
Ценности и ценностные ориентации в реализации проектной деятельности как формы социальной активности студенческой молодежи

И.А. Газиева

кандидат социологических наук, доцент Российской академии народного хозяйства и государственной службы (г. Москва)

Студенчество является социальной общностью, формирующей ряды интеллигенции, что не нуждается в дополнительном обосновании. С учетом обстоятельств и факторов, способствующих стремительному всестороннему изменению социальных структур и процессов, изучение студенческой молодежи как важнейшей социальной группы, которая через полтора-два десятилетия станет опорной интеллектуальной силой развития страны, заслуживает особого внимания. Пожалуй, наибольшего внимания заслуживают их ценности, ценностные ориентации и установки, поскольку именно они, в первую очередь, подвержены сегодня существенной трансформации под влиянием многих внешних факторов.

Данной проблеме сегодня уделяется достаточно большое внимание представителями современной российской социологической науки. Так, согласно результатам исследования Фонда «Общественное мнение», проведенного в 2016г., более половины молодых россиян ориентированы на высокий доход, а не на интерес к профессии и профессиональное развитие [«Ориентеры и ценности...», 2020]. Об этом же говорит и М.Н.Яковлева: «Современная российская реальность порождает более прагматичные смысло-жизненные ориентеры молодежи, которые, хотя, в своей основе и остаются неизменными (семья, работа), отодвигают на второй план нравственно-этические ориентеры, традиционно характерные для российского социума и особенно акцентированные в советский период» [Яковлева, 2018].

Кроме того, мы можем вполне обоснованно утверждать, что ценностные акценты в молодежной среде смещаются, а точнее — их сдвигает социальная реальность. Об этом можно говорить, в том числе,

принимая во внимание результаты исследования, проведенного авторами монографии «Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики». Согласно результатам их опроса современная молодежь не чувствует себя достаточно включенной в социальные связи, равно как и не чувствует себя недостаточно интегрированной в общество. В то же время, не смотря на то, что в структуре досуга молодых людей заметное место занимает общение с друзьями, виртуальное общение начинает доминировать по сравнению с реальным. [«Ценностные ориентации...», 2017] Соответственно, мы являемся свидетелями еще и стремительного перехода молодежной коммуникации из физического пространства в виртуальное. И данные тенденции приобретают угрожающие масштабы.

Все эти тезисы еще раз подтверждают необходимость не только масштабного изучения и социологической диагностики ценностных трансформаций в среде студенческой молодежи, но и разработки конкретных мер и рекомендаций по управлению этими трансформационными процессами. Ведь студенческая молодежь является носителем определенных ценностей интеллигенции будущего.

Согласно Российской социологической энциклопедии, ценностью является «свойство общественного предмета удовлетворять определенным потребностям социального субъекта» [Яковлев, 1998]. Кроме того ценности представляют собой «совокупность установок на высшие жизненные принципы, идеалы, отраженные в целях жизнедеятельности и средствах их достижения, содержащиеся в коллективных представлениях о должном, важном, значимом», кроме того, именно ценности отвечают за «мировоззренческое, смысловое наполнение жизнедеятельности молодежи» [Зубок, 2018]. Таким образом, изучая ценности студенческой молодежи необходимо учитывать то, что они передаются в процессе социализации, а усваиваются и в дальнейшем трансформируются под влиянием меняющейся социальной среды.

Что касается ценностных ориентаций, то это более инструментальная категория, которая, по мнению ученых, характеризует «общий подход человека к миру, к самому себе, придает смысл и направление личностным позициям, поведению и поступкам» и базируется на сформировавшихся потребностях личности, ее желаниях и стремлениях, играя ведущую роль в процессе принятия решений. [Елишев, 2011] По сути, социальные ориентации представляют собой «устойчивое избирательное отношение субъекта к миру ценностей и оказывают значительное влияние на выбор формы поведения» [Федосова, 2009]. В нашем понимании, социальные ориентации молодежи — это характеристика, совокупно описывающая некую направленность, установ-

ку каждой личности на определенные социальные ценности, которая формирует предпочтительное отношение студенческой молодежи к определенной группе этих ценностей.

Именно такое понимание социальных ориентаций было положено в методологическую основу социологического исследования, проведенного автором среди наиболее активных представителей студенческой молодежи.

Возвращаясь к идее, озвученной в начале данной статьи о базисности именно студенчества для формирования общности интеллигенции будущего, сделаем дополнительный акцент на необходимости его условной сегментации по разным основаниям. Здесь может идти речь об отраслевой сегментации, сегментации по уровню успеваемости или уровню сформированности тех или иных компетенций и т.д. Мы же остановимся на сегментации по уровню социальной активности, поскольку с высокой вероятностью именно представители наиболее активной части современной студенческой молодежи в будущем станут субъектами управленческого воздействия в различных сферах общественного производства.

В этой связи нами было проведено социологическое исследование среди участников Всероссийского акселератора социальных инициатив RAISE [<https://raise.ranepa.ru>], деятельность которого охватывает студенчество многих российских вузов в 43 регионах страны. Данная общность студентов характеризуется своей нацеленностью на формирование прикладных практико-ориентированных компетенций, поскольку Акселератор представляет собой широкомасштабную образовательную программу с конкурсной составляющей, нацеленную на формирование у студентов надпрофессиональных практических компетенций в ходе разработки и реализации реальных проектов. В силу того, что деятельность Акселератора не включена в основной образовательный процесс, участниками его можно стать лишь в добровольном порядке. А это значит, что в нем участвуют мотивированные на специфический вид деятельности студенты.

С целью детального изучения практических и образовательных эффектов, полученных по результатам деятельности Акселератора, как уже говорилось выше, автором было проведено социологическое исследование среди участников акселерационного сезона 2017-2018гг. (N=200, M = 1100), одной из задач которого являлась социологическая диагностика причин участия студентов в работе Акселератора. Диагностика была проведена посредством многомерного статистического анализа части массива данных: факторного и кластерного, — в результате чего было получено 2 фактора.

В зоне положительных значений первого фактора (параметры фактора и факторные веса представлены в таблице 1) находятся респонденты, которые участвуют в RAISE, чтобы получить некоторый предпринимательский опыт от проектной работы, а так же ускорить обучение в рамках всей учебной деятельности. Кроме того, в зоне положительных значений данного фактора находятся респонденты, которые участвуют в RAISE, потому что хотят успешно трудоустроиться, благодаря сформированным практическим навыкам и благодаря наработанным в ходе реализации проектов связям, они поддерживают социальную роль и ценность социального предпринимательства в развитии региона, хотят иметь возможность поехать в другие регионы, в Москву, на зарубежную стажировку. Так же это студенты, которые в целом ведут активную общественную жизнь в вузе, и RAISE для них это — одна из множества существующих проектных активностей.

Соответственно, здесь можно говорить о том, что в зоне положительных значений данного фактора находятся студенты, которые нацелены на формирование вполне конкретных практических навыков. Большая часть того, что они хотят получить в ходе работы в Акселераторе, должна способствовать их эффективному трудоустройству, а так же профессиональному становлению и развитию через получение дополнительных возможностей и формирование дополнительных компетенций. Поэтому назовем данный фактор — фактором начальной профессионализации.

ТАБЛИЦА 1. Содержание фактора начальной профессионализации

Параметры фактора	Факторный вес	Полное согласие, %
Я участвую в RAISE, чтобы...		
... чтобы получить некоторый предпринимательский опыт от проектной работы	0,845	85
... ускорить обучение в рамках всей учебной деятельности	0,657	78
Я участвую в RAISE, потому что		
... поддерживаю социальную роль и ценность социального предпринимательства в развитии региона	0,844	85
... хочу успешно трудоустроиться, благодаря сформированным практическим навыкам	0,696	76
... хочу успешно трудоустроиться, благодаря наработанным в ходе реализации проектов связям	0,557	60
... хочу иметь возможность поехать в другие регионы, в Москву, на зарубежную стажировку	0,513	69
... веду активную общественную жизнь в вузе; RAISE для меня это — одна из множества существующих проектных активностей	0,417	66

Графическое отображение распределения массива данных по данному фактору представлено на рисунке 1, где приведены центры и размеры полученных кластеров (групп респондентов). Из рисунка мы видим, что в ходе анализа выделилось четыре кластера, различающихся своими координатами по данному фактору. В зоне положительных значений фактора (кл. 2) находятся студенты, выразившие полное согласие с параметрами данного фактора, их немногим меньше половины (44%). Почти такое же количество респондентов (42%) находится в зоне отрицательных значений фактора, но ближе к нейтральному (к.3), что говорит об их неустойчивом отношении к высказываниям, формирующим содержание фактора. В зоне отрицательных значений фактора (кластеры 1 и 4) находится лишь 14% респондентов, которые полностью не согласны с суждениями, входящими в содержание фактора. Необходимо отметить, что согласно данным, приведенным в таблице 1, каждый параметр фактора поддержан большинством респондентов (в правой колонке таблицы указана доля респондентов, выразивших полное согласие с высказыванием).

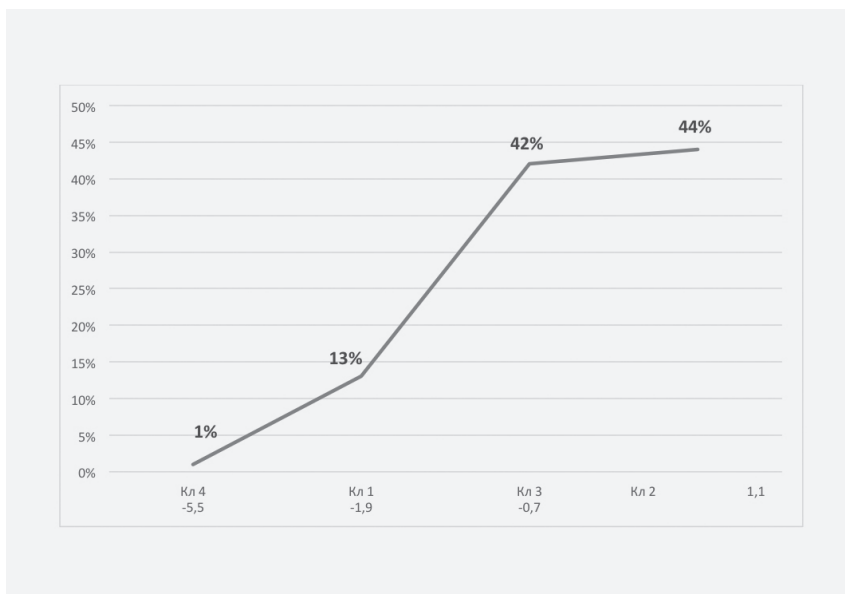


РИСУНОК 1. Графическое отображение распределения массива данных по фактору начальной профессионализации (на оси абсцисс отмечены номера и центры кластеров)

Что касается второго фактора (Таблица 2), то в положительной зоне его значений оказались респонденты, нацеленные, в первую очередь, на удовлетворение своих амбиций, благодаря участию в работе Акселератора. Эти респонденты участвуют в RAISE, чтобы выиграть конкурс проектов, и потому что хотят быть конкурентными, хотят побеждать; и в принципе их привлекает в RAISE именно наличие конкурсной составляющей. Кроме того, в зоне положительных значений данного фактора находятся респонденты, которые участвуют в RAISE, потому что рассчитывают на неформальные «бонусы» (благосклонность преподавателей и руководства вуза), хотят быть частью молодежной коммуникационной площадки (знакомиться и общаться со студентами из других команд, из других регионов); ну и в конце концов из соображений престижа. Таким образом, по совокупности признаков, объединяющих данный фактор, назовем его фактором...

ТАБЛИЦА 2. Содержание фактора 2

Параметры фактора	Факторный вес	Полное согласие, %
Я участвую в RAISE, чтобы выиграть конкурс проектов	0,778	49

Я участвую в RAISE, потому что...

... хочу быть конкурентным, хочу побеждать; меня привлекло в RAISE наличие конкурсной составляющей	0,708	65
--	-------	----

... рассчитываю на неформальные «бонусы» (благосклонность преподавателей и руководства вуза)	0,675	19
--	-------	----

...это престижно	0,661	45
------------------	-------	----

... хочу быть частью молодежной коммуникационной площадки (знакомиться и общаться со студентами из других команд, из других регионов)	0,510	74
---	-------	----

Из рисунка 2 видно, что в зоне явных положительных значений данного фактора находится лишь пятая часть респондентов (21%), в относительно нейтральной области (кл.4) находится более трети респондентов (36%), и в зоне отрицательных значений фактора (кл.2 и 1) находится 43% респондентов.

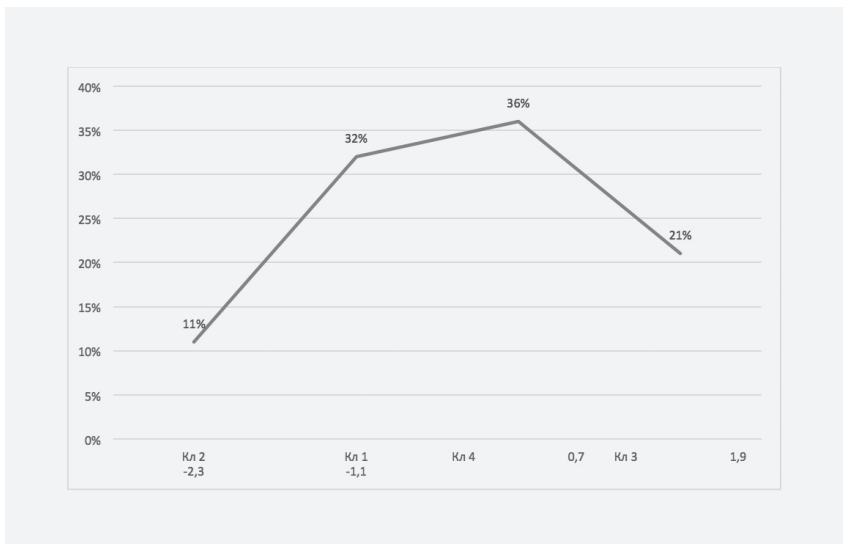


РИСУНОК 2. Графическое отображение распределения массива данных по фактору 2 (на оси абсцисс отмечены номера и центры кластеров)

Надо отметить, что несмотря на высокие веса параметров фактора, каждый из них значительно отличается от других долей респондентов, высоко оценивших данный параметр как причину участия в RAISE (Таблица 2). В частности, большинство респондентов (74%), находящихся в зоне положительных значений данного фактора, участвуют в RAISE, потому что хотят быть частью молодежной коммуникационной площадки и лишь 19%, участвуя в работе Акселератора, рассчитывают на неформальные «бонусы».

Подводя итог анализу результатов опроса, можно сделать вывод о том, что, по сути, выявленные факторы представляют собой ценности, а их параметры — это те социальные ориентации, которые формируются на основе желаний и потребностей молодежи, которые можно реализовать, используя участие в Акселераторе как инструмент. Ценность ранней профессионализации раскрывается через такие социальные ориентации студентов как желание ускорить процесс освоения компетенций и скорее трудоустроиться либо в интересной для них сфере, либо у интересных для них работодателей. К этой же ценности относится ориентация на развитие через изучение социальных общностей и интеграцию в них в разных регионах и т.д. Отметим, что это

хорошая достиженческая, конструктивная ценность и ценностная ориентированность. Здесь Акселератор используется как инструмент, обеспечивающий основу долгосрочного развития, что является отдельной ценностью.

Что же касается второго фактора, то он неоднозначен в своих характеристиках. Он выявляет личные амбиции как ценностную установку и достижение быстрого конечного результата: быть конкурентным, узнаваемым, — как ценность. И тут мы можем наблюдать некую ценностную развилку: с одной стороны, желание быть конкурентным — неплохая ценность, это проявление лидерства; с другой стороны — это желание распространяется не только на студенческую среду («я буду победителем в конкурсе, потому что я много трудился и я этого действительно достоин»), но и на образовательную («я хочу получать хорошие оценки, потому что я побеждаю в конкурсе и эффективен в проектной деятельности»), что не вполне корректно и уместно. Внушает некоторый оптимизм, что респондентов, разделяющих такие неоднозначные ценности и имеющие такие ценностные установки не так много.

Обращает на себя внимание то, что достаточно велика доля респондентов, которые совокупно не разделяют одних и тех же социальных установок. Отсюда возникает вопрос о настоящих причинах их участия в таком виде социальной студенческой активности как Акселератор социальных инициатив равно как и в иных молодежных активностях. И именно эта типологическая группа будет представлять для нас наибольшее значение в следующих исследованиях, поскольку это группа «неуверенных» и «неосознанных». Это студенты, которые включены в конкретную деятельность, нелегкую деятельность, которая отнимает у них немалое количество времени, и при этом не имеет для них четкой совокупной ценности. Данная ситуация требует отдельного внимания и изучения, что и будет сделано автором в следующих исследованиях.

Литература:

Елишев С.О. Изучение понятий «ценность», «ценностные ориентации» в междисциплинарном аспекте // // Ценности и смыслы. 2011. № 2 (11). С. 82–96. (90)

Зубок Ю.А., Чупров В.И. Смысложизненные ценности в культурном пространстве российской молодежи // Научный результат. Социология управления. 2018. Т.4, №3. — С.4.

Ориентиры и ценности молодых россиян. Что важно для молодых? // Фонд «Общественное мнение»: <https://fom.ru/TSennosti/13083> (дата обращения 02.02.2020г.)

Федосова И.В. Проблема ценностных ориентаций в научной литературе // Ценностные смыслы, 2009, №2. — С. 86 (75–92)

Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования [Текст] : монография / Государственный университет управления ; [под общ. ред. С.В. Чуева]. — М. : Издательский дом ГУУ, 2017. — С.46

Яковлев А.М. Ценность социальная // Российская социологическая энциклопедия. Под общ.ред. Г.В. Осипова — М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. — с.609–610

Яковлева М.Н. Динамика ценностных ориентаций современной молодежи // Смыслы жизни российской интеллигенции / РГГУ, Социолог. фак-т, Центр социолог. исследований. Под общей ред. Ж.Т. Тощенко. Редактор-составитель Д.Т. Цыбикова — М.: РГГУ, 2018. — С. 212–219.