

РОССИЙСКАЯ МОЛОДЕЖЬ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

© 2014 Карасик Елена Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет
420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18

© 2014 Сулейманов Тимур Джавдетович

исполнительный директор

Татарстанский республиканский молодежный общественный фонд “Сэлэт”
420045, Республика Татарстан, г. Казань, ул. С. Садыковой, д. 25

© 2014 Сайфутдинова Лия Фаритовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет
420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18
E-mail: elena-karasik2012@yandex.ru; liakhmadieva@yandex.ru

Анализируется понятие “молодежь” применительно к современным российским реалиям. Обосновывается важность исследования указанной категории населения для конструирования социально-экономических процессов.

Ключевые слова: молодежь, образование, трудоустройство, квалифицированный труд.

Категория “молодежь” - один из самых важных объектов анализа, который под разными ракурсами пытаются изучать все взрослые субъекты общества. Именно эта категория чаще всего является центром внимания исследователей, политиков, ученых, когда заходит речь о серьезных социально-экономических изменениях. Молодое население является индикатором будущих изменений, какую бы сферу общества мы ни рассматривали. Для представителей государства, в первую очередь, интересными являются планы в области трудоустройства, миграционных и репродукционных процессов; бизнес отслеживает изменения в потребительских предпочтениях; информационную сферу волнуют новые тенденции и течения. Современный среднестатистический молодой человек - отображение завтрашнего общества в целом. Несомненным является то, что человек оказывает влияние на окружающее его пространство. Но нельзя забывать, что внешние признаки также закладывают очень много в процессе формирования личности. При наличии стабильной социально-экономической ситуации в обществе вырисовываются некие постоянные жизненные приоритеты, которые служат ориентирами молодому поколению. К сожалению, современное общество не отличается постоян-

ством, что не способствует выработке единой стратегии и конкретных целей. Проявившиеся в начале 1990 гг. серьезные демографические проблемы государства, приобретенные в период социальных трансформаций, привели к резкому снижению молодого населения. Это создает определенные затруднения в сфере труда и образования¹. Однако не стоит забывать, что численность молодого населения в 2014 г. составила порядка 29,5 млн чел. (рис. 1), что равняется совокупному населению некоторых европейских стран.

Современная российская молодежь представляет собой уникальное сообщество, постоянно сталкивающееся с кардинальными изменениями как в экономике, так и в социальной политике страны. С начала 2000-х гг. не только российское государство, но и все мировое сообщество в целом претерпело ряд кризисных ситуаций, в условиях которых выработка долгосрочных прогнозов стала невозможной, а старый инструментарий оценки общественных изменений оказался непригодным. Опыт предыдущих поколений также был признан неустойчивым в связи с глобальной перестройкой и экономических, и социальных систем государства. Все это ставит вопрос о необходимости жизнедеятельности в неопределенных условиях. Молодое поко-

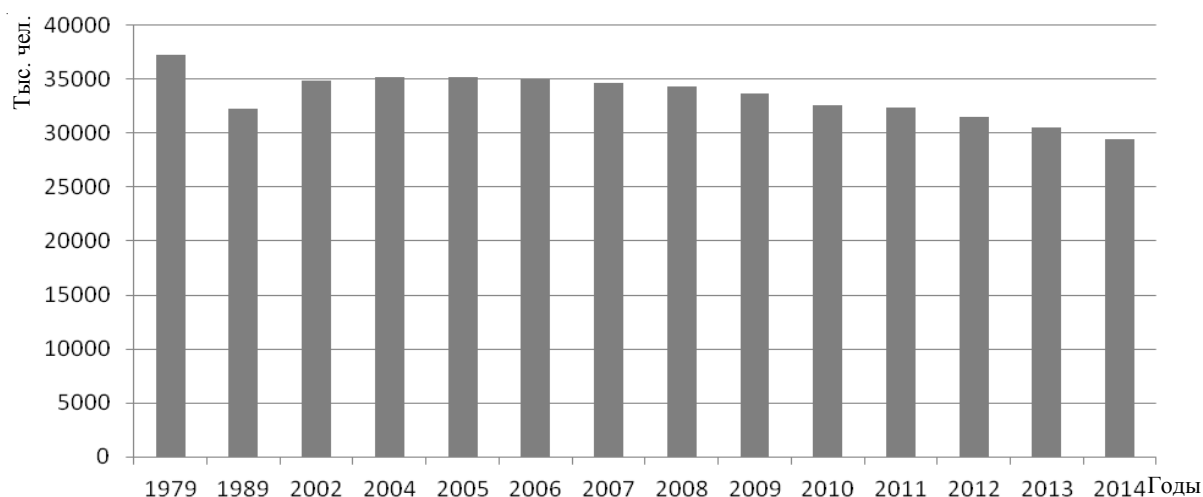


Рис. 1. Совокупная численность молодого населения Российской Федерации

Примечание. Составлено авторами на основе данных официальной государственной статистики.

ление имеет как преимущества в виде высокого уровня мобильности и психологической гибкости, так и недостатки в виде отсутствия эмпирического опыта².

Осмысление эффектов глобальных финансово-экономических кризисов и их влияния на развитие молодежи в последние несколько лет находится под пристальным вниманием социологов и экономистов. Поколение, детство и юность которого совпали с распадом Советского Союза, приобрело неофициальное название “поколение П”. Это поколение было вынуждено становиться экономически активным не только в условиях неустановившейся переходной экономики, но и столкнуться с кризисом 1998 г., который разрушил все вновь образованные принципы работы рынка.

Существующая до 1991 г. плановая экономическая система искусственно маскировала циклические кризисы, происходящие в экономике государства. С переходом к рыночной экономике и отказом от централизованного экономического регулирования проявилось множество стихийных тенденций, которые, с одной стороны, ставили перед большей частью населения вопрос выживания, а с другой - сделали возможным процессы повальной приватизации бывшей государственной собственности и привлечения для дальнейшей перепродажи огромного количества дешевых зарубежных товаров без наличия реального производственного сектора. Эти процессы приводят к моментальному расслоению общества на гипербогатых и гипер бедных.

Средний класс, который должен являться основой гармоничного социально-экономическо-

го развития общества, перестает существовать как таковой. Наряду с крахом экономической системы в негодность приходит и старая идеология, которая перестает быть актуальной в резко меняющемся обществе. Однако для формирования новой идеологии необходимо наличие четких ориентиров и количества времени, достаточного, чтобы новые тенденции охватили большую часть общества. Начало 1990-х гг., кроме всего прочего, было ознаменовано колоссальным информационным потоком, что выражалось как в виде большого количества низкопробных телевизионных программ и рекламы, так и в разнообразии новых названий и брендов дешевых товаров, заполонивших рынок. Все эти причины обусловили у подрастающего на тот момент поколения негативное отношение к труду. На примере своих родителей они понимали, что в изменившемся обществе эффективный труд перестал быть высокооплачиваемым. Ситуацию обострял также рост криминала в стране, операции по незаконной приватизации, а то и рейдерские захваты бывшей государственной собственности, в случае которых работников увольняли целыми предприятиями. Наряду с многократным усилением расслоения в обществе увеличивалось предложение товаров и услуг, ранее недоступных. Зарубежные фильмы, сериалы и передачи формировали образ успешного потребителя - человека высокого достатка, исполняющего любые свои желания, начиная с фирменных джинс и заканчивая загородными домами и яхтами. “Поколение П” оказалось в условиях финансового краха и возросшего товарного потока, однако отсутствие культуры

потребления приводило к нерациональному поведению как потребителей, так и продавцов. Кризис российской экономики, случившийся в 1998 г., оказался сильным ударом для только начинающей крепнуть экономики государства.

Поколение, рождение которого совпало с началом 2000-х гг., также требует пристального рассмотрения. Западные исследователи дали ему название “поколение Р”, или “поколение рецессии”. Это поколение формировалось в условиях неблагоприятных глобальных финансово-экономических процессов. Название “поколение Р” - второе после постсоветского, в котором находят выражение всемирные социально-экономические процессы. Применение этого названия, с одной стороны, помогает провести параллель с “поколением П”, с другой - включает Россию в глобальный контекст. Основное различие между этими двумя поколениями заключается в охвате молодого населения. Если описанные процессы, происходящие в последнем десятилетии предыдущего века, преимущественно оказывали свое воздействие на территорию постсоветского пространства, то события 2000-х гг. имели глобальный масштаб, охватывая большинство развитых и развивающихся стран. Однако эта глобализация не привела к унификации эффектов кризиса, порождая специфическое реагирование в конкретном национальном контексте. Так, в России усилилась коррупция, усложнился доступ к качественному образованию, выросла молодежная безработица.

Изучение поколений в разрезе характеристик происходящих событий интересно по многим причинам. Во-первых, это важно с точки зрения наличия особых черт у молодежи, как обособленной категории населения. Во-вторых, изменение факторов внешней среды приводит к сдвигам в сознании, идентификации и поведении молодых людей, представляющих собой потенциал развития общества в последующие 20-40 лет. Кроме всего вышесказанного, современное информационное общество заставляет рассматривать категорию “молодежь” не только отдельно взятых государств, но и формирует понятие “мировая молодежь”. Это приводит к поиску схожих и различных черт в условиях жизнедеятельности и взаимодействия с остальным обществом молодого поколения разных регионов.

“Поколение Р” имеет одно неоспоримое преимущество перед “поколением П” - наличие эм-

пирического опыта существования в условиях кризисного периода у более старших поколений. Это дает возможность выстраивания конкретной линии поведения в условиях экономической и социальной нестабильности, а также позволяет на основе имеющихся знаний давать прогнозы с высокой степенью достоверности. Большую роль играет и отсутствие изменений политического и социального курса государства. Это приводит к более высокой лояльности по отношению к действующей власти у представителей “поколения Р” (см. рис. 2). Данные молодые люди гораздо более уверены в государственной поддержке, в стабильности власти, чаще делают оптимистические прогнозы развития российского общества³. Кроме того, поколение, появившееся в 2000-е гг., имеет сложившуюся культуру потребления. Это поколение не сталкивалось с пустыми полками магазинов и продуктовыми талонами. Напротив, у современной молодежи остро стоит вопрос потребительского выбора в условиях высококачественного и разнообразного товарного ассортимента. Интересно само отношение этого поколения к приобретению благ. С одной стороны, возможность в любое время приобрести желаемый товар приводит к отсутствию ажиотажа. С другой стороны, у представителей современной молодежи ярко выражено желание иметь более дорогой и модный продукт, чем есть на данный момент. Особенно это касается товаров, определяющих статус их владельца: одежда, телефон, компьютер, автомобиль и т.д. Сильная зависимость молодого поколения от современных технологий наложила свой отпечаток и на сферу потребления. Приобретение благ все чаще сводится к заказам через Интернет, что помогает многократно увеличить скорость товарооборота.

Составление предполагаемого портрета “поколения Р” всего лишь попытка формирования образа, соединяющего основные поведенческие поколения изучаемой группы. Несомненно, очень большое количество факторов, необходимых для совокупного сбора информации, приводит к искажению реальной действительности. Существует ряд характеристик, являющихся очевидными и измеримыми. К ним относятся: рост безработицы среди молодежи, изменение стоимости образования, расслоение в уровнях жизни между городской и сельской молодежью, повышение или снижение миграционных потоков. Другие характеристики скрыты в повседневных жизненных

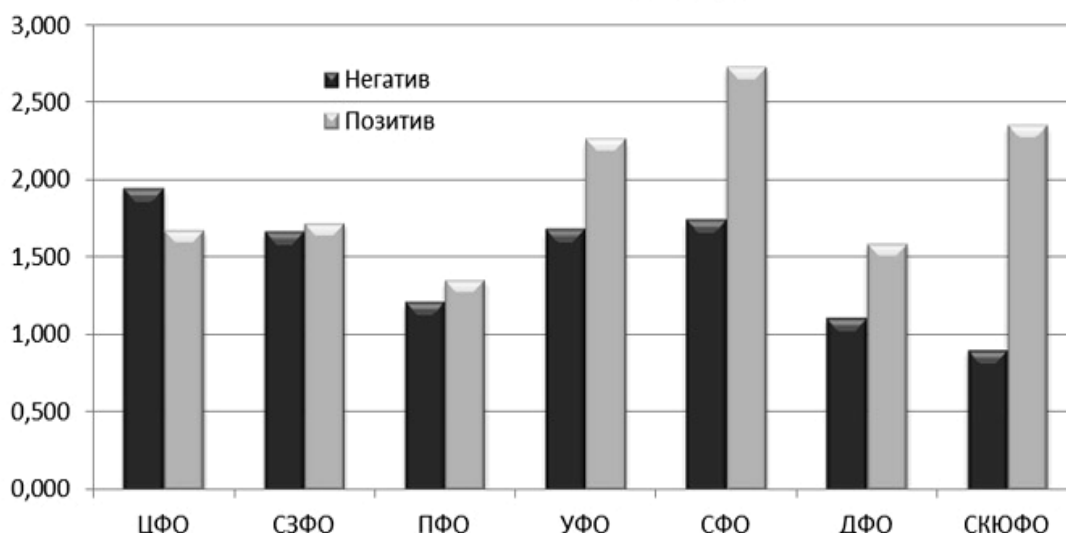


Рис. 2. Отношение молодежи к государству по федеральным округам

Примечание. Составлено авторами на основе данных официальных опросов учащихся высших и средних учебных заведений.

принципах, в выборе той или иной долгосрочной стратегии, в планах построения карьеры и достижения определенного жизненного статуса, в формировании новых идеалов и ценностей, определяющих основной вектор дальнейшего развития общества. Среди специфичных черт рассматриваемого поколения можно выделить: самоуверенность и эгоизм, постановка своих интересов выше общественных, наличие конкретных прагматичных целей, субкультурное смешение, эксплуатация чувства вины и ответственности старшего поколения, эстетизация повседневности, прагматизм в использовании ресурсов. Ключевой стержень поколения - это необходимость участвовать в происходящих событиях, желание быть причастным к происходящим процессам, причем данная характеристика может отражаться как в активной гражданской позиции и проявлении политических взглядов, так и в желании быть отнесенным к категории "модного и популярного".

Необходимость пристального рассмотрения молодежи обусловлена спецификой ее положения в обществе. Молодое поколение не просто представляет собой переходный от детства к зрелости пласт, но отдельное социально-экономическое явление общества, которое уже сегодня решает, каким будет будущее мирового сообщества. Молодежь имеет свои особые функции, которые не могут быть заменимы представителями других социальных групп. В силу своего общественного статуса она

занимается максимальным присвоением как материальных, так и духовных благ, и именно уровень развития всего общества определяет возможности современного молодого человека. Адекватное развитие общества должно приводить к тому, что стартовые позиции вхождения во взрослую жизнь молодого человека становятся лучше, чем они были у представителей более взрослых поколений. Вместе с тем молодежь только начинает существовать как самостоятельный агент, поступательно принимая все новые социальные роли. Ей легче переносить кризисные моменты, но их влияние приводит к ограничению потенциала ее развития. Молодое поколение несет ответственность за будущее своей страны, одновременно являясь отражением ранее принятых решений.

¹ См.: Фахрутдинова Е.В., Хуснутдинова Л.М. Бедность в структуре показателей качества жизни населения // Экономические науки. 2011. № 85. С. 78-22; Их же. Бедность населения России: тенденции развития // Экономические науки. 2012. № 97. С. 63-66; Колесникова Ю.С., Камашева А.В. Пути решения проблем молодежного рынка труда // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 4. С. 59-61.

² Зубок Ю.А. Риск в социальном развитии молодежи // Социально-гуманитарные знания. 2003. № 1. С. 147-163.

³ Щупленков О.В. Молодое поколение: социально-философский аспект в исследовании // ВВ: Педагогика и просвещение. 2013. № 2. С.58-114.

Поступила в редакцию 06.11.2014 г.