

УДК 316.73

ДИНАМИКА ЦЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ 1960-2010 ГГ. В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ АНАЛИЗЕ

Тазов П.Ю.

Институт Социологии РАН, г. Москва, Россия, vetr@yandex.ru

В статье анализируется динамика ценностей российской молодежи 1960-2010 гг. Процессы и изменения в ценностном сознании молодежи рассматриваются под призмой изменения социокультурных процессов. Социокультурные процессы 60-х задали «романтизм» в ценностном сознании молодежи, который в дальнейшем, по мере разочарования в идеях построения коммунистического общества в конце 70-х стал постепенно уступать место индивидуализму. Переход к рыночному обществу усилил индивидуалистическую направленность в ценностях молодежи, а разрушение «коллективистской» морали и отсутствие культурных и социальных интеграторов общества усилили атомизацию личности молодого человека. Автор выделяет ключевые ценности, характерные для разных поколений молодежи 1960-2010 гг. Для поколения 60-х гг. была характерна высокая значимость ценности «приносить пользу обществу», для современной молодежи более значимым являются ценности индивидуального успеха и личной эффективности. В статье анализируется динамика ценностей российской молодежи 1960-2010 гг. Процессы и изменения в ценностном сознании молодежи рассматриваются под призмой изменения социокультурных процессов.

Ключевые слова: ценности молодежи, динамика ценностей российской молодежи, ценности молодежи в социокультурном анализе.

DYNAMICS OF VALUES OF RUSSIAN YOUTH 1960-2010 IN THE SOCIO-CULTURAL ANALYSIS

Tazov P.Y.

Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, e-mail: vetr@yandex.ru

The article analyzes the dynamics of values of the Russian youth 1960-2010. Processes and changes in the value consciousness of young people treated under the prism of changing social and cultural processes. Sociocultural processes 60s asked "romanticism" in the value consciousness of young people, which in the future, as disillusionment with the ideas of building a communist society in the late '70s gradually began to give way to individualism. Transition to a market society to enhance their individualistic orientation of values in young people, and the destruction of "collectivist" morals and lack of cultural and social integrators atomization of society strengthened the young person. The author outlines the key values that are characteristic of different generations of youth 1960-2010. For the generation of the 60s. was characterized by a high importance value "benefit society" for the youth of today are more significant values of individual success and personal effectiveness.

Keywords: values of young people, the dynamics of the Russian youth values, values of young people in social and cultural analysis.

Динамика и трансформация ценностей – процесс на перекрестке социологии и культурологии. Социология рассматривает связь между динамикой ценностей и трансформацией социальных структур, культурология – природу самой динамики в контексте трансформации культуры. Социокультурный анализ включает в себя междисциплинарный характер изучения динамики ценностей.

Обратимся к социокультурному анализу динамики ценностей молодежи. Кроме процессов трансформации социальных институтов, которые могут быть рассмотрены в данном контексте, немаловажными факторами выступают социально-психологические особенности молодых людей с одной стороны и специфические социокультурные

характеристики молодого поколения с другой. Специфика социокультурного опыта, выступающего по нашему мнению главным фактором формирования социального облика поколения, вполне очевидно накладывается на индивидуальный опыт, биографическую ситуацию молодого человека по А. Шутцу[7]. Все эти факторы составляют неповторимую «энтелехию поколения»[8], в рамках которой поколение осознает свое место в стратификационной структуре общества, то есть позиционирует себя в культурно-историческом процессе воспроизводства культуры. Таким образом, динамика ценностей молодежи прямо или косвенно зависит от особенностей поколения, в которое включен индивид, от статических и динамических процессов, протекающих в рамках данного поколения. Мы исходим из того, что каждое поколение устойчиво воспроизводит социокультурный опыт, сформировавшийся у составляющей его возрастной когорты в молодом возрасте.

Современное российское общество состоит из нескольких таких последовательных когорт. Социокультурный опыт отражает социокультурные процессы в обществе в период взросления, особенность «биографической ситуации» каждого представителя поколения. Социокультурный опыт поколения определяет желаемый и идеальный культурный вклад поколения в развитие общества, выраженный в запросе государства и ожиданиях старших поколений.

Когда мы рассматриваем ценности молодежи последних 50 лет, под молодежью мы понимаем несколько поколений молодежи, у каждого из которых свое место в культурно-историческом процессе. Каждое поколение молодежи этого периода впитало свой социокультурный опыт. Ценности поколения молодежи, сформировавшиеся в военный и послевоенный периоды, существенно отличаются от ценностей поколения эпохи «застоя» как в силу идеологических факторов, так и в силу специфики социальных институтов, сыгравших свою роль в процессе социализации молодежи. В итоге, рассматривая меняющиеся ценности молодежи за последние полвека, мы, с одной стороны, косвенно рассматриваем динамические процессы в социальной системе и ее подсистемах (институтов и структур). С другой стороны – на примере динамики ценностей молодежи мы видим процесс адаптации молодежи к новым социальным условиям и интеграцию индивидов и социальных групп ее в эти структуры.

Теперь воспользуемся данными проведенных в разные периоды исследований для более детального рассмотрения динамики ценностей российской молодежи.

Интуитивно понимая романтический характер мироощущения молодых людей 60-х, попробуем, на основе данных, подтвердить эту мысль. Перед нами исследование Б.А. Грушина. Оно проводилось через газету «Комсомольская правда» в январе-марте 1961 г.

Были опубликованы вопросы, и читатели присылали ответы по почте. Всего было прислано свыше 19 000 анкет. В результате обработки остались 17446 анкет. Возрастной состав 15-30 лет.

Среди целей молодежи – служить народу, приносить пользу Родине – 33,5% (в группе молодежи до 17 лет эту цель выделяют 41,6%); стать первоклассным специалистом – 33,2% (молодежь до 17 лет – 52,8%), стать настоящим коммунистом – 15,6% [1,с.185].

Видно, что кроме «романтических» жизненных целей, серьезную роль занимают патриотические, профессиональные цели. Ценности молодежи этого периода крепко связаны с «идеологическими» культурными моделями.

В поздний период «брежневского застоя» происходит критическое отношение к идеалам коммунизма, цели построения светлого будущего. Уходит прежний «романтизм» в ценностях периода «оттепели». Изменяется отношение к труду. Все чаще возникает имитация труда. Важным является то, что за небольшой период времени в обществе возникает тревога, отсутствие веры в стабильность. Возникает эмоциональная напряженность, нет уже «романтической» уверенности и позитивности периода «оттепели». По сути, начинается постепенный откат от коммунистической идеологии «отцов» и «дедов», критическое переосмысление результатов коммунистической стройки. Нет прежней преэминентности в политических ценностях и установках граждан. Все это приводит к тому, что к началу 80-х гг. «романтические ценности» теряют значимое место в ценностной системе молодежи периода оттепели. Усиливается значимость ценностей деловой активности и прагматической успешности.

Постепенное разочарование в целях построения коммунизма приводит к переориентации с общественных целей на индивидуальные. Грушин пишет по этому поводу: «Поразительная вещь, но за каких-то 10-15 лет, минувших после проведения в СССР первых опросов общественного мнения, из народного, особенно молодежного, лексикона практически полностью выпали все слова и словосочетания, связанные с так называемым "строительством коммунистического общества"» [1,с.843.]. В разочаровании идеей построения «светлого будущего» Грушин видит главный фактор трансформации ценностной системы российских граждан периода «застоя».

Таким образом, туманность реализации цели построения общества всеобщего блага, по-видимому, стало переориентировать молодежь на постановку более конкретных целей и задач, связанных с личными, индивидуальными потребностями. И так, разочарование в идеалах коммунизма и переход к рыночной экономике усиливает ориентацию молодежи на индивидуалистическую культурную модель. При этом, усиление традиционных ценностей, таких как семья, связано, по видимому, с необходимостью поддержания и усиления

индивидуальности и поддержания стабильности внутреннего мира в условиях трансформации мира внешнего. Начинается закладывание тех психологических и социальных основ, которые лягут в основу отхода от традиций. Однако, по-настоящему отход от традиций будет возможен в ситуации нестабильности социальных институтов, а не в ситуации ломки коммунистической идеологии.

Динамика терминальных ценностей молодежи.

Перейдем теперь к анализу терминальных ценностей молодежи 80-х гг., с тем, чтобы глубже понять выделенные ранее тенденции.

Одна из значимых тенденций, о которой необходимо сказать при рассмотрении эволюции терминальных ценностей – усиление значимости семьи. На наш взгляд, эта тенденция связана с рядом факторов, среди которых – переход к рыночному обществу, потеря социальных целей, консолидирующих общество, усиление приватной сферы граждан СССР.

Мы будем опираться на данные исследования рабочей и учащейся молодежи, проведенного Институтом Социальных Исследований АН СССР в 1983 г. среди ряда регионов РСФСР[6]. Среди жизненных целей большую популярность получили: иметь благополучную семью, воспитывать хороших детей (для рабочей молодежи – 74,6%), работать в полную меру своих сил и способностей на благо общества (рабочая молодежь – 63%, учащиеся – 68,1%); иметь хороших друзей, пользоваться уважением окружающих (рабочая молодежь – 68,4%, учащиеся – 85,9%). Ценности материальной жизни находятся на периферии. Так, ценность «иметь полный достаток в доме, ни в чем не нуждаться» выделяет 21,4% рабочей молодежи, карьеру – 0,3%. Для учащихся – 10,4% и 3% соответственно. Отметим, что цель «иметь хорошую семью» выходит на первый план, по сравнению планами молодежи начала 60-х годов. Однако, все еще популярна цель «работать в полную меру своих сил и способностей на благо общества». Данные исследования показывают то, что, несмотря на трансформацию социальной системы, существенных изменений в терминальных ценностях молодежи не наблюдается, кроме исчезновения цели построения коммунистического общества.

Спустя 6 лет в исследовании молодежи[4], проведенном ВЦИОМ, виден рост респондентов, затруднившихся с главной целью своей жизни (27,2%). Это может быть связано с социально-экономическим кризисом, потерей ориентиров, ломкой социальных идеалов и ценностей, чего еще не было в 1983 г. Поэтому, в исследовании 1983 г. таких было 2,8%. Однако, ценность «семья» остается на первом месте. На вопрос: «В чем состоит главная цель вашей жизни?» 15,7% отмечают – вырастить детей, дать им образование и т.п. 15,0% опрошенных выделяют создание семьи, семейное благополучие. На третьем месте –

материальные цели: обеспеченность, высокие заработки, машина и т.д. (14%). Таким образом, наибольшая популярность у традиционных ценностей – семья, воспитание детей (суммарно 30,7%).

Установка на семью и продолжение рода как главной цели иллюстрирует и другое исследование, проведенное в 1998 г. Центром социального прогнозирования и маркетинга (руководитель исследования член-корр. РАН Н.И. Лапин). Как выяснилось в ходе опроса, не соглашались с утверждением, что «смысл жизни человека в том, чтобы сделать свою собственную жизнь как можно лучше, и совсем не обязательно иметь потомков», 70,6% опрошенных. Таким образом, ценность семьи и продолжение рода остается значимой как для молодежи 1960-х гг. так и для современной молодежи и продолжает укрепляться в ценностной иерархии. Так, Н.А. Журавлева – на основе исследования студентов в 1993-2003 гг. выделяет повышение значимости ценности семьи: с 4-го места на 2-е.[2] Эту же тенденцию фиксируют Е.А. Самсонова и Е.Ю. Ефимова среди молодежи г. Тула в 2004-2005 гг. (выборка составила 400 и 250 респондентов соответственно)[5]. Ценность семьи за год переместилась с 6-го до 3-го места.

Ценностные портреты разных поколений молодежи.

Коротко охарактеризуем ценности каждого поколения молодежи 1960-2010 гг. Мы считаем, что для послевоенного поколения процесс интеграции в социальные структуры имел преобладающее значение. Это обеспечивало возможности для карьерного развития и снимало состояние тревоги и беспокойства. Жизнь страны для многих была связана с собственной жизнью, отсюда такая популярность ценности «быть настоящим коммунистом» в исследовании Б.А. Грушина[1,с.185]. Для поколения «перестройки» более важным становится собственная перспектива. Жизнь страны и ее развитие существенно снижается в иерархии ценностей. Для этого поколения важным становится проблема адаптации к рынку и поиск своего места в рыночной системе. Для поколения 90-х в силу институционализации различных форм адаптации к рынку на первый план выходят компетенции – качества, необходимые для успешной активности в рыночных отношениях – качества личной эффективности (инициативность, результативность, активная позиция, целеустремленность и др.). В силу разрушения социальных идеалов и ослабления социальных связей, в условиях постоянных изменений на первое место выходит индивидуализм. Он становится формой адаптации с одной стороны и залогом реализации индивидуальных стратегий – с другой. Большее значение для молодежи имеют прагматические ценности – материальная обеспеченность, ценности личной и деловой эффективности, прагматизм.

Можно ли связать указанные изменения с социокультурными процессами в обществе? Можно, если взять за основу идею, предложенную В.Г. Федотовой об архаизации современной российской культуры.

Традиция-архаика в ценностях российской молодежи.

Ценности современной молодежи все больше становятся результатом не традиционализма, а архаизации. Последняя, по мнению В.Г. Федотовой, есть результат разрушения культуры. Архаизация всегда бессознательна и индивидуальна, наоборот традиция – осознанная связь с культурой, всегда коллективна. Таким образом, интеграция молодежи в рамках архаизации происходит на уровне коллективного бессознательного, в виде стихийных психических предрасположенностей и состояний, в то время как интеграция на уровне традиции – в рамках коллективного сознательного, соборного «мы» в виде интериоризированных ценностей, идей и ценностей и идентичности. Архаизация разрушает идентичность до уровня простейших потребностей и инстинктов, а социальные связи низводит до первичных территориальных, индивидуальных оснований идентификации.

В чем же проявляется процесс архаизации в ментальности молодежи? В первую очередь, это стремление к сильному правителю, способному стать альтернативой Супер-эго в психоаналитическом смысле. Это выражается в популярности Сталина среди молодежи и росте популярности «сильной руки» во второй половине 90-х. Далее, это усиление «местечковой» идентичности, усиление связи даже не с культурной составляющей этой местности, а самой землей, на которой родился человек. Следующий показатель-связь со своей семьей, связи с которой признаются главными, в то время как с остальными группами – несущественными. Это процесс индивидуализации и дистанцирования, который мы наблюдаем в современном обществе. Кроме этого, архаизация приводит к усилению потребности установить связь с предками – отсюда популярность неоязычества среди молодежи, лихорадочный поиск непосредственного ощущения своей национальности, основанной с конгломератом дореволюционных и современных символов.

Рассмотрим кратко те ценности, которые претерпели влияние архаизации. Прежде всего, это *трудовые ценности*. Труд в сознании молодежи 60-х – это во многих случаях работа на пользу обществу. У современной молодежи в труде важно то, сколько за него платят. Труд многими понимается как средство к обогащению, хорошему заработку, удовлетворению материальных потребностей. Отсюда ценность успешности, эффективности, прагматичности, утилитаризма – как залог внутренней результативности, где результат не служение обществу, а удовлетворение собственных интересов. Сужение ближнего и дальнего круга молодежи – также косвенно результат архаизации, где вместо значимых

групп и коллективных целей формируются кланы как возможность объединения индивидов для достижения индивидуальных целей, совпадающих с узкогрупповыми.

Также процесс архаизации ценностного сознания современной молодежи отражается на представлениях о моральных и аморальных поступках. Более лояльное отношение к различным аморальным поступкам среди молодежи – прямое следствие разрушения традиций и возврат к архаизации. Результат архаизации – сужение внутреннего социального круга, переход от культурной интервенции, распространению социальных идей до уровня мировых (миссионерские идеи характерны для русской культуры), к культурному локализму, замыканию на идее внутреннего круга друзей и родственников, то есть переход к атомизации, распад интеграционных социальных смыслов.

Ценностное поле молодежи за последнее 20 лет можно рассматривать как переход от модели культурной инверсии (распространение ценностей советской идеологии на остальной мир) к культурному локализму, при котором культурное поле сужается до собственной семьи и близкого окружения, а культурная интервенция сменяется культурной автономией и культурной атомизацией в условиях экспансии западных ценностей. В то же время, последний период с начала 2014 характеризуется новым витком культурной интервенции ценностей «русского мира», а значит и постепенным выходом из состояния культурного локализма.

Рассматривая современное состояние российского общества, мы можем согласиться, что отчасти причины трансформации ценностей молодежи лежат в процессе архаизации, входящей составляющей по В.Г. Федотовой в культурную оппозицию традиция-архаизация. Отход от традиции и разрушение культурных смыслов всегда приводит к архаизации, к бессознательной солидарности. Архаизация иллюстрирует бессознательные потребности молодежи к поиску сильного, поиску вождя, лидера (усиление значимости ценности «сильная рука» во главе государства и рост популярности Сталина), рост бессознательных страхов, тревог, опасений за будущее и желание найти подкрепление в сильном государстве, сильной личности (популярность Путина, рост имперских ценностей).

Однако, архаизация грозит конфликтом поколений и культурным разрывом. Отсюда законный вопрос: *возможен ли разрыв поколений?*

Мы солидарны с позицией Ю. Левады, который считает, что разрыв поколений невозможен, пока социальные институты работают стабильно[3].

Однако, что же может быть причиной ритуализации многих ценностей старших поколений в условиях относительно стабильного функционирования социальных институтов? Действительно, институты работают, институт семьи по-прежнему является субъектом передачи ценностей. Но каких ценностей? Если взять поколения перестройки

(1970-1977 гг.) то мы поймем, что у молодежи этого периода уже нет былой веры в идеалы коммунизма.

Отсюда получается, что процесс архаизации ценностей молодежи был заложен периодом застоя – периодом зарождения серьезных сомнений в социальных целях и идеалах, предлагаемых властью, а не современными рыночными реформами, выступающими катализатором социальных изменений.

Анализ ценностей разных поколений молодежи 1960-2010 гг. приводит нас к следующим выводам:

1. Как только в обществе будет сформирована устойчивая система культурных ценностей, молодежь, возможно, обратится к традиции, в условиях культурной изменчивости ее ценности отражают архаизацию.

2. Ценности молодежи показывают особенности социокультурной среды, в которой сформировалось определенное поколение.

1. Ценностный портрет каждого поколения молодежи – результат множества факторов. Среди которых – социокультурный опыт, осознание своего места в стратификационной структуре общества (место поколения по Мангейму), желание реализовать культурный потенциал своего поколения.

2. Динамика ценностей молодежи может показывать поколенческую динамику. При этом, отличия в ценностях разных поколений – есть результат культурно-исторического развития общества, отличий в социальных средах в разные периоды, культурных особенностей разных поколений родителей молодежи.

3. Вместе с тем, при большом количестве факторов мы не лишаем поколения своей неповторимой энтелехии (по К. Мангейму) – своего индивидуального, неповторимого духа.

4. Трансформация ценностей в межпоколенной динамике может характеризовать результат экономического развития страны, переходом от индустриального к постиндустриальному обществу.

5. Динамика ценностей молодежи 1960-2010 гг. характеризуется переходом от «романтизма» к прагматизму.

6. Ценности постперестроечной российской молодежи во многом связаны с архаизацией, ценности доперестроечной молодежи 1960-1990гг – с традицией.

Список литературы

1. Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в 4-х книгах.

Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева». М., 2001.

2. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.:ИП РАН.
3. Левада Ю.А. Заметки о проблеме поколений.//Отцы и дети. Поколенческий анализ современной России. Под ред. Ю. Левады, Т. Шанина. М.,2005.С.50.
4. Омнибус ВЦИОМ 1991-11 (Молодежь). Сроки проведения полевых работ: 14.08.1991 - 08.09.1991.Число опрошенных: 1712.
5. Самсонова Е.А., Ефимова Е.Ю. Молодежь Тулы: ценностные ориентации и реалии повседневной жизни//Социологические исследования,№11,2007 г. С. 110-116.
6. Старт-83 (работающая молодежь). Сроки проведения полевых работ: 01.01.1983 - 31.12.1983. Число опрошенных: 865 (рабочая молодежь), 135 (учащаяся молодежь)
7. Шутц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / Пер. с нем. и англ. — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004.
8. Mannheim K. The Problem of Generations // Essays on the Sociology of Knowledge. London: Routledge and Kenal Paul, 1970.P.9.

Рецензенты:

Андреев А.Л., д.ф.н., главный научный сотрудник Института Социологии РАН, г. Москва;

Панов А.И., д.пол.н, директор Лаборатории анализа и прогнозирования развития государственно-частного партнерства Института МИРБИС, г. Москва.