку в самореализации	46
Да, только хорошее образование дает профессию, которая сможет обеспечивать человека на всю жизнь	32
Нет, так как полученное образование мало влияет на последующую жизнь	6
Затрудняюсь ответить	15

Источник: составлено автором по материалам анкетирования.

Исследуя ответы респондентов на вопрос «Почему вы выбрали именно эту профессию?», можно сделать следующие выводы. Часть студентов руководствовалась советом родителей и семейными традициями: «Сначала по совету родителей, а потом она мне самому понравилась» (респондент Э. Р., муж., спец. «экономика»), «Обучиться этой профессии мне порекомендовали знакомые, которые работают по этому направлению»

(респондент А. Н., муж., спец. «управление персоналом»). Другие руководствовались удобством в трудоустройстве: «Моя мама 17 лет работает на предприятии в отделе кадров. Она говорит, у нее будет возможность меня куда-то трудоустроить» (респондент Н. Д., жен., спец. «управление персоналом»). Третьи объясняли причину выбора перспективностью профессии: «Я считаю, что эта специальность достаточно востребована» (респондент А. М., жен, спец. «педагогическое образование» (китайский, немецкий языки)). Выбор остальных респондентов оказался случайным: «Я сам виноват, так как вместо иностранных языков (на которых 5 баллов не хватило на бюджет) поступил на историю (прошел по баллам)» (респондент И. О., муж., спец. «педагогическое образование» (история, право)), «Думаю, что случайно. Я лишь в первом семестре узнала, чем вообще буду заниматься после окончания университета и какие предметы буду учить» (респондент Н. Я., жен., спец. «социальная работа»). Сознательно сделали выбор специальности (факультета) в начале обучения те, кто имел представление о профессии благодаря родственникам, знакомым, а также те, кто увлекался каким-либо конкретным предметом. Остальные принимали решение на основании своих представлений о перспективности разных специальностей, их востребованности, современности, возможностях для трудоустройства.

При обстоятельствах практически всеобщей вовлеченности молодежи в процесс получения высшего профессионального образования первостепенным становится образовательный выбор, приходя на смену профессиональному выбору. При выборе будущей профессии нормой становится неопределенность выпускников школ: специальность и дальнейшая работа для них имеют второстепенное значение, главное – поступить в желаемый вуз. Как следствие, то направление, на которое хватило баллов по ЕГЭ, и становится будущим занятием. Иной вопрос, когда молодой человек с самого начала осознанно делает свой выбор, ориентируется на определенную профессию. В такой ситуации можно предположить, что после курса обучения в вузе общество получит

высококвалифицированного специалиста, готового к работе в соответствии с полученным образованием. Все это обуславливает важность анализа проблем выбора современной молодежи в связи с ее образовательной ориентацией.

Положение выпускников вузов основывается на формальном образовании и соответствующем ему определенном престиже, а также конкретной сфере деятельности. Высшее образование в России и его качество стало неким видом престижного потребления, благоприятствующим социальной изоляции отдельных социальных групп и предупреждающим их стратификационную мобильность. При этом высшее образование в нашей стране стало более доступным ввиду расширения различных видов платного обучения. Однако менее доступным стало бесплатное, престижное и качественное образование, соответствующее ожиданиям студенческой молодежи. Это подтверждается ответами на вопрос «Считаете ли вы, что поступить на платную форму обучения легче, чем на бесплатную?»: «да» ответили 38 %, «скорее, да» и «затрудняюсь ответить» по 21 %, «скорее, нет» – 6 % и «нет» ответили 13 % (рис. 10).

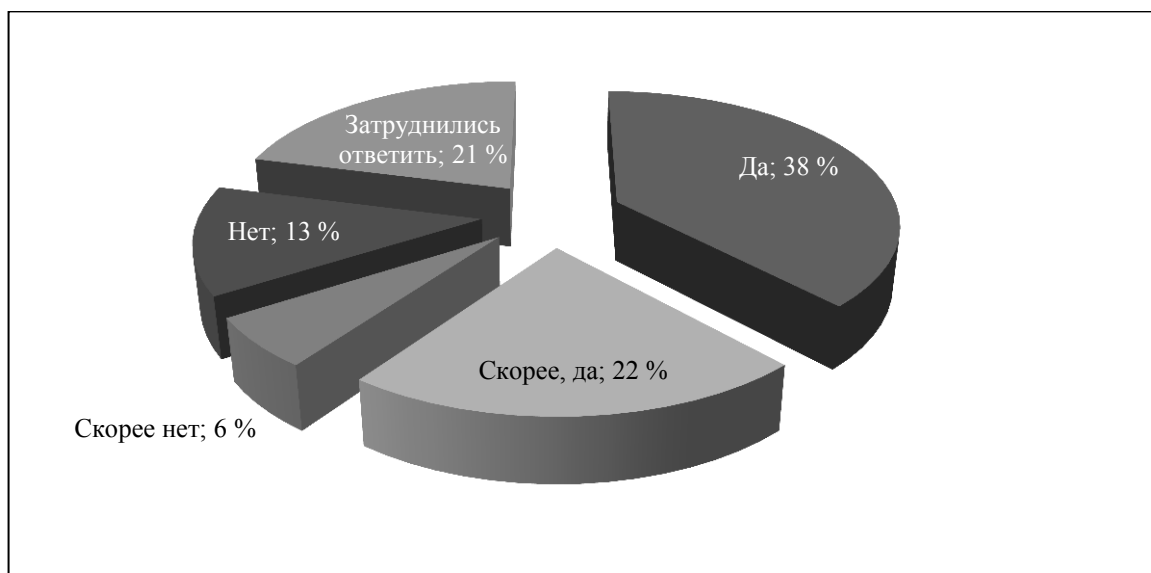


Рис. 10. Динамика ответов на вопрос: «Считаете ли вы, что поступить на платную форму обучения легче, чем на бесплатную?»
(источник: составлено автором по материалам анкетирования)

Как известно, образовательные учреждения – это институты социализации. Их задача – готовить подрастающие поколения к полноценному, успешному функционированию в социуме – «обществе взрослых». То есть, формировать соответствующий потребностям эпохи тип личности, обладающий необходимыми знаниями, умениями, навыками, мировоззрением, ценностными ориентациями и т.д.

Не мене важны ответы студентов о мотивации поступления в вуз. Вызывают интерес ответы на вопрос «Поступая в вуз, вы хотели получить высшее образование для того, чтобы (три наиболее значимых показателя)?» (табл. 14).

Таблица 14

Показатели, предложенные при выборе ответа на вопрос «Поступая в вуз, вы хотели получить высшее образование для того, чтобы (три наиболее значимых показателя)?»

Показатель	В % от числа ответивших
Получить перспективу найти хорошую работу после окончания вуза	62
Получить именно данную профессию	42
Стать образованным, культурным человеком	40
Получить диплом, дающий определенный статус	36
Обеспечить себя материально	13
Добиться успеха и признания	28
Не идти в армию	13
Получить любую профессию	6
Получить диплом неважно где	2

Источник: составлено авторам по материалам анкетирования.

Обобщая данные табл. 14, можно сказать, что у 62 % респондентов основной целью поступления в вуз является перспектива дальнейшего трудоустройства; 42 % желают получить конкретную специальность.

Анализируя ответы, мы видим, что мотивирующим фактором является качество получаемого образования, то есть его содержательная составляющая, имеющая значение для будущей профессии.

Профессия как деятельность, не только приносящая доход, но и обеспечивающая возможность самореализации, определяется ценностной структурой целей. Высшее образование в целом и вуз в частности должны, в идеале, обеспечить получение обязательных базовых знаний вместе с формированием отдельных навыков, востребованных на рынке труда, а также предоставить студентам перспективы дальнейшего трудоустройства. Другими словами, высшее образование, по мнению старшеклассников, является одним из эффективных каналов вертикальной мобильности.

Под воздействием представлений о рынке труда в сознании молодого поколения формируются приоритеты в области специальности, в то время имиджем вуза определяются представления о качестве подготовки по этой специальности и ее соответствие запросам рынка. То есть, старшеклассник выбирает специальность в первую очередь, а затем осуществляет выбор подходящего вуза.

При выборе вуза для студентов наиболее важными были: престиж вуза (18 %), семейная традиция (11 %), возможность получить интересующую профессию (11 %). Отсюда следует, что представители поколения Y в процессе выбора профессии основываются, в первую очередь, на видимых атрибутах профессии, таких как: престижность, материальное вознаграждение, среда протекания трудового процесса, при этом имея порой неопределенное понятие о сущности и специфике деятельности в выбранной отрасли и зачастую не сопоставляя полученные знания и образование с последующей работой по специальности.

В недалеком будущем студенческая молодежь найдет свое место во всех сферах народного хозяйства в качестве интеллектуальной и производительной силы страны в силу своего трудоспособного возраста, интеллектуального уровня и активного социального поведения. Приоритеты,

которые молодежь ставит перед собой, и ценности, на которые она ориентируется, необходимо изучать для прогнозов настоящих и будущих процессов, происходящих в молодежной среде.

Так, например, выпускники ВГСПУ, оценивая факторы, которые в наибольшей степени повлияли на выбор специальности/профиля, давали следующие ответы: 72 % выпускников указали собственный интерес к профессии, 49 % – возможность бесплатного обучения, 29 % – желание/совет родителей, 27 % – имидж университета, 18 % – наличие спроса на специалистов на рынке труда, 17 % – престиж профессии, 15 % – низкий конкурс (легко поступить), 13 % – привилегии профессии (льготы, увеличенный отпуск и т. д.), 10 % – возможность работы за границей, 5 % – заработная плата по выбранной специальности на рынке труда, 4 % – нежелание идти в армию, 3 % – другое (качественное образование, продолжение семейной традиции и др.) (рис. 11).



Рис. 11. Факторы, которые повлияли на выбор специальности/профиля
(источник: составлено автором по материалам анкетирования)

Осознанный выбор профессии человеком происходит с ориентацией на имеющиеся у него социальные ценности. Если при выборе профессии общественный престиж является главным для человека, то результаты будут зависеть от существующей моды, престижности профессии в социуме. Часто выбор профессии определяется уровнем будущего материального благополучия, который она (профессия) может обеспечить.

Примечательно, что 78 % респондентов точно знают, какую специальность приобретают в вузе, и 21 % студентов знают в общих чертах, какую специальность они получают. При этом 46 % студентов считают, что абсолютно правильно выбрали специальность и 50 % не совсем уверены в правильности выбора. Половина респондентов (50 %) удовлетворены, в целом, качеством обучения, 43 % – скорее, удовлетворены и 7 % – скорее, не удовлетворены качеством обучения.

Однако на вопрос «Если бы вам пришлось вновь выбирать вуз, как бы вы поступили?» ответы респондентов были следующими: 61 % выбрали бы тот же вуз и ту же специальность, 11 % выбрали бы тот же вуз, но другую специальность, остальные выбрали бы другой вуз. При этом 39 % респондентов считают, что диплом, скорее всего, поможет при трудоустройстве, 32 % опрошенных уверены, что полученный после окончания учебы диплом поможет им в трудоустройстве; 3 % думают, что диплом в трудоустройстве не поможет.

Респонденты выделили наиболее значимые ценности в профессиональной и личной сферах жизни: 43 % респондентов хотели бы принадлежать к социальному слою государственных служащих и чиновников, 21 % респондентов видят себя работниками крупного негосударственного предприятия, 18 % желают быть индивидуальными предпринимателями.

На вопрос «Нравится ли вам учиться?» ответы распределились следующим образом: скорее, да (39 %), затрудняюсь ответить (4 %), при этом большинству первокурсников (57 %) нравится учиться в выбранном вузе.

Далее рассмотрим структуру мотивов поступления в вуз. Третья часть первокурсников (29 %) поступили в вуз, чтобы в будущем иметь хорошую работу; 15 % респондентов – стать образованным человеком; 15 % – получить диплом, дающий определенный статус, при этом для них не менее важно иметь высшее образование, чтобы обеспечить себя материально (11 %) и добиться успеха и признания (11%); а вот использовать возможность получения образования, чтобы не идти в армию и продлить беззаботный период жизни планирует только 1 % респондентов. Интересно, что наибольшее количество респондентов (60 %) утверждают, что желание получить высшее образование их личное; 32 % студентов отметили, что влияние на решение получить высшее образование оказали родители и родственники.

Ответы на вопрос «Как вы понимаете понятие «хорошее образование?»» распределились следующим образом: более половины респондентов (51 %) думают, что хорошее образование может помочь человеку в самореализации, 47 % уверены, что хорошее образование дает профессию, которая сможет обеспечивать человека на всю жизнь, остальные затруднились ответить.

Анализ способов, которые волгоградские выпускники используют при поиске работы, показал следующие результаты: 30 % – обращались к родственникам и знакомым, 25 % выпускников обращались непосредственно к работодателю, 18 % выпускников ответили, что просматривали объявления о вакансиях, 8 % – размещали резюме, по 1 % – получили место работы в соответствии с целевой подготовкой, обращались в центр занятости населения, в центр содействия занятости и трудоустройства выпускников вуза и деканаты (рис. 12).

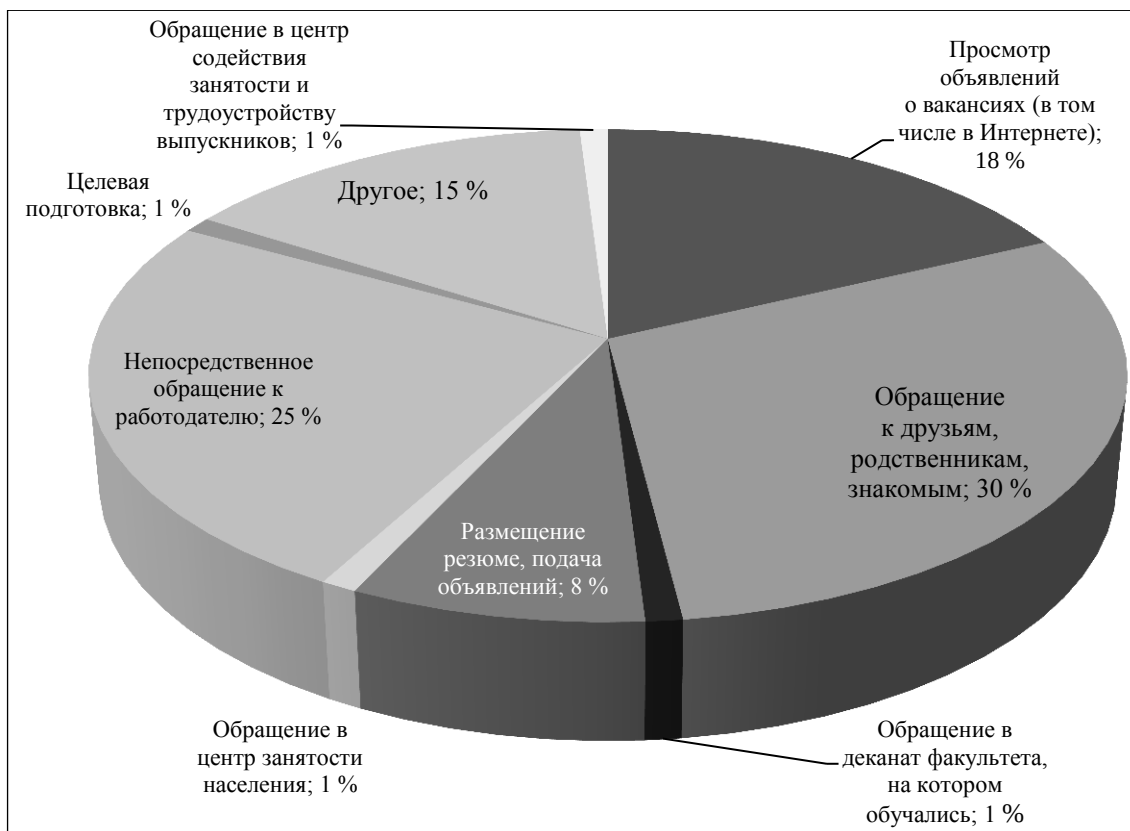


Рис. 12. Способ поиска работы выпускниками волгоградских вузов
(источник: составлено авторам по материалам анкетирования)

В качестве ценностной составляющей выступает система отношений «государство – молодежь», проявляющаяся в представлениях молодого поколения о наиболее эффективном способе построения взаимоотношений молодежи (в том числе и молодежных организаций) с государством, а также в оценке и степени важности необходимых направлений работы государства с молодежью. При решении социальных (в частности молодежных) проблем волгоградское поколение студентов полагается на государство и общественные организации (табл. 15)¹. В сознании молодого поколения тесно переплетаются традиционные, существующие уже на бессознательном уровне представления и современные ценности, сложившиеся под влиянием новых социальных явлений. Например, сильные государственнические позиции и ожидание от государства защиты и социальных благ

¹ Галкин А. П. Политико-правовые ценности волгоградского студенчества: социологический анализ / А. П. Галкин, В.Н. Гуляихин, Н. А. Тельнова // Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. – 2009. – № 2 (10). – С. 117–124.

сосуществуют с ценностями индивидуализации и стремлением к независимости.

Таблица 15

**Эспектации студентов относительно институтов,
способных решить проблемы молодежи**

Кто может решить проблемы молодежи в обществе?	Количество	% к опрошенным	% к ответившим
Государство	167	46,91	46,91
Общественные организации	157	44,10	44,10
Политические партии	26	7,30	7,30
Бизнес	29	8,15	8,15
Религиозные объединения	9	2,53	2,53

Таким образом, часть волгоградского студенчества ориентирована патерналистски (считает, что молодежными проблемами должно заниматься государство), часть – гражданственно (считает, что проблемы молодежи должны решать институты гражданского общества).

Вторичный анализ материалов, ранее проведенных прикладных исследований в контексте нового исследовательского подхода показывает, что традиционные базовые ценности современного молодого поколения в основном идентичны ценностям студенчества. У студенческой молодежи отмечается повышение важности достиженческих ориентаций, прагматизма, экономической рациональности и пр., однако на фоне снижения общественно-политической активности значимость ценностей, относительно служения обществу и государству, практически обесценились (рис. 13).

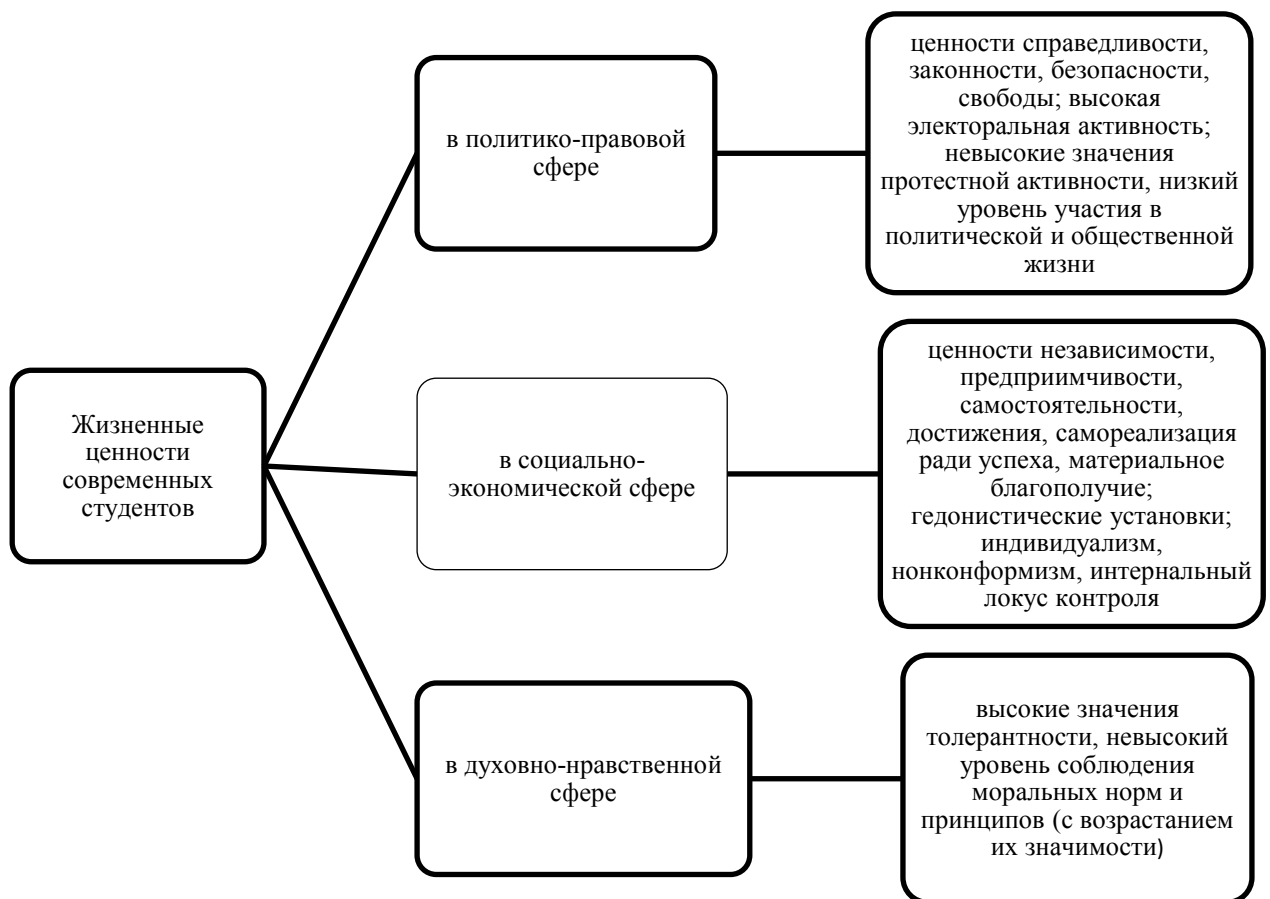


Рис. 13. Ценности студенческой молодежи в различных сферах жизни (источник: составлено автором на основании материалов авторского исследования и данных вторичного анализа социологических исследований в регионе)

Таким образом, первоочередными в иерархии ценностей современное студенчество ставит личный успех и комфорт; примечательно верховенство личностных ценностей над общественными; наблюдается значимое преобладание материальных ценностей. Прагматический подход достался молодежи «в наследство» от родителей, трудовая социализация которых происходила эпоху перестройки и распада СССР и увеличивалась сложившимися практиками трудовых взаимодействий. Устойчиво укрепилась переориентация молодого поколения преимущественно на ценности материального достатка. Существенно повысилось стремление к инструментализации мотивов отношения к трудовой деятельности. Постепенно происходила трансформация от восприятия труда как

самостоятельной ценности до отношения к труду как инструменту достижения иных целей.

Выводы:

✓ Студенческая молодежь видоизменяет ценности старших поколений и формирует свою иерархию ценностей в соответствии с современной социокультурной ситуацией.

✓ Вторичный анализ социологических исследований свидетельствует, что традиционные базовые ценности молодого поколения в основном соответствуют ценностями современного студенчества.

✓ Студенческая молодежь Волгоградской области видит образование важным условием для дальнейшего личностного и профессионального роста. Значительным мотивом приобретения высшего образования является тот факт, что высшее образование служит основой для дальнейшего развития человека и гарантией его удачной карьеры. Преимущественным фактором при выборе вуза студентами является наличие интересующей специальности, где главной причиной выбора служит интерес к своей будущей специальности. Среди оставшихся немаловажных причин следует выделить востребованность полученной специальности на рынке труда и высокооплачиваемая работа по этой специальности в будущем. Опрошенные студенты оценили важность получения высшего образования в современном обществе, обозначили ряд ключевых мотивов получения высшего образования, такие как: высшее образование – залог материального благополучия в будущем; высшее образование – основа роста интеллектуального уровня человека; высшее образование – существенный элемент социального статуса человека.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе диссертационного исследования было определено, что глубокие преобразования в культурной, социально-экономической и политической сферах, произошедшие за минувшие десятилетия в России, предопределили проблему межпоколенного взаимодействия как очень важную и многоаспектную. В механизме межпоколенного взаимодействия, где потоки социальной информации в одинаковой мере используются представителями разных поколений для адаптации в сложившихся обстоятельствах, образуется ценностный межпоколенный разрыв и кризис ценностей, который характеризуется отсутствием готовности у представителей старшей поколенной группы рассматривать более молодое поколение в роли субъекта социального взаимодействия, воспринимать и использовать их опыт.

Весьма важным социальным актором, оказывающим влияние на разнообразные области жизни общества или прибывающем на этапе подготовки к проявлению подобного влияния в дальнейшем, является молодежь. В рамках предметного поля данного исследования молодежь определяется как субъект социализации, а его трансформация в объект происходит, когда молодежь выступает носителем инновационных норм, интересов и ценностей. Это обусловлено тем, что в настоящее время молодежь в социуме не только выполняет социально-профессиональные роли и функций, сохраняет в своем поведении социально одобряемые нормы, творческом относится к себе и окружающей социальной и природной среде, но и активно преобразует существующие модели, ценности и установки.

Выбор студенческой молодежи как объекта исследования объясняется тем, что ценностные экспектации молодого поколения предопределяют модели его поведения, которые, в свою очередь, оказывают воздействие на стратегический курс модернизации российского общества. Студенческая молодежь определяется как социально-демографическая группа, находящаяся на этапе формирования социальной зрелости, идентичная

деятельности, интересам, ориентациям такой социальной группы как интеллигенция (специалисты). Для современного студенчества характерны социальная мобильность, социальная активность, стремление к новому, высокая адаптивность, потребность в самоидентификации и самореализации. Современная молодежь в скором времени заменит на руководящих постах государственной службы представителей старшего поколения и тогда будет определять траекторию развития России.

Именно молодежь в меняющемся обществе предстает активным актором происходящих трансформаций, транслирующим ценности и модели поведения, передающиеся впоследствии от поколения к поколению.

Студенческая молодежь занимает промежуточное место между старшей и младшей поколенческими группами населения. Будучи одновременно весьма активным элементом молодежи, студенчество очень сильно осязает протекающие изменения и значимые общественные проблемы. Студенческая молодежь, как особый поколенный срез общества, является очень восприимчивой к преобразованиям в культурной среде, мгновенно реагирует на изменения в обществе. Любые преобразования, совершающиеся в современном российском обществе, каким-либо образом воздействуют на жизнь студенческой молодежи и, следовательно, формируют социальный портрет современного студенчества.

Ценности являются существенными составляющими человеческой культуры, также же как нормы и идеалы. С позиции данного толкования обрисовывается личностный смысл для отдельного человека и социально-историческое значение для общества установленных предметов и явлений действительности. Ценностные экспектации устанавливаются по итогам постижения субъектом своих потребностей в сопоставлении с возможностями их удовлетворения. Ценности, сформированные в определенной культуре, предопределяют образцы и стандарты поведения и оказывают воздействие на выбор возможных поведенческих альтернатив.

Отличительной чертой трактовки ценностей в социологической науке является анализ ценностей в контексте их корреляции с дефиницией «значимость», то есть определение, насколько те или иные явления «относятся к ценности» (получают значение). Социология исследует ценности как элементы общественного сознания, культуры и социальной системы, принимая во внимание мотивационное воздействие ценностных ориентаций на поведение индивидуумов и популярность конкретных ценностей в массовом сознании.

Исследование теоретических положений позволило синтезировать и отметить ряд важных предпосылок в социологической интерпретации понятия ценность:

1) утилитаристский подход, где ценности анализируются в контексте категорий «выгода», «польза», «благо», как духовное явление или материальный объект, обладающий пользой и способный удовлетворять потребности людей;

2) идеалистический подход, в рамках которого ценности трактуются через категории «идеал», «эталон», «референтность»;

3) нормативный подход, в котором ценности лимитируются рамками их нормативной функции, и становятся нормативными регуляторами социального действия и поведения;

4) понимающий подход, берущий начало от неокантианской аксиологии, где согласно пониманию М. Вебера ценность изучается в рамках сопоставления с понятиями «значимость», «значение», «придание значения» («отнесение к ценности»).

Система ценностей включает в себе двойственную основу. При изучении работ классиков социологии мы можем сделать вывод, что ценности выступают неотъемлемой составляющей и общественного сознания, являясь компонентом сознания отдельного человека. Ценности как элемент культуры выполняют в обществе интегративную функцию, то есть помогают отдельному человеку в жизненно важных ситуациях выбирать

социально одобряемое поведение. Оказывая влияние на потребности и интересы личности, система ценностей является главным мотиватором социального действия. Через комплекс ценностей, накапливаемых в культуре общества, происходит регуляция поведения его субъектов. Личность усваивает социальный опыт и воспроизводит его с помощью ценностей, существующих в социуме.

Определяя ценностные экспектации, мы используем существенные стороны тезауруса, а именно: направленность субъекта (группы, личности, сообщества) на цели, осмысленные им как позитивно значимые (правильные, благие, высокие и т. п.) в соответствии с имеющимся жизненным опытом, принятыми в обществе (сообществе) стандартами и индивидуальными предпочтениями.

Следует помнить, что изучение ценностных ориентаций студентов подразумевает внимание к ценностной структуре личности студента как типичного представителя молодежи. Ценности, присущие студенческой социальной среде, мы будем представлять как молодежные, поскольку эта среда относится к молодежной культуре.

Поколение могут составить несколько близких возрастных когорт, возрастная группа. При этом отличие поколенной общности от возрастной группы про является в особом единстве ценности и ценностных экспектаций.

Социально значимые события в обществе порождают поколение. Причем разные исторические события и социокультурные процессы оказывают влияние на раннюю социализацию различных поколений, определяя отличие поколенных общностей друг от друга, их качественное своеобразие, формирование внутри этих общностей специфических ценностей.

Механизмы преемственности ценностей от поколения к поколению, характерные для стабильного общества, предполагают следующие этапы: 1) передача предыдущими (старшими) поколениями культурных ориентиров через собственный пример – посредством слова, с помощью образца

деятельности, то есть переход к вербальным способам передачи культуры; 2) усвоение младшим поколением норм, традиций и предписаний старших поколений; 3) выбор и интерпретация младшим поколением усвоенных ценностей старших поколений, выработка новых идеалов и принципов, которые соответствуют новым историческим и социально-экономическим условиям; 4) трансляция новых выработанных ценностей младшим поколением, которые основаны на ценностях предшествующих поколений, и максимальная адаптация этих ценностей молодым поколением к новым историческим условиям.

Выявлены три класса факторов, оказывающих влияние на межпоколенные взаимоотношения: социально-экономические; социокультурные и социально-психологические. Наименее изученными в настоящее время остаются социокультурные факторы, обусловленные преемственностью ценностных экспектаций от поколения к поколению.

В качестве объекта данного исследования рассматривались представители нескольких поколений: поколение Беби-Бумеров (1943–1963 годы рождения), поколение X (1963–1984 годы рождения), поколение Миллениум или Y (1984–2000 годы рождения).

В эмпирической части работы использовались следующие методы и процедуры: полуструктурированное интервью, фокус-группа, анкетирование, глубинное интервью, контент-анализ интернет-ресурсов.

Достоверность и научную обоснованность результатов обеспечивали: разнообразие и взаимодополняемость методов и методик, соответствующих целям и задачам проводимого эмпирического исследования, комплексный характер исследовательских процедур, применение методов математической статистики при анализе данных.

Определим особенности выделенных поколений.

Поколение Победителей, или поколение GI, ценности которого получили свое формирование под влиянием следующих факторов: двух революций 1905 и 1917 гг., Гражданской войны, процесса коллективизации и

электрификации. Данному поколению присущи семейные ценности, любовь к труду, высокая степень ответственности, высокие религиозные убеждения, вера в светлое будущее, чтимые традиции и твердость суждений. Деньги для них ценностью не являются. Видимо, это объясняется тем, что деньги за время их жизни неоднократно обесценивались, и люди много раз теряли все, что было накоплено.

Молчаливое поколение, ценности которого устанавливаются под воздействием ряда факторов: сталинских репрессий, Второй мировой войны, восстановления страны после войны и появления антибиотиков. Формируются и выделяются такие ценности, как честь и достоинство, неукоснительное соблюдение законов, преданность Родине, должностной статус, жертвенность, подчинение, честь, терпение, экономность. Понятие «семья» для них становится священным.

Поколение Беби-Бумеров, ценностей которого закладываются под воздействием таких факторов, как: советская политика и власть, освоение и лидерство в космической отрасли, «холодная война», появление первых контрацептивов, безупречное оказание медицинской помощи для каждого гражданина, единая программа школьного обучения. Выделяются такие ценности, как: оптимизм, идеализм, культ молодости, имидж, здоровье, работа, ориентация на команду, личное вознаграждение и статус, командный дух, коллективизм, ностальгия и религиозность, вовлеченность, приоритет личностного роста, значимость молодого поколения.

Поколение X, или Неизвестное поколение. Ценностные экспектации складываются под влиянием факторов, связанных с «холодной войной», эпохой перестройки, появлением наркотических средств и военными действиями в Афганистане, а также с таким важным явлением, как рост разводов. Семейные ценности в это время оказались подорванными, многие женщины – представители данного поколения – стали заниматься бизнесом, стремиться к самостоятельности. Базовыми ценностями становятся: возможность выбора, готовность к изменениям, глобальная

информированность, индивидуализм, техническая грамотность, выживание, обучение в течение всей жизни, поиск эмоций и страха, неформальность взглядов, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов (унисекс).

Среди факторов, повлиявших на формирование ценностей Поколения Y, можно выделить: развал СССР, террористические акты, атипичную пневмонию, бурное развитие коммуникаций, цифровых технологий, Интернета, мобильных телефонов, эпоху брендов. Помимо этого наркомания, табакокурение, алкоголизм вышли в ряд основных проблем, обсуждаемых даже на государственном уровне. Доступное телевидение и Интернет положили начало эры публичности. Еще несколько важных аспектов: глобализация, стирание границ и нивелирование национальных различий и традиций. Ценностями Поколения Y являются: оптимизм, общительность, уверенность в себе, разнообразие, немедленное вознаграждение, гражданский долг, достижение, наивность.

Студенческая молодежь, перенимая ценности старших поколений, видоизменяет их и формирует новую иерархию ценностей, которая соответствует современным социокультурным условиям.

Вторичный анализ социологических исследований репрезентирует, что основные ценности молодежи идентичны ценностям современной студенческой молодежи. Современное поколение российской молодежи весьма практично, его представители ценят материальный достаток, работу, стараются во всем полагаться на себя.

Студенческая молодежь Волгоградской области расценивает образование как существенное обстоятельство для предстоящего личностного и профессионального роста. Основанием получения высшего образования является представление, что высшее образование является основой последующего развития человека и залогом его удачной карьеры. Самым важным критерием выбора вуза студентами является наличие интересующей специальности, что обусловлено интересом к будущей профессии. Среди иных весомых факторов, определяющих выбор вуза,

можно назвать востребованность обретенной профессии на рынке труда, достойная оплата за работу по этой специальности в будущем. Таким образом, волгоградские студенты обозначили следующие центральные мотивы важности получения высшего образования: определение высшего образования как основы повышения интеллектуального уровня человека; рассмотрение этой ступени образования как залога будущего материального благополучия; оценка образования как элемента социального статуса человека.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аврамова, Е. М. Работодатели и выпускники вузов на рынке труда: взаимные ожидания [Текст] / Е. М. Аврамова, Ю. Б. Верпаховская // Социс. – 2006. – № 4. – С. 44–53.
2. Аза, Л. А. Профессиональное самоопределение и трудовой путь молодежи [Текст] / Л. А. Аза, А. И. Вишняк, Е. И. Головаха. – К., 1987. – 303 с.
3. Ананьев, Б. Г. Человек как предмет познания [Текст] / Б. Г. Ананьев. – М. : Наука, 2000. – 352 с.
4. Анцупов, А. Я. Конфликтология [Текст] / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 551 с.
5. Бабочкин, Н. И. Становление жизнеспособной молодежи в динамично изменяющемся обществе [Текст] / Н. И. Бабочкин. – М. : «Аспект Пресс», 2000.
6. Байдалова, О. В. Социологический ракурс проблем трудоустройства молодежи в регионе [Текст] / О. В. Байдалова // Научный вестник Волгоградской академии государственной службы. Серия: Политология и социология. – 2011. – № 2 (6). – С. 32–35.
7. Байдалова, О. В. Система ценностей и образ жизни: региональный аспект [Текст] / О. В. Байдалова, Т. С. Мехтиев // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2005. – № 2. – С. 66–74.
8. Байдалова, О. В. Социальные проблемы молодежной занятости [Текст] / О. В. Байдалова // Сб.: «Межкультурный диалог в Нижневолжском регионе: история и современное состояние» ; Всероссийская научно-практическая конференция. – Волгоград, 2011. – С. 67–73.
9. Байдалова, О. В. Ценностные предпочтения студенчества: социологический анализ [Текст] / О. В. Байдалова // Материалы

международной научно-практической конференции «Государственная молодежная политика как фактор социализации молодежи». – М. : ВИМС, 2009.

10. Богомаз, С. Л. Самоанализ как условие профессионального самоопределения сельских старшеклассников [Текст] / С. Л. Богомаз. – Витебск : Изд-во Витебского гос. ун-та, 1997. – 195 с.

11. Боряз, В. Н. Молодежь: методологические проблемы исследования / В. Н. Боряз. – Л. : Наука, 1973. – 155 с.

12. Бурдые, П. Социальное пространство и генезис классов [Текст] / П. Бурдые // Социология политики. – М. : Socio-Logos, 1993.

13. Васильев, В. Г. Отношение студенческой молодежи к религии [Текст] / В. Г. Васильев, В. О. Мазеин, Н. И. Мартыненко // Социологические исследования. – 2000. – № 1.

14. Вебер, М. Избранные произведения [Текст] // М. Вебер ; пер с нем. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.

15. Вершинин, Е. Г. Престижность профессий как рефлексия ценностных ориентаций подростков г. Волгограда [Текст] / Е. Г. Вершинин, В. В. Деларю // Социология города. – 2014. – № 4. – С. 27–36.

16. Виштак, О. В. Мотивационные предпочтения абитуриентов и студентов [Текст] / О. В. Виштак // Социс. – 2003. – № 2. – С. 135–138.

17. Владимиров, В. Н. Создание русскоязычной исторической классификации профессий [Текст] / В. Н. Владимиров // ЭКО. – 2008. – № 6. – С. 106–108.

18. Выбор вуза, карьера, формирование заработной платы: микроэкономический подход [Текст] / Дж. Берман, Л. Клетцер, М. МакФирсон [и др.] // Вопросы образования. – 2008. – № 2. – С. 108–121.

19. Выборнова, В. В. Актуализация проблем профессионального самоопределения молодежи [Текст] / В. В. Выборнова, Е. А. Дунаева // Социс. – 2006. – № 4. – С. 99–106.

20. Галкин, А. П. Политико-правовые ценности волгоградского студенчества: социологический анализ [Текст] / А. П. Галкин, В. Н. Гуляихин, Н. А. Тельнова // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7: Филос. – 2009. – № 2 (10). – С. 117–124.

21. Гегель, Л. А. Выбор профессии: проблемы становления современного специалиста [Текст] / Л. А. Гегель // Социально-гуманитарные знания. – 2007. – № 5. – С. 224–229.

22. Гинзбург, М. Р. Психология личностного самоопределения [Текст]: автореф. ... дис. докт. психол. наук / М. Р. Гинзбург. – М. : ПИ РАО, 1996. – 60 с.

23. Головаха, Е. И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи [Текст] / Е. И. Головаха. – К. : Наукова думка, 1988. – 142 с.

24. Горшков, М. К. Молодежь России: социологический портрет [Текст] / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Институт социологии РАН, 2010. – 592 с.

25. Грицанов, А. А. Социальные ожидания [Текст] / А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин [и др.] // Социология : энциклопедия. – Мн. : Интерпрессервис; Книжный Дом, 2003. – С. 500.

26. Грушин, Б. А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в 4 книгах. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева» [Текст] / Б. А. Грушин. – М., 2001. – С. 185.

27. Даффлон, Д. Молодежь в России: портрет поколения на переломе [Текст] / Д. Даффлон // Вестник общественного мнения. – 2008. – № 5. – С. 19–35.

28. Деларю, В. В. Динамика профессиональных предпочтений студентов медицинского вуза [Текст] / В. В. Деларю, А. А. Горбунов // Форум; серия «Роль науки и образования в современном информационном обществе». – 2010. – № 1–3 (2). – С. 11–14.

29. Деметрадзе, М. Р. Центральная зона современных социокультурных ценностей. Социализация как способ повышения человеческого фактора в обществах постсоветского пространства [Текст] / М. Р. Деметрадзе. – М. : ООО «НБ-Медиа», 2012. – 121 с.
30. Дидковская, Я. В. Динамика профессионального самоопределения студентов [Текст] / Я. В. Дидковская // Социс. – 2001. – № 7. – С. 132–135.
31. Дидковская, Я. В. Профессиональное самоопределение молодежи: социологический анализ [Текст] / Я. В. Дидковская. – Екатеринбург : Урал. гос. техн. ун-т УПИ, 2004. – 72 с.
32. Добрынина, В. И. Воспитание личности – управляемый процесс [Текст] / В. И. Добрынина // Социальное управление и молодежь. – М., 1969. – Вып. 3. – С. 38.
33. Доника, А. Д. Этические ценности и ценностные установки студентов-медиков в контексте их профессиональной готовности [Текст] / А. Д. Доника, М. В. Еремина / Сб. статей науч. конф. «Философские проблемы биологии и медицины» ; Министерство здравоохранения РФ ; Воронежская государственная медицинская академия им. Н. Н. Бурденко ; кафедра философии и гуманитарной подготовки ВГМА. – 2013. – С. 247–249.
34. Донцов, А. И. Психология коллектива [Текст] / А. И. Донцов. – М. : МГУ, 1984.
35. Дюркгейм, Э. Ценностные и «реальные» суждения [Текст] / Э. Дюркгейм // Соц. исследования. – 1991. – № 2. – С. 106–114.
36. Западноевропейская социология XIX – начала XX веков [Текст] / Э. Дюркгейм. – М., 2008. – 548 с.
37. Зборовский, Г. Е. Профессиональное образование и рынок труда [Текст] / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина // Социс. – 2003. – № 4. – С. 99–106.
38. Здравомыслов, А. Г. Потребности. Интересы. Ценности [Текст] / А. Г. Здравомыслов. – М. : Политиздат. – 1986. – С. 197.
39. Зеер, Э. Ф. Психология профессий [Текст] / Э. Ф. Зеер. – М. : Академический проект, 2005. – 138 с.

40. Золотова, И. К. Специфические особенности регионального молодежного рынка труда [Текст] / И. К. Золотова. – М. : Социум. – 2008. – 315 с.
41. Зубок, Ю. А. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе [Текст] / Ю. А. Зубок, Т. К. Ростовская, Н. Л. Смакотина. – М. : ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2016. – 24 с.
42. Зубок, Ю. А. Становление и развитие отечественной социологии молодежи [Текст] / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров // Социс. – 2008. – № 7. – С. 108–117.
43. Иконникова, С. Н. Молодежь: социологический и социально-психологический анализ [Текст] / С. Н. Иконникова. – Л. : Изд. Лен. ун-та. – 1974. – 329 с.
44. Ильинский, И. М. Молодежь и молодежная политика: [Философия. История. Теория] [Текст] / И. М. Ильинский. – М. : Голос, 2001. – 694 с.
45. Ионин, Л. Г. Культура на переломе (механизмы и направление современного культурного развития в России) [Текст] / Л. Г. Ионин // Социс. – 1995. – № 2. – С. 41.
46. Климов, Е. А. Психология профессионального самоопределения [Текст] / Е. А. Климов. – М. : Издательский центр «Академия». – 2010. – 304 с.
47. Ковалева, А. И. Социология молодежи: Теоретические вопросы [Текст] / А. И. Ковалева. – М. : Социум, 1999. – С. 31.
48. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений) [Текст] / Л. Д. Константиновский, Е. Д. Вознесенская, Г. А. Чередниченко [и др.]. – СПб. : РХГИ, 2001. – С. 18.
49. Кон, И. С. Молодежь [Текст] / И. С. Кон // Большая советская энциклопедия. – 3-е изд. – Т. 16. – С. 478.
50. Кон, И. С. Ребенок и общество [Текст] / И. С. Кон. – М. : Академия, 2003. – 335 с.

51. Константиновский, Д. Л. Российский студент сегодня: учеба плюс работа [Текст] / Д. Л. Константиновский, Г. А. Чередниченко, Е. Д. Вознесенская. – М. : Изд-во ЦСП, 2002. – 216 с.
52. Конюхов, Н. И. Психозкономика [Текст] / Н. И. Конюхов, О. Н. Архипова, Е. Н. Конюхова. – М. : ДеЛи плюс, 2011. – 228 с.
53. Корпухин, О. И. Молодежь России: Особенности социализации и самоопределения [Текст] / О. И. Корпухин // Социс. – 2000. – № 3. – С. 124.
54. Кочетов, А. Н. Рынок труда и профессиональное образование: особенности взаимодействия [Текст] / А. Н. Кочетов // Социс. – 2011. – № 5. – С. 84–92.
55. Крапивенский, А. С. Актуальные проблемы молодежи российских мегаполисов (на примере г. Волгограда) [Текст] / А. С. Крапивенский // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 210–228.
56. Крапивенский, А. С. Проблема определения целевых показателей региональной молодежной политики [Текст] / А. С. Крапивенский, С. Н. Карабанов // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5. – С. 385.
57. Кудрина, С. А. Ценностные приоритеты и их онтологические основания [Текст] / С. А. Кудрина // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 38.
58. Кузнецов, А. Г. Ценностные ориентации современной молодежи [Текст] / А. Г. Кузнецов. – Саратов: СВШ МВД РФ, 1995. – 178 с.
59. Кузнецов, В. Н. Социология молодежи [Текст] / В. Н. Кузнецов. – М. : Гардарики, 2005. – С. 62–64.
60. Лапин, Н. И. Сверяем человеческие измерения модернизации (по результатам третьей волны Европейского социального исследования, 2006) [Текст] / Н. И. Лапин // Мир России. – 2011. – № 2.

61. Левада, Ю. А. Поколение XX века: возможности исследования [Текст] / Ю. А. Левада // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2001. – № 5 (55). – С. 7–14.
62. Лисовский, В. Т. Динамика социальных изменений (опыт сравнительного исследования российской молодежи) [Текст] / В. Т. Лисовский // Социс. – 1998. – № 5. – С. 98–104.
63. Лисовский, В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России [Текст] / В. Т. Лисовский. – СПб. : СПбГУП, 2000. – 519 с.
64. Лисовский, В. Т. Что значит быть современным [Текст] / В. Т. Лисовский. – М. : Политиздат, 1976. – 159 с.
65. Лисовский, В. Т. Эскиз к портрету: жизненные планы молодежи [Текст] / В. Т. Лисовский. – М., 1962. – С. 7.
66. Луков, В. А. Проблемы обобщающих оценок положения молодежи [Текст] / В. А. Луков // Социс. – 1998. – № 8. – С. 27–35.
67. Ляпина, И. Ю. Гражданское общество в восприятии различных поколений россиян (анализ результатов социологического исследования в г. Волжском) [Текст] / И. Ю. Ляпина, Е. А. Приходько, Р. В. Соколов // Молодой ученый. – 2012. – № 5. – С. 360–365.
68. Магун, В. С. Базовые ценности россиян в европейском контексте [Текст] / В. С. Магун, М. Г. Руднев // Общественные науки и современность. – 2010. – № 3. – С. 5–21.
69. Магун, В. С. Как меняются российские трудовые ценности [Текст] / В. С. Магун // Отечественные записки. – 2007. – № 3. – С. 62–75.
70. Магун, В. С. Потребности и психология социальной деятельности личности [Текст] / В. С. Магун. – Ленинград: Наука, 1983. – 176 с.
71. Маклюэн, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн. – М. ; Жуковский : «Канон-Пресс-Ц», 2007. – 464 с.
72. Мангейм, К. Диагноз нашего времени [Текст] / К. Мангейм ; пер. с нем. и англ. – М. : Юристъ, 1994. – С. 443–444.

73. Мангейм, К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состязательность – экономические амбиции [Текст] / К. Мангейм. – М. : ИНИОН, 2000. – С. 24.

74. Мангейм, К. Проблема поколений [Текст] / К. Мангейм // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 2. – С. 7–47.

75. Мансуров, В. А. Профессиональные группы: динамика и трансформация [Текст] / В. А. Мансуров. – М. : Изд-во Института социологии РАН, 2009. – 419 с.

76. Мансуров, В. А. Социология профессий. История, методология и практика исследований [Текст] / В. А. Мансуров, О. В. Юрченко // Социс. – 2009. – № 8. – С. 36–46

77. Манхейм, К. Диагноз нашего времени [Текст] / К. Манхейм ; пер. с нем. и англ. – М. : Юристъ, 1994. – 700 с.

78. Маркова, А. К. Психология профессионализма [Текст] / А. К. Маркова. – М., 1996. – 308 с.

79. Матусевич, В. А. Социальная среда и выбор профессии [Текст] / В. А. Матусевич, В. Л. Оссовский. – К. : Наукова думка, 1982. – 340 с.

80. Меренков, А. В. Методика формирования у школьников навыков самоопределения [Текст] / А. В. Меренков. – Екатеринбург : Изд-во «Сократ», 2006. – 184 с.

81. Меренков, А. В. Самоопределение учащихся [Текст] / А. В. Меренков. – М. : Форум-книга, 2008. – 186 с.

82. Меренков, А. В. Система детерминации человеческой деятельности [Текст] / А. В. Меренков. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. горно-геологической академии, 2003. – 228 с.

83. Меренков, А. В. Человек: взаимосвязь природного и социокультурного [Текст] / А. В. Меренков. – Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2007. – 208 с.

84. Мид, М. Культура и мир детства [Текст] / М. Мид. – М., 1988.

85. Миллс, Ч. Р. Социологическое воображение [Текст] / Ч. Р. Миллс. – М., 1998. – С. 243.
86. Мкртчян, Г. М. Молодежь на рынке труда [Текст] / Г. М. Мкртчян, И. М. Чистяков // Социс. – 2010. – С. 47.
87. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад [Электронный ресурс]. – М. : Институт социологии РАН, 2007. – Режим доступа: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth.html (дата обращения: 13.03.2015).
88. Овсянникова, Т. В. Особенности профессионального самоопределения выпускников вузов [Текст] / Т. В. Овсянникова // Развитие региона как социальной системы: социально-экономические индикаторы и показатели. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2014. – С. 240–254.
89. Омельченко, Е. Л. Молодежь: открытый вопрос [Текст] / Е. Л. Омельченко. – Ульяновск, 2004. – С. 47.
90. Оникко, А. А. Проблемы самоопределения старшеклассников при выборе профессии [Текст] / А. А. Оникко // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – № 3. – С. 191–200.
91. Павловский, В. В. Социология молодежи [Текст] / В. В. Павловский. – М. : Наука, 2002. – 212 с.
92. Парето, В. Компендиум по общей социологии [Текст] / В. Парето. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – С. 142.
93. Петровский, А. В. История и теория психологии [Текст] / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – Ростов н/Д. : Издательство «Феникс», 1996. – 416 с.
94. Петухов, В. В. «Поколение «нулевых»: социальные настроения; мировоззренческие установки и поведенческие практики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etnograf.ru/node/203> (дата обращения: 01.03.2016).

95. Пряжников, Н. С. Профессиональное и личностное самоопределение [Текст] / Н. С. Пряжников. – М. : Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. – 256 с.
96. Пряжников, Н. С. Психология профессионального самоопределения / Н. С. Пряжников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://testme.org.ua/article/detail/40/lfaaT> (дата обращения: 16.08.2015).
97. Пряжников, Н. С. Теория и практика профессионального самоопределения [Текст] / Н. С. Пряжников. – М. : МГППИ, 1999. – 108 с
98. Райгородский, Д. Я. Самосознание и защитные механизмы личности [Текст] / Д. Я. Райгородский. – М. : Бахрах-М. – 2006. – С. 258.
99. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Текст] // Собрании законодательства Российской Федерации от 15 декабря 2014 г. – № 50. – Ст. 7185.
100. Российская социологическая энциклопедия [Текст] / под общ. ред. Г. В. Осипова. – М. : Просвещение, 1998. – 672 с
101. Ручкин, Б. А. Молодежь и становление новой России [Текст] / Б. А. Ручкин // Социс. – 1998. – № 5. – С. 90–98.
102. Сакс, М. Социология профессий: государство, медицина и рынок в Великобритании [Текст] / М. Сакс, Дж. Олсоп. – М. : Изд-во Института социологии РАН, 2003. – С. 36–56.
103. Семенова, В. В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность [Текст] / В. В. Семенова. – М., 2009.
104. Семенова, Л. А. К вопросу о взаимодействии рынка труда и образовательных услуг [Текст] / В. В. Семенова // Сборник научных статей и докладов «Молодежь Волгоградской области и актуальные проблемы реализации государственной молодежной политики». – Часть 1. – Волгоград : ГОУ ДПО ВИМПСР, 2010.
105. Сергушин, Е. Г. Формирование социально-профессионального самоопределения учащихся [Электронный ресурс] / Е. Г. Сергушин,

О. В. Сергушина. – Режим доступа:
http://www.delmor.ru/base/region/REG101/101_ser.htm (дата обращения:
01.11.2015).

106. Сибирев, В. А. Штрихи к портрету поколения 90-х годов [Текст] / В. А. Сибирев, Н. А. Головин // Социс. – 1998. – № 3. – С. 106–117.

107. Скутнева, С. В. Тендерные аспекты жизненного самоопределения молодежи [Текст] / С. В. Скутнева // Социс. – 2003. – № 11. – С. 73–78.

108. Собкин, В. С. Трансформация целей и мотивации учебы школьников [Текст] / В. С. Собкин // Социс. – 2006. – № 8. – С. 106–115.

109. Солодова, Г. С. Формирование экономического сознания выпускников общеобразовательных школ [Текст] / Г. С. Солодова, И. И. Харченко // Социс. – 2010. – С. 94.

110. Сорокин, П. Человек. Цивилизация. Общество [Текст] / П. Сорокин. – М., 1992. – С. 429.

111. Социальные ожидания [Текст] / Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев [и др.] // Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – С. 411.

112. Спенсер, Г. Синтетическая философия [Текст] / Г. Спенсер. – К.: НИКА-ЦЕНТР, 1997. – 512 с.

113. Тощенко, Ж. Т. Социальное настроение [Текст] / Ж. Т. Тощенко, С. В. Харченко. – М. : Academia, 1996. – 196 с.

114. Филиппов, Ф. Р. Высшая школа: социальная ориентация и социальные перемещения молодежи [Текст] / Ф. Р. Филиппов // Высшее образование в жизненных планах молодежи. – М., 1975. – 124 с.

115. Филоненко, В. И. Современное российское студенчество в транзитивном обществе: противоречия и парадоксы социализации [Текст] / В. И. Филоненко. – Ростов н/Д., 2009.

116. Чистякова, Н. А. Социальная работа с молодежью [Текст] / Н. А. Чистякова // Основы социальной работы. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 232 с.

117. Чупров, В. И. Молодежь в обществе риска [Текст] / В. И. Чупров, Ю. А. Зубок, К. Уильямс. – М. : Наука, 2003. – 136 с.
118. Шамис, Е. Теория поколений [Текст] / Е. Шамис // Стильный журнал об управлении людьми. – 2007. – № 5. – С. 48–55.
119. Шерер, И. Н. Современное решение проблем молодежи на рынке труда в регионах [Текст] / И. Н. Шерер // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». – № 1 (15). – 2012.
120. Шибутани, Т. Социальная психология [Текст] / Т. Шибутани. – Ростов н/Д. : Феникс, 1999. – 544 с.
121. Шиндряева, И. В. Динамика патриотических экспектаций в иерархии ценностей трех поколений россиян (опыт социологического исследования) [Текст] / И. В. Шиндряева // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – № 2 (28). – С. 62–67.
122. Шиндряева, И. В. Система субъектов, влияющих на формирование профессиональных интересов современной российской молодежи [Текст] / И. В. Шиндряева // Перспективные направления применения инновационных технологий в управлении. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2013. – С. 259.
123. Шишкин, С. В. Социальная дифференциация высшего образования [Текст] / С. В. Шишкин, Т. Л. Клячко, А. Г. Левинсон. – М. : Независимый институт социальной политики, 2005. – 520 с.
124. Шнуренко, Т. И. Проблемы изучения ценностных ориентаций в условиях транзитивного общества России [Текст] / Т. И. Шнуренко // Актуальные проблемы гуманитарных наук в исследованиях молодых ученых и аспирантов: сб. материалов межвузовской науч. конф. ВЭПИ. – Воронеж, 2007. – С. 259–262.
125. Шнуренко, Т. И. Ценности молодежи в свете поколенного подхода [Текст] / Т. И. Шнуренко // Высшее образование: опыт, проблемы, перспективы: сб. материалов всероссийской науч. кон. БГТУ им. Шухова. – Губкин, 2008. – С. 106–110.

126. Шнуренко, Т. И. Ценностные ориентации представителей младшей, средней и старшей поколенных групп на современном этапе [Текст] / Т. И. Шнуренко // Вестник Костромского Государственного Университета им. Н. А. Некрасова. – Кострома, 2008. – Т. 4. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – № 3. – С. 175–180.
127. Штомпка, П. Социология. Анализ общества [Текст] / П. М. Штомпка. – М., 2005. – С. 365.
128. Экспектации [Текст] // Психология : словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М., 1990. – С. 457.
129. Ядов, В. А. Социально-психологический портрет инженера [Текст] / В. А. Ядов. – М. : Мысль, 1977. – 231 с.
130. Albert, I. Intergenerational transmission of values in different cultural contexts: A study in Germany and Indonesia [Text] / I. Albert, G Trommsdorff, L. Wisnubrata // In A. Gari & K. Mylonas (Eds.), *Quod Erat Demonstrandum: From Herodotus' ethnographic journeys to cross-cultural research*. – Athens, Greece: Pedio. 2009. – P. 221–230.
131. Allport, G. W. The psychology of rumor [Text] / G. W. Allport, L. Postman. – New-York : Holt, 1947. –142 p.
132. Antoin, J. Les sondage d'opinion et l'avenir a long terme [Text] / J. Antoin // *Futuribles*. – 1984. – No. 76. – P. 54–72.
133. Bailey, Kenneth D. Methods of Social Research [Text] / Kenneth D. Bailey. – New York; London: The Free Press : Macmillan, 1978. – 478 p. – Bibliogr ; ISBN 0-02-901250-3.
134. Baily, E. K. Gender relation in the workplace using approaches from the field of cross-cultural training [Text] / E. K. Baily // *Improving cultural interactions* / eds. By R. W. Brisling, T. Yoshida. – Newborn Park, CA, Sage, 1994.
135. Bem, S. The measurement of psychological androgyny [Text] / S. Bem // *Journal of Consulting and Clinical Psuchology*. – 1974. – Vol. 42.

136. Berger, Peter L. Invitation to Sociology: A Humanistic Perspective [Text] / Peter L. Berger. – 3rd ed. – Harmondsworth : Penguin Books, 1991. – (Penguin Social Sciences). – ISBN 0–14-013595–2.
137. Bern, S. Gender Schema Theory and Its Implications for Child Development [Text] / S. Bern // Signs: Journal of Women in Culture and Societe. – 1983. – Vol. 8, No. 4.
138. Berry, J. W. Psychology of acculturation [Text] / J. W. Berry // Applied cross-cultural psychology / ed. By R. Brislin; Newborn Park. – CA, Sage, 1990.
139. Boehnke, K. Parent-Child Value Similarity [Text] / K. Boehnke, A. Hadjar, D. Baiter // The Role of Zeitgeist Journal of Marriage and Family. – 2007 (August). – No. 69. – P. 778–792.
140. Burke, R. J. Career orientations of Type A individuals [Text] / R. J. Burke // Psychological Reports (53:3). – 1983 (December). – Part 1.
141. Career planning and development [Text] / Management Development Series N. 12. International Labor Office. – Geneva, 1978.
142. Chodorow, N. The reproduction of Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender [Text] / N. Chodorow; University of California. Berkeley. – CA, 1978.
143. Cross-cultural psychology: Research and applications [Text] / J. Berry [et al.]. –Cambridge. Cambridge Univ. Press, 1992.
144. Dingwall, R. Professions and social order in a global society [Text] / R. Dingwall // Revista Electrónica de Investigación Educativa. – 2004. – Vol. 6, No. 1. – Access mode: <http://redic/uabc.mx/contenido/vol6no/contents-dinwall.pdf> (дата обращения 08.03.2014).
145. Evetts, J. The Sociological Analysis of Professionalism. Occupational Change in the Modern World [Text] / J. Evetts // International Sociology. – 2003. – Vol. 18 (2). – P. 395–415.
146. Flexner, A. Is Social Work a Profession? [Electronic resource] / A. Flexner // Research on Social Work Practice. – 2001. – No. 11. – P. 152. –

Access mode: <http://rsw.sagepub.com/content/11/2/152.citation> (дата обращения: 12.05.2014).

147. Grémy, J. P. Les experiences françaises sur la formulation des question d'enquête [Text] / J. P. Grémy // Rev. fr. de sociologie. – 1987. – No. 4. – P. 567–595.

148. Hansen, K. Using marketing tools develop your career course [Electronic resource] / K. Hansen, R. Hansen. – Access mode: <http://www.quintcareers.com>

149. Intergenerational Transmission International Encyclopedia of Marriage and Family [Text] // Intergenerational Transmission. – 2003.

150. Knafo, A. Value socialization in families of Israeli-born and Soviet-born adolescents in Israel [Text] / A. Knafo, S. H. Schwartz // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2001. – No. 32. – P. 213–228.

151. Mannheim, K. The Problem of Generation [Text] / K. Mannheim // Essays on the Sociology of Knowledge. – London, 1952.

152. Schein, E. H. Career Anchors: Discovering Your Real Values [Text] / E. H. Schein. – San Diego : Pfeiffer & Company, 1990.

153. Schein, E. H. Career Dynamics: matching individual and organizational needs [Text] / Reading Addison Wesley. – MA., 1978.

154. Schönflug, U. Intergenerational transmission of values: The role of transmission belts [Text] / U. Schönflug // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2001. – No. 32. – P. 174–185.

155. Schwartz, S. H. Basic human values: their content and structure across countries [Text] / S. H. Schwartz // Values and Behavior in Organizations. Petropolis, Brazil: Vozes. – 2005b. – P. 56–95.

156. Senge, P. M. The fifth discipline: the art and practice of the learning organization [Text] / P. M. Senge. – UK : Century Business, 1993.

157. Vinken, H. New Life Course Dynamic? Career Orientations, Work Values and Future Perceptions of Dutch youth [Text] / H. Vinken // Young. – 2007. – Vol. 15 (1).

158. What do Russian managers really do? An observational study with comparisons to U.S. managers [Text] / F. Luthans, D. H. B. Welsh, S. A. Rosenkrantz [et al.] // Journal of International Business Studies. – 4th quarter, 1993.

Приложение 1

Уважаемый друг! Вы готовитесь стать высококвалифицированным специалистом. Мы хотели бы узнать ваше мнение об учебе в вузе, ваших планах на будущее и оценках вашей будущей профессии. Предлагаем вам ответить на ряд вопросов данной анкеты.

Заполнить анкету не сложно. Внимательно прочитайте вопрос и обведите кружком номер ответа, соответствующий Вашему мнению. В отдельных вопросах вариантов может быть несколько.

Опрос анонимный, Вашу фамилию, имя, отчество указывать не надо. Полученная информация будет использована в обобщенном виде. При ответах просим Вас быть точными, аккуратными и искренними.

Благодарим за участие в опросе.

1. Нравится ли вам учиться? (один вариант ответа)

- 001- да;
- 002- скорее да;
- 003- скорее нет;
- 004 - нет.
- 005- затрудняюсь ответить

2. Укажите, пожалуйста, средний балл Вашего школьного аттестата (один вариант ответа)

- 006- только 5;
- 007- 4 и 5 ;
- 008- в основном 4;
- 009- 4 и 3;
- 010- в основном 3.

3. Поступая в вуз, Вы хотели получить высшее образование для того, чтобы: (не более трех вариантов ответов)

- 011- стать образованным культурным человеком;
- 012- получить диплом, дающий определенный статус;
- 013- получить диплом неважно где;
- 014- обеспечить себя материально;
- 015- получить именно данную профессию;
- 016- получить любую профессию;
- 017- добиться успеха и признания;
- 018- не идти в армию;
- 019- получить перспективу найти хорошую работу после окончания вуза;
- 020- хотелось более или менее продлить беззаботный период жизни.

4. Кто оказал наибольшее влияние на Ваше решение получить высшее образование? (один вариант ответа)

- 021 - родители, родственники;
- 022 - друзья, знакомые;
- 023 - мое личное желание;
- 024 - школьные учителя;
- 025 - специалисты по профориентации
- 026 - другое (напишите) _____

5. Что повлияло на ваш выбор вуза? (один вариант ответа)
- 027 - престиж вуза;
 - 028 - личные связи;
 - 029 - семейная традиция;
 - 030 - только здесь я могу получить интересующую меня специальность;
 - 031 - неудача в другом вузе;
 - 032 - близость вуза от дома;
 - 033 - выбор был случаен, было все равно куда поступать;
 - 034 - другое (напишите) _____
6. Знаете ли Вы, какую специальность приобретаете на факультете? (один вариант ответа)
- 035 - знаю точно;
 - 036 - знаю в общих чертах;
 - 037 - не знаю.
7. Уверены ли вы в том, что правильно выбрали специальность, по которой обучаетесь? (один вариант ответа)
- 038 - да, абсолютно уверен;
 - 039 - скорее уверен, чем нет;
 - 040 - совсем не уверен;
 - 041 - затрудняюсь ответить.
8. Удовлетворены ли вы в целом качеством обучения? (один вариант ответа)
- 042 - да;
 - 043 - скорее да;
 - 044 - скорее нет;
 - 045 - нет.
 - 046 - затрудняюсь ответить;
9. Удовлетворены ли Вы организацией учебного процесса? (один вариант ответа)
- 047 - да;
 - 048 - скорее да;
 - 049 - скорее нет;
 - 050 - нет;
 - 051 - затрудняюсь ответить.
10. Удовлетворены ли Вы предлагаемой Вам специальностью? (один вариант ответа)
- 052 - да;
 - 053 - скорее да;
 - 054 - затрудняюсь ответить;
 - 055 - скорее нет;
 - 056 - нет.
11. Если бы Вам предложили составить учебную программу для подготовки по будущей специальности, какие бы предметы Вы включили в нее обязательно? (Указать не более 4 предметов). Напишите
- 057 - _____
12. Как Вы считаете, что дают Вам профильные предметы, которые для Вас представляют интерес? (Возможны 2 варианта ответа).

- 058 - помогают изучать другие предметы;
- 059 - являются свойством подготовки к будущей специальности;
- 060 - расширяют мой кругозор;
- 061 - учат общению с людьми;
- 062 - помогают понять проблемы, события, происходящие в нашей стране и в современном мире;
- 063 - дают возможность для самоутверждения и самовыражения;
- 064 - помогают завоевать авторитет у товарищей по группе (курсу);
- 065 - другое (напишите) _____

13. Как Вы считаете, есть ли случаи дублирования в содержании учебных курсов, прослушанных Вами на факультете? (один вариант ответа)

- 066 - да, есть и очень часто;
- 067 - да, есть, но не часто;
- 068 - скорее есть, чем нет;
- 069 - совсем нет дублирования;
- 070 - затрудняюсь ответить.

14. Достаточно ли проводится практических занятий в местах возможного трудоустройства? (один вариант ответа)

- 071 - да;
- 072 - нет, не достаточно;
- 073 - считаю, что такие занятия не нужны.

15. Если бы Вам пришлось вновь выбирать вуз, как бы вы поступили? (один вариант ответа)

- 074 - выбрал бы тот же вуз и ту же специальность;
- 075 - выбрал бы тот же вуз, но другую специальность;
- 076 - выбрал бы другой вуз.

16. Чем Вас привлекает будущая профессия? (возможны три варианта ответа)

- 077 - возможность получать большую зарплату;
- 078 - творческий, интересный характер работы;
- 079 - возможность работать в дружном, хорошем коллективе;
- 080 - возможность профессионального роста;
- 081 - соответствие профессии моим способностям, умениям и знаниям;
- 082 - возможность достичь признания, уважения;
- 083 - возможность полнее реализовать свой творческий потенциал;
- 084 - возможность принести пользу обществу;
- 085 - высокий престиж профессии;
- 086 - ничем не привлекает;
- 087 - затрудняюсь ответить;
- 089 - другое _____

17. Какие из перечисленных ниже качеств личности Вы считаете для себя самыми важными? (Возможны 2 варианта ответа).

- 090 - деловые качества, то есть, умение организовать свою учебу, создать условия для работы, аккуратность, исполнительность;
- 091 - личностные качества, то есть, характер, воспитанность, чувство такта, хорошие манеры поведения;
- 092 - организаторские способности, то есть, умение организовать работу других, умение убеждать других;

093 - коммуникативные качества, то есть, умение общаться с людьми, понимать их нужды и требования, расположить их к себе.

18. До какого уровня вы планируете учиться ? (один вариант)

094 - до получения степени бакалавра;

095 - до получения степени специалиста;

096 - до получения степени магистра;

19. Знаете ли Вы, где будете работать после окончания вуза? (один вариант ответа)

097 - знаю точно;

098 - примерно знаю;

099 - не знаю.

20. На чью помощь Вы рассчитываете в трудоустройстве по специальности? (один вариант ответа)

100 - на помощь вуза;

101 - на участие в конкурсах, объявления;

102 - на родителей, родственников;

103 - на друзей;

104 - на себя;

105 - другое (напишите) _____

21. Считаете ли Вы, что полученный после окончания учебы диплом поможет вам в трудоустройстве? (один вариант ответа)

106 - да;

107 - скорее да;

108 - затрудняюсь ответить;

109 - скорее нет;

110 - нет.

22. Как Вы думаете, должны ли выпускники вузов идти на работу, не требующую высшего образования? (возможны два варианта ответа)

111 - да, поскольку в условиях безработицы это единственный выход;

112 - да, если они считают это для себя необходимым и возможным;

113 - нет, ни в коем случае, т.к. это экономически нецелесообразно (только по специальности или близкую к специальности);

114 - нет, хотя бы на любую работу, но требующую высшего образования;

115 - нет, это вызывает психологический дискомфорт и чувство неполноценности;

116 - другое _____

23. Когда получите диплом, какой жизненный путь представляется Вам наиболее предпочтительным? (возможны два варианта ответа)

117 - работа по специальности;

118 - высокооплачиваемая работа и необязательно по специальности;

119 - занятие политикой;

120 - занятие бизнесом, открытие собственного дела;

121 - временный выезд за границу, чтобы поработать;

122 - выезд из России навсегда;

123 - затрудняюсь ответить;

124 - другое (напишите) _____

24. Ниже мы предлагаем вам выбор наиболее значимых ценностей в профессиональной и личной сферах Вашей жизни, выберите наиболее предпочтительные для Вас

(возможны не более трех вариантов ответа)

- 125 - душевное равновесие, спокойствие;
- 126 - интересное дело;
- 127 - профессиональные достижения;
- 128 - материальное благополучие;
- 129 - интересный круг общения, хорошие друзья;
- 130 - крепкая семья;
- 131 - реализация своих способностей;
- 132 - уверенность в собственной безопасности;
- 133 - самостоятельность и независимость.

25. Укажите, к какому социальному слою, вы хотели бы принадлежать (один вариант ответа)

- 134 - индивидуальные предприниматели;
- 135 - государственные служащие и чиновники;
- 136 - работники крупного негосударственного предприятия;
- 137 - работники мелкого бизнеса;
- 138 - сельхозпредприниматели;
- 139 - работа по специальности;
- 140 - ведение домашнего хозяйства.

26. Считаете ли Вы, что поступить на платную форму обучения легче, чем на бесплатную? (один вариант ответа)

- 141 - да;
- 142 - скорее да;
- 143 - затрудняюсь ответить;
- 144 - скорее нет;
- 145 - нет.

27. Как Вы считаете, где легче учиться (в Вашем вузе) (один вариант ответа)

- 146 - на платной форме;
- 147 - на бесплатной форме;
- 148 - одинаково легко;
- 149 - одинаково сложно;
- 150 - затрудняюсь ответить

28. Как Вы понимаете понятие «хорошее образование»? (один вариант ответа)

- 151 - учеба в престижном ВУЗе, на престижном факультете;
- 152 - образование, которое формирует ключевые компетенции, навыки;
- 153 - образование, которое учит «самообразовываться» и приобретать знания самостоятельно всю жизнь;
- 154 - образование, которое дает большие заработки
- 155 - образование, которое дает возможность получить уважение в обществе
- 156 - другое _____.

29. Важно ли получить хорошее образование? (один вариант ответа)

- 157 - да, т.к. только хорошее образование может помочь человеку в самореализации;
- 158 - да, т.к. хорошее образование дает профессию, которая сможет обеспечивать человека на всю жизнь;
- 159 - нет, т.к. полученное образование мало влияет на последующую жизнь;
- 160 - затрудняюсь ответить.

30. Должен ли выбор профессии быть выбором на всю жизнь? (один вариант ответа)
161 - да;
162 - нет;
163 - затрудняюсь ответить.

31. Когда получите диплом, какой жизненный путь для Вас наиболее предпочтительный? (возможно не более двух вариантов ответа)
164 - работа по специальности;
165 - работа с высокой оплатой по специальности;
166 - продолжение учебы в аспирантуре;
167 - занятие политикой;
168 - занятие бизнесом, открытие собственного дела;
169 - выезд на учебу за границу;
170 - работа за границей;
171 - работа в общественной организации;
172 - выезд из России навсегда;
173 - затрудняюсь ответить;
174 - другое _____

А теперь несколько слов о себе:

32. Ваш пол:
175- муж.
176- жен.
33. Ваш возраст:
177-18-20 лет;
178-20 -22 года.
34. Ваш вуз(полное название вуза) _____

35. Ваш факультет _____

36. Ваше обучение
-платное
-бесплатное