

## ПОКОЛЕНИЕ ПЕРЕМЕН: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ

M.V. Lisauskene

## GENERATION OF CHANGES: FORMATION OF NEW MENTALITY

*The analysis of postreorganization generations allows to track dynamics of formations of new mentality and models of behavior «generations of changes». The researches of studying youth spent by employees of sociology laboratory of Irkutsk state university, enable to create an image of generation of the young siberians, reflecting both the general tendencies, and regional features of socializations.*

Социологический анализ постперестроечных поколений и возрастных когорт в условиях социальных трансформаций позволяет проследить динамику формирования новой ментальности у молодых россиян, кристаллизацию индивидуалистических и прагматических ценностей, характерных для них черт и моделей поведения. Многолетние мониторинговые исследования учащейся молодежи, проводимые сотрудниками лаборатории социологических исследований Иркутского госуниверситета, дают возможность создать образ поколения, отражающий как общие тенденции, так и региональные особенности социализации молодежи под влиянием модернизации и глобализации.

Объектом исследования явились выпускники иркутских школ, лицеев и гимназий, родившиеся в начале 90-х гг. XX в. в эпоху радикальных социально-экономических перемен. Процесс их социализации совпал с процессом становления нового российского общества. Данную возрастную когорту объективно можно ассоциировать с «поколением перемен». Нас интересовало, как оно проектирует свое будущее, каковы жизненные стратегии и мировоззренческие установки сегодняшних одиннадцатиклассников. Целью исследования явилось создание собирательного образа «поколения перемен».

Исследование показало, что большинство учащихся живет в обеспеченных семьях со средним и выше среднего уровнем достатка, которые могут позволить себе содержание будущего студента и оплату его обучения.

Результаты исследования свидетельствуют о повышении уровня жизни и росте материального достатка определенной части иркутских семей и формировании среднего класса провинциальной столицы региона, который не в коей мере нельзя сравнивать со средним классом центральной России. Важно одно – формирующийся средний класс стремится дать своим детям качественное среднее и далее высшее образование. При этом родители активно участвуют в процессе построения жизненных стратегий подростков, ориентируя их на дальнейшее продолжение обучения в престижных вузах страны и Иркутска.

Результаты исследования показали, что в старших классах средних образовательных учреждений вне зависимости от типа учебного заведения остаются в основном лучшие ученики, ориентированные на продолжение обучения после окончания школы. Абсолютное большинство выпускников школ намерены поступать в высшие учебные заведения – 93,2%. Лишь 6,0% ориентированы на среднее специальное учебные заведения и единицы заявили, что будут работать. При этом в ходе анкетирования выяснилось, что они планируют учиться и работать одновременно.

Сравнительный анализ изменений профессиональных ориентаций школьников подтверждает позитивную динамику роста престижа высшего образования и его инструментальной функции. Так, три года назад обучение в вузе планировали 82,3% выпускников иркутских школ. Наблюдается постоянный рост значимости трех основных мотивов получения высшего образования: 1) образование позволит сделать карьеру – 69,0%, 2) получить высокооплачиваемую работу – 63,2%, 3) достичь успеха в жизни – 44,8%.

Анализ мотивов свидетельствует о росте социального статуса высшего образования, которое рассматривается молодыми людьми как гарантия успешной социализации и необходимая ступень для попадания в разряд обеспеченных людей.

Таблица 1

Динамика мотивов получения высшего образования (% от числа опрошенных)

Мотивы получения высшего образования:	1995 г.	2000 г.	2004 г.	2007 г.
Образование позволит сделать карьеру	44,0	54,7	65,3	69,0
Получить высокооплачиваемую работу	33,0	50,0	59,2	63,2
Высшее образование – ключ к жизненному успеху	34,9	47,7	47,2	44,8

Все большую значимость приобретает содержание и качество получаемого образования. Для 88,1% выпускников крайне значимым является получение глубоких профессиональных знаний; для 86,0% – навыков и компетенций по специальности; для 66,0% важным является формирование умения работать в условиях рынка. Эта тенденция подтверждается ранжированием факторов, влияющих на выбор высшего учебного заведения.

Таблица 2

Рейтинг факторов, влияющих на выбор учебного заведения (% от числа опрошенных)

Факторы выбора вуза	%
Высокое качество образования	70,5
Хорошая репутация вуза	63,5
Престижность диплома вуза	38,1
Возможность стажировок за рубежом	19,1
Близость вуза к дому	11,6
Невысокие требования на вступительных экзаменах	11,4
Связи родителей	11,4
Возможность получения второго зарубежного диплома	8,4
Наличие военной кафедры	5,0

Растет влияние родительской семьи на принятие решения о выборе вуза и специальности, которое отражает намерения родителей независимо от своего социального статуса, уровня образования и материального достатка вкладывать средства в образование детей. С каждым годом все активнее родители участвуют в процессе профориентации подростков.

В отличие от них школа и учителя незначительно влияют на окончательный выбор выпускников. Не играет большой роли и базовая специализация или профиль обучения в школе. Лишь пятая часть школьников и треть гимназистов заявили, что их будущая специальность будет связана с профилем обучения.

Желания абсолютного большинства респондентов традиционно направлены на поступление в иркутские вузы. Наряду с этим растет стремление иркутских выпускников уехать поступать в столичные (Москва, Санкт-Петербург) вузы и другие высшие учебные заведения за пределами Иркутской области. В ориентациях старшеклассников на высшее учебное заведение складывается следующая картина приоритетных предпочтений: на поступление в вузы Иркутска ориентированы 88,5%, на получение образования в российских и зарубежных вузах – более 10,0%, т.е. практически каждый десятый выпускник.

Молодежь с каждым годом становится все более прагматичной в своем стремлении использовать профессиональное образование как способ достижения целей. Высшее образование позиционируется ею как ресурс для социальной мобильности и освоения новых социальных ролей и в то же время как реальный капитал, финансовое вложение в который явится базовой составляющей обеспеченного будущего.

Рейтинг вузовских специальностей свидетельствует о смене привычных ориентиров в образовании и появлении устойчиво выраженной тенденции смещения предпочтений выпускников в сторону технических специальностей.

В 2007 г. первое место заняли экономические специальности – 24,44%, второе – технические – 22,15%, третье – юридические – 16,14%, четвертое – математические – 10,29%.

Управленческие специальности утратили приоритетное положение, спустившись на шестое место. Подобная тенденция отражает не только изменение ориентаций респондентов, но и их реакцию на возрождение промышленного производства и изменение спроса на рынке труда.

Данные исследования говорят о серьезных изменениях в молодежном сознании. Конформизм, перфекционизм, прагматизм, интернальность и индивидуализм – главные черты поколения. Они являются естественной реакцией на социально-экономические процессы, происходящие в обществе, и молодежь вырабатывает соответствующую

шие им модели поведения. Исходя из этого, прагматизм молодежи можно рассматривать как фактор стремления к стабилизации, а конформизм как один из адаптационных механизмов личности.

Результаты исследования свидетельствуют об усилении влияния родительской семьи на профессиональную и ценностную ориентацию выпускников. Родители играют ведущую, по сравнению со всеми социальными институтами, роль в формировании жизненных стратегий и моделей поведения в макросоциуме. Традиционно конфронтационные взаимоотношения поколений «отцов и детей» заменяются иными ценностными моделями сплоченности и взаимопонимания. Абсолютное большинство респондентов (81,8%) заявили о доброжелательных отношениях с родителями в отличие от взаимоотношений со своими одноклассниками и учителями. При этом 63,5% респондентов признались, что испытывают чувство неприязни к некоторым своим сверстникам. Характерно, что влияние родительской семьи на 32,0% выше школьного коллектива и почти в 4 раза сильнее, чем влияние молодежной «тусовки».

Таблица 3

Факторы влияния на формирование жизненных ценностей (% от количества опрошенных)

Что влияет на формирование ваших жизненных ценностей?	%
Семья	79,4
Школа	47,5
Телевидение	28,9
Художественная литература	26,8
Кино	22,8
Молодежная тусовка	21,4
Интернет	19,4
Газеты, журналы	12,6
Театр	10,6
Радио	4,2
Музыка	3,6
Общество	0,4

Таким образом, семья выступает как средство защиты от враждебного макросоциума и оказывает приоритетное влияние на формирование жизненных ценностей выпускников. В то же время родительская семья рассматривается выпускниками как ресурс для социальной мобильности, в основе которого лежит родительский финансовый и социальный капитал. Она становится главным социальным и финансовым институтом, закладывающим стартовые возможности выпускников. При этом молодые люди не считают себя иждивенцами, а прагматично рассматривают этот процесс как долговременные инвестиции, которые они в том или ином виде вернут сторицей. Отвечая на вопрос о том, что они вкладывают в понятие гражданского долга, 73,7% выпускников заявили, что, прежде всего – это «необходимость заботиться о родителях».

В 16-20 лет у молодого человека формируется идентичность собственного «Я» и соотношение себя с образом «Мы», т.е. отождествление с этической, социальной или территориальной группой и культурой. Регулятивная составляющая самоидентификации – язык, историческая судьба, культура, общее прошлое, территория проживания. С социальной идентичностью связаны эмоционально окрашенные мотивы любви к родному краю, гордости за свою страну, понятия «Родина», «патриотизм», «гражданственность». В период социализации молодежи закладывается национальный характер, идет становление национальной идентичности и ментальности.

Ответы молодых свидетельствуют о разрушении исторического и национального самосознания под влиянием глобализации, в сознании молодежи не закреплены традиции национальной культуры, не заложены ментальные понятия-символы, образ малой и большой Родины.

Все меньшее количество молодых людей ощущают себя связанными узами с малой Родиной – 31,3%, менее трети респондентов назвали себя «россиянином», менее четверти – «иркутянином». Каждый пятый респондент признает себя «Человеком Земли». Еще меньше выпускников соотносят себя с людьми своей национальности. При этом национальная самоидентификация характерна в основном для молодых людей, не считающих себя русскими – бурят, евреев, украинцев, представителей Кавказа и Средней Азии.

Миграционные модели молодежи становятся значимой тенденцией поколения, которая активно проявляется с начала 90-х гг.

Сравнительный анализ результатов исследований 2004 и 2007 гг. свидетельствует об утверждении миграционных моделей в сознании молодых. При этом более трети молодых людей в целом включают в свои жизненные планы отъезд в Москву, Санкт-Петербург или за рубеж (Европа, Америка, Китай, Япония) на учебу, работу или на постоянное место жительства. Подобные позиции связаны с ориентацией «поколения

перемен» на карьерный успех, социальный рост, получение качественного образования мирового уровня, которое позволит им конкурировать на мировом рынке труда.

Таблица 4

Миграционные модели выпускников (в % от числа опрошенных)

Планируют уехать на учебу	2007 г.	2004 г.	«Человек Земли»
Москва, Санкт-Петербург	18,2	15,0	23,8
Европа	8,8	10,0	9,0
Америка	4,0	6,0	7,0
Китай, Япония	7,8	5,0	5,0
Планируют уехать на работу			
Москва, Санкт-Петербург	16,4	20,0	17,0
Европа	14,8	14,0	28,0
Америка	10,8	6,0	12,0
Китай, Япония	6,8	7,0	8,0
На постоянное место жительства			
Москва, Санкт-Петербург	17,2	17,0	20,0
Европа	15,8	13,0	28,0
Америка	7,8	4,0	12,0
Китай, Япония	1,4	3,0	8,0

Выпускников не пугает жизнь в чужой стране – каждый четвертый (25,4%) готов для достижения своих целей жить среди людей чужой национальности и культуры.

В ходе исследования был проведен корреляционный анализ и более подробно рассмотрена группа тех респондентов, кто назвал себя «Дети Земли». Как и ожидалось, именно эта группа респондентов в первую очередь строит миграционные модели. При этом более всего их привлекает Европа. Москву и Санкт-Петербург они рассматривают как базу для получения образования – 23,8%, при этом 28,0% рассчитывают уехать в Европу не только на работу, но и на постоянное место жительства. В планах «Детей Земли» также присутствуют Америка и Китай с Японией в большей степени, чем у респондентов в целом. Следует отметить, что целеустремленность является главным качеством представителей данной группы (67,5%). Каждый третий из них считает себя предприимчивым человеком. Они – индивидуалисты. Каждый четвертый предпочитает действовать в одиночку, при этом более половины проявляют готовность к участию в жесткой конкурентной борьбе и ради осуществления цели могут пожертвовать многим. Каждый третий из них считает, что «главное – это жить в кайф».

Следует отметить, что менее всего выпускников привлекают мусульманские страны, но в последнее время все большей популярностью пользуется Китай. Молодежь объясняет это следующим образом: «Китай, особенно Южный активно развивается. Например, Пекин перспективный, развивающийся город. Он привлекает к себе иностранцев со всех стран мира. А это возможность для интересного общения и успешной карьеры». Приводятся и такие мотивы: «За границей легче выжить и реализоваться чем в России».

Негативная оценка макросоциума и существующих в нем правил вызывают у молодых людей желание защитить свой микромир, не допустить в него «чужих». Отсюда увеличение ксенофобских настроений и стигмы.

Таблица 5

Проявление неприязни молодежи к различным социальным группам (в % от числа опрошенных)

Испытывают неприязнь к:	%
наркоманам	87,6
некоторым своим сверстникам	63,5
экстремистам и националистам	47,7
ВИЧ-инфицированным	45,3
мигрантам	29,0
людям иной национальности	27,4
других религиозных убеждений	14,8
богатым	11,0

Наиболее яростно неприязнь молодежь чувствует к деструктивным элементам общества. Абсолютное большинство опрошенных (87,6%) открыто выразили свою неприязнь к наркоманам, около половины (45,3%) – к ВИЧ-инфицированным. Цифры свидетельствуют и о росте националистических настроений – 29,0% отрицательно относятся к мигрантам; 27,4% чувствуют неприязнь к лицам другой национальности.

Отсутствие толерантности при психологической склонности к агрессии и оправдании частью молодежи методов насилия может привести к столкновениям на национальной почве, уличным дракам и социальным кон-

фликам. Негативные оценки макросоциума, отсутствие доверия к институтам власти ведут к поиску «образа врага», который концентрируется в наркоманах, ВИЧ-инфицированных, мигрантах. Часто агрессия проявляется без явных причин, просто потому, что человек не нравится. В связи с этим настораживает, что 63,4% респондентов заявили, что испытывают чувство неприязни к своим ровесникам. Высокий процент неприязни (63,4%), которую молодежь чувствует к своим сверстникам, также свидетельствует о бессознательной внутренней агрессивности. Наряду с этим 47,7% выпускников осуждают проявления экстремизма и национализма, что указывает на наличие противоречий в молодежном сознании.

Размывание ценностной структуры сознания, обнищание эмоционально-духовной сферы, нравственный вакуум, отсутствие идеалов – все это ведет к психологическому дисбалансу личности. Данные нашего исследования свидетельствуют о наличии ряда факторов, оказывающих влияние на формирование агрессивных моделей поведения молодежи. Каждый четвертый (25,2%) выпускник считает, что «в жизни нет идеалов, в которые надо верить».

Подобный нигилизм – это ответная реакция молодежи на рыночную экономику в России, которая рассматривается ими в первую очередь как **криминальная**. Так считает более половины респондентов – 52,0%, при этом каждый пятый уверен, что никакой демократии в стране не существует, она лишь **иллюзия** – 19,6%. Отсутствие нравственных постулатов в обществе и приоритет в нем криминальных моделей поведения находит адекватное отражение в сознании молодежи и формирует психологическую готовность к агрессии.

Отношение молодежи к обществу можно охарактеризовать двумя словами – скептицизм и конформизм. Оно связано, с одной стороны, с потерей доверия ко всем социальным институтам, с другой – с принятием тех стратегий и моделей поведения, которые навязываются обществом как возможность достижения индивидуального успеха. Принимая эти стратегии, молодежь наряду с поиском своей социальной ниши стремится оградить собственное приватное пространство, свой независимый микромир от агрессивной внешней среды. На основе этого и строятся взаимоотношения с социумом.

Задумываясь о значении понятия «гражданский долг» и его деятельностной сущности, лишь 30,5% связывают с ней защиту отечества и в 4 раза меньше (8,0%) – службу в армии, а 6,4% признались, что для них вообще не существует понятие «гражданский долг». При этом общественную деятельность на благо общества считают гражданским долгом 9,4%, а участие в деятельности политических партий – 5,8%.

Крайний скептицизм проявился в оценке всех ветвей власти, степень доверия к которой крайне мала. Молодежь оценивает власть негативно, без доли идеализации. Каждый четвертый считает, что «власть это способ добиться личного благополучия». При этом среди властных структур самая большая доля позитивных оценок (15,4%) отдана президенту России.

Характеристика, которую дает молодежь российской рыночной экономике, мало изменилась за прошедшие три года. Каждый второй глубоко убежден, что живет в криминальном государстве. Практически каждый третий считает, что рынок принес обогащение (29,3%) и прогресс (29,4%) одним, и безработицу другим – 28,4%. Каждый пятый рассматривает рыночную экономику как хаос – 21,8%. При этом 20,0% респондентов считают, что демократия – это лишь иллюзия, и ее не существует, как таковой.

Таблица 6

Сравнительный анализ отношения к рыночной экономике (в % от числа опрошенных)

Какие слова связываете с рыночной экономикой?	2007 г.	2004 г.
Криминал	51,7	49,3
Прогресс	29,9	21,3
Обогащение	29,3	26,7
Безработица	28,5	30,6
Хаос	21,8	26,7
Рвачество	17,4	16,1
Демократия	17,2	16,1
Свобода	17,0	8,0
Вседозволенность	16,2	18,7
Разрушение	13,2	15,9
Обнищание	12,0	18,7
Возрождение	10,0	8,0
Честность	5,4	5,7

Характерной чертой молодежи является интернальность, стремление к свободе и независимости от государства. Более половины (55,0%) считают, что «каждый должен заботиться о себе сам, не надеясь на государство», три четверти (72,7%) убеждены, что «каждый должен самостоятельно зарабатывать себе на жизнь». При этом молодежь поддерживает основные принципы современного российского общества: 72% (практически три четверти) считают, что работа должна быть не в тягость, по душе и хорошо оплачиваться.

Каждый второй (52,0%) уважает людей, которые сумели сколотить состояние. 37,5% убеждены, что нет честных и нечестных способов делать деньги, есть только трудные и легкие пути. Естественной реакцией молодежи на коммерциализацию всех общественных отношений стал жесткий прагматизм, рыночная рациональность и индивидуализм. Стремление к успеху является одним из главных качеств выпускников. При этом перфекционизм потенциальных абитуриентов базируется на моделях рыночного прагматизма и рационализма. Современные выпускники рассчитывают достигнуть успеха с помощью уверенности в себе – 50,7%, получения качественного образования – 44,3%, работоспособности – 36,7% и полезных связей.

Следует подчеркнуть, что «поколение перемен» ориентировано на единоличный успех и одиночный карьерный и социальный рост. Каждый четвертый позиционирует себя и своих одноклассников как индивидуалистов и карьеристов.

Погоня за успехом для них, в первую очередь, связана с погружением в мир бизнеса, более половины (56,5%) рассматривают его как настойчивость и упорство в достижении цели. Практически каждый второй опрошенный (47,1%) позиционирует бизнес как работу на себя и свою семью. И лишь 15,6% считают бизнес основой для реформирования экономики страны. Столько же респондентов (15,0%) рассматривают бизнес как жестокость, обман и эксплуатацию. О нацеленности на успех в мире бизнеса свидетельствует и то, что более половины респондентов планируют открыть собственное дело, а для 38,3% одним из значимых мотивов в выборе специальности является перспектива открытия собственного дела.

К сожалению, стремясь обрести статус успешного человека, выпускники самоидентифицируют себя не с профессионалами, а с богатыми людьми. Профессионализм как способ самореализации и самосовершенствования рассматривают лишь 18,2% респондентов.

Для достижения своих целей практически каждый второй из выпускников готов участвовать в жесткой конкурентной борьбе, 42,5% – терпеть бытовые неудобства, 40,0% – оторваться от родителей, каждый четвертый (25,4%) – жить среди людей чужой национальности, каждый пятый – работать ради карьеры за небольшие деньги, каждый шестой – рисковать здоровьем. Ради достижения успеха молодежь согласна нарушить многие моральные принципы: каждый шестой – восьмой сможет, если понадобится, пожертвовать принципами, лгать, нарушить закон; каждый десятый – вступить в брак по расчету.

Создавая образ своего поколения, респонденты охарактеризовали его как поколение уверенных (43,9%), целеустремленных (42,1%), ответственных (40,7%) и коммуникабельных (29,5%) молодых людей; амбициозных (29,9%), «тусовщиков» (28,7%) и экстрималов (26,8%); культурных (26,4%), предприимчивых (25,2%) интеллектуалов (24,8%) и карьеристов (20,6%), нацеленных на получение высшего образования как средства достижения жизненного успеха.

*Лисаускене Мария Вадимовна* – кандидат философских наук, доцент, зав. лабораторией социологических исследований Иркутского госуниверситета.

Рабочий адрес: 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1

e-mail: [lisaus@mail.ru](mailto:lisaus@mail.ru)