

DOI: 10.51692/1994-3776_2021_3_21

УДК 316.1

С.А. Степанов

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ
КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ****S. Stepanov. Transformation of value orientations of students as an object of
sociological research**

Аннотация Трансформация ценностных ориентаций является одним из важных объектов социологических исследований. В свою очередь студенческая среда оказывает важное влияние на становление ценностей студенческой молодежи, как в профессиональной, так и в общекультурной сфере. В статье рассмотрены ключевые подходы к исследованию ценностей и их формирования у современных студентов.

Ключевые слова: ценности, трансформация ценностей, студенческая молодежь

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21;
e-mail: stepanov6172@unecon.ru

Annotation. The transformation of value orientations is one of the important objects of sociological research. In turn, the student environment has an important impact on the formation of the values of student youth, both in the professional and in the general cultural sphere. The article discusses the key approaches to the study of values and their formation among modern students.

Keywords: values, value transformation, student youth

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint Petersburg, 193023; e-mail: stepanov6172@unecon.ru

Скорость изменения и формирования ценностей возрастает с каждым годом, в эпоху цифрового общества все больше социальных институтов и сетевого взаимодействия оказывают влияние на их формирование и воспроизведение, особенно в молодежной среде. Однако, студенческая среда остается фундаментальным социальным полем в котором формируют базовые профессиональные и общекультурные ценности важные для молодого специалиста в будущем, как в профессиональной этике, так и в общекультурной сфере.

С самого начала становления социологии и ее выделения от социальной философии ценности становятся важным предметным полем для изучения, формируя отдельное направление в социологии, которое можно назвать – социология ценностей.

Французский ученый Э. Дюркгейм рассматривал данное понятие с позиции осознанности, и если все же рассматривать ценности, как нечто объективное, то их эмпирическое наблюдение сводит к позиции использования качественных методов. В противном случае изучение ценностей становится очень абстрактным, и по мнению Дюркгейма мало имеет отношение к науке [2]. Эмиль Дюркгейм отмечает противоречивость исследования ценностей, так как, с одной стороны, их можно рассматривать, как впечатления людей от вещей в сил их внутренних качеств, с другой стороны, ценности находятся вне личности, то есть имеют сугубо общественный характер.

Английский учебный Герберт Спенсер [6] определяет ценности как объединяющий механизм для существования общества, ценности определяют в целом цели существования общества, а общество, как известно, существует ради блага его членов. Таким образом

Степанов Станислав Андреевич – старший преподаватель кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

S. Stepanov – Senior lecturer of the Department of Sociology and Human Resource Management. St. Petersburg State Economic University.

© Степанов С.А., 2021.

ценности определяют баланс между личным и общественным, выступают некой точкой баланса в развитии общественных отношений.

Следующим автором, без которого невозможно вести дискуссию о ценностях это Макс Вебер. В своей работе «Протестантская этика и дух капитализма», он подчеркивает нормативный аспект ценностей в обществе. Ценность есть норма, которая имеет значимость для субъекта социального взаимодействия.

Как мы видим, в классической социологии ценность является фактором для деятельности и развития общества в целом, при этом ценность создает сам индивид.

На современном этапе развития социологии ценность рассматривает уже как более многогранное явление. Милтон Рокич определяет ценность как установку к деятельности, к предпочитаемому поведению, при этом отмечая социо-психологическую природу ценностных ориентаций [8]. Что немаловажно, Рокич отмечает то, что ценности при этом сами по себе практически неизменны, но степень их восприятия индивидом безусловно зависит от ряда изменяющихся социальных факторов, например возраст и образование, те факторы которые характеризуют для нас социальную группу – студенческая молодежь. При этом у молодежи безусловно изменяются как терминальные, так и инструментальные ценности. Ценности, которые определяют соответственно тип достижения цели и влияют на саму цель и ее смысл.

В рамках собственного исследования немаловажно дать инструментальное определение понятию ценность исходя из теоретического анализа. Ценность – это нормативный элемент социальной структуры общества, который определяет действия социальных субъектов исходя из их прошлого опыта, значимости и полезности.

В таком случае об изменении ценностей в обществе мы можем говорить именно с позиции трансформации ценностных ориентаций. Социальные группы и институты в процессе развития и изменения своей роли в обществе оказывают влияние на индивидов в них участвующих, а значит могут изменять их терминальные и инструментальные ценности.

Ядов В.А. и Здравомыслов А.Г. [9, 10] определяли ценности, как установку личности на те или иные ценности материальной и духовной системы ценности общества. Например, в силу смены общественно-политической системы в России в 90-е годы роль университетского образования видоизменилась, появились коммерческая форма обучения, пропала система распределения после вузов, для поступления используется единый государственный экзамен. Все эти условия изменили ценностную систему в высшем образовании и повлияли на ценностные ориентации молодежи.

Проследить это не так сложно, если обратить внимание на структуру компетенций, которые сегодня формируются у будущих специалистов, а также, что важно, на ту систему оценки, которая используется для проверки знаний и сформированности компетенций.

Другую специфику накладывает информационное общество, которое занимает все больше и больше сфер в современной жизни. Компьютерные технологии становятся ключом для успешной карьеры и нужны в абсолютно всех сферах общества, а также порождают новые сдвиги в ценностных ориентациях молодежи, дают новые пути для формирования ценностей. Это можно заметить в популярности ИТ-специальностей среди абитуриентов или требованиях к специалистам от рынка труда.

Для определения значимости определенных ценностей нами было проведено исследование в виде опроса и фокус группы. Несмотря на достаточно высокий уровень сформированности компетенции, по результатам ответов на кейсы, по всем предыдущим исследованиям и по результатам фокус группы можно сказать, что отсутствие социально-технологического обоснования формирования организаторской компетентности сказывается достаточно остро. Многие обучающиеся не видят ценности получаемых знаний, и ценности деятельности в целом. Повышение этой ценности ярко заметно среди студентов, которые

принимают активное участие в научной, организационной и управленческой деятельности социальных организаций и научно-образовательных центрах университета.

Одной из задач своего исследования мы видим сопряжение процесса формирования компетентности у современного обучающегося, а также определение ценностного компонента в компетентностном походе. В такой системе значимость ценностного содержания образования повышается через анализ существующих ценностей в обществе, а также теми ожидаемыми ценностями, которые оценивает работодатель при приеме молодого специалиста на рабочее место. В таком условии ценность является одной из составляющих элементов компетенции, в котором компетенция является результатом обучения, который может оценить работодатель, а ценность является тем совокупным опытом, который может использовать специалист и тем видом предпочитаемой деятельности или его выбора.

Информационное общество через призму компетентностного подхода в инновационной экономике, которая характеризуется высокой степенью неопределённости, а значит требует риска от работников всех уровней, требует от специалиста большей самостоятельности, гибкости и умения выйти за стандартные алгоритмы. В этих условиях управление формированием ценностей в высшей школе является одной из ключевых задач, так как в этом случае работодатель будет уверен в выпускниках, но выстраивание диалога между вузами и рынком труда – это крайне сложная задача, в том числе в области оценки сформированных ценностей и их постоянном видоизменении.

Процесс оценки сформированных ценностей также зависит от известных методов оценки ценностей, а также от потребностей рынка, то есть все также имеет двухсторонний характер.

Как мы выявили в исследовании, основной акцент нужно сделать на мотивационном и деятельностном компоненте студенческой молодежи, так как они нуждаются в наибольшем закреплении. Для выделения конкретных мероприятий опишем для начала общие принципы построения социальных технологий по формированию организаторской компетентности и ее ценности в инновационной экономике.

В отношении когнитивного компонента:

- создание профессионального образа менеджера, включая представление о ценностях его деятельности, история управленческой науки в России;
- формирование ценности организационной культуры менеджера – представление о государственности своей страны, знание ключевых событий и памятных дат в истории страны, знание флага и гимна, государственных праздников;
- знание правовых основ деятельности и организации (кодекс менеджера);
- знание о этнических основах управления;
- ориентация в системе социальных норм и ценностей, понимание общественного характера норм, морали и нравственности;
- экологическое сознание, знание основных норм здорового образа жизни, охраны окружающей среды и природы.

Творчество в вузах преобразуется в деятельность или активность, так как основа существования любой социальной организации — это ее целенаправленность. В них же и зарождается гражданская активность, та сфера, где себя может проявить любой, организации являются двигателем общественного развития. Студенческие молодежные организации после реформы высшего образования и внедрением Болонского процесса теперь занимают очень важное место в структуре вуза. Вузу престижно и выгодно иметь студенческие организации, которые повышают его имидж в городе и стране.

Таким образом мы заметили, что ценностные ориентации современной студенческой молодежи находятся в процессе трансформации исходя из новых условиях общественного

развития: построения инновационной экономики, формирование информационного общества, пандемия COVID-19 и других процессов.

Общество нуждается в социальных технологиях и общественных механизмах, которые с одной стороны позволят гармонизировать ценности современных российских студентов с рынком труда с одной стороны, с глобальным обществом с другой, и при этом сохранить культуру российского общества, ее уникальность и неповторимость.

Литература

1. Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)»
2. Быков А.В. Концепция ценностей в социологии Э. Дюркгейма. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2009. № 3 (91).
3. Маргулян Я.А., Степанов С.А. Формирование организаторской компетентности как технология развития интеллектуального капитала// Научная мысль. 2016. № 1 (19).
4. Потемкин В.К. Социально-профессиональное самоопределение молодежи. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2020.— 75 с.
5. Равен Дж. Компетентность в современном обществе. Выявление, развитие и реализация. - М., 2002. (англ. 1984)
6. Спенсер Г. Основания социологии. В 2 т. Т.1 / М.: Книга по требованию, 2011. – 505 с.
7. Хуторской А. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования// Народное образование - №2. – 2003, с. 58-64.
8. Чернявска М. Ценности и социально-политические установки глазами российского и польского студенчества / М.Чернявска ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2007, - 295 с.
9. Ядов В.А. Ценности в кризисном социуме / В.А. Ядов // Психолог.журн. – 1991. – № 6. – С. 154–167.
10. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В.А. Ядов // Методолог. проблемы соц. психологии. – М., 1975. – С. 89–105