

Международный молодежный форум проектирования будущего «Гиперборея: битва идей»

<http://giper2009.ru/>

Тенденции общественного развития: ценности будущего

Лариса Паутова,
д.соц.н, директор проекта
«Новое поколение»

e-mail: pautova@fom.ru



Знание ценностей – это ключ



Немного теории

Ценности апеллируют к миру должного, целевого, смыслового, трансцендентного.

Внеличный, надличный, а в ряде случаев и внеисторический характер.



Различаем два понятия

Ценность - устойчивое убеждение в том, что определенный способ поведения или конечная цель существования **предпочтительнее, чем противоположный или обратный** им способ поведения, либо конечная цель существования.

Коллективное
Должное



Ценностная ориентация - отражение в сознании человека ценностей.

Индивидуальное
Избирательное
Ситуативное
Прагматичное



ЦЕЛЬ



И ценности, и цели связаны с **целями** общества/человека.

Но иногда могут входить в **противоречие** с ними.

Как меняются ценности и ориентации?

Ценности



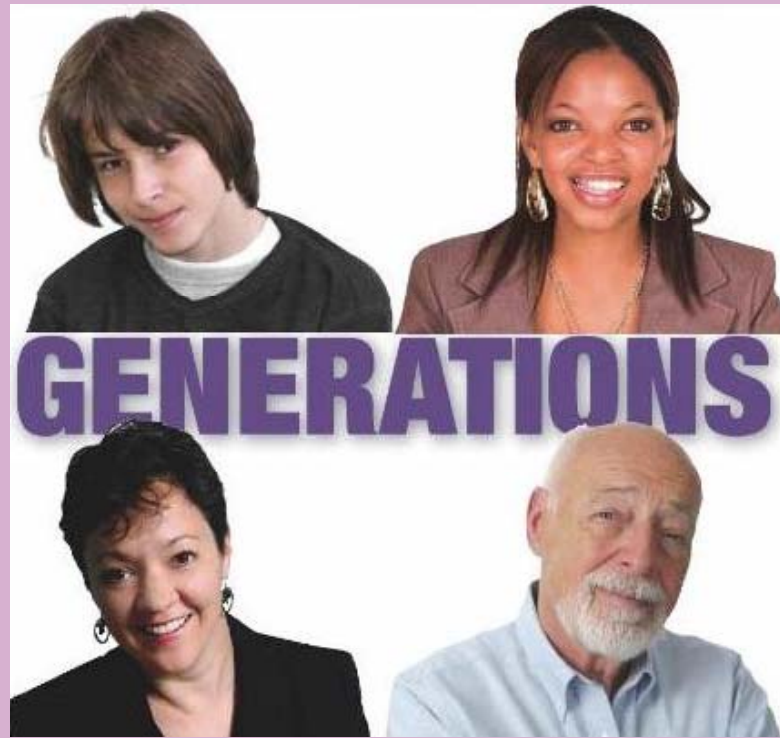
Цели



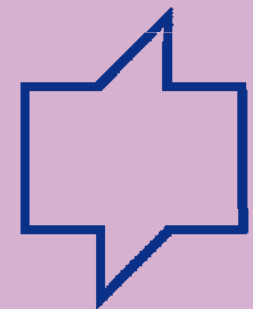
Конфликт

Потребности





Трансформация ценностей в мировой перспективе



Молчаливое поколение (1923-1942 г.р.)



Ценности

- ♦ уважение к должности и статусу
- ♦ жертвенность
- ♦ подчинение
- ♦ честь
- ♦ терпение
- ♦ экономность



Поколение бэби-бумеров (1943-1963)

Ценности

- ✦ оптимизм
- ✦ стремление к глобальным идеям
- ✦ заинтересованность в личном росте
- ✦ командный дух
- ✦ культ молодости



Поколение X (1965-1982 г.р.)

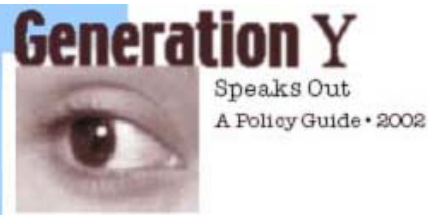


Ценности

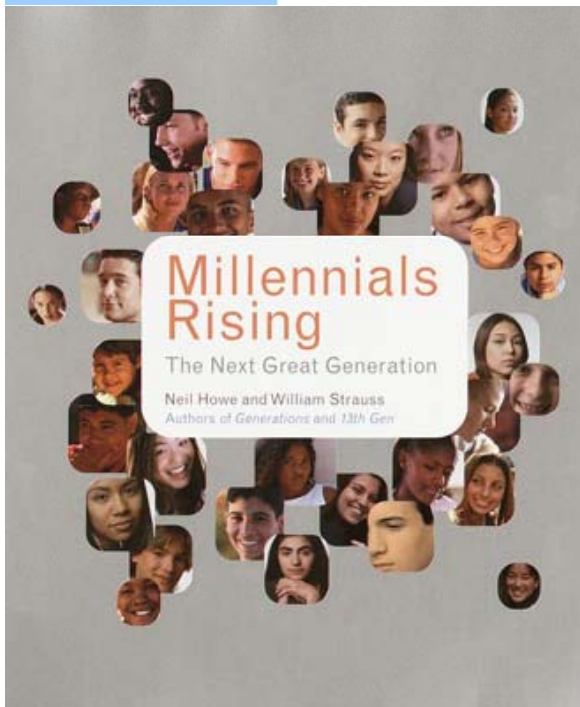
- ✦ индивидуализм
- ✦ ГОТОВНОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ
- ✦ глобальная информированность
- ✦ техническая грамотность
- ✦ стремление к получению новых знаний
- ✦ равноправие полов
- ✦ прагматизм

Поколение Y (1983-2000 г.р.)

Ценности



- оптимизм, общительность
- немедленное вознаграждение
- подчиненность
- гражданский долг
- мораль
- техническая грамотность
- сообщество, а не команда



Поколение Z (с 2000 г.р)

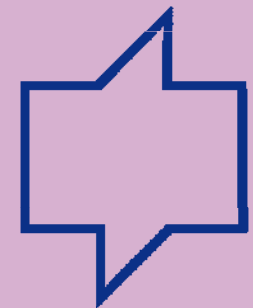


Ценности

пока не понятны



Трансформация ценностей (российский опыт)



Трансформация ценностей

Советские
ценности



«Эпоха
социализма»

Постсоветские
ценности



«Эпоха
дикого
капитализма»

Пост, постсоветские
ценности



«Эпоха
гламура»

Советские ценности

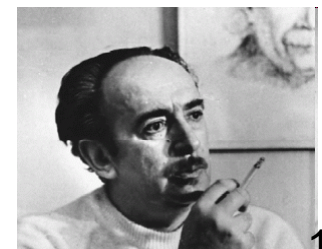
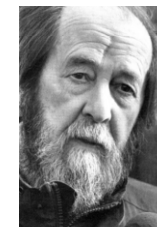
- ✦ Порядок (государственность, патернализм, империя, патриотизм)
- ✦ Равенство, справедливость
- ✦ Коллективизм, энтузиазм
- ✦ Труд
- ✦ Потребительский аскетизм
- ✦ Интернационализм
- ✦ Борьба
- ✦ + Базовые ценности (семья, любовь, дружба и др.)



Двойной стандарт
Наращение
конфликта



Диссидентство



Постсоветские ценности: 1990-1993

- ◆ Перемены
- ◆ Свобода
- ◆ Демократия
- ◆ Права человека
- ◆ Личное достоинство
- ◆ Собственность
- ◆ + Базовые ценности



Политизация
Декоративность
новых ценностей



Нестабильность
новых ценностей

Поколение X: в центре перемен



Постсоветские ценности: 1994 -1999

- ◆ Деньги
- ◆ Индивидуализм
- ◆ Собственность
- ◆ Профессионализм

◆ + Базовые ценности



Ценностный
раскол

- ◆ Патернализм
- ◆ Равенство
- ◆ Справедливость

◆ + Базовые ценности



Дифференциация
ценностей



Ценностная дифференциация

- ✦ Возраст
- ✦ Образование
- ✦ Доход
- ✦ Социальное положение
- ✦ Политические взгляды



Ценности

- труд
- свобода
- деньги
- собственность
- образованность
- чувство долга
- справедливость
- дисциплина



Два типа ценностей

Постиндустриальная индивидуалистическая модель ценностей западного типа.

Патриархально-коллективистская модель ценностей.

Ценности нулевых: тренды

Стабильность



Патриотизм, лояльность



Индивидуализм



Карьера



Успех



Шоппинг



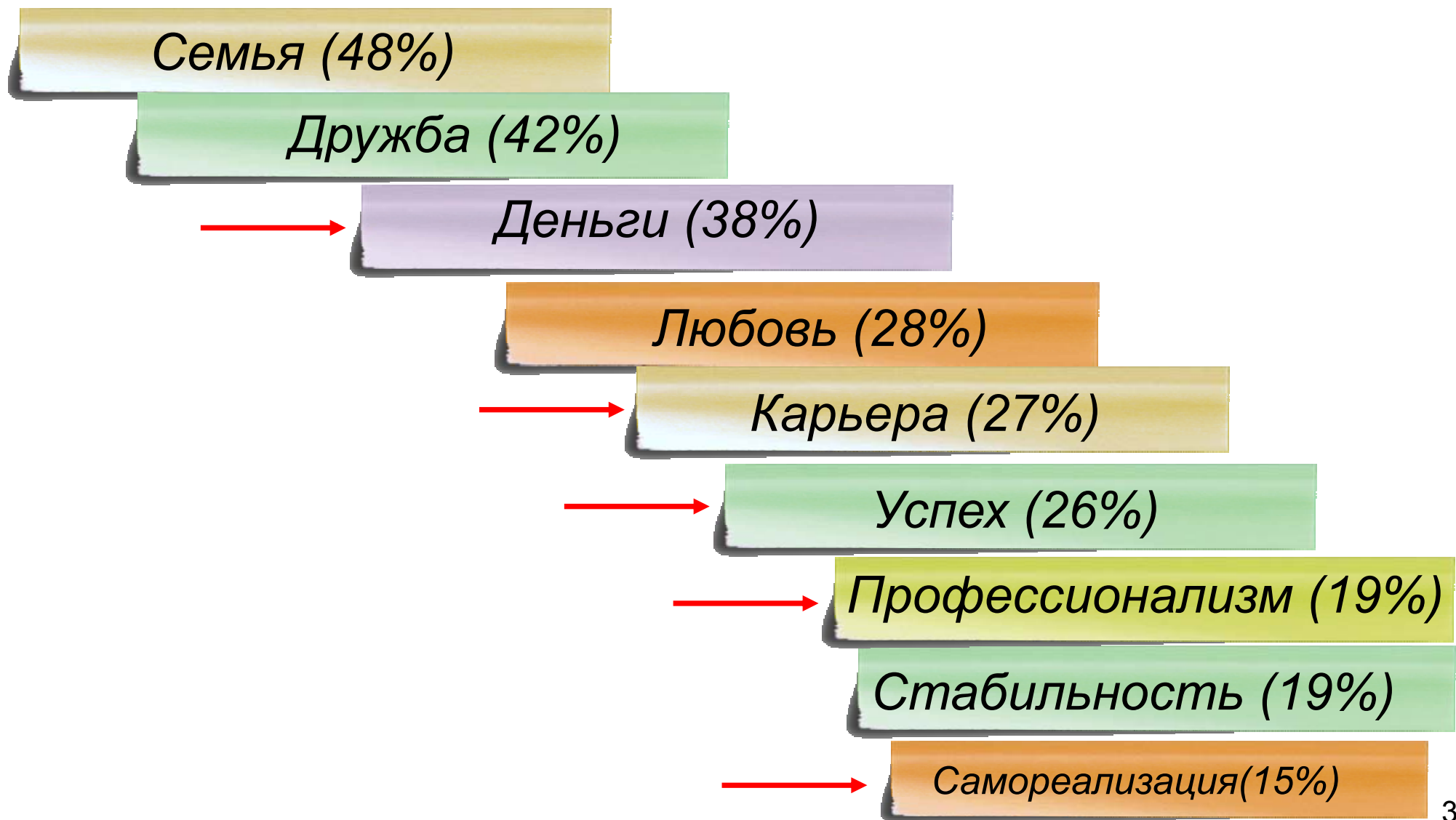
Самореализация

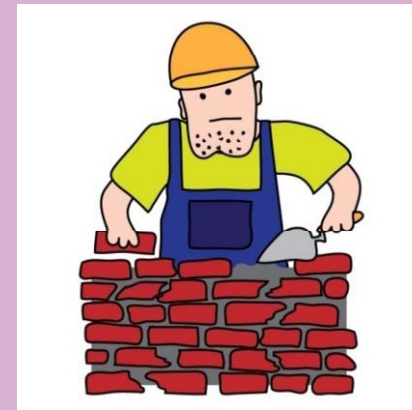
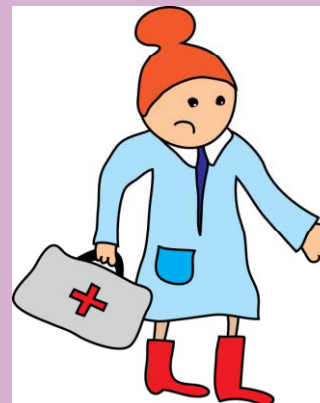


Творчество



Ценности молодежи 16+ (ФОМ)

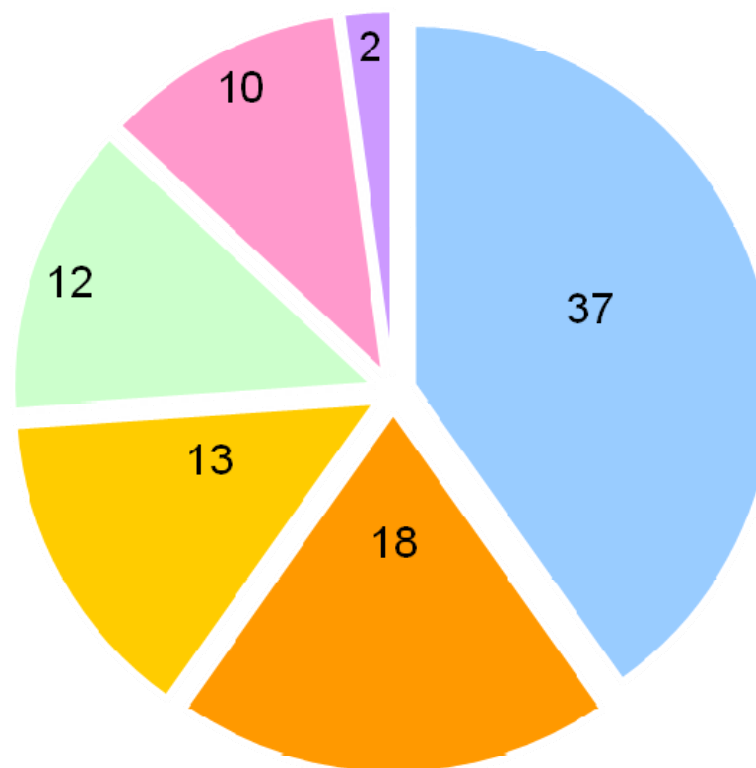




Ценностная сегментация молодежи

Ценностная сегментация молодежи

- традиционалисты (добро, справедливость)
- инноваторы (творчество, самореализация)
- прагматики (деньги, власть, карьера)
- патриоты (Родина, истина)
- гедонисты (комфорт, развлечения, привлекательность)
- романтики (вера, любовь, истина)



Инноваторы (18%) – самореализация, творчество

- ✦ Приоритетные жизненные цели связаны с карьерой
- ✦ Стремятся реализовать в сфере бизнеса и финансов
- ✦ Имеют гуманитарно-экономическое образование
- ✦ Стремятся к повышению образовательного уровня
- ✦ Меньше других смотрят федеральные каналы
- ✦ Предпочитают СМИ прозападного либерального характера (кабельное ТВ, журналы Коммерсант, Афиша, Rolling Stones и т.п.)
- ✦ Проявляют интерес к политике

Патриоты (12%) — Родина, истина



Нацелены на повышение профессионализма и становление карьеры

Политически активны

Поддерживают курс президента и направление развития России

Выбирают работу в бюджетных организациях и органах государственной и муниципальной власти

В качестве досуга предпочитают спорт

По половозрастному составу в основном мужчины в возрасте 16-18 лет

Гедонисты (10%) – комфорт, привлекательность, удовольствия



Предпочитают развлечения в качестве досуга

Выбирают «офисные специальности»
(менеджер, маркетолог)

Чаще всего проживают в столицах и крупных городах

Ценности будущего

трансформация базовых ценностей

ценность активной, суверенной личности

новая социальность?
(социальные сети и др.)



Знание ценностей – это ключ



Спасибо за внимание!

Контактное лицо:

Лариса Паутова

Директор проекта
«Новое поколение»

Доктор социологических наук

Фонд «Общественное мнение»
pautova@fom.ru

<http://fomgeneration.wordpress.com/>

