

УДК 316.346.32-053.6

## ПРИОРИТЕТЫ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ПИЛОТНОГО ОПРОСА 2022 ГОДА

*О. М. Морозова, А. С. Пищяева*

Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Проведено исследование с целью определения жизненных приоритетов у молодежных групп. Опросник был составлен на использовании диспозиции «общественная польза — индивидуальное обогащение». Рабочая гипотеза исследования состояла в предположении, что установки на карьерный и финансовый успех будут доминировать у всех сегментов выборки. Данная гипотеза не нашла подтверждение. Исследование показало, что лидирующими жизненными приоритетами молодых людей в настоящее время являются духовный рост и приобретение социального признания.

**Ключевые слова:** молодежь, жизненные планы, образ будущего, ценности.

## PRIORITIES OF THE YOUTH VALUE SYSTEM: RESULTS OF THE 2022 PILOT SURVEY

*O. M. Morozova, A. S. Pishchaeva*

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russian Federation)

The purpose of the survey was to clarify the hierarchy of value orientations among groups of young people. The questionnaire was compiled using the disposition "public benefit — individual enrichment". The hypothesis was that attitudes towards career and financial success would be dominant for all segments of the sample. It was not confirmed. The study has showed that nowadays the leading life priorities of young people are spiritual growth and the acquisition of social recognition.

**Keywords:** youth, life plans, vision of the future, value.

**Введение.** Мироззрение молодежи на сегодняшний день формирует свою субкультуру, оно весьма существенно отличается от мироззрения более старшего поколения, и это может создать определенные трудности в процессе обучения и общения. Для успешной работы с молодежью необходимо быть знакомым с мироззрением молодежи, так как именно эти знания облегчают процесс общения и взаимопонимания. Анализу мироззрения современной молодежи посвящено немало исследований и статей [1–7]. Однако, в связи с разработкой методик современного PR, адресованного молодежным слоям, было решено провести собственное исследование. Изначально важно было иметь надежные данные о целевой аудитории, с которой придется работать.

**Основная часть.** Определение понятия «молодежь» приведено в толковом словаре. Это «в широком смысле — обширная совокупность групповых общностей, образующихся на основе возрастных признаков и связанных с ними основных видов деятельности. В узком смысле молодежь — это социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей» [8]. Молодежные группы находятся в постоянной динамике в связи с неизбежным взрослением.

Наблюдение за студентами вузов, учреждений среднего профессионального образования и уже работающей молодежью натолкнуло на размышления о ценностной позиции разных групп молодых людей в возрасте от 15 до 33-х лет. Была сформулирована рабочая гипотеза, что

ключевые ценностные ориентиры молодежных групп описываются соотношением двух категорий — деньги и общественное признание (как результат деятельности в интересах общественной пользы). Было высказано предположение, что меркантильность будет доминировать над социальными ценностями: для молодых людей в большей степени ценен высокий и легкий заработок; чем младше изучаемый контингент, тем больше он хочет много и легко зарабатывать. И наоборот, чем старше изучаемый сегмент, тем реалистичнее его представления об уровне и путях заработка, желаемого для достойной жизни.

В ходе проведенного исследования было опрошено 30 чел. трех возрастных категорий: 15–19 лет, 20–25 лет и 26–33 года. Каждой возрастной категории соответствовало равное количество респондентов — 10 чел. Вопросы анкеты позволяли группировать их по уровню образования, сфере занятости, месту жительства. По месту жительства респонденты были поделены на категории: город-миллионник, город областного подчинения, районный центр, сельское поселение районного подчинения.

В результате обработки данных были получены следующие результаты.

Между интересной работой и заработком было выбрано первое, между свободой распоряжения своим временем и материальным благополучием — также. Важную роль для респондентов играет моральная сторона заработка. Никто из опрошиваемых не выбрал ни один из провокационных вариантов — об участии в лотереях, азартных играх, тотализаторе. Все единодушно отвергли криминальные способы получения денег. При этом необходимо отметить тот факт, что реклама азартных игр, то есть предложения легкого и быстрого заработка через мгновенный выигрыш попадают в Интернет практически всем опрошиваемым. Это хорошо демонстрируют итоги ответа на вопрос по поводу этого: регулярно — 74 %, изредка — 22 %, никогда — 4 %.

Также важно отметить и тот факт, что ответы на вопросы о размере желаемого заработка (№1–2) четко зафиксировали зависимость от возраста респондента: чем младше опрошиваемый, тем меньшее количество денег он считает достаточным для нормальной жизни. Вероятно, это связано с тем, что молодые люди в возрасте от 15 до 19 лет еще не в полной мере ознакомлены со стоимостью жизни взрослого человека, регулярными минимальными тратами, потребностями взрослого и семейного человека, а потому могут не иметь полноценного представления о необходимом уровне заработка.

При этом для того, чтобы зарабатывать больше, работа сверхурочно пользуется меньшим спросом, чем вариант работы на ставку с большим окладом. Итоги вопроса №3 (Как ты готов повысить свой доход?) дали результат:

1. Работать сверхурочно на основном месте работы — 38 %.
2. Искать работу с более высокой ставкой оклада — 48 %.
3. Участвовать в лотереях, азартных играх, тотализаторе — 0 %.
4. Взять кредит в банке — 14 %.
5. Задуматься о способе студента Раскольникова — 0 %.

Ответы на вопрос № 5 (о желаемом месте или сфере работы) показали, что большинство хочет работать в офисе или школе в равном количестве. Популярность школы как места работы приятно порадовала. Причем, молодые люди в возрасте от 15-ти до 19-ти лет в большей степени желают работать в школе, чуть в меньшей степени в возрасте от 20 до 25-лет, но и молодые люди в возрасте от 25-ти до 33-х лет тоже массово ответили, что хотят работать в школе.

Возможно, это объясняется тем, что младшее поколение недавно закончило школу и еще не успело полностью «оторваться» от приятной школьной атмосферы. Однако остальные группы

также готовы трудиться в школьных заведениях, но с меньшим энтузиазмом, так как с момента окончания школы прошло больше времени.

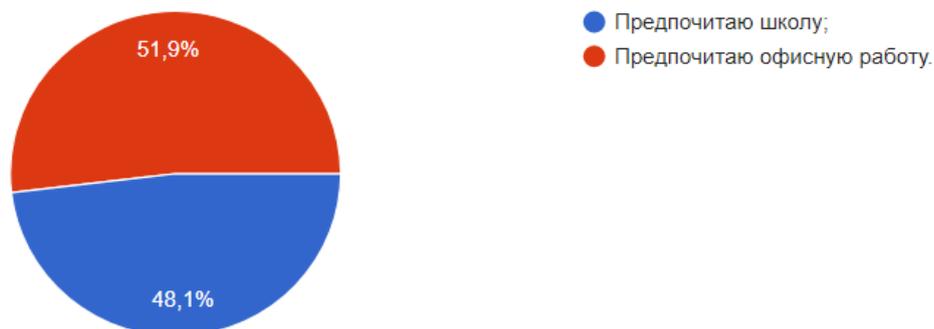


Рис. 1. Ответы на вопрос №5 «Сделайте выбор между работой в школе и в офисе при равном уровне заработной платы»

Удивил ответ на вопрос №6. Несмотря на то, что большинство, судя по предыдущим вопросам, хотят зарабатывать больше, в вопросе о предпочтительной оценке их деятельности выбрали моральное вознаграждение. Это варианты ответов: ощущение значимости своего труда для общества, чувство выполненной миссии — 40 % и доступ к новым социальным горизонтам — 48 %.



Рис. 2. Ответы на вопрос №6 «Какая из оценок деятельности (в любой сфере: профессиональная деятельность, волонтерство, творчество) будет предпочтительной?»

Также необходимо отметить тот факт, что большинство опрошиваемых двух старших возрастных групп имеет полное высшее образование и живет в крупных городах, будучи занятыми практически во всех сферах деятельности. Младшие возрастные группы находятся либо в процессе получения начального среднего образования, либо обучаются в учреждениях среднего или высшего профессионального образования и работают по специальности.

Если рассматривать ответы на вопросы № 5 и № 6 более детально, то можно заметить, что денежное вознаграждение и материальные блага пользуются наименьшим спросом у наиболее молодых людей. Что еще более удивительно, так это значительное количество голосов, отданное варианту ответа: получение ощущения значимости своего труда для общества, чувство выполненной миссии (40 % из всех опрошиваемых).

Таким образом, ценности современной молодежи в основном сосредоточены вокруг таких задач, как приобретение знаний, заработанный собственным трудом карьерный, служебный и профессиональный рост, продвижение по служебной лестнице, как результат высоко оцененной работы, активная и результативная жизнь.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сказать, что рабочая гипотеза не подтвердилась. Предположение о том, что материальная составляющая в системе ценностей молодых людей является базовой, оказалось неверным. Выводы после обработки количественных показателей таковы:

1) Стремление молодых людей к высокому заработку напрямую зависит от их возраста и полученного ими жизненного опыта. Старшие возрастные группы, столкнувшись с реальной стоимостью жизни, хотят иметь заработок значительно больше, чем младшие опрашиваемые.

2) Имеет значение моральный аспект трудовой деятельности: все респонденты готовы зарабатывать только честным трудом, используя собственные знания, умения, трудовые усилия; большинство опрашиваемых выбирают в качестве наиболее желаемого результата своего труда ощущение собственной значимости, доступ к новым социальным горизонтам. Если денежная отдача и моральная удовлетворенность совпадают — это отлично, но одно только денежное вознаграждение, не сопровождающееся положительной общественной оценкой собственной работы, не устраивает практически всех.

**Заключение.** Таким образом, можно сделать вывод о том, что для современной молодежи важно получить хорошие знания, применить их на практике, зарабатывать деньги собственным честным трудом, иметь шанс самостоятельного продвижения по карьерной лестнице.

Жизненные приоритеты и ценности молодежи важны для будущего общества. Задачей является расширение ее представления о богатстве целей, которым человек может посвятить свою жизнь. Высокая степень альтруистических настроений в этой среде определит контент социальной рекламы и PR, адресованных молодым.

Также хотелось бы обратить внимание на то, что поведение и настроения молодых людей — это ответ на вызовы времени. Необходимо видеть в современной молодежи важнейший социальный ресурс.

#### **Библиографический список**

1. Абрамова, С. Б. Образ будущего: ориентиры современной молодежи / С. Б. Абрамова // Социально-демографические и профессиональные общности. Екатеринбург. — 2021. — С. 3–8. — URL : [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31850/1/srbu\\_2015\\_01.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31850/1/srbu_2015_01.pdf) (дата обращения : 10.05.2022).
2. Баева, Л. В. Ценности молодежи в глобализирующемся постнеклассическом обществе / Л. В. Баева; Л. В. Баев // Философия образования. — 2019. — № 1. — С. 3–44.
3. Бакиров, В. Молодежь: потребности и возможности / В. Бакиров, И. Рущенко // Современное общество. — 2018. — № 2. — С. 94–104.
4. Бобнева, М. И. Социальные нормы и регуляция поведения / М. И. Бобнева. — Москва, 1978. — 312 с.
5. Боринштейн, Е. Р. Система ценностных ориентаций личности в условиях социально-культурной трансформации / Е. Р. Боринштейн // Грани. — 2020. — №3. — С. 95–100.
6. Васенина, И. Ценностные ориентации студенческой молодежи и экстремизм / И. Васенина // Высшее образование в России. — 2017. — № 11. — С. 116–119.
7. Волков, Ю. Г. Социология молодежи: Учебное пособие / Ю. Г. Волков — Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. — 576 с.
8. Осипов, Г. В. Социологический словарь / Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичёв, О. Е. Чернощёк. — Москва : Академический учебно-научный центр РАН-МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008. — 608 с.



*Об авторах:*

**Морозова Ольга Михайловна**, доцент кафедры «Связи с общественностью» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), профессор, доктор исторических наук, [olgafrost@gmail.com](mailto:olgafrost@gmail.com)

**Пищаева Александра Сергеевна**, магистрант кафедры «Связи с общественностью» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [piwaeva99@rambler.ru](mailto:piwaeva99@rambler.ru)

*About the Authors:*

**Morozova, Olga M.**, Associate professor of the Public Relations Department, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344003, RF), Professor, Dr. Sci. (Histor.), [olgafrost@gmail.com](mailto:olgafrost@gmail.com)

**Pishchaeva, Aleksandra S.**, Master's degree student of the Public Relations Department, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344003, RF), [piwaeva99@rambler.ru](mailto:piwaeva99@rambler.ru)