

Криворучко М.В., Щербакова К.Н.

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ С РАЗНЫМИ ФОРМАМИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

В рамках социально-психологических исследований, посвященных тематике социальной активности российской молодежи, на современном этапе наиболее остро стоит вопрос о ценностных приоритетах молодежи и возможностях ее политической активизации.

Актуальность обращения к ценностным ориентация обусловлена тем, что они выступают одной из важнейших составляющих индивидуального политического сознания, отражают значимость политической действительности для личности. Отмечается, что ценностные ориентации в политической сфере существуют в двух основных формах: групповые политические ценности, выработанные общественным сознанием обобщенные представления о политической сфере, и персональные индивидуальные когнитивные конструкты в структуре личности, определяющие ее отношение к политическим событиям, явлениям и процессам, а также практическую реализацию в своем поведении общественно-политических идеалов (Шерковин, 1982).

Целью нашей работы стало описание типов политической активности и особенностей их ценностных ориентаций у студенческой молодежи 18–25 лет. Основными методами сбора данных стали авторская анкета, описывающая формы политической активности, интерес к политике, установки и убеждения молодежи, и опросник А.В. Капцова «Тест личностных ориентаций». В результате исследования были выделены три типа молодежи с разными формами политической активности, которые отличаются по ряду ценностных ориентаций.

Первый тип (31% опрошенных) составляют политически активные личности с ярко выраженной гражданской позицией, способные к выражению своих политических интересов. Для данного типа приоритетными ценностями являются: саморазвитие, материальное благополучие,

индивидуальность, креативность. При этом политические установки и убеждения молодежи данного типа взаимосвязаны в основном с такими ценностными ориентациями, как престиж, материальное благополучие и индивидуальность. Молодежь стремится к признанию и уважению со стороны государственных органов и политических лидеров и готова эффективно взаимодействовать с ними при сохранении независимости от них и материальном поощрении.

Второй тип (50%) составляет молодежь, принимающая эпизодическое участие в политике (только голосование). Для них характерен интерес к политическим событиям в стране, противоречивость политических установок и убеждений и латентность политических намерений. Для данного типа приоритетными ценностями являются: индивидуальность, саморазвитие, креативность и духовное удовлетворение. При этом политические установки и убеждения данной молодежи взаимосвязаны с материальным благополучием. Молодежь стремится к достижению материального достатка и обретению жизненной стабильности.

Третий тип (19%) составляет политически пассивная молодежь, которую характеризует отсутствие интереса к политике и негативное отношение к избирательной системе и выборам. Для этого типа приоритетными ценностями являются: индивидуальность, духовное удовлетворение, взаимоотношения и достижения. При этом политические установки и убеждения молодежи данного типа политической активности взаимосвязаны в основном с такими ценностями, как материальное благополучие, индивидуальность, креативность и взаимоотношения. Молодежь данного типа стремится к повышению своего материального уровня, сохранению личностного своеобразия и взаимодействию с кругом близких людей.

Купрейченко А.Б.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ*

Социальная активность – квинтэссенция жизни человеческого сообщества, поэтому это понятие неизбежно оказывается в фокусе внимания общественных наук. Наиболее широкая трактовка социальной активности основана на общефилософском понимании активной роли субъекта во взаимодействии с социумом, посредством которой

субъект познает, преобразует социальную реальность и самого себя.

Придерживаясь этого подхода в своих исследованиях (Купрейченко, Моисеев, 2010), социальную активность мы определяем как индивидуальные или групповые действия, направленные на изменения «Я» социального, сво-

* В данной научной работе использованы результаты работы Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора по проекту «Вызовы и перспективы развития гражданской самоорганизации и благотворительности в России в среднесрочной перспективе», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г.

его места в обществе (социуме), а также общества (социума) в целом.

Более узкое понимание социальной активности определяет ее как сверхнормативную, инициативную, творческую деятельность, самодеятельность. Во многих работах социальная активность понимается как общественная деятельность. В современных исследованиях нередко социальная активность выступает синонимом гражданской, а также общественной активности, и в этом случае она определяется как вовлеченность личности в социальные практики гражданского общества: добровольчество, денежные пожертвования, практики самоорганизации по месту жительства (субботники, мероприятия по благоустройству, собрания жильцов дома или подъезда), а также выражение своего мнения через Интернет.

Такое различное понимание социальной активности, а также наличие близких, зачастую пересекающихся терминов (социальная, общественная, гражданская активность) затрудняет сопоставление результатов различных исследований, например, понимание, какой уровень социальной активности считать нормативным, какие качества личности являются ее предикторами, как оценить ее эффективность и т.д. Это приводит нас к первоочередной задаче классификации видов и форм социальной активности по разным основаниям.

Например, социальная активность может быть разделена на различные виды и типы по следующим основаниям: 1) по широте охвата заинтересованных сторон (активность может быть направлена на удовлетворение потребностей личности, конкретных групп, общества, все-

го человечества и т.д.); 2) по источнику инициативы (реактивная, проактивная, превентивная); 3) по целям и характеру (гуманитарная, восстановительная, миротворческая, созидающая, поисковая, демонстративная, контролльная, протестная, разрушительная и т.д.). Активность может включать следующие виды деятельности и мероприятия: воспитательные, активизирующие, информирующие, организующие и т.д.; 4) по сфере реализации (культурно-досуговая, образовательная, профессиональная, семьи, социального развития, здоровья, художественно-эстетическая, спортивная, политическая, гражданско-правовая, экономическая и т.д.); 5) по субъекту (социальная активность может проявляться одиночно, в малой или большой группе); 6) по интенсивности или уровню (от пассивности до сверхактивности); 7) по временным характеристикам (частоте и длительности). По этим основаниям активность может быть: кратковременной, длительной, постоянной, разовой, систематической и т.д. Можно выделить виды и по временному изменению интенсивности: зарождающаяся, формирующаяся, растущая, угасающая и т.д.; 8) по эффективности для общества. Этот показатель является наиболее значимым, но также и наиболее трудно поддающимся оценке. Нередко активность может сочетать в себе и про-, и антисоциальные функции, например, участие в некоторых видах молодежных неформальных организаций; 9) по эффективности для субъекта активности.

Таким образом, многообразие форм и видов социальной активности определяет необходимость строгого подхода исследователей к анализу ее содержания и динамики, а также выделению критериев ее эффективности.

Купрейченко А.Б.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

Акбарова А.А.

Институт психологии РАН, Москва

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТАТУСА*

Социальное самоопределение рассматривается как процесс поиска субъектом собственного способа жизнедеятельности в его социуме на основе системы жизненных принципов, ценностно-смысловой системы, а также исходя из своих возможностей, способностей ожиданий и притязаний, их соотношения. Современные исследования показывают, что существует взаимосвязь готовности к экономической активности, оценок качества жизни и субъективного экономического статуса личности (Головина, Савченко, 2004; Журавлева, 2006; Осипенко, 2005; Позняков, 2002; Филиппова, 2005; Хащенко, Баранова, 2004; Hartner, Kirchler, Poschko, Rechberge, 2010; Wenzel, 2007). Состояние исследований, посвященных самоопределению, предоставляет множество возможностей для изучения и развития понятия. Соответственно, программа нашего исследования представляет собой попытку систем-

ного изучения структуры социального самоопределения. Один из блоков исследовательской программы направлен на изучение субъективного социального и экономического статуса, а также уровня личностной зрелости, их индикаторов, уровня и динамики. Также респондентов просили ответить на вопрос, считают ли они себя социально активными людьми, в каких сферах проявляется их активность. В исследовании участвовало 377 человек.

Результаты контент-анализа показали, что субъективные экономический и социальный статусы, а также личностная зрелость являются комплексными и взаимосвязанными явлениями. Среди критериев экономического статуса встречаются нравственные, моральные и духовные критерии, которые чаще упоминаются при описании уровня личностной зрелости. В экономическом статусе присутствуют характеристики, которые можно отнести

* Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ № 12-36-01099a1.

как к социальному статусу, так и духовному уровню, который описывает уровень личностной зрелости. Среди критериев социального статуса фигурируют экономические показатели, а личностная зрелость оценивается через социальное положение в обществе.

Но в схожих областях все же присутствует качественное различие. Например, работа выступает общим показателем как экономического, так и социального статуса, но она рассматривается в качественно разных аспектах. Для субъективного экономического статуса важно наличие или отсутствие работы, соотношение усилий, затраченных на нее и оплаты труда. При определении социального статуса важна занимаемая должность, ее престижность и авторитетность в обществе (политические деятели, чиновники, учёные). Уровень личностной зрелости редко определяется через работу или должность, но представители некоторых, обычно творческих профессий воспринимаются как духовные, нравственные.

Проявление активности, стремление к более высокому статусу, как экономическому, так и социальному, либо духовному, нравственному развитию встречаются как критерий в среднем или высоком уровне статуса. Низкий уро-

вень статуса воспринимается как безнадежное состояние, характеризуется ленью, нежеланием, объясняющими неуспех человека. Действительно, более 90% респондентов отнесли себя к средней категории социального положения в обществе, большинство планирует увеличить свою активность. Более половины (около 60%) респондентов считают себя социально активными людьми. При этом социальная активность практически в равной степени направлена на экономическую сферу (27%) и достижение социального статуса (21%).

Таким образом, результаты исследования показывают, что и субъективный экономический, и субъективный социальный статусы оказывают влияние на экономическую и социальную активность личности.

Эмпирическое исследование позволило установить, что имеет место существование общих критериев и сходство представлений о личностных особенностях, необходимых для достижения высокого экономического и социального статуса, личностной зрелости. Однако установлено, что в сознании респондентов существует разграничение социального и экономического статуса личности, а также уровня личностной зрелости.

Лебедева Н.М., Осипова Е.В., Черкасова Л.П.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ЦЕННОСТИ КАК ПРЕДИКТОРЫ ОТНОШЕНИЯ К ИННОВАЦИЯМ*

В современном мире необходимым условием экономического роста и процветания является переход национальных экономик в инновационную фазу развития. С этой целью во многих государствах развиваются национальные инновационные системы, увеличиваются государственные и частные инвестиции в научные разработки, создаются специальные кластеры инновационного развития: свободные экономические зоны, технопарки, центры пре-восходства и т.п. При этом, как правило, мало внимания уделяется анализу национальной культурной специфики, и в планируемые процессы вмешивается неучтенный фактор: культура и социальный контекст, в котором инновации рождаются и распространяются. В России доля принципиально новых продуктов катастрофически мала в сравнении с другими европейскими странами. И здесь, на наш взгляд, на пути инновационного развития вообще и для рынка в частности встает не столько технологический, сколько культурный барьер.

Данное исследование посвящено изучению взаимосвязей ценностей, социального капитала и установок по отношению к инновациям. В исследовании участвовали респонденты из четырех федеральных округов России – Центрального, Дальневосточного, Приволжского и Северо-Кавказского. Респондентам ($N = 1238$) предлагался опросник, в который вошли следующие методики: методика ценностей Шварца SVS-57, шкала самооценки ин-

новативных качеств личности (Лебедева, Татарко, 2009), методика оценки социального капитала (Татарко, 2011). В результате корреляционного анализа выявлена положительная взаимосвязь ценности Открытости изменениям и позитивного отношения к инновациям. Также обнаружено, что компоненты социального капитала (доверие, толерантность, воспринимаемый социальный капитал) положительно взаимосвязаны с отношением к инновациям. Кроме того, выявлено, что ценности Сохранения и Само-преодоления, отражающие интересы группы, позитивно взаимосвязаны с измерениями социального капитала. Также обнаружено, что социальный капитал как напрямую, так и через ценность Открытости изменениям позитивно влияет на отношение к инновациям.

Эмпирическая модель, полученная с помощью моделирования структурными уравнениями, в целом подтверждает гипотезы исследования и демонстрирует позитивное влияние ценностей Открытости изменениям и социального капитала на отношение к инновациям в России. Сильная связь ценности «Открытости изменениям» с отношением к инновациям говорит о необходимости создания условий для формирования данной ценности как мощного ценностно-мотивационного базиса индивидуальной креативности и инновативности.

Воспринимаемый социальный капитал в этой модели выполняет функцию медиатора. Доверительные отно-

* Исследование выполнено при поддержке РГНФ, проект № 11-06-00056а («Взаимосвязь компонентов психологической структуры социального капитала и установок экономического поведения»).