

УДК 316

© *И.Н. Богданова*

кандидат философских наук, доцент

Южный федеральный университет

Ростов-на-Дону, Россия

dekanat-soc-pol@yandex.ru

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА СТИЛЯ ЖИЗНИ И ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСТВА

**[*Bogdanova I.N. Individualization as a characteristic feature of lifestyle
and behavior strategy of modern Russian students*]**

The author considers the corporate culture, avoiding extremes methodological objectivism and subjectivism. The main methodological unit of analysis is the idea of social interactions. On the basis of the methodology it is defined the essence of university representative of the corporate culture and the need to allocate a variety of cultural forms that represent potential high school. Student culture is interpreted as one of the forms of representation of university corporate culture. The author analyzes the contradiction between the mechanisms of representation of corporate culture and the culture of the university students. It is the contradiction between the collectivist and individualistic tendencies in life standard and behavioral strategies for students. Attraction of youth to individualistic values regarded as an inherently contradictory trend is discussed. Problem of corporate culture by the university is to generate positive direction vectors of this trend.

Key words: university representative essence of corporate culture, forms of representation of the corporate culture, student culture, individualization, atomization, lifestyle, behavioral strategies, polystylistic corporate culture of the university.

В современных условиях трудно переоценить значение корпоративной культуры для успешной вузовской деятельности, поскольку именно корпоративная культура дает возможность приспособиться вузовскому коллективу к постоянно меняющимся условиям бытия инновационного и рискового развития общества, формирует студентов, позволяя им успешно адаптироваться к системе ценностей, идеалов и норм вузов, дает возможность наиболее эффективным образом осуществлять процесс профессиональной социализации. Результаты этой социализации российское общество ощущает постоянно, поскольку «молодежь вместе с творцами искусства и учеными составляет в обществе наиболее продуктивную группу» [8].

В исследованиях корпоративной культуры как социального явления с методологической точки зрения прослеживаются две основные тенденции, исходя из которых фиксируются ее определяющие элементы. Первая, достаточно традиционная в социологии, связана с утверждением, что корпоративная культура является социальным, коллективным, институциональным образованием. Другая же основывается на идее о том, что прежде всего индивидуальные акторы оказывают главенствующее влияние на возникновение и развитие социальной реальности. Речь идет о методологическом объективизме и методологическом субъективизме.

Попытки преодолеть крайности двух представленных методологических парадигм исследования корпоративной культуры представлены когнитивной микросоциологией и феноменологией. Последние основываются не на идее социальной общности и не на идее индивида, а на первостепенном учёте социальных взаимодействий в качестве единицы методологического анализа. Если исходить из феноменологии П. Бергера и Т. Лукмана, то основой для данного синтеза является положение, согласно которому как социум «творит» индивида, так и индивид «творит» общество [2]. Социальные структуры в феноменологической социологии не рассматриваются вне человеческой деятельности, их создающей. Подобную точку зрения мы находим в работах Э. Гидденса, который писал о том, что социальные структуры и индивид не должны рассматриваться как некий «дуализм», а как «дуальность», где качество социальных систем является одновременно и средством, и результатом социальных практик [4, с. 61]. В своей синтетической теории социального становления П. Штомпка также утверждает, что реальности общества и субъектов не существуют одна без другой. «Мы не найдем ни одного примера в общественной жизни, в котором не было бы слияния структур и агентов, операций и действий. Покажите мне агента, который не встроен в какую-нибудь структуру, или структуру, которая существует отдельно от индивидов, или действие, которое не включено в социальные операции, или, наконец, социальное оперирование, которое не распадается на действия. Нет бесструктурных агентов, и нет безагентных структур» [9, с. 272].

В своем дальнейшем анализе мы будем исходить из данных методологических установок, вскрывая особенности социокультурной реальности вузовской жизни, которая специфическим образом складывается в России в

условиях реформирования и обновления общества. Корпоративная культура, исходя из вышесказанного представляется нам целостным явлением, где человек и социальная реальность не воспринимаются одно вне другого. Конечно, деятельность преподавателей, студентов, научных и административных работников вуза организуется по вполне определенным (формальным и неформальным) социальным и профессиональным правилам. Именно благодаря этому происходит структурирование целостного учебно-воспитательного процесса в образовательных учреждениях. Создается достаточно разветвленная, нормативно организованная социальная сеть, которую, однако, следует рассматривать прежде всего как продукт деятельности субъектов учебно-воспитательного процесса. Вузовская корпоративная культура, понятая как взаимодействие субъектов, служит основой как возникновения, формирования, существования, так и изменения норм, правил, ценностных устремлений, идеалов, на которые ориентируются члены данного вузовского коллектива. В том случае, когда восприятие вузовской действительности, реалий существования того или иного вуза основывается не только на сложившихся структурах, фиксированных нормах и правилах, на существовании первичных социальных форм, но и на тех индивидуальных и коллективных представлениях, исходя из которых индивид «входит» в данную социальную среду, социализируется, и при этом, одновременно, изменяет, обновляет те смыслы, которые заложены в учебно-воспитательной деятельности, в определении корпоративной культуры акцент делается не на ее структуре, а на процессуальном, динамическом характере ее существования.

Представленная методология исследования позволяет нам зафиксировать ту составляющую корпоративной культуры, которая, собственно говоря, и является ее сущностью, объединяющей как сложившиеся социальные структуры вузовской жизни данного вуза, так и отдельные действия и ценностную картину членов вузовского коллектива. Речь идет о репрезентативности корпоративной культуры вуза. Корпоративная культура вуза рассматривается нами как репрезентативная, поскольку она становится смысловым, символическим «зеркалом», которое дает возможность через определенную систему социокультурных форм как отдельному субъекту, так и коллективу в целом интерпретировать, воспринимать особым образом внутри- и вневузовские факты и явления. Для развития вуза важно разнообразие способов и форм

самовыражения вузовской корпоративной культуры, а, следовательно, необходимо выделять множество культурных форм, репрезентирующих вузовский потенциал. Вектор дальнейшего анализа может быть разнонаправленным: от поиска доминирующей репрезентативной формы корпоративной культуры до исторической взаимосвязи той или иной формы репрезентации вузовской корпоративной культуры.

Мы сосредоточимся на студенческой культуре как форме презентации корпоративной культуры вуза. Отметим, что студенческая культура также репрезентативна. Основные социокультурные формы репрезентации студенческой культуры как важного элемента корпоративной культуры вуза (наряду с такими ее элементами, как культура преподавательского и административно-управленческого составов единого коллектива) связаны прежде всего с социализацией молодых людей и формированием стилевых особенностей их жизнедеятельности. Определяющими формами здесь являются учеба, участие в научной деятельности, различные варианты студенческого самоуправления, предпочитаемая досуговая деятельность — в стенах вуза и вне него, а также избираемые способы вторичной занятости и выбор стратегии профессионального поведения после окончания вуза. Вне всякого сомнения стилевые особенности корпоративной культуры конкретного вуза во многом оказывают влияние на становление ценностных ориентаций молодых людей — причем через различные формы ее репрезентации. Данный фактор во многом определяет стилевое разнообразие и особенности жизнедеятельности студенческой молодежи. В ходе дальнейшего анализа мы будем исходить из идеи взаимосвязи ценностных, поведенческих установок и стиля жизни студентов, соглашаясь с Р. Инглхартом [10] в том, что социально-экономическая ситуация влияет на ценности, а те в свою очередь на стиль жизни и с П. Бурдьё, утверждавшим, что стиль жизни — это поведенческая категория [3].

Итак, культура студенчества репрезентируется в разных социокультурных формах, но как мы увидим далее не обязательно в тех, которые представляет вуз через механизм действия корпоративной культуры. Очевидно, что любая корпорация основывается, прежде всего, на коллективных действиях, при этом стремлению к единению всегда противостоит тенденция к атомизации. Парадокс в том, что именно данная тенденция оказывается весьма устойчивой и достаточно отчетливо прослеживается в ценностных установ-

ках, жизненных стратегиях и стилях жизни современного студенчества на протяжении последних десяти с небольшим лет, что находит свое подтверждение в результатах эмпирических социологических исследований.

Социологические исследования, направленные на изучение состояния сознания молодежи, проведенные в Белгородской области с 1999 по 2008 гг., позволили зафиксировать противоречивое сочетание установки молодежи на взаимодействие со сверстниками и одновременно низкого уровня самоорганизации (готовность к взаимодействию лишь на уровне студенческой группы, компании друзей). Исследования продемонстрировали отчетливую тенденцию атомизации социальных практик молодежи: отсутствие стремления к отстаиванию своих интересов на солидарном уровне; признание главными факторами реализации жизненных установок личных качеств (целеустремленность, настойчивость) и отрицание необходимости сотрудничества для достижения поставленных целей; мобилизационный (инициированный «сверху» руководством учебных заведений) характер участия молодежи в различного рода организациях (волонтерских, профсоюзных). Результаты данных социологических исследований позволили рассматривать тенденции к атомизации и самоорганизации молодых людей как специфические формы саморефлексии. Этот вид рефлексии назван социокультурной рефлексией [1]. Особенность данного вида рефлексии в том, что он определяется в качестве совокупности способов оценки окружающей действительности и самооценки. В сознании молодежи он основывается на интерпретации современных и традиционных ценностей и смыслов и фиксируется в определенной системе образов, мифов и символов, используемых в адаптивных целях.

Саморефлексия рассматривается социологами как попытка защитить себя и свое сознание от социальной нестабильности через конструирование собственной модели социокультурного пространства. Подобную тенденцию называют «приватизацией социокультурного пространства» [1]. Ограничивая свое личное социокультурное пространство при помощи некоторых видов музыкальной культуры, наркотиков, специфических игровых практик, молодые люди создают определенные символы, мифы, которые дают им возможность «капсулироваться» и «атомизироваться». Это связано с построением индивидуальной модели социокультурного пространства через его «схлопывание». Сворачивание социокультурного пространства во многом основыва-

ется на конфликте личности и общества, абсолютизации данного конфликта. В современной социологической литературе неоднократно подчеркивается, что именно рефлексивность в нестабильном обществе является универсальным способом восприятия жизненно важных явлений. Рефлексия существует в разнообразных формах, причем содержит в себе попытку отразить болезненное кризисное состояние не только самого общества, но и человека [6].

Тенденцию гиперболизации индивидуальных практик современного студенчества в процессе конструирования ими своего ценностного мира и стиля жизни подтверждают и результаты эмпирического социологического исследования, проведенного в 2011 г. в вузах г. Ростова-на-Дону и Ростовской области, отчетливо указывая на то, что современное молодое поколение, в большинстве своем не разделяет традиционные для России коллективистские ценности. (Речь идет об эмпирическом социологическом исследовании на тему: «Социализация и воспитание студентов вузов» (руководитель – доктор социологических наук В.И. Филоненко). Исследование проводилось Социологическим Центром мониторинга, диагностики и прогнозирования социального развития Южного федерального университета в два этапа: первый этап в 2006 г. [7], второй этап в 2011 г. В проведении второго этапа автор статьи принимал непосредственное участие).

Результаты исследования свидетельствуют о том, что за последние годы действительно произошел серьезный сдвиг в ценностных ориентациях молодых россиян в сторону субсидиарных, индивидуалистических ценностей. Приведем несколько примеров. Так, прежде всего, обращает на себя внимание, что студенты ростовских вузов весьма мало обеспокоены отсутствием у своих сверстников коллективизма и взаимопомощи; в качестве отрицательной черты своего поколения «коллективизма и взаимопомощь» рассматривают только 6,8 % опрошенных, а к положительным чертам их относит только 12,4 %.

Высшее место на лестнице предпочтений студентов занимают такие черты как самостоятельность, независимость и свободолюбие – 48,6 %, жизненная активность, оптимизм и уверенность в будущем – 35,8 %, целеустремленность, деловитость, организованность – 35,1%. При этом на нижних ступеньках «лестницы предпочтений и жизненных ценностей» находятся такие качества, как «стремление к знаниям, овладению культурой, гуманизм» – 5,7 %, «честь, порядочность, правдивость» – 5,6 %, «Патриотизм, любовь к Родине» – 8,4 %.

В 2011 году наметилась выраженная тенденция уменьшения количества студентов, принимающих участие в политической деятельности – только 1,7 %. И эта пассивность наряду со стремлением к самостоятельности и независимости – высшей на лестнице предпочтений и абсолютным пониманием того, что необходимо защищать свои витальные потребности в политической сфере. Отрадно хотя бы то, что интересуется политикой и обсуждает политические проблемы с друзьями – 34,5 % опрошенных. Однако, отмеченный «переток» от участников к «созерцателям», от активности в политической сфере к пассивному интересу к современной политике позволяет нам предположить, что представители современного студенчества вряд ли готовы выступить в будущем в качестве акторов политической деятельности.

Возможно столь пассивный интерес к политической жизни обусловлен политической «неангажированностью» российских вузов? Отнюдь. Подобная пассивность в модели поведения проявляется у современных студентов и в других сферах социальной жизни. Только 3,5 % респондентов являются членами каких-либо общественных, творческих и любительских объединений (как на уровне вузов, так и на городском уровне) а, значит, удовлетворение своих личных потребностей в саморазвитии современные молодые люди видят вне общественных, политических, творческих и других объединений.

На вопрос о том, кто должен заниматься организацией факультетских студенческих мероприятий – 39,7 % студентов ответили, что это «руководство факультета, преподаватели совместно со старостами групп и профорганами», и только 14,7 % посчитали, что это дело самих студентов. Получается, что стремление к самостоятельности и свободе парадоксальным образом сочетается у ростовских студентов с принятием патерналистского отношения со стороны администрации и ППС вуза.

Какой смысл вкладывают студенты вузов ростовской области в понятие «жизненный успех»? На первом месте, с большим отрывом «наличие крепкой семьи и детей» – 63,3 %. Тогда как «наличие надежных друзей – всего 14,5 %. Цифры практически полностью совпадают с ответами белгородской молодежи (у 65 % доминирует ценность семейного счастья). Нельзя не согласиться с тем, что семейное счастье – это позитивная ценность, но ценность, объективно обладающая «атомизационным» потенциалом, а поэтому «настроенность исключительно на семейное счастье, не сочетающаяся с иными

жизненными планами, не способствует формированию и развитию долговременных коммуникативных стратегий, без которых невозможна восходящая социальная мобильность в профессиональной, общественно-политической и других сферах» [1, с. 113-114].

Итак, теоретические и эмпирические исследования последних лет свидетельствуют о процессах атомизации, преимущественной интернализации индивидуалистических ценностей и выраженном преуменьшении значения коллективистских ценностей у современной молодежи, проявляющихся в ограниченности их внутригрупповой и межгрупповой солидарности.

Вопреки кажущейся очевидности, данные тенденции невозможно интерпретировать однозначно – исключительно как отрицательные. Это весьма противоречивые тенденции. Суть нашей аргументации сформулируем следующим образом.

Во-первых, современное российское общество признается социологами не иначе как транзитивным, переходным, а, значит, в этом обществе велика доля неопределенности и неустойчивости. Вот почему его все чаще определяют как «общество риска». Но именно ситуация «общества риска» и стимулирует развитие индивидуализма как основной «достижительной» стратегии. П. Бергер и Т. Лукман отмечали, что именно в подобных текучих социальных структурах идентичность представляет собой определенную форму простой индивидуальной нетождественности внешним условиям бытия. В этих условиях самодетерминированности личности и ее принципиальной невыводимости и несвязанности с объективными процессами начинает превалировать особый тип человека – индивидуалист [2].

Во-вторых, «индивидуалист возникает как специфический социальный тип, у которого есть по крайней мере потенциал для миграции по множеству доступных миров и который добровольно и сознательно конструирует «я» на материале различных доступных ему идентичностей» [2, с. 276]. Значит изменение векторов ценностно-нормативного пространства в сторону индивидуализации и атомизации обеспечивает молодым людям возможность не быть жестко связанными социальными обязательствами с другими поколениями, а, как следствие, и с теми традициями и ценностями, которые те разделяли и, которые определяли их поведенческие стратегии. В этом смысле индивидуализм, означающий освобождение от групповых, коллек-

тивных связей, обеспечивает молодежи возможность быть более свободной в определении своих действий и нести за них ответственность. Индивидуализация помогает современной молодежи быть и более мобильной, быстро осваивать новые способы выживания в рыночных условиях. В этих условиях и актуализируется такой социальный ресурс как поиск адекватного стиля жизни, а не принятие лишь образа жизни, так как последний хотя и представляет собой определенную модель организации жизни личности, но отражает те основы организации жизни, которые являются безусловными предпосылками социального бытия, выйти из которых личность никак не может: они ей заданы, навязаны, предопределены.

И все же индивидуалистические и атомизационные стратегии поведения и стиля жизни таят опасность выбора данных стратегий для значительной части молодежи. Речь идет о том, что современные молодые люди в условиях отсутствия внутригрупповых и межгрупповых связей весьма противоречиво воспринимают общество: критическое восприятие последнего никак не связано с усилиями по его изменению. Протестное поведение, которое все чаще прорывается наружу, носит скорее спонтанный характер и граничит с деструктивностью и различного рода формами девиантного поведения, вплоть до криминальной активности. Вместе с тем оборотной стороной индивидуализма и атомизации становятся иждивенчество, инфантилизм, ярко выраженный цинизм, вещественные злоупотребления – примеры которых мы встречаем на каждом шагу, да и СМИ не перестают нас в этом убеждать самими различными способами.

Студенческая молодежь – это группа временно пребывающая в стенах высшего учебного заведения, но это, по праву, основная группа ради и для которой осуществляются все виды вузовской деятельности. Несмотря на целый ряд инновационных функций вузовской корпоративной культуры (маркетинговой, имиджевой, брендинговой и т. д.) уровень эффективности корпоративной культуры вуза определяется, прежде всего, по такому важнейшему критерию как ее влияние на структуру личности, характер профессиональной и культурной социализации студенчества. Центральное место здесь занимают ценностные ориентации, связанные со стилем жизни стратегиями и адекватность культурной картины мира. Характер взаимоотношений главных социальных общностей – студентов и преподавателей, а также

администрации вуза – формирует духовное образовательное пространство учебного заведения, в котором особое значение имеет фактор системности, то есть согласованности всех социальных процедур, учебных, воспитательных, рекреационных и т.д., которые обеспечивают реальную деятельность корпоративной культуры. Если обратиться к известной типологизации корпоративных культур К. Камерона и Р. Куинна – бюрократической, клановой, адхократической и рыночной [5] – то очевидно, что в современном вузе ни одна из них сама по себе не может выполнить тех задач, которые стоят сегодня перед высшим учебным заведением. Каждая из этих моделей воспроизводит господствующую систему ценностей и формирует определенный стиль жизни вузовского коллектива.

Избежать приоритета отрицательных векторов направленности процессов развития тенденций индивидуализации и атомизации возможно только при условии гармоничного сочетания элементов обозначенных корпоративных культур в гомогенном культурном пространстве вузов. В клановом типе следует позаимствовать дружескую атмосферу работы и обучения, наличие общих интересов и сплоченности у сотрудников и преподавателей, стремление к совершенствованию личности человека, заботу о других, открытость и соучастие. Среди элементов бюрократической корпоративной культуры важнейшим остается функция стратегического планирования и координации всех составляющих корпоративной деятельности. Адхократическая и рыночная составляющая обеспечат здоровое соперничество и конкуренцию, стремление к инновациям, стремление к достижению лидирующих мест в различного рода рейтингах на рынке образовательных услуг. Полистилизм как форма репрезентации корпоративной культуры современных вузов является непременным условием дифференциации стилей жизни студенчества. При этом стили жизни не только дифференцированы, но и противоречивы. Формирование у молодежи умения делать правильный выбор в проектировании жизненной программы – важнейшая задача современного вуза, в корпоративной культуре которого формируются как те характеристики, которые возникают под влиянием связи студентов с социальным окружением, так и те, которые способны изменить качество этого окружения, делая действительными те отношения, которые являются желательными с точки зрения современного студенчества.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабинцев В.П., Реутов Е.В.* Самоорганизация и «атомизация» молодежи как актуальные формы социокультурной рефлексии // Социологические исследования. 2010. №1.
2. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М., 1995.
3. *Бурдьё П.* Социология политики. М., 1993.
4. *Гидденс Э.* Элементы теории структурирования // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. Новосибирск, 1995.
5. *Камерон Ким С., Куинн Роберт Э.* Диагностика и изменение организационной культуры. / Пер. с англ. Под ред. И.В. Андреевой. СПб, 2001.
6. *Кравченко С.Л.* К итогам VII конференции Европейской социологической ассоциации: тематические, теоретические и методологические новации // Социологические исследования. 2008. № 2.
7. *Филоненко В.И.* Студенчество современной России: парадоксы существования. Ростов-на-Дону, 2009.
8. *Форнас Ж., Болин Г.* Молодежная культура в поздней современности // Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. М., 2007.
9. *Штомпка П.* Социология социальных изменений. М., 1996.
10. *Ingelhart R.* The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Public. Princeton: Princeton University Press, 1977.

REFERENCES

1. *Babintsev V.P., Reutov E.V.* Self-organization and "atomization" of youth as a topical form of socio-cultural reflection // Case Studies. 2010. No 1.
2. *Berger P., Lukman T.* The Social Construction of Reality. M., 1995.
3. *Bourdieu P.* Sociology of Politics. M., 1993.
4. *Giddens A.* Elements of the theory structure // Contemporary social theory: Bourdieu, Giddens, Habermas. Novosibirsk, 1995.
5. *Cameron Kim S., Quinn Robert E.* Diagnosis and culture change. St. Petersburg, 2001.

6. *Kravchenko S.L.* By the VII Conference of the European Sociological Association: thematic, theoretical and methodological innovations // Case Studies. 2008. No 2.
7. *Filonenko V.I.* Students of modern Russia: the paradoxes of existence. Rostov-on-Don, 2009.
8. *Fornas J., Bohlin G.* Youth culture in late modernity // Omelchenko E. youth cultures and subcultures. M., 2007.
9. *Sztompka P.* Sociology of social change. M., 1996.
10. *Inglehart R.* The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Public. Princeton: Princeton University Press, 1977.

16 февраля 2014 г.
