
УДК 316.346.32-053.6
ББК 60.542.15
Д 13

М.А. Давыдова,

старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций и технологий Южного федерального университета, начальник отдела стратегического планирования управления информационной политики министерства внутренней и информационной политики Ростовской области, E-mail: davydova80@yandex.ru, тел.: 8-928-229-93-36

**Приверженность молодежи ценностям индивидуализма:
характеристики терминальных и инструментальных ценностей
(Рецензирована)**

Аннотация. Рассматриваются вопросы смыслового насыщения ценностей в картине мира молодого человека. Анализ и систематизация собранного материала показывают, что в современной молодежной среде ценностные ориентации индивидуалистического и коллективистского типов распространены в соотношении примерно 2:1. При этом четко выраженная вербализация индивидуалистской ориентированности объединяет примерно половину молодежи.

Ключевые слова: индивидуализм, медиа, молодежь, ценности.

М.А. Davydova,

Senior Lecturer of Social Communications and Technology Department, Southern Federal University, Head of Department of Strategic Planning of Information Policy Service, Ministry of Internal and Information Policy of Rostov Region, E-mail: davydova80@yandex.ru, ph.: 8-928-229-93-36

**Commitment of youth to values of individualism:
characteristics of terminal and tool values**

Abstract. The paper discusses questions of a semantic dusting of values in a picture of the world of the young man. The analysis and ordering of a collected material show that value orientations of the individualistic and collectivist types are widespread in the modern youth environment in the ratio of about 2:1. Accurately expressed verbalization of the individualist orientation unites about half of young people.

Keywords: individualism, media, youth, values.

Современные масс-медиа не являются мировоззренчески однородными. В последние десятилетия в отечественной журналистике появились издания патриотического, православного и гражданского направления. Но молодежь на массовом уровне предпочитает молодежные каналы и молодежные программы, которые характеризуются преимущественно мировоззренческой нейтральностью и уходом от обсуждения политических проблем.

В связи с этим представляется необходимым проанализировать влияние

медиаконтента на ценностную картину мира молодежи, т.е. установить те изменения, которые вызывают медиаобразы в повседневном поведении представителей этой возрастной когорты.

На основе теоретических концептов и результатов исследований Н.И. Лапина и Г.К. Триандиса был разработан авторский инструментальный опроса, позволяющий дифференцировать респондентов на группы, ориентированные на традиционные, солидарные практики и ценности коллективных действий и на индивидуалистические ценности,

которые более адекватны современному модернистскому типу общества. Объектом исследования выступило ценностное сознание современной российской молодежи, а предметом — влияние масс-медиа на интериоризацию современной российской молодежью индивидуалистических ценностных ориентаций.

Современную медиасреду составляют не только электронные, но также и печатные медиа, а также наружная реклама. Но наиболее демократичными и потому наиболее популярными информационными каналами, используемыми молодежью на массовом уровне, является телевидение и Интернет. Поэтому при изучении влияния медиа на ценностное сознание молодежи в фокусе внимания оказались именно они.

Концепция исследования предполагала выявление степени приверженности молодежи ценностям индивидуализма. По этому вопросу среди отечественных исследователей отсутствует единогласие. Так, авторский коллектив Института социологии РАН утверждает: «Нынешняя российская молодежь не индивидуалистична, не агрессивна, не стремится обладать властью, не честолюбива, она просто нормальна» [1]. Вместе с тем другая группа ученых доказывает: «Растет доля молодых людей, ни с кем и ни с чем себя не идентифицирующих, ориентированных на самих себя, проявляющих гипертрофированную склонность к «Я»-идентичности, поощряемую увлеченными либеральной риторикой СМИ и определенным слоем интеллигенции. Происходит «индивидуализация» идентичности. Проявляясь в повседневной жизни в отсутствии кумиров, в недостатке явно выраженных образцов для подражания, она может рассматриваться как характеристика современности, своеобразный признак независимости, стремление не быть таким, как все, хотя бы на вербальном уровне» [2].

Анализ социальной аномии, вызванной стремительными реформами 90-х годов, обусловил высокий интерес к проблеме ценностных ориентаций

молодежи. Основным направлением изучения являлся анализ ментальности, ценностных ориентаций и целеполагания студенческой молодежи. Приведем наиболее значимые выводы проведенных исследований:

1. Констатирование формирования в российском студенчестве западной ментальности, основанной на ценностях потребительского индивидуализма. К подобному выводу пришли исследователи Н.В. Латова и Ю.В. Латов в результате анализа опросов студенчества, проведенных по методике Г. Хофстеда. Исследователи отмечают, что «... для российских студентов характерна низкая дистанция власти, высокий показатель индивидуализма, низкое избегание неопределенности, высокая маскулинность и высокий конфуцианский динамизм. Все это характеризует западную ориентацию ментальности российских студентов» [3].

2. Выявление роста деструктивизма и девиации в молодежной среде, обусловленного нарастанием индивидуалистических устремлений. Индивидуализм трактуется в данном случае в негативной коннотации как индикатор антисоциальных практик. На это указывает исследователь Ю.В. Зубок в ряде работ, посвященных анализу феномена риска в молодежной среде. Она, в частности, отмечает, что «...одновременно с кризисом коллективистских устремлений, как правило, усиливаются антисоциальные ориентации и противоправное поведение молодежи. Индивидуалистические черты приобретают в этом случае ясно выраженные криминальные характеристики» [4].

3. Обоснование дисфункции традиционных социализирующих институтов как основного фактора возникновения отчуждения и деструктивных явлений (Лапин, Омельченко, Гаврилюк и другие). Эта тенденция вызвала усиление социетальной функции медиа, которые, демонстрируя успешные жизненные стратегии, стали выполнять воспитательную функцию. Особенностью данного влияния является то, что в период 90-х годов средства массовой коммуникации переживали трансфор-

мационный процесс изменения места и роли в общественной жизни и именно медиа стали основным источником информации о ценностях потребительского общества.

При этом важно отметить, что основной вектор перечисленных исследований был направлен на критику деструктивного влияния, которое оказывал западный индивидуализм.

На первом этапе исследования проводился пилотный опрос, задачей которого было определение приверженности респондентов к ценностям индивидуалистского или коллективистского типов. Пилотажное исследование проводилось методом анкетного опроса. В анкете приводились утверждения с ранжированными вариантами ответов. Приведенные утверждения относились к различным типам ценностных ориентаций: традиционному, коллективистскому и модернистскому, индивидуалистическому.

Опрос проводился летом 2008 года в г. Ростове-на-Дону по методике стандартизированного интервью. Выборка респондентов осуществлялась на основании половозрастных квот в границах от 17 до 21 года. Юношей и девушек было опрошено в процентном соотношении 50/50. После выбраковки анкет было обработано 500 стандартизированных интервью. Методика проведения опроса исходила из территориального сегментирования города. Было выделено 8 территориальных участков (сегментирование совпадает с количеством муниципальных районов). В каждом районе были определены места обычного массового скопления молодежи: парки, многолюдные скверы и т.д., где рекрутировались респонденты и осуществлялись стандартизированные интервью.

Целью исследования было выявление дифференциации молодежи по типам ценностных ориентаций (коллективизм — индивидуализм).

Методологической основой при разработке инструментария опроса выступила концепция трансформации ценностных ориентаций и результаты анализа эмпирических материалов, ко-

торые были получены исследовательской группой академика Н.И. Лапина.

В процедуру операционализации ценностей был заложен ряд методологических принципов:

«— Принцип необходимости: основные аспекты ценностей должны быть представлены в соответствующих ценностных суждениях.

— Принцип бытийности: суждения должны выражать формы реального бытия ценностей.

— Принцип социокультурной альтернативности: каждый аспект ценностей должен быть представлен в виде альтернативной пары суждений, одно из которых выражает потенциально интегрирующую, а другое — потенциально дифференцирующую функцию на данной стадии эволюции общества; при этом оба суждения каждой пары сформулированы в позитивной форме, поскольку речь идет о том, что люди ценят, видят в этом нечто, заслуживающее позитивной оценки.

— Принцип дополненности: поскольку суждение может выражать один аспект, входящий в содержание различных ценностей, то оно может характеризовать не одну, а несколько ценностей: следовательно, суждения могут работать как источники информации о ценностях не только изолированно, каждое само по себе, но и дополняя друг друга» [5].

В первую очередь респондентам был предложен вопрос на самоопределение, т.е. отнесение себя либо к носителям ценностей индивидуализма, либо — к носителям коллективистских ценностей. Дифференциация респондентов определялась по вопросу: «К людям какого типа мировоззрения ты себя причисляешь?» При этом предлагались три варианта ответа: «а) к индивидуалистам; б) к коллективистам; в) затрудняюсь определить». В результате обработки было выявлено 28,5 % респондентов, ориентированных на доминанту коллективизма, и 35 % — ориентированных на ценности индивидуализма, 26,5 % опрошенных затруднились однозначно ответить.

На базе полученных данных мы делаем вывод о том, что ценностный мир современной молодежи не гомогенен. Поэтому факт самоидентификации выявил достаточно большой процент затруднившихся ответить однозначно. Кроме того, необходимо было выявить соотношение базовых и терминальных ценностей в картине мира как респондента-индивидуалиста, так и респондента-коллективиста.

Исходя из этого подхода, вопросы в инструментарии были сформулированы так, чтобы выявить эту дихотомическую пару разного понимания ценностей — их оценки как терминальных или инструментальных.

Результаты свидетельствуют, что абсолютное большинство опрошенной молодежи (91,2 %) не подвергают сомнению ценность создания психологически комфортной семьи. Однако позиции разделились в соотношении 2 : 1 по вопросу служения семье или, напротив, использования семьи для собственного комфорта и благополучия.

Не менее важным индикатором, дифференцирующим ценности традиционного и индивидуализированного общества, является отношение к труду (труд как ценность). Для традиционного общества труд воспринимается как ценность. Человек труда пользуется большим уважением, чем случайно обогатившийся. По отношению к труду также можно выстроить бинарную оппозицию: ориентация на самореализацию в труде, независимо от заработной платы, а также на кооперацию, солидарность в труде демонстрируют поддержку респондентами терминального содержания труда; ориентация на зарплату и конкуренцию — модернистской (инструментально-прагматической) трактовки труда.

Полученные результаты показывают, что трактовка ценности «труд» дифференцирует молодежь примерно в том же соотношении, что и ценность «семья». Примерно две трети респондентов поддерживает преимущественно установку на самореализацию в труде и согласны с его солидарной основой.

Несмотря на активную пропаганду инструментального отношения к труду

(не важно, что делать, была бы высокая зарплата), сохраняет по-прежнему высокие позиции установка на содержательный, общественно полезный труд. С утверждением «сколько угодно можно заниматься самой неинтересной работой, если она приносит хороший заработок» не согласились 59,6% опрошенных. Тот факт, что более 75% респондентов согласились с тем, что взаимопомощь и поддержка в труде важнее трудовой состязательности, говорит о том, что рыночная экономика с условиями жесткой конкуренции на данный момент воспринимается молодыми людьми не как показатель перспективного трудоустройства, а скорее как вынужденная необходимость.

Один из наиболее важных смысловых блоков для данного исследования «социальная сплоченность» был призван выявить мотивацию деятельности респондента. Здесь вновь можно увидеть согласие подавляющего большинства (56,2 %) респондентов с необходимостью солидарных действий. Но мотивы этого согласия различны: в среднем 40 % личные интересы всегда на первом плане. При этом более 80 % респондентов выразили готовность идти на риск, активизировать свою предприимчивость. Согласие с этими мотивами вновь показывает утверждение в молодежной среде персонцентризма.

Но одновременно с этим следует обратить внимание на то, что 62,7% опрошенных согласились с утверждением: «Человек должен помогать бедным и слабым, даже если ему приходится жертвовать комфортом и отрывать от себя». Также в молодежной среде сохраняется патерналистское восприятие государства, которое должно обеспечить работой нуждающихся. С этим согласилось 92,3% опрошенных респондентов.

Присутствие в сознании молодежи противоположных ориентаций демонстрирует отражение в сознании переходных процессов, наличествующих в обществе, а также формирование конформистской позиции.

Но важно также и подчеркнуть амбивалентность ценностей, демонстрируемую

в ответах респондентов. Так, было обнаружено сохранение в молодежной среде устойчивых традиционных ценностей — ориентация на взаимодействие, склонность к социальной активности, а также традиционные для российской культуры ценности великодушия и сострадания. Но при этом молодежь практически единогласно высказывалась за необходимость гибкого мышления и корректировки своих жизненных установок, если это потребуется для достижения поставленных задач, в том числе и пренебрегая интересами группы. Западное влияние на становление и развитие смысло-жизненных установок молодых людей проявляется в данном случае в согласии с утверждением: «Таким, какой я есть, я стал без посторонней помощи» — и стремлении жить по своим собственным индивидуальным критериям. Также оказался высоким уровень эгоизма и стремление любой ценой получить желаемое. Значительный процент утвердительных ответов (в каждой группе респондентов) был дан на утверждения, что необходимо «бороться до победы над своими конкурентами» и «максимально добиваться общественного признания и успеха».

Для выявления смыслового наполнения инструментальных ценностей был задан ряд вопросов, позволяющих раскрыть способы достижения терминальных ценностей. Среди инструментальных ценностей мы выделили такие, как: «позиционирование себя в коллективе», «инициативность и умение реализовать начинания», «самооценка», «реализация личных интересов», «организаторство и лидерство», «коллективное взаимодействие». Полученные ответы информантов были дифференцированы по вопросу-индикатору, позволяющему дифференцировать массив опрошенных на подгруппу «коллективистов» и «индивидуалистов».

Интересно обратить внимание на тот факт, что по данному утверждению ответы у индивидуалистов и коллективистов разнятся незначительно. Объяснить это возможно именно с точки зрения активной жизненной позиции, проявляющейся в конструктив-

ном подходе, который демонстрируют респонденты. Указанное утверждение демонстрируется и в последующем вопросе: «Главное — это инициатива, предприимчивость, поиск нового, готовность к риску. Иначе можно оказаться среди неудачников».

Несмотря на то, что разница в показателях не весьма значительна, она имеется. Стремление носителей коллективистских установок к избеганию рисков и сохранению традиционного порядка противопоставляется индивидуалистской инициативе, насыщенной переменами, возможным риском и трудностями. Также важно отметить, что при оценке качества собственной жизни респонденты всех подгрупп уделили одинаково большое внимание индивидуальным критериям оценки собственной жизни. Этот показатель можно определить как самодостаточность (табл. 6). Он свидетельствует о высоком уровне индивидуалистической ориентированности обеих подгрупп респондентов.

Для того чтобы выявить, насколько респондент готов интегрироваться в жизнь коллектива и разделять его ценности, был задан вопрос о приоритетности личных и общественных интересов в жизни молодого человека.

Полученные данные дают возможность нам говорить о трансформации коллективизма как ценностного показателя. Современные коллективисты не готовы жертвовать личным ради общественного, они готовы переносить личное в разряд всеобщего. Сопоставление полученных ответов в комплексе (по всем четырем позициям) по более «чистым» бинарным оппозициям — «согласен» — «не согласен» показывает размытость ориентиров в группе, самоопределившейся в качестве «коллективистов» и в качестве «индивидуалистов».

Наиболее ярко это проявлялось в ответах на уточняющие вопросы. Например, 78 % конструктивных коллективистов согласились с утверждением «Моя личная жизнь — это жизнь моих друзей», но затем поясняли, что «друзья не могут самостоятельно решать

свои проблемы и всегда обращаются ко мне за помощью», «я организую все праздники, без меня они ничего не делают», «преподаватели знают, что если я не возьмусь, то ничего не получится».

Таким образом, мы можем сказать, что коллективист самоутверждается через организацию группы и воспринимает коллектив как необходимое условие для самореализации. В этом показателе характеристики индивидуалиста и коллективиста пересекаются, а различия наблюдаются именно на ценностном уровне. Коллективист постоянно будет искать общество, независимо от своего положения в нем, будет стремиться интегрироваться в какое-либо сообщество, а для индивидуалиста ценностью является в первую очередь его собственное положение.

Говоря о стремлении респондентов организовывать людей для достижения каких-либо целей, следует отметить, что коллективисты демонстрируют явное стремление к организаторской деятельности в 58,2 % против 39,2 % индивидуалистов.

Аналогичная картина наблюдается у респондентов в отношении принятия целесообразности коллективных форм взаимодействия. «Только собравшись вместе, люди становятся сильнее», — с этим утверждением уверенно соглашаются коллективисты — (64,7 %), а индивидуалисты не демонстрируют отрицания «согласен полностью» — 48,3 % респондентов.

При этом необходимость в объединении и совместных действиях демонстрируют именно коллективистски настроенные респонденты. Именно данное утверждение также стало вопросом-индикатором, который позволил среди активно настроенных респондентов провести границу между приверженцами ценностей индивидуализма и коллективных форм взаимодействия.

Другим немаловажным индикатором ценностной картины мира было выявление чувства ответственности у респондентов. В приведенном ниже утверждении ключевым для нас являлось «намного легче сделать самому

и ни за кого не отвечать». Уметь нести ответственность за свои поступки, как известно, показатель уровня развитости индивидуального самосознания, понимать, что значит «групповая ответственность», означает идентифицировать себя с какой-либо группой. Поэтому при анализе полученных данных мы обращали внимание не только на стремление респондентов объединяться для решения какой-либо задачи, но и на умение разделять ответственность.

При этом важно обратить внимание на то, что значительно отличается понимание ответственности у представителей обеих подгрупп. Для коллективиста важно разделять чувства группы, поэтому ответственность не чужда ему. Порядка 60 % процентов не согласились с утверждением «Объединяться с другими людьми для решения каких-либо задач бессмысленно, намного легче сделать самому и ни за кого не отвечать».

В подгруппе индивидуалистов наблюдается несколько иная картина. Индивидуализм респондентов, на наш взгляд, не проявляется в отчуждении от результатов общего труда, особенно когда это касается негативного результата. Индивидуалисты пояснили, что «если все работали плохо, то при чем тут я?», «отвечать за других не буду. А зачем? Что я — крайний?». Поэтому по индикатору «групповая ответственность» также возможно проводить дифференциацию.

Анализ и систематизация собранного материала позволяют сделать следующие выводы:

В современной молодежной среде распространены ценностные ориентации персонцентристского (индивидуалистического) и социцентристского (коллективистского) типов, что проявляется, прежде всего, в вербализации респондентами желаемой идентичности. Четко выраженная вербализация своей индивидуалистской ориентированности объединяет примерно половину городской молодежи.

Рациональному выбору собственной идентичности в значительной степени

соответствует смысловая интерпретация терминальных ценностей в базовых сферах — в сфере трудовых отношений, семье, социальных солидарностей. В подгруппе «индивидуалистов» они интерпретируются преимущественно как прагматически ориентированные на индивида, в подгруппе «коллективистов», напротив, жизнедеятельность индивида ориентирована на интересы группы (социального целого).

В сфере проектирования повседневных экономических практик и потребления обе выделенные подгруппы демонстрируют ориентацию на реализацию индивидуальных прагматических интересов.

Противоречие терминальных и инструментальных ценностей в сознании молодежи свидетельствует о незавершенности формирования системы ценностных ориентаций.

Примечания:

1. Горшков М.К. Молодежь России: социологический портрет. М., 2010. С. 131.
2. Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2001. С. 201.
3. Латова Н.В., Латов Ю.В. Особенности «вестернизации» ментальности студенчества модернизирующихся стран // Социс. 2007. №11. С. 90-98.
4. Зубок Ю.А. Феномен риска в социологии. Опыт исследования молодежи. М.: Мысль, 2007. С. 17.
5. Лапин Н.И., Беляева Л.А. Динамика ценностей реформируемой России. М.: Эдиториал УРСС, 1996. С. 52.
6. Триандис Г. Культура и социальное поведение. М.: Форум, 2007. С. 216.

References:

1. Gorshkov M.K. The youth of Russia: a sociological portrait. M., 2010. P. 131.
2. Tchuprov V.I., Zubok Yu.A., Williams K. Youth in the society of risk. M.: Nauka, 2001. P. 201.
3. Latova N.V., Latov Yu.V. Features of «westernization» of mentality of students of the modernizing countries // Sotsis. 2007. No. 11. P. 90-98.
4. Zubok Yu.A. Phenomen of risk in sociology. Experience of research of youth. M.: Mysl, 2007. P. 17.
5. Lapin N.I., Belyaeva L.A. Dynamics of values of Russia being reformed. M.: URSS Editorial, 1996. P. 52.
6. Triandis G. Culture and social behavior. M.: Forum, 2007. P. 216.