А.Ю. Огородников

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕРИОРИЗАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС УПРАВЛЕНИЯ

Последние 20 лет в России идут активные процессы изменения социальных форм и отношений, происходит становление сложной классово-социальной структуры, образуются новые социальные общности, трансформируются идеалы и источники интериоризации ценностей. Динамика этого процесса очень высока, поэтому данные исследований ценностных ориентаций быстро устаревали и представляли невысокую значимость для практического применения в управлении властными структурами социальных процессов. Вот почему сегодня необходимым является не только определить ценностные системы общества, но и факторы, воздействующие на интериоризацию, и динамику интериоризации ценностей, так как эти данные способны помочь выявлению тенденций изменения ценностей, а также разработки способов управления ценностными ориентациями, доминирующими в обществе.

Актуально для общественной науки и управленческой практики исследовать, какая перегруппировка происходит сегодня в России в среде ее граждан, какие новые группы по критерию отношения личностей к обществу, их социальной активности формируются в стране.

Для выявления реальной картины сегодняшнего состояния российского общества по критерию активности, самостоятельности и направленности активности граждан в сторону общих или индивидуальных интересов необходимо выявить, какие группы по указанным критериям возникли сегодня в России. Для этого, в свою очередь, необходимо вывить социальные факторы, влияющие на граждан в повседневной жизни, способ интериоризации ценностей в данных социальных условиях, проявленных социальными факторами, сгруппировать индивидов по типам в зависимости от способов интериоризации ценностей и, наконец, выявить с помощью социологических исследований, какой процент в обществе занимают выявленные в исследовании типы. Без подобного рода исследований нельзя быть уверенным в институционализации программ российских реформаторов, в эффективности управления

развитием и стабилизацией социально-экономических процессов в обществе.

В связи с вышесказанным мы поставили задачу выявить в исследовании социальные условия воспроизводства ценностей, сущность сформировавшихся типов интериоризации ценностей и влияние распределения в обществе выявленных типов на социальное развитие современной России.

В качестве объекта изучения мы избрали студенческую молодежь современной России, поскольку в молодежной культуре особенно ярко проявляются общественные противоречия. Молодежь готовится занять ключевые места в экономике, политике, культуре, находится на пороге активной социальной жизни, и будущее российского общества во многом зависит от способа взаимодействия молодежи. В исследовательском плане молодежь быстрее вступает в контакт с исследователем, точнее и адекватнее отвечает на вопросы, поэтому результаты такого исследования имеют бо̀льшую внутреннюю валидность. Важно выяснить, какое место в социальной структуре занимают социально активные и пассивные, конформистские представители молодежи.

Для решения этой задачи мы провели социологический опрос студентов технических и гуманитарных вузов в Москве, Московской области, Воронеже, Казани, Муроме, Ухте, Орле. Всего было опрошено 542 человека.

В ходе исследования мы выявили четыре типа интериоризации ценностей и эмпирическим путем определили особенности личности, у которой доминирует один из типов интериоризации ценностей. Первый тип интериоризации ценностей характеризуется высокой положительной корреляцией терминальных и инструментальных ценностей, отрицательной корреляцией терминальных ценностей и ценностей-идеалов, второй тип – отрицательной корреляцией терминальных и инструментальных ценностей, положительной корреляцией терминальных ценностей и ценностей идеалов, третий тип – отрицательной корреляцией всех групп ценностей, четвертый тип – положительной корреляцией трех групп ценностей.

Первый тип

К нему относятся 6%* респондентов. Это социально активный тип, но его деятельность направлена на незначительную коррек-

* Доля тех респондентов, близких к идеальному типу, у которых абсолютно доминирует данный тип (его черты). У других респондентов могут проявляться отдельные черты типа.

тировку и в большей степени освоение уже существующего социального пространства. Личность данного типа активно участвует скорее в воспроизводстве, чем в конструировании социальной реальности, поскольку ей тяжело выйти за рамки отдельной ситуации и представить возможные варианты долговременного развития общества, отдельных его сфер, институтов, взаимодействий. Те социальные тенденции, которые влияют преимущественно на интериоризацию ценностей данной личности, а, следовательно, и воспроизводятся ею (далее по тексту – соответствуют личности этого типа), действительно присутствуют в обществе, влияют на его развитие, но носят кратковременный, неустойчивый характер.

Такая личность адаптивна, уверена в себе, хорошо социализируется. Индивиды этого типа считают важным вести здоровый образ жизни, иметь высокую правовую культуру, чтобы знать, как действовать и чего ожидать от других, но далеко не всегда следуют этим убеждением. Практика, рациональность, способность отстаивать свою точку зрение и контролировать эмоции присущи таким индивидом. Интуиция для них – пустой звук. Такие индивиды ценят уверенность в себе, воспитанность, аккуратность (чистоплотность). Они легко усваивают новые технические достижения, понимают важность науки для практической деятельности, уверены, что ориентируются в информационном пространстве. Они не верят в опасности НТП, в его негативные тенденции развития. Однако индивиды этого типа могут быть подвержены манипуляции, им присуща мифологизация сознания, вера в ничем не подтвержденные стереотипы, что подкрепляет стремление сохранить существующие правила социальных отношений. Следовательно, те мифы и стереотипы, которые воспроизводятся индивидами данного типа, как и социальные факторы, недолговечны и могут быть изменены индивидами с большей социальной продуктивностью. Для этого типа не характерны сомнения об относительности явлений мира, его представителям свойственно однозначное восприятие ситуации, ее упрощение, они действует полностью в рамках обстоятельств, созданных обществом, могут эффективно мобилизовать ресурсы для достижения целей, им не чужды стремления к чувственным наслаждениям, хотя они и не выходят на первый план.

Этот тип наиболее распространен среди женского пола, в дальнем Подмосковье (граница Московской и прилегающих областей, респонденты этой области наиболее далеки от центров региона) и в городе Муроме. К нему в большей степени относятся респонден-

ты в возрасте 22–25 лет, студенты гуманитарных специальностей (экономика и управление).

Второй тип

Ко второму типу относятся 12% респондентов. При подготовке исследования этот тип мы назвали промежуточным, считая, что в нем взаимодействуют черты первого и четвертого типов, воспринимали этот тип как неустойчивый, подверженный внешним влияниям, формирующийся. Наша гипотеза в отношении этого типа не подтвердилась. Этот тип оказался оригинальным, устойчивым (возможно, самым устойчивым из всех, т. е. менее подвержен изменениям под влиянием трансформации социальной среды) и сформировавшимся. Основными ценностями для этого типа являются долг, совесть, традиции своей страны, затем дружба, социальные контакты. Наименее значимы ценности творчества, преобразования мира, власти, социального статуса, успеха. Для них важно уважение государства и общества к человеческой личности, государственное регулирование экономики, уменьшения разрыва в доходах населения, но ценности семьи и брака, правовой культуры граждан для них менее значимы, чем для всех других типов. Распространение понимания в обществе важности искусства, рыночных отношений, конкуренции, религиозного сознания противоречат общественным идеалам этого типа.

Для реализации жизненных целей представители второго типа считают наиболее важным обладать широким кругозором, иметь собственную точку зрения на происходящее, уверенность в себе. Интуиция играет важную роль в их жизни. На втором месте по значимости находятся воспитанность, внимание к проблемам других, чувство собственного достоинства. Такие качества, как независимость, уважение в коллективе, интерес к моде, не привлекают данный тип.

Личность этого типа способна отстаивать свою точку зрения среди окружения и считает, что это необходимо, даже если ее мнение противоречит окружающим. Ей свойственно ставить дальние цели, но тяжело выбрать средства их достижения. Она не торопится доверять информации, получаемой из СМИ, информация, получаемая от друзей, также не сильно влияет на их мировоззрение.

Индивиды второго типа направлены в большей степени на свой внутренний мир, их мировоззрение устойчиво, содержит традиционные принципы, которые тяжело реализовать распространенны-

ми в обществе средствами, возможно, поэтому у второго типа не соответствуют терминальные и инструментальные ценности. Социальная активность у этого типа низкая, следовательно, и вероятность конструирования им новых форм социальной реальности небольшая, стремление развивать общество не проявлено. Поэтому социальные тенденции, соответствующие этому типу, устойчивы, но не представляют новых стадий развития общества.

Второй тип наиболее распространен в Казани, в Ухте (регионы наиболее дальние от центра страны), чуть менее в дальнем Подмосковье. Чем ближе к центру, тем распространенность типа меньше. Этот тип характерен для мужского пола (второго типа мужчин 71%, женщин 29%). К нему в большей степени относятся респонденты в возрасте 26–30 лет, чуть менее – 19–21 год. Он доминирует среди непрестижных специальностей (ж/д транспорт, управление транспортом).

Третий тип

Главной особенностью этого типа, который составляют 10% респондентов, является неспособность, а главное – нежелание спроектировать свои действия на длительное время, сформировать и стремиться достичь цели жизни. Стремление усовершенствовать социальные процессы, развивать общество отсутствует у него. Ценности, характерные для этого типа, особенно терминальные и ценности-идеалы, изменчивы, непостоянны и расплывчаты. Однако, используя дисперсионные анализ, мы выявили ценностный образ и особенности мировоззрения данного типа, что позволяет нам определить, как происходит воспроизводство социальных условий-факторов, влияющих на интериоризацию его ценностей.

Центральное стремление индивида этого типа – погружение в новые, разнообразные ощущения, наслаждения, общение с друзьями. Для него ненужно знание о защищенности своих прав, стремление к власти, высоким социальным статусам. Ему неинтересна творческая деятельность, преобразование мира. В обществе он считает наиболее важным взаимоподдержку, уважение к коллективу, на втором месте – институт семьи, правовая и политическая культура граждан, стабильность в обществе, доступ к ценностям искусства. Свободные рыночные отношения, а также традиции, по его мнению, не существенны для полноценного общества. Важными качествами человека индивиды этого типа считают уверенность в себе и воспитанность, а самыми незначительными – независимость, чувство собственного достоинства, чувство долга, но в

процессе деятельности этому типу наиболее присуще развивать в себе только востребуемые в обществе черты.

Человеку данного типа свойственна эмоциональность, доминирующая над рациональностью, низкая способность фильтрации информации, получаемой как из СМИ, так и от друзей, поэтому их мнение легко изменить, внушить им новую информацию, а сами они предпочитают не выделяться в группе, не отстаивать или доказывать отличную от группы точку зрения. В профессиональной деятельности такой индивид не станет стремиться модернизировать процессы или идти против мнения руководства. Они первые подхватывают новые мифы общества, но затем быстро их забывают. Научные разработки, открытия, технологии их также не интересуют.

Данный тип существует не только в современном обществе, он существовал всегда, меняя свою форму под воздействием социальных условий. Социальные факторы, соответствующие ему, наиболее изменчивы, ситуативны, не имеют веса в развитии общества.

Третий тип более распространен в Москве и ближайшем Подмосковье, чуть менее в Орле (центр области), он характерен для респондентов в возрасте до 19 лет (45%!) и 26–30 лет. Такой тип распространен среди специальностей экономических и железнодорожного строительства (разное социальное положение учащихся этих двух специальностей).

Четвертый тип

Респонденты, отнесенные нами к четвертому типу, составляют 13% выборки. Цель жизни этих респондентов – быть успешным человеком, иметь власть, авторитет, высокий социальный статус. В отличие от респондентов других типов, их не интересуют наличие друзей и ценности общения. Их также мало привлекает творческая деятельность, погружение в разнообразные острые впечатления. Исходя из дисперсионного анализа всех ценностных шкал представителей этого типа, можно сделать вывод, что это наиболее сформировавшийся тип человека, так как частотное распределение его ценностей наиболее соответствует нормальному. В социальных отношениях для индивида этого типа важны правовая культура, уважение к человеческой личности, жизни человека со стороны государства, здоровый образ жизни. В личной жизни – семейные отношения. Меньшее внимание они уделяют традициям и устоям общества. Экономическая стабильность, государственное регули-

рование экономики, доступ к ценностям искусства, их разнообразие несущественны, по их мнению, для процветания общества. Для того чтобы достичь важных целей в жизни, им нужны такие качества, как предприимчивость, находчивость, уверенность в себе. В целом они предпочитают развивать в себе те качества, которые востребованы в конкретной ситуации. Проблемы человечества, истории, культуры для них малозначимы. Они не стремятся к развлечениям, нацелены на работу, которая дает им наибольшее удовлетворение жизнью. Успешность в работе им важнее, чем материальное благополучие. Для них характерно ставить конкретные, ближние цели и не проектировать жизнь на длительный период. Они используют новые технологии, интересуются научными достижениями, если от них исходит практическая польза.

Современное состояние общества в целом устраивает представителей этого типа (этим они особенно отличаются от других типов), поэтому они не стремятся менять что-либо и не видят возможности других, более совершенных состояний российского общества. Следовательно, они не способствуют трансформации и развитию социальных условий их существования и интериоризации ценностей и не могут быть источником новых социальных форм.

Четвертый тип более распространен в Одинцове, Муроме, менее в Ухте. Для Москвы, ближнего и дальнего Подмосковья этот тип не характерен. Ему соответствуют респонденты старше 30 лет и 19–21 год. Он распространен среди представителей математических специальностей, государственного и муниципального управления.

Из проделанной типологизации и анализа выделенных четырех типов вытекает вывод, что личности ни одного из типов не стремятся к конструированию новых социальных отношений, а главное – не представляют путей развития общества. Рассмотренные индивиды не способны участвовать в процессе реализации устойчивых, длительных тенденций развития российского общества. Причин этого явления по данным нашего исследования несколько.

Во-первых, ценности творчества, преобразования повседневной жизни, создания нового не распространены в обществе, противоречат его требованиям. Ценности искусства и способности его понимания так же не имеют веса в обществе.

Во-вторых, у молодежи нет идей о том, каким должно быть общество, как возможно исправить его недостатки, преодолеть противоречия.

В-третьих, индивиду, особенно молодежи, тяжело понять социальные явления, исходя из целостной ситуации, в которой находится общество, определить сущность современного этапа развития общества. Еще сложнее им соотнести реальные процессы с идеалами, выявить, какие из этих процессов способствуют развитию общества, какие не способствуют.

В-четвертых, у молодежи присутствует страх перед любыми социальными преобразованиями, который вызван, с одной стороны, неспособностью быстро проанализировать и понять особенности качественно новой социальной ситуации, с другой – опытом неудачных социальных преобразований в нашей стране.

Следствием указанной ситуации является состояние продолжающейся бифуркации российского общества, которое исключает возможности формирования стабильности в обществе, гарантированной реализации долгосрочных проектов и планов. Длительное нахождение системы в состоянии бифуркации уменьшает ее шансы на дальнейшее существование и развитие.

Из проведенного анализа типов можно сделать еще один вывод. Если рассматривать не каждый тип по отдельности, а все типы вместе, как единый тип российской учащейся молодежи, то мы увидим высокую степень разнообразия и несформированность, незаконченность этого типа. Следовательно, в обществе, в среде молодежи, есть ресурсы для социального конструирования, для образования нового типа, готового к продуктивной социальной активности, к переменам, к новым условиям, в которые входит российское общество. Формированию такого нового типа сегодня мешают условия негармоничного развития личности, являющиеся следствием ряда глубоких структурных противоречий, связанных с содержанием и объективизацией ценностей в условиях трансформации современного российского общества. Их можно объединить в две группы. К первой относятся противоречия внешнего характера. Доминирующим из них является противоречие между ценностями, насажденными в массовое сознание российской молодежи зарубежной пропагандой, и традиционными ценностями, свойственными российскому менталитету. Ценности зарубежного образца, пропагандируемые в России, имеют тенденцию блокирования позитивного хода трансформации общества и ведут к отбрасыванию его в период становления дикого капитализма на Западе.

Снять указанные противоречия возможно прежде всего на уровне государственной политики – молодежной политикой, которая

должна основываться на постоянном мониторинге особенностей социализации и проблем формирования гармонично развитой личности; образовательной политики, направленной на гуманитаризацию образования, основанной на принципах личной свободы, социальной справедливости, человеческого достоинства, самоценности человека, гармонизации аналитических и творческих способностей; политикой в области культуры, осуществляя взвешенное сочетание общечеловеческих и традиционных национальных идеалов и ценностей; ориентацией политики на устойчивые духовные ценности социально-культурного характера, находящихся в русле исторического общенационального самосознания российских граждан; демонополизацией СМИ, введением каналов, допускающих в эфир представителей разных групп общества; целенаправленным духовно-нравственным развитием учащихся школ и вузов; культурным сопротивлением отдельных граждан России, придерживающихся традиционных для России ценностей.