

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЁЖИ В КОНЦЕ XX - НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

А.П. Шадрин 1 курс, инженерный факультет.

*Научный руководитель - к. и. н., ст. преподаватель Н.Е. Гердт
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия*

Социализация представляется как процесс включения личности в сферу социальных отношений в качестве субъекта этих отношений. Цель социализации – в формировании социально активной личности, действия которой регулируются социальными нормами и общественными интересами. Таким образом, этот процесс обеспечивает прочность сохранения общества и передачу его культуры между поколениями. Это определение характеризует социализацию как позитивный процесс в развитии общества. Но любому обществу присуща и негативная социализация, когда молодой человек выбирает криминальный путь или становится наркоманом. Таким образом, проблема социализации молодёжи очень важна, так как от этого зависит будущее любого государства.

Грядущие перемены общества потенциально содержатся не только в тенденциях, существующих в настоящее время в социальной, экономической и политической сферах, но и в ценностных ориентациях и менталитете молодых людей. Именно молодёжь в настоящее время большей частью поддерживает экономические реформы и является социальной базой для происходящей макроэкономической трансформации. Но ситуация в области исследования молодёжной проблематики свидетельствует о том, что у исследователей нет чётких ответов на ключевые вопросы: отражает ли сегодняшняя молодёжь дух перемен? каков герой нашего времени? на кого ориентирована молодёжь? Для этого необходимо определить, что же такое социализация. «Социализация – пишет И. С. Кон, – близка русскому слову воспитание. Но воспитание подразумевает, прежде всего, направленные действия, посредством которых индивиду сознательно стараются привить желаемые черты и свойства, тогда как социализация наряду с воспитанием включает ненамеренные, спонтанные воздействия, благодаря которым индивид приобщается к культуре и становится полноправным членом общества» [1].

Социализация является источником процесса индивидуализации и свободы. В ходе социализации каждый человек развивает свою индивидуальность, способность независимо мыслить и действовать [2]. Это особенно важно учитывать сейчас, когда изменения в экономической, социально-политической и культурной сферах происходят очень быстро, ломая привычные жизненные стереотипы. С учётом характера исторического момента, присущих ему скорости и интенсивности социальных изменений социализацию делят на традиционную и модернизационную. При этом выде-

ляют две полярные группы стран. На одном полюсе находятся страны, которым присуща традиционная социализация. Она осуществляется в странах с традиционным типом развития (Япония, Китай). На другом полюсе располагаются страны, которым присуща модернизационная социализация. Она характерна для стран, не имевших традиционного уклада (США) или переживших его слом и оставшихся без традиционных механизмов регуляции социальных процессов. Можно дополнить предложенную классификацию и сюда же отнести переходную социализацию, характерную для обществ переходного периода. Когда старые традиции ещё не до конца разрушены, а новые ещё не до конца отстроены, общество избирает новые цели и ценности, но с трудом адаптирует к ним существующие социальные факторы. Молодёжь не только объект воздействия со стороны общества и его социальных институтов, она – активный субъект социальной жизни. Таким образом, социализация молодёжи осуществляется под общим воздействием социальных, экономических, культурно-образовательных и демографических процессов, происходящих в обществе.

Экономическая социализация может рассматриваться как процесс становления экономического сознания, освоения навыков экономического поведения. Одной из волнующих проблем у молодёжи является оплата своих основных потребностей, экономность в тратах и самостоятельность в распределении своего дохода. В целом, для молодых характерен рациональный подход к трате денег и желание заработать большее их количество. При этом существует постоянный негативный эмоциональный фон из-за отсутствия или недостаточного количества денег [3].

В постсоветской России исчезла монополия единственного политического союза молодёжи. Сегодня среди российской молодёжи аполитичность выступает существенной чертой, характеризующей молодое поколение. Большинство молодых людей индифферентно относятся к любым формам социально-политической деятельности. Так, на выборах в Государственную Думу ни один блок или партия не собрали даже 10% голосов молодых избирателей. В результате новой ситуации, возникшей вследствие запрета политической деятельности в трудовых и учебных коллективах, политика переместилась из производственной и учебной сферы в сферу свободного времени молодёжи, и поставила новые молодёжные организации в состояние конкуренции с традиционными досуговыми структурами. В конкретных российских условиях молодёжные структуры не сумели завоевать ни признания, ни авторитета у широких слоёв подрастающего поколения. Выявилась еще одна тенденция: стремление к объединению свойственно преимущественно студенческой молодёжи и молодой интеллигенции. Работающие же в производстве молодые люди не проявляют даже слабой заинтересованности в создании собственных объединений.

Хотя государственный сектор остаётся главным каналом социализации молодёжи в сфере труда, в нём наблюдается устойчивая тенденция

сокращения молодёжной занятости. Если в 1990 году в частном секторе работало менее 5% молодых людей, то теперь в нём занят почти каждый пятый, и каждый десятый подрабатывает. Следствием подобной ситуации является уход молодёжи из сферы материального производства в сферу распределения и обращения (около 25% молодёжи за последние годы перешло в сферу распределительных отношений). Молодой человек перед лицом выбора между работой на государственном предприятии с нищенской зарплатой и сомнительным, но высокооплачиваемым бизнесом не редко оказывается вовлечённым в криминальные структуры [4]. У 2/3 молодых людей преобладают скептические оценки завтрашнего дня [5].

Важнейшей составляющей процесса преобразования российской экономики стала “обвальная” приватизация. Большинство молодёжи считает правильным шагом приватизацию небольших предприятий, кафе, магазинов, но отрицательно относится к приватизации основных средств производства – крупных заводов, фабрик и земли. Доля молодых людей, сумевших открыть “собственное дело”, колеблется от 2,5 до 3,5 процентов от общего количества молодёжи. В основном это представители “старшей возрастной группы” молодёжи – 25-30 лет. В последнее время предпринимательство приобретает все более клановый и закрытый характер, становится менее социально мобильной группой.

Переход к рыночному хозяйству предполагает постоянное наличие какой-то части безработного населения. Поэтому безработицу следует рассматривать как постоянно действующий социально-экономический фактор социализации молодёжи. Доля молодёжи среди официально зарегистрированных безработных в российских регионах последние 5 лет колеблется в пределах 20-57%. Из них с неполным средним образованием – 17,7%, средним образованием – 35,5%, с высшим образованием 10% [6]. Свыше 15% молодых людей в возрасте от 15 до 29 лет вообще никогда не работали [7]. С повышением образовательного уровня молодых людей возрастает социальная активность, появляется больше уверенности в возможности самостоятельного трудоустройства. Но образование постепенно становится платным, и переход к системе платного образования при падении уровня жизни ограничивает возможности молодёжи в получении качественного образования. Сохранение такого положения дел будет приводить к массовой интеллектуальной деградации молодой части населения России.

Таким образом, мегатенденции в социально-экономической сфере и смена поколений предопределяют некоторые исходы процесса трансформации российского общества. Ценностные ориентации, экономические убеждения и другие существенные характеристики, полученные в молодом возрасте в процессе социализации, сохраняются большей частью на протяжении всей жизни. Эти особенности дают основания для использования их в процессе стратегического планирования макроэкономической трансформации российского общества.

Литература:

1. Кон Н.С. Ребенок и общество. - М., 1988. С. 134.
 2. Гидденс Э. Социология: учебник. - Челябинск, 1991. С. 301.
 3. Козлова Е.В. Психологические особенности экономической социализации молодежи в современных условиях. – М., 2000.
 4. Молодежь в России. Доклад центра экономических и политических исследований. – М., 1997.
 5. Там же.
 6. Забрянский Г.И. Социология преступности несовершеннолетних. - Минск: Минсктиппроект, 1997. С. 9.
 7. А. Кашепов. Два лица российской безработицы // Экономика и жизнь. - №15 - 09.04.98.
-

ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМся МИРЕ

*М.А. Шпак, 3 курс, экономический факультет
Научный руководитель – к.ф.н., доцент Л.И. Колесова
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия*

В философском смысле понятие «ценность» означает высокую социально-культурную значимость того или иного общественного предмета, явления или символа (здоровье, семья, достаток, образование – это все социальные, т.е. общественные ценности). Считается, что понятие ценности впервые было введено Иммануилом Кантом, утверждающим, что ценности имеют только значимость [6]. Социологическая теория ценностей была обоснована М. Вебером. Вебер трактует ценность как «установку той или иной исторической эпохи», как «свойственное этой эпохе направление интереса». Эта трактовка ценностей имеет важное значение для реалистического объяснения сознания людей, их социального поведения и деятельности.

Можно дать научно обоснованную классификацию ценностей, которая вытекает из различных видов деятельности людей и создаваемых в этой деятельности продуктов или результатов. Существуют многообразные культурные ценности: экономические, политические, нравственные и эстетические. В культуре общества, в мировоззрении каждого человека культурные ценности не произвольные комбинации, а целостная система. В основе такой системы лежат нравственные ценности [4].

В целом, совокупность экономических ценностей обычно называют «богатством», политических – «властью», нравственных – «добром», эстетических – «красотой», научных – «истиной». Все ценности, т.е. социальные ценности в целом называют «благам». Поэтому можно сказать, что ценности для людей – это блага [3].