

Т.З. АДАМЬЯНЦ

Современная рабочая молодежь в свете комплексного междисциплинарного анализа: аспекты социализации и адаптации*

В статье анализируется взаимосвязь между социально значимыми аспектами социализации и адаптации современных молодых рабочих и их социоментальными особенностями, или уровнем развития их коммуникативных навыков, формально определяемым на основе изучения особенностей понимания смысловых доминант воспринятых произведений (в данном случае притчи). Исследовались такие характеристики социализации и адаптации личности, как знание актуальных проблем современной России; знание популярных в современной социокультурной среде персонажей; представления о желательном и нежелательном; степень “включенности” в социокультурную среду (обращение к печати, телевидению, радио, Интернету); эмоциональное восприятие “мира вокруг”; знание актуальных проблем своего предприятия. По отношению к перечисленным характеристикам было проведено сопоставление между группами респондентов, обнаруживших высокий и средний уровни коммуникативных навыков, с одной стороны, и теми, кто оказались на нижней позиции – с другой. Для оптимизации процессов социализации и адаптации молодых рабочих необходим комплекс мероприятий по их всестороннему развитию, включающему и развитие их коммуникативных навыков.

Ключевые слова: молодежь, молодые рабочие, социализация, адаптация, социоментальная дифференциация, семиосоциопсихология, смысл, понимание, коммуникативные навыки.

DOI: 10.31857/S086904990005086-6

Внимание общества и науки к молодому поколению закономерно и оправданно: это те, на кого возлагаются особые надежды, связанные с будущим планеты, человечества, страны [Зубок, Чупров 2017]. Какова же она, современная молодежь? И в научных отчетах, и в публичной сфере по этому поводу звучат разные мнения, порой прямо противоположные. В любом случае очевидно, что представления о мире и о своем месте в нем (так называемые “картины мира”), даже в рамках одних и тех же молодежных подгрупп, дифференцированных по традиционным социологическим и социально-психологическим характеристикам, неоднозначны и разнонаправленны. Речь в данном случае идет не о политических пристрастиях, а об особенностях социализации и адаптации, связанных с качеством взаимодействий личности с социумом, со степенью “включенности” в социокультурную среду, с личностным эмоциональным самочувствием.

* Статья подготовлена по материалам исследования, выполненного Институтом социологии ФНИСЦ РАН в рамках проекта Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) “Задачи и методы социоментального развития современной молодежи: теория, исследования, эксперименты, 2015–2017”.

Адамьянц Тамара Завеновна – доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (ФНИСЦ РАН). Адрес: 117218, Москва, ул. Кржижановского, 24/35, кор. 5. E-mail: tamara-adamiants@yandex.ru

Обнаружить тенденции в качестве обозначенных выше характеристик оказывается возможным при введении в анализ такой дополнительной характеристики, как *уровень развития коммуникативных навыков*, определяющий особенности ориентирования человека в коммуникационных процессах, умение адекватно понимать автора, собеседника, педагога, друг друга при общении и взаимодействии [Адамьянц 2015]. А учитывая тот факт, что практически все формы взаимодействия человека со своей жизненной средой, то есть с обществом, природой, управлеченческими структурами, коллективами, наконец с друзьями, семьей и т.д., – также в той или иной мере являются коммуникацией, актуальность обращения исследовательского внимания к этой характеристике самоочевидна.

Комплексное исследование, включающее, во-первых, определение уровня развития коммуникативных навыков, и во-вторых, изучение социально значимых аспектов “картины мира” среди представителей разных категорий современной молодежи позиционируется как *качественное*, направленное на выявление сложных взаимосвязей и тенденций в социально значимых характеристиках и реакциях респондентов; использовалась комплексная анкета с большим числом “открытых” вопросов.

Определение числа участников опроса и состава выборки решалось на основании социологического принципа *минимальной базовой группы*, согласно которому в каждой из выделенных для изучения групп должно оказаться не менее 25–30 единиц наблюдения. Поскольку число респондентов во всех социально-демографических группах, привлеченных к опросу, значительно превышало “барьер” минимальной базовой группы, примененную выборку можно рассматривать как *кластерную*, а полученные результаты и выводы могут характеризовать (на уровне тенденций) особенности социализации и адаптации молодежных групп – участников опроса.

В данной статье речь пойдет о результатах изучения лишь одной из привлеченных к исследованию групп – молодых рабочих, занятых в непростой, требующей особых навыков и крайне необходимой для всего общества сфере. В состав опрошенных вошли 183 молодых человека (123 мужчины и 60 женщин; из них в возрасте 18–21 год – 27 чел., 22–25 лет – 57 чел., 26–30 лет – 64 чел., 31–35 лет – 35 чел., и проживающих в Брянске – 108 чел.; а также Москве, Подмосковье, Сарове, Калининграде и др. – 75 чел.). Молодые рабочие имели разное образование: 9 классов – 8 чел.; среднее – 27 чел.; среднее техническое/специальное – 117 чел.; неполное высшее и высшее – 31 чел. Это были заводские рабочие (механики, наладчики, наладчики, сварщики, сборщики, слесари, стропальщики, фрезеровщики, шлифовщики, электрики и др.) – 108 чел.; работники технико-технологического обслуживания (автослесари, водители, механики, монтажники систем водоснабжения, специалисты по двигателям, специалисты по подключению Интернета, таксисты и др.) – 29 чел.; работники торгово-бытового обслуживания (бармены, кассиры, курьеры, массажисты, обработчики рыбы, официанты, парикмахеры, повара, портные, продавцы, работники фастфуда, складского учета, уборщики и др.) – 46 чел.

Комплекс качественных характеристик, которые выявлялись по отношению к каждому респонденту, можно сгруппировать по следующим признакам:

- *особенности “включенности” в социальные реалии*: способность называть значимые для страны проблемы; знание публичных персон; наличие глобальных, социально значимых пожеланий и надежд в личностных “картинах мира”;
- *особенности “включенности” в социокультурную среду*: обращение к прессе, телевидению, радиовещанию, Интернету, художественной литературе;
- *эмоциональные особенности личностной адаптации*: ощущение “мира вокруг”;
- *социоментальные особенности*, или *уровень развития коммуникативных навыков*, определяемый на основании изучения специфики понимания смысла (авторской интенциональности) воспринятых произведений.

В качестве гипотезы проекта было выдвинуто предположение об определяющем влиянии *уровня развития коммуникативных навыков* (социоментальных особенностей) респондента [Адамьянц 2015; Адамьянц 2017] на социально значимые особенности его

социализации и адаптации. Такой подход объясняется следующим: вся жизнь человека так или иначе связана с коммуникацией, причем не только при восприятии различного рода произведений, но и в рамках социума, группы, коллектива, семьи, при любых вариантах межличностного общения.

Методологические и методические основания социоментальной дифференциации

Искомая характеристика (уровень развития коммуникативных навыков) определялась методом мотивационно-целевого анализа, разработанного в рамках диалогической (семиосоциопсихологической) концепции социальной коммуникации [Дридзе 1984; Дридзе 2000]. Согласно основным ее положениям, в любом целостном, завершенном коммуникативном акте, реализованном в любой знаковой системе, можно выделить условную структуру взаимозависимых коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на “равнодействующую мотивов и целей” автора, или авторскую интенциональность, которая и составляет *смысл* данного произведения. Смысл целостного, завершенного коммуникативного акта (произведения, материала, текста и т.д.) *константен*, поскольку сложный комплекс мотивов и целей автора уже “овеществился” в подборе слов, фраз и особенностях их взаимодействия между собой; в этом принципиальное отличие семиосоциопсихологической концепции от современных герменевтических концепций, декларирующих, в соответствии с идеями постмодернизма, идею множественности смыслов и “смерти автора” [Адамьянц 2014].

Метод интенционального (мотивационно-целевого) анализа, посредством которого выделяется константный смысл анализируемого произведения, заключается в составлении многоуровневой мотивационно-целевой структуры. Ее вершина – искомая “равнодействующая мотивов и целей” автора, побудившая его к общению. Поскольку процедура операционализирована, результат доказателен и воспроизводим. Определение уровня коммуникативных навыков респондента происходит также на основе вышеназванного метода. Исследовательский алгоритм представляет собой сопоставление исходной мотивационно-целевой структуры произведения, предложенного респонденту, с мотивационно-целевой структурой интерпретации респондентом этого же произведения в анкете (для этой цели предусмотрены специальные вопросы) [Дридзе 1984].

Надо сказать, что часть людей (от 14% до 30–35%, в зависимости от жанра и степени сложности содержания воспринятого произведения) способна “выстраивать” такие структуры “в уме”, в силу природного дара, особого рода способностей (навыков) ориентирования в сфере коммуникации; речь идет об умении и стремлении человека адекватно, то есть так, как и есть на самом деле, понимать “другого” – автора, начальника, наставника, педагога, коллегу, собеседника и т.д. При этом обязательное согласие не требуется, речь идет только о понимании смысловых доминант (того, что хотели сказать, передать, выразить).

Исходя из особенностей “освоения” исходной мотивационно-целевой структуры, различают три уровня коммуникативных навыков:

- высокий (адекватное восприятие);
- средний (частично адекватное восприятие);
- низкий (неадекватное восприятие) [Адамьянц 2015].

Для их определения в данном исследовании в анкету был включен текст притчи (“Мудрый странник”), который следовало прочитать и проинтерпретировать, то есть ответить на вопрос о *самом главном*, что заключает в себе данный текст, какое назидание он содержит¹. При анализе содержащихся в анкетах интерпретаций уровень коммуникативных навыков оценивался как *высокий*, ежели респондент “видел” содержащееся в тексте притчи назидание; *средний* – в тех случаях, где шел преимущественный пересказ

¹ Исходя из опыта аналогичных исследований, смысловые доминанты успешнее всего “считываются” в таких жанрах, как притча и басня, – там, где они, хотя и в несколько завуалированном виде, лежат “на поверхности”.

содержания, однако без акцентирования момента назидания; *низкий* – когда из “ткани” текста выхватывался факт, никак не связанный с интенциональностью (смыслом) притчи, а также и те случаи, когда интерпретирования не было вовсе. При дальнейшем анализе, связанном с сопоставлением данных об уровне коммуникативных данных с особенностями “картин мира” респондентов, было принято решение о следующей их дифференциации: первая группа, включающая участников опроса, обнаруживших *высокий и средний* уровни коммуникативных навыков (58% от числа опрошенных); вторая группа, представленная участниками опроса, обнаруживших *низкий* уровень коммуникативных навыков (42% от числа опрошенных). Итак, выделим отдельные значимые аспекты процессов социализации молодых рабочих.

Знание актуальных проблем современной России

В анкете предлагалось назвать несколько актуальных, с точки зрения респондента, проблем современной России и выстроить их по степени значимости (ранжировать). Для этой цели анкета содержала пять пустых граф, которые и следовало заполнить. Обозначенные участниками опроса проблемы и их приоритеты оказались практически непротиворечивыми с аналогичными данными опросов общественного мнения, проводимыми ВЦИОМ и другими социологическими центрами. Приведу верхние значения первого уровня ответов: коррупция (14%); низкий уровень жизни, низкая зарплата, рост цен (14%); международные отношения (12%); безработица, вопросы трудоустройства (10%); экономика, кризис, санкции (9%); социальные проблемы – пенсии, забота об инвалидах, детях и т.д. (5%); медицина, здравоохранение (2%); проблемы молодежи – отсутствие духовности, деградация (2%); терроризм (2%).

Степень активности респондентов уменьшалась от графы к графе: первую графу с ответом на вышеназванное задание-просьбу заполнили 88% респондентов; вторую – 75%; третью – 58%; четвертую – 27%; пятую – 9%. При этом прослеживалась *тенденция к взаимозависимости между проявленной активностью респондентов и их социоментальными особенностями*, обнаруженная и в других исследованиях с применением социоментальной дифференциации. Знание социально значимых проблем, умение и желание их сформулировать оказались наиболее выраженными у представителей первой группы (с высоким и средним уровнями коммуникативных навыков). Так, первую строку с заданием-просьбой назвать основные проблемы современной России заполнили 91% представителей первой группы (адекватного и частично адекватного восприятия) и 88% второй группы (неадекватного восприятия). Вторую строку – 83% представителей первой группы и 67% второй группы. Третью строку – 67% представителей первой группы и 45% второй группы. Четвертую строку – 28% представителей первой группы и 25% второй группы. Пятую строку – 11% представителей первой группы и 5% второй группы.

Представления о желательном и нежелательном

Одной из характеристик социализации могут служить данные об особенностях представлений (“картин мира”) личности о *желательном и нежелательном*. В числе вопросов, предложенных участникам опроса, были просьбы назвать то, *чего бы хотелось*, и то, *чего бы не хотелось* (готовых вариантов ответов не предлагалось, можно было выразить любые пожелания). Полученные ответы были проанализированы методом контент-анализа и сгруппированы по следующим характеристикам: глобальные, общечеловеческие ценности; личностный успех; семейные, бытовые ценности.

Личностные пожелания молодых рабочих большей частью не ограничивались какой-то одной сферой: 71% опрошенных заявили о том, что хотят любви, дружной семьи, улучшения жилищных условий, новых автомобилей и т.д.; у 60% ожидания и надежды были связаны с достижением успехов в карьере; 11% участников высказали пожелания, связанные

ные с глобальными ценностями: мир во всем мире, процветание страны, согласие между людьми (см. табл. 1). Несколько иначе оказались расставлены акценты в представлениях о том, *чего не хотелось бы*: 42% опрошенных молодых рабочих опасаются сложностей в карьерном росте; 37% не хотят войны, проявлений терроризма, коррупции, недружелюбия; 34% не хотят помех бытовому и семейному благополучию (см. табл. 2).

Тенденция к большей активности при ответах, а также и к большей социальной ориентации “картин мира” представителей группы с высоким и средним уровнями коммуникативных навыков проявилась и здесь. Особо значимыми представляются сопоставление данных об упоминании глобальных, общечеловеческих ценностей в представлениях о желательном (16% в первой группе и 5% – во второй), а также заявлений о нежелании помех для глобальных, общечеловеческих ценностей (39% в первой группе и 33% – во второй).

Таблица 1

Зависимость представлений о желательном от уровня коммуникативных навыков участников опроса

Представления о желательном (чего хотелось бы?)	Восприятие (притча)					
	Первая группа (высокий и средний уровень коммуникативных навыков)		Вторая группа (низкий уровень коммуникативных навыков)		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Глобальные, общечеловеческие ценности	17	16	4	5	21	11
Личностный успех	70	65	39	51	109	60
Семейные, бытовые ценности	80	75	50	66	130	71
Нет ответа	3	3	9	12	112	7

Таблица 2

Зависимость представлений о нежелательном от уровня коммуникативных навыков участников опроса

Представления о нежелательном (чего не хотелось бы?)	Восприятие (притча)					
	Первая группа (высокий и средний уровень коммуникативных навыков)		Вторая группа (низкий уровень коммуникативных навыков)		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Помех глобальным, общечеловеческим ценностям, развитию страны	42	39	25	33	67	37
Помех личностному успеху	48	45	29	38	77	42
Помех семейным, бытовым ценностям	37	35	25	33	62	34
Нет ответа	2	2	8	11	10	5

Знание публичных персон

Один из аспектов социализации – знание человеком публичных персон, чьи имена типичны для его социокультурной среды. В этой связи информативны ответы молодых рабочих на содержащуюся в анкете просьбу назвать имена публичных людей (политиков, общественных деятелей, представителей культурной сферы), чье мнение для них важно при принятии решений, составлении или проверке своей точки зрения.

Большинство респондентов (74% от общего числа) охотно откликнулись на эту просьбу, причем тенденция к взаимозависимости между проявленными знаниями относительно имен публичных персон и социоментальными особенностями респондентов наблюдалась и здесь: откликнулись на данную просьбу 78% представителей первой группы (адекватного и частично адекватного восприятия) и 70% второй группы (неадекватного восприятия). Так, на вопрос о том, **чье мнение значимо для респондента** (весь массив, опрос проходил в 2016 г.), 21% назвали В. Путина, 9% – В. Жириновского, 8% – С. Лаврова, 5% – В. Соловьева, 4% – В. Познера, 3% – С. Шойгу, по 2% – Г. Зюганова и Д. Медведева. Более 40 персон получили по 1% от опрошенных. Причем здесь мы видим крайне пеструю картину, включающую и политиков разного толка (например, С. Собянина и А. Навального, И. Яровую и И. Хакамаду), но в основном – это медийные лица или представители сферы культуры (в основном – массовой). 19% заявили, что для них значимо собственное мнение, для 10% – мнение друзей и близких, а для 2% – преподавателей и ученых. Наконец, 1% дали весьма расплывчатый ответ “мнение народа; правительства; социальных сетей, Интернета; телеведущих, журналистов”.

Отмечу также, что для **представителей группы с высоким и средним уровнями коммуникативных навыков** мнение Путина и Лаврова отмечают чуть больше, чем в целом по опросу (23% и 10%, соответственно), а Жириновского – меньше (8%). Также на 1–2 процентных пункта выше показателей других выделенных в опросе людей (в группу с 2% значимости вошли также А. Кончаловский, Н. Михалков и П. Толстой). Больше и тех, кто опираются на свое мнение (21%) и мнение друзей и близких (14%). А для представителей **группы с низким уровнем коммуникативных навыков**, напротив, о значимости мнения Путина заявили 18%, Жириновский и Познер удержали позицию, отмеченную в целом по опросу, а Лавров и Соловьев снизили свои показатели до 1%. До 3% выросло значение мнений Зюганова, М. Веллера и А. Малахова. Доля опирающихся на собственное мнение составила, как и в целом по опросу, 14%, но меньшее значение для этой группы имело мнение близких и друзей (5%), а также преподавателей и ученых.

В целом представители второй группы смогли назвать значительно меньше имен тех, чье мнение имеет для них значение, нежели представители первой. Причем процентное значение числа “воспоминаний” одной и той же персоны здесь большей частью “шло на убыль”. Кроме того, просматривается тенденция к разной степени значимости сфер деятельности публичных персон: представители первой группы чаще (в процентном выражении) называли политиков и аналитиков, в то время как представители второй группы чаще вспоминали представителей массовой культуры и людей с неоднозначным в общественном мнении имиджем.

Особенности “включенности” в социокультурную среду

Похожая тенденция обнаружилась и при анализе данных об особенностях “включенности” молодых рабочих в социокультурную среду: имеется в виду обращение к прессе, телевидению, радиовещанию, Интернету, художественной литературе.

Представители первой группы, как оказалось, чаще, нежели второй (в процентном выражении), обращаются к информационным, аналитическим, развивающим и познавательным материалам, в то время как относящиеся ко второй обычно ориентированы на развлечение или материалы с оттенком сенсационности, сентиментальности, скандалности. При этом речь идет не о вкусах и, тем более, их оценке, а об особенностях ожиданий и предпочтений, об определенном типе ориентирования в сфере коммуникации. Приведу наиболее значимые сопоставления, отметив заодно, что ни один из популярных у молодых рабочих органов СМИ или источник информации не остался “за бортом” нашего внимания. Интересно также, что значительная часть респондентов уклонилась от ответов на этот вопрос и молодые рабочие в массе своей назвали гораздо меньше источников и каналов информации, нежели студенты и представители молодой интеллигенции, которые

(напомню) также участвовали в исследовании. Так, молодые рабочие отмечали в основном свое обращение к таким телепрограммам, как информационные программы, на любых каналах (первая группа – 28%; вторая группа – 22%); “Орел и решка” (первая группа – 11%; вторая группа – 0%); “Голос” (первая группа – 8%; вторая группа – 3%); программы с В. Соловьевым: первая группа – 6%; вторая группа – 1%); “Пусть говорят” (первая группа – 5%; вторая группа – 11%) и т.д. Среди радиоканалов молодые рабочие больше всего выделяют “Европа плюс” (первая группа – 21%; вторая группа – 14%); “Радио Ваня” (первая группа – 9%; вторая группа – 13%); “Вести FM” (первая группа – 7%; вторая группа – 0%). В сфере прессы предпочтение отдается таким изданиям, как “За рулем” (первая группа – 6%; вторая группа – 1%); “КоммерсантЪ” (первая группа – 4%; вторая группа – 1%); “Популярная механика” (первая группа – 4%; вторая группа – 0%); “Комсомольская правда” (первая группа – 2%; вторая группа – 4%). У других изданий показатель ниже.

В последнее десятилетие возросла роль Интернета. Тут в среде рабочих из платформ социальных сетей и поисковиков выделяются: “ВКонтакте” (первая группа – 54%; вторая группа – 43%); “Одноклассники” (первая группа – 14%; вторая группа – 17%); “Яндекс” (первая группа – 12%; вторая группа – 8%); “You Toube”: (первая группа – 11%; вторая группа – 9%); “Instagram” (первая группа – 10%; вторая группа – 2%); “Facebook” (первая группа – 9%; вторая группа – 0%); “Твиттер” (первая группа – 5%; вторая группа – 1%); “Википедия” (первая группа – 4%; вторая группа – 0%); не ответили (первая группа – 17%; вторая группа – 25%).

Когда же мы просим респондентов назвать произведения художественной литературы, повлиявшие на их мировоззрение, то называли “Преступление и наказание” (первая группа – 4%; вторая группа – 0%); “Война и мир” (первая группа – 4%; вторая группа – 3%); “Алхимик” (первая группа – 3%; вторая группа – 0%); “Мастер и Маргарита” (первая группа – 1%; вторая группа – 5%); “Муму” (первая группа – 0%; вторая группа – 4%).

Эмоциональное ощущение “мира вокруг”

При определении стратегий работы с разными группами молодежи важно учитывать не только формальные особенности их социализации, но и специфику эмоционального реагирования на вызовы окружающей реальности, на “мир вокруг”. Это и социум, и группа, с которой человек себя соотносит, и формальные и неформальные коллективы, объединяющие и членов семьи, и в более широком смысле социокультурную среду. Светлые, оптимистичные реакции и эмоциональные ощущения, конечно же, более желательны и для социума, и для каждого отдельного человека, нежели тревожность, страхи, обиды, разочарования, недовольство, раздражение.

По сути, проблема эмоциональной адаптации не только социологическая: на реакции человека влияют и особенности его семейной жизни, и личностная успешность в образовании, карьере, достигнутом уровне жизни, и особенности темперамента и здоровья, в том числе психического. Однако поскольку весь этот комплекс экзистенциального самоощущения человека влияет и на качество социальных процессов, игнорировать такие данные нежелательно, тем более в случаях, когда возникает возможность выявления закономерностей процессов, приводящих в итоге к такому самоощущению.

На вопрос анкеты “Как вы считаете (чувствуете), мир вокруг вас по отношению к вам – какой? (например: дружелюбный, недружелюбный, добрый, светлый, враждебный и т.д.)” респонденты охотно откликались: из 183 человек не дали ответа всего трое. Результаты опроса были проанализированы методом контент-анализа и сгруппированы по трем основным признакам: светлые, оптимистичные тона; нейтральные тона; пессимистичные тона, страх, боязнь. В тех случаях, когда ответы были неоднозначными (респондент, например, заявлял “мир светлый, но...”), при анализе учитывалась и та и другая позиция.

В 48% анкет определения “мира вокруг” оказались окрашенными в светлые, оптимистичные тона; в 45% содержались формулировки, свидетельствовавшие о спокойном, нейтральном варианте взаимоотношений с окружающим миром; в 19% анкет содержались определения, характерные при пессимизме, наличии фобий: страхов, тревожности и т.д.

Тенденции в преимуществах первой группы прослеживались и здесь: в группе с высоким и средним уровнями коммуникативных навыков число ответов (в процентном выражении), свидетельствующих о светлых, оптимистичных тонах, составило 50%, в то время как в группе с низким уровнем коммуникативных навыков – 45%. Реже встречались в первой группе и ответы, характерные для пессимистов и людей с наличием фобий (18%), в то время как во второй группе это значение составило 21% (см. табл. 3).

Таблица 3

Зависимость эмоционального восприятия “мира вокруг” от уровня коммуникативных навыков участников опроса

“Мир вокруг”	Восприятие (притча)					
	Первая группа (высокий и средний уровень коммуникативных навыков)		Вторая группа (низкий уровень коммуникативных навыков)		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Светлые, оптимистические тона	абс. %	54 61	50 39	34 45	88 100	48
Нейтральные тона	абс. %	49 59	46 41	34 45	83 100	45
Пессимистические тона, страх, боязнь	абс. %	19 54	18 46	16 21	35 100	19
Нет ответа	абс. %	1 50	1 50	1 1	2 100	1

Волнующие проблемы на предприятии

Степень социализации человека проявляется также и в рамках организации (и/или коллектива), в котором он находится: видит ли ее внутренние проблемы, “узкие места”, возможности для совершенствования? Изучение ответов современных заводских рабочих (более половины участников опроса оказались рабочими машиностроительных заводов средней полосы России) на содержащуюся в анкете просьбу назвать актуальные проблемы своего предприятия дает представление об их вовлеченности в дела своего “малого социума”. Так, на отсутствие ритмичности в работе, задержки в поступлении деталей указали 9% представителей первой группы и 4% – второй. О необходимости модернизации производства заявили 6% представителей первой группы и 4% – второй. Недовольны вниманием и компетентностью непосредственного руководства оказались 9% представителей первой группы и 4% – второй. Темы повышения качества и эффективности труда волновали 3% представителей первой группы и 1% – второй. Не были удовлетворены условиями труда 3% представителей первой группы и 2% – второй. О профессиональной незащищенности, риске потерять работу заявили 2% представителей первой группы и 7% – второй (на основании данного сопоставления можно судить также и о степени адаптации представителей групп, различающихся уровнем коммуникативных навыков). Наконец, недовольство уровнем оплаты труда и непрозрачностью начисления заработка высказали 28% представителей первой группы и 30% – второй.

Молодой рабочий и характеристики его “картины мира”

Дифференциация по социоментальным особенностям позволяет выявить закономерности и тенденции в значимых характеристиках социальных представлений современной рабочей молодежи. При изучении взаимозависимостей между социоментальными особенностями современных молодых рабочих и социально значимыми характеристиками их социальных представлений (“картины мира”) оказалось, что *показатели первой группы (с высоким и средним уровнями коммуникативных навыков) более выигрышны по большинству позиций, ставших предметом изучения.*

Как показывают вышеупомянутые данные, респонденты этой группы лучше осведомлены в социально значимых вопросах. В массе своей они лучше ориентируются в источниках информации, больше, чем представители других социоментальных групп, читают художественную литературу, причем диапазон их интересов разнообразен [Темницкий 2017]. При непосредственном общении представители этой группы оказываются более коммуникабельными, отзываются на приглашение участвовать в опросе, внимательнее относятся к просьбе прочитать и проинтерпретировать содержащийся в анкете текст, активнее отвечают на ее вопросы.

Закономерен вопрос о значимых признаках, свойственных представителям изучаемых в данном исследовании групп. Менее всего, как оказалось, этот показатель зависит от принадлежности к полу: высокий и средний уровни коммуникативных навыков проявили 59% опрошенных мужчин и 58% – женщин. Различия в социоментальных особенностях оказались наиболее выраженными относительно уровня образования (см. табл. 4) и рода занятий (см. табл. 5).

Таблица 4

Зависимость уровня коммуникативных навыков молодых рабочих от уровня образования

Восприятие (притча)	Образование									
	9 классов		среднее		среднее техническое		высшее и неполное высшее		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное и частично адекватное	абс.	1	13	18	67	66	56	22	71	107
	%	1		17		62		21		100
Неадекватное	абс.	7	88	9	33	51	44	9	29	76
	%	9		12		67		12		100
Всего	абс.	8	100	27	100	117	100	31	100	183
	%	4		15		64		17		100

Тенденция к взаимосвязи между уровнем коммуникативных навыков и уровнем образования была зафиксирована и в ряде других исследований, равно, как мне представляется, и *тревожный факт существенных различий по показателям уровня коммуникативных навыков между группами респондентов со средним и средним техническим образованием (то есть на равноценных, как считается, “ступеньках” полученного образования).* Думаю, что обозначенная проблема связана не столько с качеством образования, сколько с низким уровнем коммуникативных навыков самих учащихся, в силу разных субъективных и объективных причин. Отмечено, например, что в развитии коммуникативных навыков важную роль играет окружающее человека диалогическое коммуникативное пространство [Адамьянц 2013]. При отсутствии последнего с раннего возраста и на всем протяжении взросления может возникнуть взаимозависимая цепочка жизненных реалий (плохая успеваемость в школе – вынужденный переход в ПТУ или техникум – рабочая

специальность не по призванию и интересу – внутренние обиды, зависть, раздражение или, в зависимости от темперамента и обстоятельств, равнодушие, пассивность, “нофигизм”).

Требуют исследовательского внимания и различия в показателях уровня коммуникативных навыков среди разных групп современных молодых рабочих, дифференцированных по роду занятий: высокий и средний уровни коммуникативных навыков обнаружили 72% рабочих, занятых в сфере торгово-бытового обслуживания; 69% – рабочих сферы технико-технологического обслуживания и 50% – заводских рабочих. Можно предположить, что значительную роль в таких расхождениях играют коммуникативные особенности труда респондентов: круг общения рабочих промышленных предприятий в силу специфики их работы ограничен коллегами по работе и непосредственным начальством, в то время как представители других сфер постоянно общаются с клиентами, заказчиками, менеджерами и т.д., имеют более “гибкий” рабочий день, что также немаловажно.

Таблица 5

Зависимость уровня коммуникативных навыков молодых рабочих от рода занятий

Восприятие (притча)	Род деятельности								
	Заводские рабочие		Работники технико-технологического обслуживания		Работники торгово-бытового обслуживания		Всего		
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	
Адекватное и частично адекватное	абс.	54	50	20	69	33	72	107	58
	%	50		19		31		100	
Неадекватное	абс.	54	50	9	31	13	28	76	42
	%	71		12		17		100	
Всего	абс.	108	100	29	100	46	100	183	100
	%	59		16		25		100	

Тревожными представляются и результаты сопоставления данных об уровне развития коммуникативных навыков среди разных социально-демографических групп современной молодежи. Согласно нашим данным, рабочая молодежь “отстает” в показателях уровня коммуникативных навыков от других категорий своих сверстников (см. табл. 6).

Таблица 6

Зависимость уровня коммуникативных навыков современной молодежи от социального статуса

Восприятие (притча)	Объект изучения								
	Учащаяся молодежь		Молодые рабочие		Молодая интеллигенция		Всего		
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	
Адекватное и частично адекватное	абс.	156	73	107	58	130	74	393	69
	%	40		27		33		100	
Неадекватное	абс.	57	27	76	42	46	26	179	31
	%	32		42		26		100	
Всего	абс.	213	100	183	100	176	100	572	100
	%	37		32		31		100	

* * *

Развитие социоментальной сферы современной рабочей молодежи, особенно рабочих заводов, оказывается стратегически важной задачей России, тесно связанной с другой, не менее важной – развитием промышленности и экономики. Для их решения следует не только модернизировать предприятия и совершенствовать условия труда, но и способствовать всестороннему развитию молодежи, прежде всего в социоментальной сфере. Речь в данном случае идет не об обязательном наличии диплома о высшем образовании, но о специальных обучающих мероприятиях по развитию у человека навыков по “выстраиванию” в уме виртуальных многоуровневых структур [Темницкий 2016; Чудновская 2015; Юрьев 2016; Карпенко 2016; Адамьянц 2012]. Такие навыки крайне необходимы в современном информационном веке: только понимающая личность способна осознанно противостоять экспансии массовой культуры, потребительской идеологии, распознавать механизмы манипулятивных технологий и, следовательно, принимать взвешенные, самостоятельные решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Адамьянц Т.З. (2017) Задачи и методы социоментального развития современной молодежи // Мир психологии. № 1. С. 69–78.
- Адамьянц Т.З. (2013) Качественные индикаторы процессов самоорганизации и самоопределения в среде современных подростков // Общественные науки и современность. № 3. С. 163–176.
- Адамьянц Т.З. (2014) Концепции понимания в коммуникации: в поисках платформы для взаимопонимания // Общественные науки и современность. № 4. С. 121–131.
- Адамьянц Т.З. (2012) Массовое социоментальное развитие: миф или реальная возможность? // Общественные науки и современность. № 1. С. 27–38.
- Адамьянц Т.З. (2015) Социоментальные группы в социальном познании // Социологические исследования. № 7. С. 117–128.
- Дридзе Т.М. (2000) Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Кн. 1. М.: ИС РАН. С. 5–42.
- Дридзе Т.М. (1984) Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука.
- Зубок Ю.А., Чупров В.И. (2017) Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся. Ежегодник. Вып. 15. М.: Новый Хронограф. С. 12–48.
- Карпенко Е.В. (2016) Современная молодежь в зеркале социоментальности (по результатам исследования) // Общественные науки. № 5. С. 310–320.
- Темницкий А.Л. (2016) Возможности повышения уровня адекватности понимания в современных коммуникациях студентов // Коммуникология. Т. 4. № 6. С. 223–240.
- Темницкий А.Л. (2017) Социокультурный мир повседневной жизни молодых рабочих России // Социологическая наука и социальная практика. № 4. С. 92–107.
- Чудновская И.Н. (2015) Коммуникативное образование в обществе знания: проблема обучения пониманию // Коммуникация как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов. Сборник статей и выступлений участников международной научной конференции. М.: НИУ ВШЭ. С. 168–176.
- Юрьев П.С. (2016) Социоментальное развитие современной учащейся молодежи (по материалам семиосоциопсихологического исследования) // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость. Материалы V Всероссийского социологического конгресса. Российское общество социологов. С. 3078–3085.

Modern working youth in the light of the integrated multidisciplinary analysis: aspects of socialization and adaptation

T. ADAMYANTS*

***Adamants Tamara** – doctor of sociological Sciences, Professor, Chief Researcher Institute of Sociology of FCTAS RAS. Address: 117218 Moscow, Krzyzanowski str., 24/35, k. 5. E-mail: tamara-adamants@yandex.ru

Abstract

The relationship between socially significant aspects of socialization and adaptation of modern young workers and their sociomental characteristics, or the level of development of their communicative skills analyzed in this article. The level of development of communication skills in this case was determined on the basis of a study how the respondent understands the meaning of the text, which it was proposed. Important characteristics to the socialization and adaptation of personality: knowledge of actual problems of modern Russia; knowledge of popular modern personalities; perceptions of desirable and undesirable; the degree of involvement in sociocultural environment (press, television, radio, Internet, literature); the perception of the “world around”; knowledge of the actual problems of the company were analysed in this article. Comparison between groups of respondents who have a different level of communication skills, was held in the article. In order to optimize the processes of socialization and adaptation of young workers need to organize events for their all-round development, including activities to develop their communication skills.

Keywords: youth; young workers; socialization; adaptation; sociomental differentiation; semio-sociopsihology; meaning; understanding; communicative skills.

REFERENCES

- Adamants T.Z. (2013) Kachestvennye indikatoru processov samoorganizacii i samoopredeleniya v srede sovremennoy podrostkov. [Qualitative indicators of the processes of self-organization and self-determination among contemporary adolescents]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 3, pp. 163–176.
- Adamants T.Z. (2014) Koncepcii ponimaniya v kommunikacii: v poiskakh platformu dlya vzaimoponimaniya [The concept of understanding in communications: in search of a platform for understanding]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 4, pp. 121–131.
- Adamants T.Z. (2012) Massovoe sociomental'noe razvitiye: mif ili real'naya vozmozhnost'? [Mass sociomental development: myth or real opportunity?]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 1, pp. 27–38.
- Adamants T.Z. (2015) Sociomental'nye gruppy v social'nom poznaniy [Sociomental groups in social cognition]. *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 7, pp. 117–128.
- Adamants T. Z. (2017) Zadachi i metody sociomental'nogo razvitiya sovremennoy molodezhi [The modern youth's social and mental development tasks and methods]. *Mir psichologii*, no. 1, pp. 69–78.
- Chudnovskaya I.N. (2015) Kommunikativnoe obrazovanie v obshchestve znaniya: problema obucheniya ponimaniyu. Kommunikaciya kak disciplina i oblast' znaniya v sovremennom mire: dialog podhodov [Communication education in the society of knowledge: the problem of learning understanding. Communication as a discipline and field of knowledge in the modern world: the dialogue approaches]. *Sbornik statey i vystupleniy uchastnikov mezhdunarodnoy nauchnoy konferencii* [A collection of articles and speeches of the participants of the international scientific conference]. Moscow: NIU VShE, pp. 168–176.
- Dridze T.M. (2000) *Dve novye paradigmy dlya social'nogo poznaniya i social'noy praktiki* [The two new paradigms for social cognition and social practice]. Social'naya kommunikaciya i social'noe upravlenie v ekoantropocentricheskoy i semiosociopsihologicheskoy paradigmah: v 2 kn. [Social communication and social management in eco-anthropocentric and semisociopsychological paradigms, 2 bks.], kn. 1. Moscow: IS RAN, pp. 5–42.
- Dridze T.M. (1984) *Tekstovaya deyatel'nost' v strukture social'noy kommunikacii* [Text activity in the structure of social communication]. Moscow: Nauka.
- Karpenko E.V. (2016) Sovremennaya molodyzh' v zerkale sociomental'nosti [Modern youth in the sociomental mirror (research results)]. *Obshchestvennye nauki*, no. 5, pp. 310–320.

Temnitskiy A.L. (2017) Sociokul'turnyi mir povednevnoy zhizni molodykh rabochikh Rossii [Sociocultural world of the everyday life of young workers in Russia]. *Sociological science and social practices*, no. 4, pp. 92–107.

Temnitskiy A.L. (2016) Vozmozhnosti povusheniya urovnya adekvatnosti ponimaniya v sovremenennu kommunikaciah studentov [The possibilities for improving the adequacy of understanding contemporary communications students]. *Kommunikologia*, vol. 4, no. 6, pp. 223–240.

Yur'ev P.S. (2016) Sociomentalnoe razvitiye sovremennoy uchashcheysha molodyezhi (po materialam semiosociologicheskogo issledovaniya) [Sociomental development of modern young students (the materials of semiosociopsihology research)] *Sociologiya i obchestvo: socialnoye neravenstvo i socialnaya spravedlivost'*. Materialy Vserossi'skogo sociologicheskogo kongressa. [Sociology and society: social inequality and social justice. Materials V all-Russian sociological Congress]. Moscow: Russian society of sociologists, pp. 3078–3085.

Zubok Y.A., Chuprov V.I. (2017) Sovremennaya sociologiya molodedgi: izmenayushchayasya realnost' i novye teoreticheskie podhodu. [Modern Sociology of youth: changing realities and new theoretical approaches]. *Reforming Russia: Yearbook. Rossiya reformiruyashchayasya*: issue 15. Moscow: New Chronograph, pp. 12–48.

© Т. Адамьянц, 2019