

Жизненные цели и социальное самочувствие региональной молодежи: внутривозрастная специфика

С. В. ЯВОН

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ,

ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА, г. ТОЛЬЯТТИ)

В статье на основе результатов социологического исследования анализируются жизненные цели и социальное самочувствие молодежи Ульяновской и Самарской областей.

Ключевые слова: молодежь, возрастные группы молодежи, жизненные цели, социальное самочувствие.

Большинство юношей и девушек имеют цели, мечты, планы. И в зависимости от того, как они претворяются в жизнь, как реализуются, молодые люди становятся либо счастливыми, уверенными в своих силах, либо теряют перспективу, разочаровываются. Жизненные цели являются интегральной внутренней основой мотивации поведения, которая более всего индивидуализирует процесс жизненного самоопределения. Проанализировать жизненные цели и социальное самочувствие молодежи было одной из задач социологического исследования «Место и роль молодежи в современном обществе», проведенного автором статьи в 2009 г. на территории Ульяновской и Самарской областей (Явон, 2012). Проанкетировано 3 тыс. чел. в возрасте 14–30 лет. Рес-

понденты сегментированы на три подгруппы по критериям:

— гендерной принадлежности (юноши/мужчины, девушки/женщины);

— возраста (время надежд — 14–17 лет; этап формирования собственного пути — 18–24 года; пора получения первых устойчивых результатов — 25–30 лет);

— территории проживания (центр субъекта РФ — г. о. Ульяновск, крупный город в субъекте РФ — г. о. Тольятти и сельская местность — поселки городского типа, села Ульяновской и Самарской областей).

Выборка составлена с учетом статистических данных о численности населения (в нее вошли крупные, средние и маленькие районы) и территориального расположения относи-

тельно областного центра/ крупного города в субъекте (см.: Статистические данные..., 2009). По данным российской статистики, уровень жизни населения в Ульяновской области существенно ниже, чем в Самарской области, что позволяет сравнивать положение молодежи в разных социально-экономических условиях. Характеристики молодых людей Ульяновской и Самарской областей отражают общие тенденции ситуации, сложившейся в регионе в последние годы.

В данной статье ключевые вопросы исследования рассматриваются сквозь призму внутривозрастной дифференциации молодежи: время надежд — 14–17 лет, этап формирования собственного пути — 18–24 года и пора получения первых устойчивых результатов — 25–30 лет.

Жизненные цели являются интегральной внутренней основой мотивации поведения, которая более всего индивидуализирует процесс самоопределения. Для респондентов было предложено 16 выборов жизненно важных целей с выделением 1-й, 2-й и 3-й степеней значимости. По всей выборке на первом месте стоит «высокий заработок, материальное благополучие» — 55,9%, на втором месте — «дело по душе, интересная работа» — 44,2%, на третьем — «хорошие отношения в семье» — 35,7% (табл. 1, см. с. 122). Как будет показано (табл. 5, см. с. 126), наиболее актуальная проблема для участвующей в опросе молодежи — это нехватка денег. Как следствие, на первое место молодые люди поставили цель — высокий заработок и материальное благополучие. Но как показали результаты исследования, молодежь волнует решение не только насущных материальных проблем. Важным остается нахождение своего места в жизни, реализация своих мечтаний и взаимоотношения в семье.

Относительно степени значимости тройка лидеров выглядит следующим образом. На первом месте находится ответ «дело по душе, интересная работа» — 26,6%. Среди целей первой степени значимости выделялись также «высокий заработок, материальное благополучие» — 25,1%, «хорошие отношения в семье» — 14,4%. На втором месте — вариант ответа «высокий заработок, материальное бла-

гополучие» — 21,4%. Среди целей второй степени значимости были названы также: «хорошие, верные друзья» — 12,4% и «хорошие отношения в семье» — 12,1%. На третье место по степени значимости респонденты поставили «возможность поехать по миру» — 12,3%. Среди целей третьей степени значимости также расположились «хорошие, верные друзья» — 10,5% и «высокий заработок, материальное благополучие» — 10,2%.

Таким образом, в целом для молодежи регионального социума (Ульяновской и Самарской областей), принявшей участие в исследовании, важно иметь высокий заработок, работу по душе, хорошие взаимоотношения в семье и возможность поехать по миру.

Возрастной ценз влияет на расстановку целей по степени значимости. Если для молодежи 14–17 лет важны «хорошие и верные друзья» — 47% (третья позиция), то для средней и старшей возрастной групп существенными становятся взаимоотношения в семье — 35,6% (18–24 года) и 39,1% (25–30 лет). Скорее всего, это связано с тем, что после 18 лет молодые люди начинают создавать собственные семьи, а друзья уходят на второй план.

Согласно проведенному исследованию среди ближайших планов респондентов регионального социума (Ульяновской и Самарской областей) лидирующими позициями по общей выборке стали «продолжить образование» — 18,5%, «основать свое дело» — 17,2%, «работать по специальности в государственных структурах» — 16,6% (табл. 2, см. с. 123). Удовлетворенность молодежи профессиональным образованием проявляется в том, что в качестве ближайшей цели она называет желание работать по специальности. Следовательно, получение образования может рассматриваться как своего рода инвестиции в будущую статусную позицию. Растущий спрос на высококвалифицированный труд, более высокая цена такого труда, развитие технологического прогресса диктуют необходимость вкладывать средства в образование детей для того, чтобы они могли включиться в общественное производство с наибольшей эффективностью. Молодежь планирует свое будущее по принципу активной позиции и принятия полной от-

Таблица 1

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕЛИ МОЛОДЕЖИ (В % ОТ ЧИСЛА ОПРОШЕННЫХ)

Жизненные цели	1-е место по значимости	2-е место по значимости	3-е место по значимости	По всей выборке	Возраст, лет		
					14–17	18–24	25–30
Высокий заработок, материальное благополучие	26,6	10,7	7,4	55,9	54,7	55,2	57,6
Дело по душе, интересная работа	25,1	21,4	10,2	44,2	51,7	43,2	40,5
Хорошие отношения в семье	2,0	2,0	2,0	35,7	31,0	35,6	39,1
Хорошие, верные друзья	8,2	12,4	10,5	30,4	47,0	29,8	20,1
Удовлетворенность в любви, интимной жизни	2,1	4,7	4,0	19,0	19,1	18,4	19,7
Возможность поехать по миру	14,4	12,1	9,8	16,7	16,6	15,8	18,0
Душевное равновесие	4,6	7,8	7,0	14,3	11,0	11,9	19,6
Свое дело, успех в предпринимательстве	1,9	3,4	3,2	12,6	9,9	12,7	14,2
Самостоятельность, свобода	3,7	4,8	6,1	10,8	10,7	11,1	10,3
Знакомства, связи, возможность все достать	1,0	2,6	4,3	10,5	9,2	11,5	9,9
Возможность проявить себя, свои способности	1,7	3,5	3,9	8,9	9,3	7,5	10,4
Профессионализм, мастерство	1,8	3,6	5,6	8,8	8,7	8,4	9,2
Нетрудная работа, спокойная жизнь	0,9	4,0	12,3	8,4	4,9	9,5	9,4
Уверенность в безопасности	1,1	2,7	5,2	7,6	4,0	7,7	9,9
Признание окружающих, слава	0,8	1,0	1,7	5,9	5,8	6,7	4,9
Власть, возможность командовать людьми	3,3	3,3	6,2	3,5	3,7	3,3	3,6
Другое	0,7	0,1	0,5	0,4	0,3	0,5	0,3
Количество ответивших, чел.	2994	2919	2899	2994	675	1320	998

Примечание: респонденты могли отметить по три варианта в порядке убывания значимости от 1 до 3.

ветственности за решения возникающих проблем. Поэтому на передний план выходит организация собственного бизнеса как способ преодоления классической схемы карьерного роста и освоения новых возможностей жизненного успеха, основанного на другом типе культурного капитала (собственных силах, деньгах, власти). Совсем небольшая часть респондентов связывает свою трудовую деятельность с научно-исследовательской сферой — 2,2%. Молодежь не стремится в науку, прежде всего из-за низкого уровня зарпла-

ты, что не позволяет достичь приоритетной цели жизни.

Результаты по возрастным группам показывают, что для 14–17-летней молодежи актуально продолжение образования — 39,5%. Средняя возрастная группа находится на перепутье, о чем говорят цифры: 16,7% — основать свое дело, 16,1% — продолжить образование, 16,1% — работать по специальности в госструктурах. Для молодежи после 25 лет наибольшее значение приобретает трудоустройство: 20,5% — основать свое дело, 19,2% —

Таблица 2

ПЛАНЫ НА БЛИЖАЙШЕЕ БУДУЩЕЕ (В % ОТ ЧИСЛА ОПРОШЕННЫХ)

Ближайшие цели	По всей выборке	Возраст, лет		
		14–17	18–24	25–30
Продолжить образование	18,5	39,5	16,1	7,3
Основать свое дело	17,2	13,3	16,7	20,5
Работать по специальности в государственных структурах	16,6	13,6	16,1	19,2
Работать по специальности в коммерческих структурах	10,7	8,1	12,3	10,2
У меня другие планы на будущее	9,9	9,1	9,8	10,5
Работать не по специальности в коммерческих структурах	6,7	1,0	7,6	9,3
Уехать за границу учиться или работать	5,2	8,0	5,3	3,1
Посвятить себя дому, семье	4,7	0,7	3,4	9,1
У меня еще нет никаких планов на будущее	4,2	4,0	5,1	3,2
Работать не по специальности в государственных структурах	2,6	1,3	3,1	2,8
Заняться научно-исследовательской работой	2,2	1,2	3,0	1,8
Остаться работать в организации, где подрабатываю	1,6	0,1	1,4	2,8
Количество ответивших, чел.	2998	678	1321	998

работа по специальности в госструктурах. Необходимо заметить, что более всего диссонанс — расхождения в предпочтениях молодежи — отмечается не в форме хозяйствования будущей/настоящей организации (фирмы), а в трудоустройстве по специальности/не по специальности, т. е. главным является применение полученных знаний в практической деятельности.

Корреляция постановки цели и задач (планов) на ближайшее будущее показала следующее. На первое место респонденты поставили достижение материального благополучия. Реализация данной цели возможна через «работу по специальности в коммерческих структурах» (31,9%), «основание собственного бизнеса» (29%), «отъезд за границу работать или учиться» (28,4%). Найти интересную работу по душе можно либо в государственных структурах, трудоустроившись по специальности (35,9%), либо продолжив свое образование (30,1%), либо уехав за границу (28,4%). До-

биться хороших отношений в семье, по мнению респондентов, выбравших данную цель, можно, лишь посвятив себя дому и семье (27,7%), работая в государственных структурах по специальности (17,5%) / не по специальности (20,5%).

Представления молодежи о целях в жизни в определенной мере коррелируют с ее оценками того, какими путями можно добиться этого успеха. Наиболее популярными средствами достижения чего-либо в жизни молодые люди назвали «личные качества, способности» — 25,4%, «наличие знаний» — 11,7%, «деньги, материальное положение» — 10,4%. Для молодых людей младшей и средней возрастных групп доступны следующие средства достижения жизненно важных целей: «личные качества и способности» — 24,3 и 25,9% соответственно, «знания» — 13,6 и 11,9%, «высшее образование» — 12,8 и 10,3%. Для старшей возрастной группы: «личные качества и способности» — 25,5%, «деньги, матери-

альное состояние» — 12,7%, «физическая сила, здоровье» — 11,1%, «семья» — 11,1%. Можно заметить, что для молодежи старше 25 лет образовательный ресурс теряет свою актуальность. В процессе осуществления жизненного самоопределения юноши/мужчины и девушки/женщины рассчитывают в основном на собственные силы, личные качества и способности, что позволяет максимально увеличить свой социальный ресурс в конкурентном обществе.

Реализация целей в процессе жизненного самоопределения зависит от политической ситуации в стране и социального самочувствия молодежи. Социальное самочувствие характеризует общее мироощущение человека, общую оценку им своей жизни, ощущение ее устроенности или неустроенности (уровень социального оптимизма или пессимизма). Как пишет Вал. А. Луков, «восприятие и оценка индивидом своей жизненной ситуации осуществляются им в рамках усвоенных социальных ценностей и норм, в соотношении с жизненными идеалами, ожиданиями, планов на будущее и т. д. и этим предопределяют эмоциональный фон и волевой импульс, характеризующие самочувствие» (Луков Вал., 2008). Значительное число респондентов регионального социума (Ульяновской и Самарской областей) характеризуется так называемым социально комфортным самочувствием, что проявляется в удовлетворенности жизнью, оптимистиче-

ской оценке жизненных перспектив, минимальном уровне тревожности. Трудности и проблемы сегодняшней жизни вызывают у молодежи этого типа надежду на перемены к лучшему — 37,5% (по всей выборке) или воспринимаются как нормальное явление, не вызывая никаких чувств, — 16,4% (табл. 3).

Более позитивные оценки проблематики повседневности зафиксированы у 14–17-летней молодежи. Дискомфортно-агрессивное социальное самочувствие наиболее характерно для 25–30-летней молодежи, что проявляется в чувствах тревожности — 23,0%, раздражения и досады — 11,6%, растерянности — 7,9%. С возрастом особенно усиливается тревожность.

Адаптивность (свойственно социально комфортное самочувствие) значительной части молодежи — 53,9% проявляется и в самоидентификации молодого поколения как «поколения надежд» — 28,9% по всей выборке (табл. 4). Причем с возрастом данное ощущение снижается. Возрастное ранжирование обнаруживает, что молодые люди 14–17 лет скорее всего готовы определить себя как «агрессивное поколение» — 20,3%. Интересно отметить, что у молодежи старшей группы (25–30 лет) на втором месте оказался ответ «обманутое поколение» — 15,8%, а у младшей группы (14–17 лет) эта характеристика занимает последнюю позицию (2,8%).

Таблица 3

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЕЖИ (В % ОТ ЧИСЛА ОПРОШЕННЫХ)

Трудности и проблемы сегодняшней жизни вызывают...	По всей выборке	Возраст, лет		
		14–17	18–24	25–30
Надежду на перемены к лучшему	37,5	41,5	36,7	35,9
Тревогу	18,8	14,1	18,1	23,0
Никаких чувств, это нормально	16,4	18,0	15,9	15,9
Раздражение, досаду	12,5	13,2	12,7	11,6
Затруднились ответить	8,2	10,0	8,5	6,7
Растерянность	7,2	4,2	8,1	7,9
Количество ответивших, чел.	2989	673	1318	997

Примечание: респонденты могли отметить более чем один вариант ответа.

Таблица 4

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ МОЛОДЕЖЬЮ СВОЕГО ПОКОЛЕНИЯ (В % ОТ ЧИСЛА ОТВЕТИВШИХ)

Себя респондент считает представителем поколения...	По всей выборке	Возраст, лет		
		14–17	18–24	25–30
Поколение надежд	28,9	32,8	30,6	24,1
Агрессивное поколение	13,8	20,3	14,3	8,5
Циничное поколение	10,4	8,8	11,0	10,8
Обманутое поколение	9,7	2,8	8,5	15,8
Потерянное поколение	8,3	8,9	8,2	8,0
Прагматическое поколение	7,9	5,4	7,7	9,8
Разочарованное поколение	7,5	4,8	6,5	10,8
Скептическое поколение	6,9	7,9	6,9	6,1
Поколение гражданского примирения	3,7	5,4	3,4	2,9
Напуганное поколение	3,4	4,2	3,0	3,3
Количество ответивших, чел.	2981	671	1312	997

Примечание: респонденты могли отметить более чем один вариант ответа.

С одной стороны, наблюдается позитивный настрой молодых людей, о чем говорит преобладание ответов «поколение надежд» у 1/3 части молодежи, с другой стороны, заставляет задуматься популярность варианта «агрессивное поколение» и преобладание у старшей возрастной группы ответа «обманутое поколение». Полученные результаты, возможно, связаны с проведением эмпирического исследования во время экономического кризиса в стране. Ухудшение экономической ситуации по объективным причинам отрицательным образом сказывается на восприятии действительности. И именно этот фактор стал причиной некоторой агрессивности, цинизма и ощущения обманутости у молодых людей.

Очертив круг из набора молодежных идентичностей относительно своего поколения в российской социальной среде, необходимо определить ключевые проблемы, наиболее актуальные для молодых людей. Большинство респондентов ответили, что «нехватка денег» для них является главной жизненной проблемой — 63,2% (по всей выборке). Ранжирование также показало, что большинство, а именно 41,7% от всех респондентов, поставили дан-

ную проблему на первое место по значимости. Второй была названа «жилищная проблема» — 34%. На третьем месте — «материальная зависимость от родителей» — 22,7%, далее «проблемы с работой» — 21% (табл. 5).

В отношении возрастных групп получилась следующая картина. Молодежь 14–17 лет выстроила проблемы по степени важности: «нехватка денег» — 53,2%, «материальная зависимость от родителей» — 29,9%, «возможности для отдыха, проведения свободного времени» — 22,9%. Следовательно, у молодых людей младшей возрастной группы жилищная проблема и проблемы с работой теряют свою актуальность.

Респонденты 18–24 лет, которые уже более вовлечены во взрослую жизнь, назвали своими главными проблемами следующие: «нехватка денег» — 65,8%, «жилищная проблема» — 35,8%, «материальная зависимость от родителей» — 26,5%. К этому времени молодые люди начинают создавать семьи, пытаются жить отдельно от родителей и всячески быть независимыми от них.

Старшая возрастная группа от 25 до 30 лет также выделила для себя проблему с «нехват-

Таблица 5

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ (В % ОТ ЧИСЛА ОТВЕТИВШИХ)

Жизненные проблемы	По всей выборке	Возраст, лет		
		14–17	18–24	25–30
Нехватка денег	63,2	53,2	63,8	66,4
Жилищная проблема	34,0	8,9	35,8	48,3
Материальная зависимость от родителей	22,7	29,9	26,5	13,0
Проблемы с работой	21,0	8,4	25,3	23,8
Возможности для отдыха, свободного времени	17,7	22,9	17,9	14,0
Неполноценный досуг	16,5	16,8	17,3	15,1
Взаимоотношения с родителями, родственниками	12,7	20,5	12,4	7,8
Проблемы со здоровьем	12,7	14,1	11,3	13,7
Возможность потерять работу	11,6	2,6	8,9	21,2
Бытовые проблемы	9,7	9,9	7,8	12,2
Недоступность качественного образования	8,7	12,0	9,7	5,3
Взаимоотношения с друзьями	7,7	15,6	6,8	3,5
Недоступность медицинского обслуживания	6,5	2,6	7,5	7,7
Проблемы нравственного характера	6,1	10,5	5,2	4,4
Проблемы секса	5,9	9,5	6,0	3,4
Взаимоотношения с партнером по браку	5,9	0,6	4,8	11,0
Ничего не беспокоит	5,4	12,5	3,7	2,9
Социально-психологические проблемы	5,3	6,3	5,8	4,1
Проблемы воспитания детей	3,8	1,8	2,1	7,3
Проблемы этического характера	2,8	4,1	2,8	1,9

кой денег» — 66,4% и «жилищную проблему» — 48,3%. Но в отличие от средней возрастной группы третьей обозначена «проблема с работой» — 23,8%. После 25 лет молодежь (в основном) материально не зависит от родителей и имеет самостоятельный доход, поэтому поиски высокооплачиваемой и перспективной работы, жилья более актуальны именно для этой возрастной группы.

Исходя из вышесказанного можно сделать следующие выводы. В региональном социуме (Ульяновской и Самарской областей) значительная часть молодежи идентифицирует себя как «поколение надежд» и, как следствие, характеризуется социально комфортным самочувствием. Большую адаптивность к изменениям, сопутствующим трансформации обще-

ства, проявляют юноши и девушки, опирающиеся на личные качества и способности. Молодежь посредством образования планирует завоевать определенный социально-экономический статус. Доминантная ценность — материальный достаток — сочетается с такими наиболее значимыми ценностями, как интересная работа (дело по душе), семья и дружба.

Ожидания, чувства, потребности и ценности разных возрастных групп зависят от тех ресурсов, которыми молодой человек может обладать в том или ином возрасте. Для младшей группы на передний план выходят проблемы образования, отношений с друзьями, секса. Молодежный возраст 14–17 лет определяется как «время надежд», что подтверждается большим позитивным настроением молодежи ре-

гионального социума. Представления о будущем более размыты и неопределенны, поэтому выбор жизненной стратегии во многом зависит от материального благополучия родителей и их жизненного сценария.

Молодые люди старшей группы, вступившие во взрослые социальные отношения, имеющие образование, опыт работы, в качестве главных ценностей, кроме материального достатка, выделяют семейное благополучие. Кроме того, открытие собственного бизнеса, трудоустройство по специальности в государственных структурах в качестве альтернативы решения экономических проблем в первую очередь отмечают молодые люди именно этой возрастной категории. Старшая молодежь более склонна к дискомфортно-агрессивному социальному самочувствию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Луков, Вал. А. (2008) Самочувствие социальное молодежи // Социология молодежи : энциклопедический словарь / отв. ред. Ю. А. Зубок, В. И. Чупров. М. : Academia. С. 422–423.

Статистические данные численности постоянного населения Самарской области (2009) // Де-

мографический ежегодник Самарской области : стат. сб. Самара : СОПОМ Самарастат.

Явон, С. В. (2012) Жизненное самоопределение молодежи. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та.

REGIONAL YOUTH'S LIFE GOALS AND SOCIAL FEELINGS: THE INTRA-AGE SPECIFIC NATURE

S. V. Iavon

(Moscow University for the Humanities, the Volga Region State University of Service)

Based on the results of a sociological research, the article analyzes the life aims and social feelings of the youth of Ulyanovsk and Samara regions.

Keywords: youth, youth's age groups, vital aims, social feelings.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)

Lukov, Val. A. (2008) Samochuvstvie sotsial'noe molodezhi // Sotsiologiya molodezhi : entsiklopedicheskii slovar' / отв. red. Iu. A. Zubok, V. I. Chuprov. M. : Academia. S. 422–423.

Statisticheskie dannye chislenosti postoiannogo naseleniia Samarskoi oblasti (2009) // Demograficheskii ezhegodnik Samarskoi oblasti : stat. sb. Samara : SOPOM Samarastat.

Iavon, S. V. (2012) Zhiznennoe samoopredelenie molodezhi. M. : Izd-vo Mosk. гуманит. un-ta.