

Чудновская Ирина Николаевна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры социологии коммуникативных
систем социологического факультета
Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова

Липатова Мария Евгеньевна

учебный мастер кафедры
экономической социологии и менеджмента
социологического факультета Московского
государственного университета
имени М.В. Ломоносова

**АГЕНТЫ СОЦИАЛЬНО-
КОММУНИКАТИВНОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ
НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ
МОЛОДЕЖИ РОССИИ**

Аннотация:

Исследование проведено на пересечении предметных областей социологии молодежи, социологии образования и социологии коммуникации. Анализируется новое поколение молодежи, родившееся на рубеже веков и социализирующееся в условиях дигитализации и медиатизации общества, в котором произошли существенные социально-экономические и социокультурные перемены, в частности проявляющиеся в нарастающей тенденции противоречивого отношения к высшему образованию. Цель исследования – выявить наиболее значимые субъекты коммуникативного воздействия на формирование образовательных стратегий современных молодых людей России в период завершения их образования в школе, бакалавриате или магистратуре. В результате эмпирического исследования выявлены основные коммуникативные источники, оказывающие влияние на протяженном периоде формирования образовательных стратегий и на финальном этапе конструирования образовательных стратегий на краткосрочную перспективу, определена разноплановая роль родителей в формировании и в выборе образовательных стратегий современных молодых людей России в период завершения очередной ступени их образования. Полученные данные конкретизируют социально-коммуникативный портрет нового поколения российской молодежи в условиях цифровизации и медиатизации общества, роста неопределенности и риска.

Ключевые слова:

молодежь, образовательные стратегии, поколение, социализация, социальная коммуникация, агенты воздействия, родители, средства массовой коммуникации.

Chudnovskaia Irina Nikolaevna

PhD, Associate Professor, Associate
Professor of the Department
of Sociology of Communicative
Systems, Faculty of Sociology,
Moscow State University

Lipatova Mariya Evgenyevna

Training master, Lecturer
of the Department of Economic
Sociology and Management,
Faculty of Sociology,
Moscow State University

**AGENTS OF SOCIAL
AND COMMUNICATIVE INFLUENCE
ON DEVELOPMENT
OF EDUCATIONAL STRATEGIES
OF A NEW GENERATION
OF YOUTH IN RUSSIA**

Summary:

The research was conducted at the intersection of such subject fields as sociology of youth, sociology of education and sociology of communication. The article analyzes a new generation of young people born at the very turn of the century and socializing in the context of digitalization and mediatization of a society where significant socio-economic and sociocultural changes took place, in particular, manifested in the growing tendency of a contradictory attitude towards higher education. The main aim of the research is to identify the most prominent subjects of communicative impact on development of educational strategies of modern young people in Russia in the period when they complete their high school education, as well as bachelors' or master's degree programs. As a result of an empirical research there are identified main communicative sources that influence educational strategies both during an extended period of their development and at a final stage of constructing such strategies for a short term. The article also defines a diverse role of parents in the development and choice of educational strategies of modern Russian young people at the end of a consecutive stage of their education. The data obtained concretize a socio-communicative portrait of the new generation of Russian youth in the conditions of digitalization and mediatization of the society, the growth of uncertainty and risk.

Keywords:

youth, educational strategies, generation, socialization, social communication, agents of influence, parents, mass media.

Значимость образования как вклада в человеческий и социальный капитал осознается в современном мире на различных уровнях: государственном, гражданско-общественном, групповом, личном. Несмотря на константные филогенетические характеристики человека, каждое

новое поколение, социализирующееся в своих особых социально-экономических, геополитических, культурных условиях, проявляет специфику в отношении к образованию и выбору образовательных стратегий.

Новая коммуникативная среда, новая образовательная среда, новые риски антропогенного и техногенного характера, трансформация социальных институтов медиатизирующегося общества не могут не оставить след на образовательной деятельности нового поколения. Государство и общество, прогнозируя и формируя человеческое развитие, нуждаются в научном знании социологического и психологического характера о социально-образовательных практиках и предпочтениях нового поколения молодежи.

Можно утверждать, что зона неопределенности современных молодых людей России осложнена, поскольку их поколение и поколения родителей развивались в абсолютно разных условиях с точки зрения общественно-экономического строя (переход к рыночным отношениям, кардинальное изменение отношения к частной собственности, поляризация общества по доходам), доминирующим информационно-коммуникационным технологиям, глобализации медиарынка, формирования единого образовательного пространства, что неизбежно отразилось на трансформации определенных социальных, культурных, этических приоритетов и ценностей.

Так, несмотря на традиционное для России отношение к образованию как терминальной и инструментальной ценности, следует отметить тенденцию на снижение оценки значимости высшего образования. По данным ВЦИОМ, в 2008 г. с утверждением о ведущей роли высшего образования для карьеры и достижения жизненных целей не согласилось 19 % респондентов, тогда как в 2018 г. доля ответивших так составила уже 34 %. Это проявляется в ответах представителей различных возрастных групп. Люди старшего поколения (60+) традиционно отмечают важность получения высшего образования, поэтому снижение оценки в этой группе незначительное – с 76 % в 2008 г. до 73 % в 2018 г. В то же время молодые люди (18–24 года) полагают, что наличие высшего образования сегодня не является обязательным компонентом достижения жизненных целей и карьерных вершин. Так ответили 52 % в 2018 г. и 79 % в 2008 г. Увеличилось и количество тех, кто считает, что значимость диплома о высшем образовании преувеличена. Так ответили 72 % респондентов в возрасте 18–24 года в 2018 г. и 48 % в 2008 г. Согласны с данным утверждением 66 % 25–34-летних в 2018 г. и 48 % в 2008 г. [1].

Исходя из того что отношение к ценности образования зависит от разновекторных объективных и субъективных факторов, многие из которых связаны с состоянием и агентами социально-коммуникативного поля конкретного временного среза общества, предлагаемое исследование нацелено на то, чтобы выявить наиболее значимые субъекты коммуникативного воздействия на формирование образовательных стратегий современных молодых людей России в периоды завершения их образования в школе, бакалавриате или магистратуре.

В современной социогуманитарной науке не существует единого подхода к определению понятия «молодежь» и общепризнанных возрастных границ данной группы. В социологии молодежи выделяется в особую социально-демографическую группу, обладающую набором определенных социально-психологических свойств, обусловленных как возрастными характеристиками, так и особенностями социального положения в обществе [2], имеющую или не имеющую определенные права и выполняющую связанные с ними основные виды деятельности, занимающую определенное социально-экономическое и общественно-политическое положение [3]. При этом возрастные рамки молодости как определенного этапа жизненного цикла и ее социальный статус в конкретном обществе зависят от социально-исторического контекста, культуры, общественного строя и особенностей социализации в данном обществе.

Разность подходов к определению молодежи отражается и в отсутствии единого мнения насчет возрастных границ группы. Социальная неоднородность молодежи ведет к затруднениям в четком отделении молодежной группы от других групп. Значимые для данного исследования возрастные рамки 17–18 – 24–25 лет включают молодых людей, которые завершают обучение в средних общеобразовательных или профессиональных учреждениях и попадают в такую социальную общность, как абитуриенты, т. е. «те, кто поступает в высшее или среднее специальное учебное заведение» (определение из словаря С.И. Ожегова). Часть из них пока еще не имеет в силу возраста полноценных гражданских прав и находится на иждивении родителей. Другие отделились от родителей и живут на собственные доходы, создают семью, рожают детей. После присоединения России в 2003 г. к Болонскому процессу и перехода к двухуровневой системе высшего образования (бакалавриат – магистратура) к группе абитуриентов можно отнести и выпускников-бакалавров, ориентированных на продолжение обучения в магистратуре, а также магистров, поступающих в аспирантуру.

Под поколением в данной работе имеется в виду «объективно складывающаяся социально-демографическая и культурно-историческая общность людей, объединенных границами

возраста и общими условиями формирования и функционирования в конкретно-исторический период времени» [4, с. 42].

Основатели Торонтской школы в середине XX в. обратили внимание мирового научного сообщества на детерминирующее влияние господствующих информационно-коммуникационных технологий на социальные и когнитивные трансформации в обществе [5]. Новая информационно-коммуникационная технологическая среда позволила ученым XXI в. обосновать характеристики нового молодого поколения. На наш взгляд, с точки зрения социологии неправомерно всю молодежь, родившуюся с конца 1990-х гг., подводить под одну общую черту только на основании информационно-коммуникационного технологического детерминизма, оставляя вне зоны внимания комплекс экономических, социальных, политических, психологических, культурных, географических факторов. В научном дискурсе социологии атрибуция конкретных общих характеристик всему поколению должна опираться на комплекс системных разновекторных исследований большого количества стран. В связи с этим в настоящее время по поводу поколения Z пока более корректно говорить скорее о мифах [6], чем о реальных научно выявленных чертах. Однако отметим, что гносеологическая неразработанность объекта не может отрицать его онтологии.

Ряд наиболее частых атрибуций представлен в работе Н.В. Богачевой и Е.В. Сивак. К ним отнесены следующие характеристики: многозадачность, трудность удержания внимания, снижение критичности мышления, инфантильность, прагматичность, индивидуализм, гедонизм, ценность успеха, депрессивность, тревожность, совершенное владение современными информационными технологиями, сокращение общения с родителями и сверстниками, по другим данным – высокая общительность, неготовность оставаться наедине с собой [7, с. 15]. На основе анализа эмпирических исследований, проведенных в разных странах (прежде всего США, страны ЕС и Россия), авторы опровергают либо в определенной степени подтверждают заявленные мифы. Распределение атрибуций по конкретным сферам (когнитивная, личностная, эмоциональная, социального взаимодействия) предлагается и в других научных источниках и использовано нами в проведенном эмпирическом исследовании по поводу степени значимости конкретных агентов, влияющих на определение образовательной стратегии новым поколением на различных этапах ее конструирования.

Объектом исследования, в соответствии с вышеприведенным определением поколения, стала общность молодых людей, объединенных границами возраста (18–25 лет) и общими условиями формирования (именно эту возрастную общность можно считать в России первой, чья первичная социализация проходила уже в цифровой среде) и функционирования. Только с настоящего времени эти молодые люди начинают реализовывать свои образовательные стратегии после окончания школы или следующей ступени образования. По понятным объективным временным причинам в научном дискурсе пока не представлен обобщенный социальный портрет этой общности в аспекте формирования ее установок по поводу образовательных стратегий. Как показывают современная политическая жизнь России и особенности ее протестных движений с непредсказуемым для общества участием молодежи, к этой новой общности молодых людей уже невозможно относиться по инерции, без учета знаний о специфике их предпочтений в определении жизненных стратегий.

Конструирование жизненной стратегии является одной из важных и сложных составляющих жизни человека, она отражает устремленность в будущее и целостное представление о желаемом будущем. Такие ее характеристики, как системность, целенаправленность и долгосрочность, позволяют осуществлять ориентацию на перспективу, ставить определенные цели и выбирать необходимые ресурсы для их реализации. Стратегия «представляет собой устойчивую, рефлексивную линию поведения индивида по достижению поставленной цели, опирающуюся на субъективную оценку ситуации в определенной временной перспективе» [8, с. 41]. Другими словами, здесь происходит актуализация поведенческой готовности и активности в реализации желаемого. Это своего рода идеальная модель, система целей и задач, которая может быть сконструирована во всех сферах жизнедеятельности человека [9].

Формирование жизненной стратегии и ее отдельных элементов совпадает с первичной социализацией, что не исключает внесения правок и коррективов в нее по мере развития и самопознания личности, выделения новых значимых ситуаций. Выбор будущей профессии, учебного заведения, программы подготовки, первого места работы является частью общей жизненной стратегии молодого человека и предполагает разработку определенных шагов, соотнесение их с временной перспективой и выбором актуальных средств для достижения задуманного. В соответствии с рассмотренным пониманием жизненной стратегии образовательная стратегия определяется как осознаваемая индивидом устойчивая система целей, типичных способов и форм поведения, направленных на достижение желательного (по формальным и содержательным результатам) уровня образования, необходимого для осуществления жизненных планов [10]. Образовательная стратегия встроена в общую жизненную стратегию личности.

Выстраивание образовательных стратегий коррелирует с особенностями социализации индивидов. В социологической науке социализация понимается как «процесс становления и развития личности, состоящий в освоении индивидом в течение всей его жизни социальных норм, культурных ценностей и образцов поведения, позволяющий индивиду функционировать в данном обществе» [11]. Существуют два подхода к анализу социализации: субъект-объектный (отрицание человека действующего) и субъект-субъектный (акцент на активность индивида в процессе социализации). В современных концепциях исследования социализации большой упор делается на процесс продуктивной и индивидуальной деятельности человека, основанной на предпочтениях и творческой активности [12]. Сейчас стало возможным традиции не наследовать, а выбирать. Э. Гидденс обращает внимание на непрерывность и воссоздаваемость процесса за счет самовыражения индивида в обществе. Учитывая современные тенденции, он делает выводы, что социализация контекстуальна и динамична. Шаблоны, навязываемые обществом, – это одна из сторон двойного процесса субъект-субъектного взаимодействия, это лишь трансляция способов воспроизводства социального взаимодействия, а сам выбор осуществляет личность. В то же время отдельный индивид со своей собственной системой убеждений так или иначе приспосабливает к себе ту часть социального мира, к которой он принадлежит и с которой себя идентифицирует [13]. Важнейшую роль при этом выполняют агенты социализации.

Основными агентами социализации являются родители, родственники, друзья, школа, средства массовой коммуникации, интернет. Агентами профориентационной составляющей этого длительного процесса выступают образовательные организации, семья, предприятия в качестве потенциальных работодателей, государственные органы, разрабатывающие нормативную основу и контролирующие ее действие, специальные научные институты и консультационные службы, учреждения культуры, средства массовой информации и коммуникации. Каждый из этих агентов имеет свою специфику и вносит свой вклад в образовательную среду. Отметим, что не все агенты воздействия выступают для молодежи агентами именно коммуникативного воздействия. В проведенном эмпирическом исследовании особое внимание уделено роли семьи в ее различном проявлении и роли массмедиа. Акцент на анализ роли семьи объясняется рядом причин, среди которых приписываемые новому поколению атрибутивные характеристики индивидуализма и коммуникативного дистанцирования от родителей, с одной стороны, и инфантилизма – с другой. Выбор акцента на массмедиа связан с их уникальной характеристикой – быть агентом воздействия на человека на протяжении всей его жизни.

Роль массмедиа и интернета как источников информации для создания стереотипов в мировоззрении и выборе последующих видов деятельности молодежи рассмотрена нами в статье [14]. Исследовательская компания Mediascore представила данные о том, что по состоянию на февраль 2018 г. 90 млн человек в России пользуются интернетом хотя бы раз в месяц. Это составляет 73 % населения, и прирост за год равен 4 % [15]. Что касается именно молодежи, то к началу 2019 г., по данным исследования о проникновении интернета в России, уже 99 % молодежного населения (16–29 лет) пользуются интернетом [16]. Отметим, что показатели среднего времени нахождения в Сети у молодежи выше, чем у остальных поколений. Молодежь даже в малых городах готова к активной деятельности по защите своих прав по поводу коммуникации в Рунете [17].

Необходимо проверить, означает ли превалирование данного коммуникативного канала снижение роли других, традиционных, агентов воздействия. Особенность нашего исследования заключается в том, что анализируются протяженный период формирования образовательных стратегий и финальный этап конструирования образовательных стратегий на краткосрочную перспективу, когда неопределенность напрямую связана с риском.

В периоды рисков возрастает роль социальной коммуникации как источника уменьшения неопределенности. В широком спектре типов ситуаций риска особое место занимает ситуация выбора жизненных стратегий после окончания школы. Этот выбор во многом зависит от имеющихся компетенций и навыков выпускника.

В рамках исследования обращаем внимание прежде всего на социально-эмоциональные навыки, связанные с самосознанием, самоуправлением, социальной осведомленностью, взаимоотношениями. Когнитивные и социально-эмоциональные навыки, приобретенные на ранних этапах, в дальнейшем влияют на жизненные траектории. По сравнению с когнитивными навыками социально-эмоциональные в лучшей степени формируются в детском возрасте [18], однако могут хорошо развиваться и во время ранней взрослой жизни [19]. При сопоставлении этих данных с рассмотренными выше сведениями об этапах и агентах социализации обнаруживаются значимые роли как межличностной коммуникации с родителями, так и медиавоздействия.

Для изучения особенностей формирования образовательных стратегий нового поколения молодежи России и воздействия социально-коммуникативных агентов при их конструировании

были использованы результаты авторского всероссийского социологического опроса, включающего несколько тематических исследовательских блоков. Основной целью комплексного исследования являлся анализ процесса формирования жизненных стратегий молодых людей в современном российском обществе. Цель описываемого в статье тематического исследовательского блока – выявить наиболее значимые субъекты коммуникативного влияния на формирование образовательных стратегий нового поколения молодых людей в период завершения очередной ступени их образования.

В соответствии с поставленной целью в ходе опроса рассматривались следующие блоки задач: выявить основные жизненные приоритеты молодых людей на ближайшую и среднесрочную перспективу; выделить предпочитаемые источники поддержки в реализации поставленных задач и определить существенные коммуникативные субъекты и факторы влияния на принятие решений; сопоставить значимость роли агентов и факторов влияния в коммуникативном воздействии на двух этапах – длительном периоде выстраивания образовательной стратегии и финальном этапе конструирования образовательной стратегии на краткосрочную перспективу; проанализировать отдельные атрибутивные характеристики нового поколения, связанные с коммуникативным взаимодействием, в период формирования образовательной стратегии.

Руководители исследования – М.Е. Липатова, Е.Н. Скутина. Опрос проводился в режиме онлайн в апреле и мае 2018 г. среди молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет, проживающих на территории России и являющихся ее гражданами. Квотированная выборка составила 1 200 респондентов (из них 50,4 % – мужчины, 49,6 % – женщины). Выборка формировалась посредством метода снежного кома. На ряд вопросов можно было дать несколько вариантов ответа. Вопросы носили закрытый и открытый характер. Пример вопроса: «В реализации своих жизненных планов Вы рассчитываете на...» (предполагаются ответы по каждому из предложенных 17 вариантов с оценкой их значимости). Исследование было проведено с использованием рекламных сетей технологии *river-sampling* компании ООО «Неравнодушный гражданин».

Возрастная группа (18–25 лет) включает молодых людей, первичная социализация которых связана с цифровой средой. Это те, кто только что окончили школу и принимают важное решение о своем будущем, а также те, кто завершил первый уровень обучения в вузе (бакалавриат) и осуществляет выбор в пользу продолжения обучения в магистратуре или ориентируется на поиск работы. И те и другие относятся к категории абитуриентов, т. е. лиц, находящихся в положении выбора будущего места учебы, будучи учащимися старших классов школы или студентами последнего курса в вузе.

Согласно исследованию жизненных стратегий и ценностей молодежи (2018), среди основных жизненных приоритетов сохраняется значимость безопасности и стабильности (61,9 %), материального благополучия (64), достижения душевного равновесия (30,3), наличия верных друзей (49,2), создания собственной семьи (59,2), а также 30,7 % респондентов отметили, что важно в жизни, и в частности в работе, приносить пользу людям. Подавляющее большинство молодых людей (ответившие уверенно «да» и «скорее всего да») (90,1 %) считают, что все эти жизненные устремления достижимы.

В рамках исследования респондентам был задан вопрос, кто или что в наибольшей степени будет способствовать реализации их жизненных планов. Ответы распределились следующим образом: собственные силы и знания (84 %), свои способности и природная одаренность (58,9), родители (27,4) и родственники (35,3), связи или влиятельные знакомые (18,1), поддержка государства (32,1), сила денег (32,3), перемены в стране к лучшему (28,7), поддержка друзей (38,8), везение, удачное стечение обстоятельств (38,3), гибкость, умение лавировать, подстраиваться под обстоятельства (51,4), использование всех доступных средств (49,4), предприимчивость (51,8), постоянное повышение уровня своего образования (50,6), активная жизненная позиция (55,6), мастерство, профессионализм (60,9), трудолюбие, исполнительность (70,2 %). Не отказываясь от своей свободы в принятии решений и права на свои ошибки, молодые люди все-таки ожидают поддержку со стороны родителей и других родственников. Это позволяет говорить о сохранении традиционных источников «силы» и инструментов в достижении поставленных целей и реализации намеченных планов, несмотря на значительное усиление таких факторов, как знания, способности самого человека. Ответом на серьезную трансформацию ценностной системы являются готовность современного молодого человека к повышению своего профессионального уровня, большая гибкость и адаптивность к ситуации, предприимчивость в решении своих задач, активность и трудолюбие.

Обозначенные выше устремления и жизненные цели предполагают получение качественного образования, развитие своих способностей и навыков. В связи с этим выбор дальнейшей жизненной траектории, принятие первых решений о продолжении образования после школы и получении желаемой профессии, позволяющие реализовать другие жизненные цели, являются одним из

ответственнейших этапов в жизни молодежи. При этом следует учитывать, что в силу возрастных, психологических и социальных особенностей данного жизненного периода молодого человека он испытывает целый спектр воздействий на процесс принятия решения, что и показали результаты исследований. Значимость конкретных агентов коммуникативного воздействия меняется в зависимости от этапа принятия решения и от объектной направленности принятия решения. Существенное влияние на продолжительный выбор профессии и учебного заведения сохраняется за родителями (55,5 и 47,5 % соответственно). Они же поддерживают и подталкивают своих детей к поездке за границу (на учебу или работу) и продолжению образования в целом (30,8 и 43,4 %).

Среди других агентов влияния на принятие решений остаются прочие родственники, друзья, знакомые, учителя, а также СМИ. Они менее авторитетны при выборе профессии (СМИ – 15,1 %, друзья – 9,3, учителя – 8,8, родственники – 6, знакомые 5,3 %), учебного заведения (учителя – 14,2 %, друзья – 12,7, СМИ – 12,6, знакомые – 7,3, родственники – 5,8 %) и продолжения образования (учителя – 14,3 %, СМИ – 13, друзья – 11, знакомые – 10,6, родственники – 7,7 %). Однако при выборе будущего места работы (друзья – 21,8 %, знакомые – 17, родственники – 8,8, учителя – 7,8 %) или принятии решения о поездке за границу (с целью учебы или работы) (СМИ – 24,2 %, друзья – 19,3, родственники – 10,4, знакомые – 9,1, учителя – 6,2 %) все больший вес начинают приобретать советы и опыт других значимых агентов коммуникативного воздействия. Вступление в брак (46,3 %) и рождение детей (51,5 %) безоговорочно остаются в сфере внимания и влияния в первую очередь родителей. Ни друзья (вступление в брак – 16,1 % и рождение детей – 12,5 %), ни родственники (15,5 и 16,6 % соответственно) не обладают столь значимым авторитетом в данных вопросах, не говоря уже о других агентах влияния (СМИ – 11,2 и 10,3 %, знакомые – 8,3 и 6,6 %, учителя – 2,8 и 2,6 %).

Характеризуя финальный этап конструирования образовательных стратегий на краткосрочную перспективу, молодые люди, говоря о тех, кто оказал наибольшее влияние на этом этапе, отметили существенное воздействие родителей (36,9 %), родных (11,1), СМИ (12,1), учителей/преподавателей (9,1), друзей (8 %). Самостоятельность в выборе будущего проявили 16,6 %.

Необходимость выбора из нескольких альтернатив при принятии решения, быстрота и новизна формируют среду с высокой степенью подвижности, неоднородности и неопределенности, когда невозможно спрогнозировать результат. В такой неустойчивой среде индивиду приходится достигать поставленных целей в необычных и непредсказуемых условиях на новом и более рискованном уровне. Однако здесь есть и положительные аспекты, что проявляется в активизации поисковой активности, фантазии, творчества, развитии индивида, а также в актуализации социальных связей, среди которых значимое место занимает межпоколенческая коммуникация. На индивидуальном уровне она является опорой для внутриличностной коммуникации, на уровне социума выполняет интегративную функцию, функцию культурной преемственности и может рассцениваться как социально-эмоциональный маркер определенного общества.

В российском научном дискурсе часто используется дефиниция социальной коммуникации как «движения смыслов в социальном времени и пространстве» [20]. Если исходить из этого определения, где к ключевым понятиям отнесены «смыслы», а не просто «информация», становится очевидным, что необходимо более глубокое изучение личности коммуникантов. Работа в «социальном пространстве» предполагает определенный уровень социально-эмоциональных навыков. Современные процессы, в частности глобализация и медиатизация, меняют не только внешнюю реальность, но и внутренний мир человека, связанный с идентичностью, происходит конструирование «рефлексивного проекта» по разработке траектории развития своего «я» [21]. В терминах интеракционизма молодой человек отражает себя в значимом другом. Основным фондом форм общения человека с самим собой являются формы коммуникации человека с другими людьми [22]. В нашем исследовательском случае получается, что молодой человек, находящийся под воздействием целого ряда агентов, отражает себя в родителях в значимые для его жизни вехи, придавая особую ценность межпоколенческой коммуникации. Несмотря на приписываемый новому поколению индивидуализм, родители продолжают играть существенную роль в жизни молодых людей. Эта роль имеет двоякий характер: межпоколенческая коммуникация инициируется двумя целями – символической (ценностной) и материальной (ресурсной).

Семья представляет собой сложноорганизованный социальный институт. Здесь представлена микромодель основных отношений, с которыми сталкивается индивид вне ее, в том числе профессиональных, поэтому выбор дальнейшего вектора обучения, образовательный уровень и профессия могут в значительной степени испытывать воздействие членов семьи или ближайших родственников.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что сохраняется тенденция ориентации на получение высшего образования и следования рекомендациям семьи в выборе будущей профессии у старшеклассников, чьи родители (оба или один) имеют диплом о высшем

образовании. Также сохраняется тенденция ориентации родителей, кто не имеет диплома о высшем образовании или со средним специальным образованием, обеспечить своим детям возможность социального лифта посредством института образования. В данном случае прослеживается корреляция с имеющимися выводами по предшествующим молодым поколениям России о ценности высшего образования для детей из семей различных социальных статусов.

Все вышесказанное означает, что родители сохраняют свою позицию одного из ведущих агентов коммуникативного воздействия на современных молодых людей и что коммуникативное дистанцирование от родителей нельзя признать отличительной чертой современного молодого поколения в России, по крайней мере в сфере, связанной с образованием. Такое положение дел, на наш взгляд, может быть объяснено а) традиционной ценностью образования в общественном мнении России, б) условиями неопределенности, в) стратегической значимостью ответственности, г) инструментальной ценностью образования в современных социально-экономических условиях России, когда (во многом под влиянием массмедиа) трансформируется понятие «успех».

Роль воздействия массмедиа требует дальнейшего специального исследования, поскольку обращение к массмедиа как к источнику информации не означает автоматического доверия этой информации, как это продемонстрировано исследованиями ФОМ и Deloitte. При всей востребованности социальных сетей в интернете уровень доверия к ним падает [23].

Молодое поколение, родившееся на рубеже веков, в отличие от предыдущих поколений испытывает на себе максимальное влияние цифровизации и медиатизации при усилении тенденции индивидуализации общества. Социальное поведение нового поколения далеко не всегда предсказуемо для общества и государства, например его политические протестные действия, совершаемые как результат определенного коммуникативного воздействия. Для инновационного развития государству необходимы знания об особенностях образовательного поведения нового молодого поколения россиян, которое в силу объективных причин пока не получило должного научного освещения.

В ходе проведенного эмпирического исследования определены ведущие источники влияния на конструирование образовательных стратегий на протяженном периоде формирования образовательных стратегий и финальном этапе на краткосрочную перспективу. Методическая особенность исследования заключается в том, что оно охватывает не только долгосрочное коммуникативное воздействие, оказывающее влияние на протяженном периоде формирования образовательных стратегий, но и финальный этап конструирования образовательных стратегий на краткосрочную перспективу.

В результате эмпирического исследования были выделены основные жизненные приоритеты молодых людей, рассматриваемые ими как достижимые и соответствующие их основным жизненным ценностно-целевым установкам. Выявлена роль агентов коммуникативного воздействия на формирование, выбор и реализацию образовательных стратегий современных молодых людей России в период завершения очередной ступени их образования. Изучение проблемы коммуникативного воздействия косвенным образом связано с другой проблемой – проблемой доверия в обществе. Агенты коммуникативного воздействия имеют свои временные ограничения влияния на человека, соответствующие определенному периоду его социализации. На смену мнению родителей приходят мнения других субъектов. Тем не менее новое молодое поколение, несмотря на свою технологическую продвинутость и погруженность в цифровой мир, в жизненно важных ситуациях, сопряженных с неопределенностью и риском, предпочитает коммуникацию с родителями остальным источникам информирования.

Современный молодой человек в принятии своих решений испытывает воздействие гетерогенной коммуникативной среды, и значимость роли конкретных агентов воздействия меняется в зависимости от сферы принимаемых решений и стадий их формирования. При выборе образовательной стратегии современного молодого поколения россиян большую роль играют собственные предпочтения, способности и усилия, однако отмечена зависимость принятия решения молодыми людьми от массмедиа, друзей, учителей и преподавателей, в меньшей степени от знакомых и родственников и в наибольшей степени от родителей, их представлений о будущем детей и их благосостоянии. Культурный капитал и уровень образования родителей оказывают существенное влияние на выбор дальнейшей образовательной траектории их детей, что коррелирует с характеристиками предшествующих молодых поколений России. В отличие от других агентов воздействия, значимость родительского участия выявлена как на протяжении длительного процесса конструирования образовательных стратегий, так и на коротком финальном этапе принятия окончательного варианта решения о направленности образовательной стратегии на краткосрочную перспективу.

В аспекте коммуникативного взаимодействия проанализированы отдельные атрибутивные характеристики нового поколения молодых людей России в период его особой жизненной неопределенности. Приписывание таких характеристик сопряжено с достаточно большой долей субъективности интерпретации. В нашем исследовательском случае мы не видим основания для приписывания новому поколению атрибутивной характеристики «инфантильность». Умение выбрать наиболее доверительный источник информации может быть квалифицировано как показатель коммуникативной компетентности. Исследование дает аргументы, ставящие под сомнение принципиальное коммуникативное дистанцирование нового поколения от родителей, что может косвенно свидетельствовать о сохранении ценности семейных скреп в современной России (несмотря на пересечение традиционных ценностей российского общества и культивируемых в современном мире ценностей индивидуализма и потребительского отношения к жизни), а также об осознании ресурсной зависимости новой молодежи от родителей.

Выявленные закономерности в дальнейшем могут претерпевать изменения под влиянием изменений показателей уровня доверия в обществе, как в целом, так и к конкретным социальным институтам и агентам воздействия. Значимым фактором влияния будет динамичность развития цифровой среды, повышающая степень вовлеченности в нее молодых людей. Полученные результаты уточняют социально-коммуникативный портрет современной российской молодежи в условиях цифровизации и медиатизации общества, роста неопределенности и риска, представляют эмпирические данные для теоретического анализа в такие отрасли социологии, как социология образования (исследование процессов социальной мобильности), социология коммуникации (изучение социологических доминант и типологии коммуникации), социология молодежи. Корректировка социальных ожиданий от нового поколения может быть эффективной при программном построении работы органов профориентации и профессионального образования различных уровней.

Ссылки:

1. Высшее образование: путь к успеху или лишняя трата времени и денег? [Электронный ресурс] : пресс-выпуск ВЦИОМ № 3729 // ВЦИОМ. 2018. 1 авг. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9235> (дата обращения: 04.03.2019).
2. Кон И.С. Молодежь // *Философский энциклопедический словарь* / гл. ред.: Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов. М., 1983. С. 384–385.
3. Филиппов Ф.П. Молодежь // *Российская социологическая энциклопедия* / под общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1998. С. 297; Чупров В.И. Молодежь // *Социологическая энциклопедия* : в 2 т. Т. 1 / рук. науч. проекта Г.Ю. Семигин; гл. ред. В.Н. Иванов. М., 2003. С. 674–676.
4. Глотов М.Б. Поколение как категория социологии // *Социологические исследования*. 2004. № 10 (246). С. 42–48.
5. Innis H.A. *Empire and Communications*. L., 1950. 230 p.
6. Kirschner P., De Bruyckere P. The Myths of the Digital Native and the Multitasker // *Teaching and Teacher Education*. 2017. Vol. 67. P. 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>.
7. Богачева Н.В., Сивак Е.В. Мифы о «поколении Z». М., 2019. 64 с.
8. Фурсов К.С. Образовательные стратегии студентов российских вузов на этапе выхода на рынок труда: опыт эмпирического исследования // *Экономика образования*. 2007. № 1. С. 41–52.
9. Ельникова Г.А., Алиев Ш.И. *Жизненные стратегии молодежи: теоретический и методологический анализ* : монография. Белгород, 2008. 244 с.
10. Терентьев К.Ю. Образовательные стратегии российской молодежи: к построению типологии // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика*. 2016. № 2. С. 17–27; Фурсов К.С. Указ. соч.
11. Ковалева А.И. *Социализация* // *Социологическая энциклопедия*. Т. 2. С. 445.
12. Хабермас Ю. *Философский дискурс о модерне: двенадцать лекций* / пер. с нем. М.М. Беляев [и др.]. Изд. 2-е, испр. М., 2008. 414 с.
13. Гидденс Э. *Социология* / науч. ред. В.А. Ядов; общ. ред. Л.С. Гурьевой и Л.Н. Иосилевича. М., 1999. 703 с.
14. Chudnovskaya I.N., Lipatova M.E. Impact of Media on Shaping Ethno-Cultural Stereotypes in British and Russian Young People // *Media Watch*. 2018. Vol. 9, no. 3. P. 426–436. <https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i3/49487>.
15. Потребление интернета в России: исследование Mediascope [Электронный ресурс] // *Adindex.ru*. 2018. 18 апр. URL: <https://adindex.ru/news/digital/2018/04/18/170628.phtml> (дата обращения: 04.02.2019).
16. GfK: Проникновение интернета в России: итоги 2018 г. [Электронный ресурс] // *Growth from Knowledge*. 2019. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/GfK_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf (дата обращения: 04.02.2019).
17. Sibirakova A., Chudnovskaia I., Obryvalina O. Attitude of Young People in Small Towns and Metropolises Towards Value-Statutory Regulation in the Runet at the Modern Mediatization Stage // *Indian Journal of Science and Technology*. 2015. Vol. 8, no. 10. P. 396–402. [https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8is\(10\)/84864](https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8is(10)/84864).
18. Доклад о мировом развитии 2018. Обучение для реализации образовательных перспектив [Электронный ресурс]. Вашингтон, 2018. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28340/211096mmRU.pdf> (дата обращения: 04.02.2019).
19. Promoting Positive Youth Development Through School-based Social and Emotional Learning Interventions: A Meta-Analysis of Follow-Up Effects / R.D. Taylor, E. Oberle, J.A. Durlak, R.P. Weissberg // *Child Development*. 2017. Vol. 88, no. 4. P. 1156–1171. <https://doi.org/10.1111/cdev.12864>.
20. Соколов А.В. *Общая теория социальной коммуникации* : учебное пособие. СПб., 2002. 461 с.
21. Гидденс Э. Указ. соч.
22. Пивоваров А.М. Внутриличностная коммуникация как предмет социологического анализа // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2006. Т. 9, № 4. С. 50–65.

23. Фролов Д. Парадоксы медиапотребления [Электронный ресурс] // Research and Trends. 2019. 10 мая. URL: https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_1233.html (дата обращения: 04.09.2019).

References:

- 'GfK: Internet Connectivity in Russia: 2018 Results', *Growth from Knowledge*, 2019, viewed 04 February 2019, <https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/GfK_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf>, (in Russian).
- 'Higher Education: a Way to Success or Waste of Time and Money?: press bulletin of All-Russia Public Opinion Research Center No. 3729', *All-Russia Public Opinion Research Center, 1 August 2018*, viewed 4 March 2019, <URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9235>>, (in Russian).
- 'Internet Usage in Russia: Mediascope Research', *Adindex.ru*, 18 April 2018, viewed 04 February 2019, <<https://adindex.ru/news/digital/2018/04/18/170628.phtml>>, (in Russian).
- 'Report on 2018 Global Change. Studying for Implementation of Educational Perspectives', *Washington*, 2018, viewed 04 February 2019, <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28340/211096mmRU.pdf>>, (in Russian).
- Bogacheva, NV & Sivak, EV 2019, *Myths About Z Generation*, Moscow, 64 p., (in Russian). Fursov, KS 2007, 'Educational Strategies of Russian University Students At the Stage of Coming to the Labour Market: Experience of an Empirical Study', *Ekonomika Obrazovaniya*, no. 1, pp. 41-52, (in Russian).
- Chudnovskaia, IN, Lipatova, ME 2018, 'Impact of Media on Shaping Ethno-Cultural Stereotypes in British and Russian Young People', *Media Watch*, vol. 9, no. 3, pp. 426-436, <<https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i3/49487>>.
- Chuprov, VI 2003, 'Youth', in VN Ivanov (ed.), *Sociologic Encyclopedia*, vol. 1, Moscow, pp. 674-676, (in Russian).
- Elnikova, GA & Aliev ShI 2008, *Life Strategies of the Young: Theoretical and Methodological Analysis: Monograph*, Belgorod, 244 p., (in Russian).
- Filippov, FR 1998, 'Youth', in GV Osipova (ed.), *Russian Sociologic Encyclopedia*, Moscow, 297 p., (in Russian).
- Frolov, D 2019, 'Paradoxes of Media Consumption', *Research and Trends*, May 19, viewed 04 September 2019, <https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_1233.html>, (in Russian).
- Giddens, A 1999, *Sociology*, in LS Guryeva, LN Iosilevich & Yadov VA (ed.), Moscow, 703 p., (in Russian).
- Glotov, MB 2004, 'Generation as a Category of Sociology', *Sociological Studies*, no. 10 (246), pp. 42-48, (in Russian).
- Habermas, J & Belyaev MM (trans.) 2008, *The Philosophical Discourse of Modernity: 12 Lectures*, Moscow, 414 p., (in Russian).
- Innis, HA 1950, *Empire and Communications*, London, 230 p.
- Kirschner, P & De Bruyckere, P 2017, 'The Myths of the Digital Native and the Multitasker', *Teaching and Teacher Education*, vol. 67, pp. 135-142, <<https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>>.
- Kon, IS 1983, 'Youth', in LF Ilyichev, PN Fesoseev, SM Kovalev, VG Panov (ed.) *Philosophical Encyclopedical Dictionary*, Moscow, pp. 384-385, (in Russian).
- Kovaleva, AI 2003 'Socialization', *Sociologic Encyclopedia*, vol. 2, Moscow, p. 445, (in Russian).
- Pivovarov, AM 2006, 'Intrapersonal Communication As a Subject of Sociological Analysis', *Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 9, no. 4, pp. 50-65, (in Russian).
- Sibirakova, A, Chudnovskaia I & Obryvalina, O 2015, 'Attitude of Young People in Small Towns and Metropolises Towards Value-Statutory Regulation in the Runet at the Modern Mediatization Stage', *Indian Journal of Science and Technology*, vol. 8, no. 10, pp. 396-402, <[https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8is\(10\)/84864](https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8is(10)/84864)>.
- Sokolov, AV 2002, *General Theory of Social Communication: Workbook*, Sant-Petersburg, 461 p., (in Russian).
- Taylor, RD, Oberle, E, Durlak JA & Weissberg RP 2017, 'Promoting Positive Youth Development Through School-based Social and Emotional Learning Interventions: A Meta-Analysis of Follow-Up Effects', *Child Development*, vol. 88, no. 4, pp. 1156-1171, <<https://doi.org/10.1111/cdev.12864>>.
- Terentiev, KYu 2016, 'Educational Strategies of Russian Youth: To Developing a Typology', *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta. Ser. 12: Psychology. Sociology. Pedagogics*, no. 2, pp. 17-27, (in Russian).

Редактор: Тальчук Калерия Сергеевна
Переводчик: Герасимова Валентина Евгеньевна