

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский
политехнический университет»

На правах рукописи

ЕРМАКОВ МИХАИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ

**СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ
СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ
ОБ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Специальность 22.00.04 – Социальная структура,
социальные институты и процессы

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата
социологических наук

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор
Стегний Василий Николаевич

Пермь – 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Социологическое обоснование теории информационного общества: системные изменения социальных институтов	13
1.1. Определяющие характеристики информационного общества	13
1.2. Трансформация социально-экономических институтов современного общества.....	33
1.3. Специфика высшей школы как социального института информационного общества.....	51
Глава 2. Социальные представления студентов как фактор становления информационного общества	65
2.1. Модель информационного общества в представлениях современного студенчества	66
2.2. Социальный институт высшей школы как ключевой фактор адаптации современной личности к трансформационным изменениям	95
2.3. Типологические различия студентов как показатель адаптированности к трансформационным изменениям.....	118
Заключение	139
Список использованной литературы.....	145
Приложение 1. «Человек информационный»: трансформация социальных орентаций	163
Приложение 2. Характеристика выборочной совокупности	189
Приложение 3. Программа социологического исследования.....	195
Приложение 4. Итоговая анкета	204
Приложение 5. Таблицы	227

Введение

Актуальность темы исследования. Изменения, инициированные усилением процессов информатизации в ряде основополагающих социальных институтов, вплотную подводят к проблеме понимания информационного общества.

Исследования информационного этапа развития общества остаются актуальными, несмотря на более чем полувековой период конкуренции различных исследовательских программ в связи с неоднозначностью понимания законов происходящих сегодня в обществе трансформаций. Для определения взаимосвязей и зависимостей новых информационных технологий, глобализации, сетевой организации, изменения положения личности в обществе при массовом увеличении доли информации во всех областях обозначим информационный этап развития как общество с наиболее эффективным использованием и потреблением информации в ее знаниевой (когнитивной) форме. Наиболее сильное влияние трансформаций оказывается на экономический институт, изменения в котором сопряжены с переходом на использование новых информационных технологий, закреплением информации в статусе ключевого ресурса и продукта производства, а также организацией сетевого взаимодействия между экономическими акторами в глобальном информационном пространстве. Изменения в экономике сопряжены со становлением новой социальной структуры и нового типа работника, а также трансформацией института высшей школы, выступающего как связующее звено системных изменений и фактора адаптации личности.

Особую значимость в изучении процесса социальных изменений приобретает исследование социальных ориентаций наиболее чувствительной к изменениям группы – студенческой молодежи. Именно в социальных ориентациях студенческой молодежи могут отражаться принципиально новые запросы к социальным институтам, формирующие соответствующие представления об институциональных изменениях и прогнозируемом будущем: от изменений в структуре и функциях фундаментальных социальных институтов экономической и социально-культурной подсистем до новых технологий. Увеличивается

актуальность исследования социальных ориентаций и формируемых на их основе представлений студенческой молодежи как показателя и одновременно как фактора изменений в обществе при переходе к информационному этапу.

Степень научной разработанности проблемы. Трансформация общества в его переходе к информационной стадии развития на данный момент не завершена, также отсутствует теоретико-методологическое единство оценки данного процесса. Тем не менее в социологической литературе выделяется комплекс подходов и концепций, позволяющих произвести теоретическое осмысление происходящих изменений.

В рамках цивилизационного подхода развивается идея трехэтапной эволюции общечеловеческой цивилизации. Изучение третьего этапа развития цивилизации положено в основу ряда исследовательских подходов, основными среди которых являются «постиндустриальное общество» Д. Белла; «супериндустриальное общество» Э. Тоффлера, обладающее характеристиками информационного общества; «технотронное общество» З. Бжезинского; «посткапиталистическое общество» П. Дракера; «сетевое общество информационной эры» М. Кастельса; «электронное общество» М. Маклюэна¹.

Конструирование единой парадигмы информационного общества в рамках цивилизационного подхода возможно с опорой на работы Р.Ф. Абдеева, И. Валлерстайна, В.Л. Иноземцева, М. Кастельса, У.Дж. Мартина, А.И. Ракитова².

Базовым подходом, позволяющим исследовать изменение и развитие общества, является социальное прогнозирование. Данный подход развивают И.В. Бестужев-Лада, Д. Медоуз, Н.М. Найбороденко, В.Н. Стегний¹.

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 788 с.; Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 781 с.; Бжезинский З. Между двумя веками: роль Америки в эру технотроники. М.: Прогресс, 1972. 308 с.; Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. М.: Academia, 1999. С. 67-100; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.; McLuhan M. Understanding media: The Extensions of Man. N.Y., 1967. 359 P.

² Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: ВЛАДОС, 1994. 336 с.; Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века. М.: Логос, 2004. 368 с.; Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М.: Академия, 1998. 640 с.; Кастельс М. Галактика интернет. Екатеринбург: У-Фактория (при участии Изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. 328 с.; Мартин У.Дж. Информационное общество // Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник / АН СССР. ИНИОН, 1990. №3. С.115-123; Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. М.: Политиздат, 1991. 287 с.

Социологическими инструментами познания общества как социальной системы являются понятия «социальные трансформации», «социальные преобразования», «социальные изменения». Представители теории социальных изменений Т. Парсонс и П. Штомпка². Вопросы социальных трансформаций и социальных преобразований отражены в работах С.В. Егорышева, Н.Н. Ивашиненко, М.Н. Макаровой, З.Х. Саралиевой, М.А. Шабановой³. Вопросы глобализации как результата социальных трансформаций рассматривались в трудах З. Баумана, П. Бергера, Р. Робертсона, Дж. Стиглица, а также ряда российских ученых: А.М. Бекарева, В.Л. Иноземцева, А.И. Уткина, В.Г. Федотовой⁴.

Институт образования сквозь призму трансформационных процессов в обществе отражен в работах Е.Ю. Бикметова, Ю.Р. Вишневого, А.О. Грудзинского, Г.Е. Зборовского, А.А. Иудина, Г.А. Ключарева, Р.Т. Насибуллина, А.А. Овсянникова, А.М. Осипова⁵.

¹ Россия и мир: взгляд из 2017 года: ежегодный доклад Академии прогнозирования - Российского отделения Международной академии исследований будущего. М.: Изд-во Ин-та экон. стратегий, 2007. 228 с.; Медоуз Д.Х., Рандерс Й., Медоуз Д.Л. Пределы роста: 30 лет спустя. М.: БИНОМ. Лабор-ия знаний, 2012. 358 с.; Найбороденко Н.М. Прогнозирование и стратегия социального развития России. М.: Маркетинг, 2003. 352с.; Стегний В.Н. Осознание личностью своего социального будущего. Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2013. 152с.

² Парсонс Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль. М.: Изд. Международного ун-та бизнеса и управления, 1996. С. 478-493; Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996. 416 с.

³ Бикметов Е.Ю., Голиков В.Д., Егорышев С.В. Организационное поведение: теория и практика. Уфа: Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия (Академия ВЭГУ), 2009. 416 с.; Партиципаторный подход в повышении качества жизни населения. Н. Новгород – М.: Изд-во Нижегород. гос.ун-та, 2013. 268 с.; Макарова М.Н. "Конец труда": миф и реальность постиндустриализма [Электронный ресурс] // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 1. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204939/ecsoc_t8_n1.pdf (дата обращения: 04.11.2015); Саралиева З.Х. Инновационные социальные макро-, мезо-, и микротехнологии // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 3 (3). С. 229–234; Заславская Т.И., Шабанова М.А. Успешные экономические акторы как потенциальная модернизационная общность; инновационный потенциал и проблемы его реализации // Общественные науки и современность. 2012. №5. С. 5–24.

⁴ Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004. 188 с.; Бергер П., Хатггинтон С. Многоликая глобализация: Культурное разнообразие в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2004. 379 с.; Робертсон Р. Дискурсы глобализации: предварительные размышления // Россия и современный мир. 2001. № 1. С. 215–218; Стиглиц Дж. Глобализация: тревожные тенденции. М.: Мысль, 2003. 300 с.; Бекарев А.М., Пак Г.С. Современное глобальное общество: проблема идентификации // Socio time / Социальное время. 2015. Т. 3. № 3. С. 9-18; Иноземцев В.Л. Глобализация: иллюзии и реальность // Свободная мысль. 2000. № 1. С. 81–88; Уткин А.И. Глобализация: процесс и осмысление. М.: Логос, 2001. 254 с.; Федотова В.Г. Меняющийся мир и глобализация // Знание. Понимание. Умение. 2004. № 1. С. 47–58.

⁵ Вишевский Ю.Р., Дидковская Я.В. и др. Проблемы профессионального самоопределения молодежи: анализ ценностных ориентаций и профессиональных стратегий. Информационно-аналитический отчет. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 167 с.; Грудзинский А.О., Чупрунов Е.В. Организационные изменения университета для достижения стратегической цели развития // Высшее образование в России. 2016. №3 (199). С. 117–123; Актуальные проблемы трансформации высшего образования в макрорегионе / Г.Е. Зборовский [и др.], 2017; Иудин А.А. Реформа образования и профессиональные стратегии учительства // Социальные инновации в развитии трудовых

Социальные ориентации и представления молодежи исследовались в работах Е.Д. Вознесенской, Ю.А. Зубок, А.В. Кирьяковой, Д.Л. Константиновского, В.С. Собкина, В.В. Фурсовой, Г.А. Чередниченко, В.И. Чупрова¹.

Тем не менее проблема социальных ориентаций студенческой молодежи в условиях социальных трансформаций как целостный феномен в полной мере не ставилась и не изучалась.

Несмотря на разнообразие исследовательских подходов, можно выделить ряд существенных научных проблем, которые требуют дальнейшей разработки. Признавая фундаментальность научных исследований о роли института образования в качестве одного из интегральных факторов социального развития, роль образования в становлении информационного общества требует углубленного изучения и систематизации, в том числе расширения эмпирической базы на фоне трансформируемых социальных институтов.

Актуальность темы и выявленные проблемы определили объект, предмет, цель и задачи данной диссертации.

Объект исследования – студенческая молодежь как активный субъект социальных трансформаций в процессе становления и развития информационного общества.

Предмет исследования – социальные ориентации и представления студенческой молодежи об изменениях в базовых социальных институтах в информационном обществе.

Цель диссертационного исследования – выявить социальные ориентации студенческой молодежи и их влияние на представления об изменениях в

отношений и занятости в XXI веке. Н. Новгород: Изд-во. НИСОЦ, 2014. С. 522–531; Непрерывное образование в контексте модернизации / М.К. Горшков, Г.А. Ключарев, 2011; Насибуллин Р.Т. Высшее образование России в лабиринтах инновационного развития, 2017; Зернов Д.В., Иудин А.А., Овсянников А.А. Социальное самочувствие советского и постсоветского студенчества // Народонаселение. 2015. № 1. С. 50-68; Осипов А.М., Матвеева Н.А. Социология образования в России: «работа над ошибками» в начале XXI века, 2009.

¹ Зубок Ю.А., Чупров В.И. Социокультурный механизм формирования отношения молодежи к образованию // Социологические исследования. 2013. № 1. С. 78–90; Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей. Оренбург: Южный Урал, 1996. 188 с.; Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования. М.: ЦСПиМ, 2015. 231 с.; Ефлова М.Ю., Ишкинеева Ф.Ф., Фурсова В.В. Социальное самочувствие и ценностные ориентации студенческой молодежи в контексте социальных изменений // Вестник Института социологии. 2014. № 3 (10). С. 34-44; Чередниченко Г.А. Российская молодежь: от образования к труду. СПб.: Издательство РХГА, 2016. 392 с.; Зубок Ю.А., Чупров В.И., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Юридическое издательство "Норма", 2015. 230 с.

структуре и функциях базовых социальных институтов в информационном обществе.

Для достижения цели необходимо решить следующие исследовательские задачи:

1. Сформулировать авторский подход к исследованию критериев становления информационного общества.

2. Проанализировать текущие преобразования в ряде социальных институтов (в экономическом и в высшей школе) в их взаимосвязи для определения степени трансформационных изменений общества в качестве объективных факторов воздействия на социальные ориентации и представления студенческой молодежи.

3. Сконструировать на основании социологического исследования представлений студенчества города Перми эмпирическую модель информационного общества.

4. Разработать типологию социальных ориентаций студенчества, дифференцирующую представления об информационном обществе.

5. На основании проведенного социологического исследования выработать рекомендации по оптимизации процесса адаптации и направленной социализации студентов в условиях становления информационного общества.

Гипотеза исследования. Социальные ориентации студенческой молодежи детерминируют формирование представлений об изменениях в базовых социальных институтах (экономическом и высшей школе); студенческая молодежь характеризуется преобладанием инструментальных ориентаций, образуя прототип «информационного бедняка».

Теоретико-методологическая основа исследования имеет комплексный характер. В основе лежит синтез базовых положений теорий Р.Ф. Абдеева, Д. Белла, И. Валлерстайна, В.Л. Иноземцева, М. Кастельса, М. Маклюэна, Э. Тоффлера в рамках цивилизационного подхода.

В диссертационном исследовании учтены научные подходы российских социологов: В.Н. Стегний – теория социального прогнозирования; Д.Л. Константиновский, Ю.А. Зубок, А.В. Кирьякова, Г.А. Чередниченко,

В.И. Чупров – теории социальных ориентаций и представлений; А.А. Иудин, А.О. Грудзинский – изучение изменений в системе российского высшего образования.

Эмпирическую базу работы составили материалы социологических исследований, в том числе с участием автора, и статистические данные:

– опросы методом раздаточного анкетирования с самозаполнением, проведённые автором в 2012 году и повторно в 2016 году. Объектом исследования являлись студенты Пермского национального исследовательского политехнического университета (ПНИПУ). N = 799 в 2012 году и N= 447 в 2016 году (целевая многоступенчатая выборка, по курсам обучения и направлениям подготовки). Исследовались социальные представления личности об информационном обществе на примере студентов одного вуза. Обработка результатов исследования производилась при помощи специализированного пакета – SPSS Statistics;

– опрос методом раздаточного анкетирования с самозаполнением – «Статус молодежи в современном российском обществе», проведённый автором совместно с лабораторией социологии ПНИПУ. Опрос проводился в 2015-2016 годах. Объект исследования – молодежь города Перми. N = 2238. В исследованиях изучается социальный состав современной молодежи, жизненные планы, ценностные ориентации и социальные установки молодежи на примере г. Перми;

– вторичный анализ социологических исследований по данной проблематике: Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (RLMS-HSE) (НИУ ВШЭ, 1994-2017 гг.); «„Русская мечта“: какая она и может ли осуществиться?» («О чем мечтают россияне») (Институт социологии РАН, 2012); Официальная статистика Росстата (по данным на 2017 г.); Сравнительные исследования студентов Пермского государственного политехнического института, далее ПГТУ (ныне это ПНИПУ) (В.Н. Стегний и др., 1969–2004); «Новое поколение: надежды, цели и идеалы» – сравнительное исследование студентов (В.С. Бакиров, А.А. Овсянников,

А.А. Иудин, С.В. Туманов и др., 1991–2013); «Социальный портрет студенчества в условиях трансформации российского общества» (В.Н. Стегний, Л.Н. Курбатова, 2002–2008); «Информированность личности в современном обществе» (В.Н. Стегний, 2010).

Научная новизна диссертационного исследования:

1. Систематизирован ряд теоретических подходов к изучению институциональных изменений в социально-экономической и образовательной сферах.

2. Взаимосвязь экономики и высшей школы – базовое условие становления информационного общества, сопряженное с тенденциями изменения в социальной структуре (возникновение «новых профессионалов», «информационных бедных»). Высшая школа – источник формирования ключевых компетенций работника, а также социальных ориентаций и представлений, определяющий положение в социальной структуре.

3. На основании социологического исследования представлений студенчества города Перми сконструирована эмпирическая модель информационного общества в части прогнозируемых изменений в социальных институтах (в экономическом и в высшей школе).

4. На основании выявленных социальных ориентаций разработана типология студентов вуза (терминальный, инертный и инструментальный типы), рассматриваемая в качестве показателя адаптированности студенческой молодежи к социальным изменениям.

5. Выработаны рекомендации по оптимизации процесса адаптации и направленной социализации студентов в условиях становления информационного общества.

Основные положения, выносимые на защиту.

В соответствии с целями, задачами и новизной диссертационного исследования на защиту выносятся следующие положения:

1. В иерархии критериев становления информационного общества взамен техническим аспектам модернизации на первый план выходят субъективно-

личностные – изменение социальных ориентаций, знаниевая компонента; акцент в экономике направлен на создание «информационных благ»; творческий работник заменяет работника-исполнителя. Изменение роли личности в социальной организации общества формирует новые запросы к институту высшей школы.

2. Усиливается социальная дифференциация: образуются новые социальные группы («новые профессионалы» и «информационные бедняки»). Формируемая новая структура общества сопровождается изменениями в социальных ориентациях личности: терминальные ориентации заменяют инструментальные.

3. Компоненты эмпирической модели информационного общества на основе представлений студенчества:

–информационное общество – это реверсивное состояние современности, противопоставляющее проблемы современного общества будущему этапу, где решены базовые проблемы и противоречия;

–возрастает значимость и затратность высшего образования вследствие увеличения требований к работнику;

–высшая школа – это интегральная ценность для личности, условие достижения сопутствующих ценностей: квалифицированная и интересная работа, удовлетворение культурных интересов;

–личность имеет преимущественно терминальную ориентацию;

–шаг различий между представлениями о современном обществе и информационном свидетельствует о необходимости существенных трансформаций.

4. Инструментальный и инертный типы являются прообразами «информационного бедняка» с преобладанием инструментальной и избегательной ориентаций. Данным типам свойственно потребительское отношение и стремление к минимизации рисков, слабо выражена ориентация на образование. Терминальный тип – прообраз «нового профессионала» с выраженными терминальными ориентациями: образование – ключевая ценность, стремление к саморазвитию и самообразованию, ориентация на творчество.

5. Для усиления адаптивности студенческой молодежи к трансформациям в обществе высшей школе требуется:

– при подготовке бакалавров приоритетное внимание уделять выработке универсальных компетенций, которые объединяют ориентации выпускников-профессионалов вне зависимости от специальности;

– усиление модуля гуманитарных дисциплин вследствие необходимости формирования работника-инноватора с развитой коммуникативной компетентностью;

– усиление воспитательного компонента для направленной социализации – развития терминальных ценностей личности;

– популяризация бакалавриата как базового уровня образования для представителя информационного общества, преодолевающего информационное неравенство.

Теоретическая значимость работы в комплексности подхода к научно-теоретическому осмыслению аспектов трансформации социальных институтов в условиях становления информационного общества, а также социальных ориентаций и представлений студенческой молодежи. Сформулированные в работе теоретические положения и выводы могут быть использованы в исследованиях по проблемам прогнозирования и процесса становления информационного общества.

Практическая значимость работы в возможности использования материалов диссертационной работы для снижения уровня рисков, сопряженных с неконтролируемыми в настоящий момент сторонами институциональных изменений, для выстраивания адаптационных стратегий студенческой молодежи посредством формирования адекватных социальных ориентаций и представлений; в возможности использования в учебных курсах по социологии и другим социальным дисциплинам.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности ВАК 22.00.04 – «Социальная структура, социальные институты и процессы» выражается в реализации требований следующих пунктов:

7. Социальное неравенство, основные показатели и тенденции развития. Процессы углубления социального неравенства и их динамика.

11. Социальная динамика и адаптация отдельных групп и слоев в трансформирующемся обществе.

26. Социальные функции системы образования; функциональность и дисфункциональность профессионального образования. Рынок труда и профессиональное образование.

Апробация результатов исследования.

Результаты диссертационного исследования нашли своё отражение в форме докладов и обсуждений на Международных научных и научно-практических конференциях: «Молодёжь как ресурс регионального развития» (Киров, 2011), «Сети в глобальном мире: структурные трансформации в Европе, США и России» (Санкт-Петербург, 2012); в рамках Всероссийских конгрессов: «Философия в современном мире: диалог мировоззрений» (Н. Новгород, 2012), «Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость» (Екатеринбург, 2016); на Всероссийских научных и научно-практических конференциях: «Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход» (Пермь, 2013), «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» (Пермь, 2017).

Материалы диссертации использовались в вузовских курсах по «Социологии социальных процессов и институтов».

Материалы диссертации нашли отражение в 15 научных публикациях, общий объем которых составляет 6,94 п.л., в том числе в 6 публикациях в изданиях, рекомендованных ВАК РФ (объемом 3,11 п.л.), и коллективной монографии.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Глава 1. Социологическое обоснование теории информационного общества: системные изменения социальных институтов

1.1. Определяющие характеристики информационного общества

Основанием для создания теорий становления постиндустриального или информационного общества является выделение ряда критериев, существенно отличающих данный этап развития общества от предыдущего индустриального этапа. Проблематика становления и развития постиндустриального общества как информационного (в некоторых источниках понятия используются как синонимичные) приобрела актуальность приблизительно с начала 1960-х годов. Импульсом к повышению внимания к трансформационным информационным процессам в обществе и в его отдельных сферах в 60–80-е годы XX века послужили значительные прорывы в области технологии ЭВМ¹, фактически позволившие человечеству шагнуть в новую эпоху цифровых технологий, а также некоторые принципиальные изменения в системе экономики, обновляющие фундаментальные черты рыночного общества.

Возникает и альтернативная исследовательская традиция, предполагающая акцентирование внимания на трансформации культуры как источнике социальных изменений. В данном контексте ракурс исследования смещается в область меняющихся систем ценностей, а также мотивационных и поведенческих компонентов различных социальных общностей, групп и всего населения в целом. Комплексный характер многофакторности трансформации социальных институтов требует использования познавательных возможностей разнообразных исследовательских программ для всестороннего рассмотрения специфики изучаемых процессов. На наш взгляд, анализ детерминант, определяющих особенности происходящих в настоящее время изменений общества, необходимо производить с позиций системного подхода.

¹ Внедрение транзисторов в вычислительной технике в 50-70-е гг. взамен ламповых проводников; появление микропроцессоров (1968-1971 гг.); массовизация персональных компьютеров в 1980-х гг.

К системным критериям мы можем отнести иную статусно-ролевую структуру социальных групп, изменения материально-технической базы общества, фундаментальные (системообразующие) сдвиги в секторах экономики, появление новых преобладающих форм труда и, как следствие, обновление способа производства, трансформацию культуры в целом и системы ценностей человека в частности. Обозначенные критерии являются лишь немногими из индикаторов, демонстрирующих разнонаправленные изменения, происходящие в ключевых социальных институтах, с точки зрения общества как социальной системы.

Рассмотрим несколько разнонаправленных социологических исследовательских программ для характеристики происходящих системных изменений в обществе в момент исчерпания индустриальных резервов развития экономики и социальной структуры.

Собственную трактовку системных преобразований, протекающих в современности, изложил известный американский социолог **Иммануэль Валлерстайн**. Данный период он охарактеризовал следующим образом: «...[социум] первой половины XXI века по своей сложности, неустойчивости и вместе с тем открытости намного превзойдет все, виденное нами в веке XX»¹.

В основу данной идеи положено три предпосылки:

1. Исторические системы, как и любые другие, имеют ограниченный срок жизни. Они имеют начало и длительный период развития, но в итоге, все дальше отклоняясь от состояния равновесия, достигают точки бифуркации, что характеризует наступление их конца.

2. Незначительные воздействия в точках бифуркации приводят к масштабным изменениям, а последствия бифуркации непредсказуемы.

3. «Современная миро-система, как система историческая, вступила в стадию завершающегося кризиса и вряд ли будет существовать через пятьдесят лет»².

¹ Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века. М.: Логос, 2004. С. 5

² Там же

Каждая система сталкивается с этапом преобразования (своего рода период гибели системы), и система индустриального уклада общества уже вступила в свою завершающую стадию развития. Бифуркационный период, наступивший или наступающий, есть ключевой момент в построении теории следующего этапа развития системы. При выведении из состояния равновесия каждое отдельное воздействие оказывает значительное влияние, закладывающее фундамент системы будущего. Исследование текущих закономерностей развития столь важно, сколь велики последующие изменения, ими спровоцированные. Анализ данных закономерностей позволит смоделировать образ постиндустриального общества, так как данные воздействия приобретают системную характеристику, становясь фундаментом новой конструкции, стремящейся к восстановлению состояния равновесия.

Одним из футурологов, чей труд можно считать базовым для теорий постиндустриализма, является американский социолог **Дэниел Белл**, основатель классической теории постиндустриального общества. Ключевые тезисы автора описываются в работе «Грядущее постиндустриальное общество»:

- Экономика постиндустриального общества вместо производящей приобретет характер обслуживающей, т.е. приоритеты будут сфокусированы на третичном секторе экономики – сфере услуг.

- Логика периодизации истории развития общества с выделением длительных эволюционных периодов (доиндустриальный – индустриальный – постиндустриальный) – это характерная особенность теории постиндустриализма. Данная логика апеллирует к экономико-производственному критерию, где каждый из этапов развития общества описывается преобладанием характерного сектора экономики. Доиндустриальный этап характеризуется преобладанием первичного сектора (сельское хозяйство). Индустриальный период – вторичного сектора экономики (промышленность). В постиндустриальном этапе основой становится третичный сектор (сфера услуг). Особую роль начинают играть социально-ориентированные сегменты: здравоохранение, образование, наука.

– Экономика постиндустриального общества задействует принципиально новые ресурсы. Теоретические знания, представленные в символической форме, – это важнейшая составляющая процесса экономического развития, позволяющая экономике государств достигать конкурентного преимущества. Именно в этой области наиболее явно прослеживаются различия между индустриальным и постиндустриальным обществом.

– В результате органического синтеза науки с экономикой, основанного на информационных технологиях, возникает возможность рационализации и упорядочивания социальной организации общества. Объективированным результатом этого по Д. Беллу становится «интеллектуальная технология», упорядочивающая взаимодействие личностей в обществе.

– Постиндустриальное общество, основанное на «интеллектуальной технологии» Белла, как и позитивная научная стадия развития общества у Конта, – это идеально-типические конструкции, апеллирующие к фундаментальной задаче научного сообщества – созданию идеальной системы управления обществом для его упорядочивания. Д. Белл для решения поставленной задачи делает ставку на строгий математический аппарат и логические схемы (техники) при работе с «организованной сложностью» (объектом анализа). Использование подобной технологии сулит постиндустриальному обществу очевидные дивиденды: строгая систематизация процессов, происходящих в обществе, поднимает производительность труда на качественно новый уровень, когда система менеджмента становится определяющим звеном в функционировании общества постиндустриального типа.

Эти выводы приносят излишний оптимизм и прагматизм в социологическую теорию в силу их утопичности. В пользу автора «интеллектуальной технологии» говорят кардинальные перестройки в системе коммуникации, усложнение СМИ (с многочисленными каналами передачи), развитие компьютерных технологий, усиление глобализации¹, пр. Однако

¹ См.: Robertson R. Globalization. Social Theory and Global Culture. London: Sage Publications, 1992. 211 P.; Иванов Д.В. Эволюция концепции глобализации [Электронный ресурс]// Телескоп. 2002. №5. URL:

управляемость, достигаемая за счет новых социальных институтов массового общества, приводит к упрощению социальных систем вплоть до опасностей демонизации, вандализации культуры. Развивающееся массовое общество использует в процессах управления возможность унификации сигналов (символов), на основании которых масса и может принимать решения. Следовательно, мы можем декларировать наличие иллюзии множественности выбора и, при условии применения «интеллектуальной технологии» вкупе с актуальными информационными технологиями, проектирование преобладающей массы процессов сместится в сторону негативных характеристик, неизбежных в силу упрощения социальных систем. Кроме того, не следует питать иллюзий, что при развертывании сценариев, излагаемых Д. Беллом, постиндустриальное общество будет обладать иной, принципиально отличной от капиталистической, формой устройства экономики. Коммерциализация науки, образования, медицины и некоторых других областей деятельности, а конкретнее, их сплочение с бизнесом с учетом реализации предначертанных футурологами сценариев, в реальности стремится к бесконечности, увеличивая масштаб власти капитала притоком новых сфер влияния в обществе.

Вторя Д. Беллу, идею 3-этапной эволюции общества развивает **Элвин Тоффлер** – американский социолог и футуролог. В ряде своих работ – «Третья волна»¹, «Шок будущего», «Создание новой цивилизации. Политика третьей волны» (в соавторстве с Хейди Тоффлер) и других – автор раскрывает перспективы постиндустриального периода в характеристиках «супериндустриальной» цивилизации «третьей волны», существующей на основе массового использования компьютерных и информационных технологий, вносящих революционные изменения в системы производства и коммуникации. Новое общество приходит на смену цивилизациям первой волны – аграрной (до XVIII века) и второй волны – индустриальной (до 1950-х годов XX века).

<http://ecsocman.hse.ru/rubezh/msg/16551546.html> (дата обращения: 23.12.2013); Бек У. Что такое глобализация? М.: Прогресс-традиция, 2001. 304 с.; Кастельс М. Глобальный капитализм и новая экономика: значение для России // Постиндустриальный мир и Россия. М.: Эдиториал УРСС, 2001. С. 64-83 и др.

¹ См.: Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 781 с.

Цивилизационное развитие, изображенное посредством последовательно сменяющих друг друга волн, – это достаточно удачная модель визуализации трансформационных процессов. При этом концепция трех волн, по сути, не образует самостоятельную (альтернативную) теорию, а дополняет иные теории постиндустриального общества. Базовым, при оценке конструктивности данной концептуальной схемы, становится положение о столкновении волн как некоторой переходной стадии, непременно сопровождающейся конфликтностью, связанной с одновременным существованием двух очагов развития. Другими словами, новая цивилизация возникает отнюдь не на руинах старой, а, скорее, доказав в конкурентной борьбе, что иной принцип ведения хозяйственной деятельности обладает большими перспективами развития. Из чего следует, что период бифуркационных изменений может иметь существенную протяженность во времени и при этом совершенно не обязательно должен закончиться выбором новой «волны», нового пути развития цивилизации. Ключевая роль в этом случае отведена участникам, обеспечивающим прогрессивность и безальтернативность новой «волны». «Недостаточно, однако, сказать, что изменения, с которыми мы встретимся, будут революционными. Прежде чем мы сможем контролировать или направлять их, нам нужно иметь свежий взгляд, чтобы их обнаруживать и анализировать»¹. Предлагаемый Тоффлером инструмент, служащий достижению поставленной цели, называется анализом «фронта волны», который «...обнаруживает основные перемены в момент их возникновения и позволяет на них влиять»². Тем самым доказывается чрезвычайная важность исследовательской деятельности именно в момент зарождения новых факторов цивилизационного развития, вступающих в антагонизм с текущими условиями в период формирования новой «волны».

Основные положения теории Э. Тоффлера можно свести к следующим ключевым тезисам:

¹ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. С. 38.

² Там же

– базовой предпосылкой общественного развития являются техника, а также ее опосредующая роль в трансформации хозяйственно-экономической и информационно-коммуникативной деятельности общества;

– «...многие страны одновременно чувствуют влияние двух или даже трех совершенно разных волн перемен, причем все они движутся с разной скоростью и несут в себе разную силу»¹;

– наличие множественных социальных, политических и экономических конфликтов есть результат столкновения волн;

– стандартной жизненной траекторией для публики второй волны является малая семья, крупная корпорация, фабричное образование;

– универсальным регулятором для цивилизации второй волны является инфосфера – коммуникационные каналы передачи информации с доведением ее до всех и до каждого в форме готового продукта;

– характеристики цивилизации третьей волны: демассифицированность образования, производства и потребления; не-нуклеарная семья; изменение структуры занятости в пользу «электронного коттеджа», где рабочее место переносится из офиса в дом работника;

– роль универсального регулятора третьей волны переходит к «демассифицированным масс-медиа».

Значительное внимание Тоффлером уделяется перестройке инфосферы и ее синтезу с изменившейся техносферой, проявляющимися в возрастании специализации СМИ, что отражается и в соответствующей демассификации сознания человека, и в культуре цивилизации третьей волны в целом. Отступление от принципов стандартизации, которые были характерны для публики второй волны, проявляется в дифференциации социальных групп. Это связано с увеличением различий в моделях поведения и в системах ценностных ориентаций, с возникновением «индивидуализированных» предложений со стороны образования, производства (в виде штучных заказов для конкретного

¹ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. С. 38.

потребителя), с избирательным воздействием масс-медиа, разделяющим общество на множество «мини-аудиторий», и, как следствие, это будет означать «гибель» массового общества.

Еще одним следствием данных процессов является создание общества «клип-культуры», когда на уровне личности мы окружены «...противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами образного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей и обстреливают нас разорванными и лишенными смысла "клипами", мгновенными кадрами»¹.

Увеличивается разрыв между членами общества второй и третьей волны. Публика второй волны, привыкшая к «готовым» истинам прошлого, «...чувствует себя вырванной из пространства новых средств информации не только потому, что многое из того, что она видит и слышит, пугает и расстраивает ее, но и тип подачи материала ей незнаком. ... Люди третьей волны, напротив, чувствуют себя неплохо»² под давлением массы дискретной информации, умея организовать из кусочков информации некое целое. Оценивая значение, которое автор концепции «трех волн» придает информации, мы можем по праву считать описанную им модель постиндустриального общества (супериндустриального) по сути информационной моделью.

Теория Э. Тоффлера получила широкое признание и в какой-то мере может претендовать на высокую оценку по точности прогноза. Тем не менее мы должны отметить, что некоторые положения, выдвигаемые автором, могут иметь принципиально иную трактовку. Так, очерченная Э. Тоффлером демассификация общества означает не что иное, как дифференциацию массового общества, выраженную в совершенствовании средств воздействия на сегментированную аудиторию с учетом разнообразия интересов и потребностей. Осевым регулятором, еще более значимым в новых условиях, чем в период цивилизации второй волны, будет по-прежнему оставаться масс-медиа, не дифференцированное в плане собственности, но демассифицированное в своем

¹ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. С. 278.

² Там же

воздействии на различные аудитории. Концентрация собственности на СМИ – это путь к созданию естественных монополий, чья естественность заложена в самой сущности понятия «информация». Будучи доступной каждому и распространяемой повсеместно, информация как особый востребуемый товар приобрела стоимость, от которой в большой мере зависит функциональность и успешность базовых социальных институтов экономики, а также культуры. Для того чтобы обеспечить глобальность каналов коммуникации, по которым информация будет распространяться, необходимо создание абсолютного взаимовлияния, создание плотно переплетающийся информационной сети. Этот единый медийный сетевой организм, поддерживаемый законами рынка, будет стремиться к созданию и поддержанию своей целостности, становясь глобальной системой внутри системы (мы имеем в виду все информационное общество). В итоге большая часть каналов передачи информации поглощается едиными медийными монополиями, выстраивающими сложную систему воздействия на сложноструктурированную аудиторию информационного общества. Данные тенденции усугубляются многократно возросшей зависимостью личности нового общества от информации, вследствие чего цивилизация третьей волны может быть охарактеризована как тотально массовое общество, пусть и со значительно усложнившимися характеристиками инфосферы.

Подводя черту под теоретическими выкладками Э. Тоффлера, мы отметим, что особенностью информационного общества, вытекающей из его характеристики по аналогии с любой монополией, будет актуализация рисков, не раз становившихся предметом «обыгрывания» во многих литературных произведениях-антиутопиях. Доступ к медийным ресурсам представляет неограниченные перспективы регулятивного воздействия на цивилизацию третьей волны.

Маршалл Маклюэн предложил свою концепцию периодизации истории, где ключевая роль отводится меняющимся коммуникационным технологиям, оказывающим опосредующее влияние на трансформацию культуры. Автором также описывается трехэтапная модель развития общества: первобытная

дописьменная культура, где доминируют устные формы коммуникации; письменно-печатная культура, названная им «галактикой Гуттенберга», сделавшая возможным индустриальное развитие; «глобальная деревня» – провозглашающая примат электронных средств коммуникации, видоизменяющих культуру, создающих «электронное общество».

Маклюэн делает ставку на изменение коммуникативных стратегий (средств коммуникаций) как первоисточника социальных трансформаций, изменений в экономической и политической сферах. То, каким образом средства коммуникации влияют на наше сознание, автор отразил во фразе, которой посвящена одноименная книга: средство передачи информации (коммуникации) – это и есть сообщение (the medium is the message)¹.

Ключевое значение в «электронном обществе» Маклюэн отводил телевидению, которое в качестве основного канала коммуникации обладает такой характеристикой, как мозаичность, т.е. состоит из множества оторванных друг от друга сообщений. Аккумулируя в себе преимущества и аудиальных (радио), и визуальных (кино, печатная пресса) средств массовой информации, телевидение достигает мультипликативного эффекта воздействия на личность, у которой на основании мозаичного сознания формируется целостный образ многомерного восприятия реальности. Смысловыми связками, дополняющими разрозненные сигналы мозаичного сознания и выстраивающими целостный образ, выступает миф. «Мы действительно живем по законам мифа и интегрально, как когда-то, но продолжаем думать по формулам прежнего дискретного пространства-времени доэлектрического века»². Благодаря телевидению все общество уподобляется большой деревне («глобальная деревня»), где все явления взаимосвязаны и каждый представитель общества должен знать все обо всем.

Однако, если судить критически, аналогии, которые выдвигает М. Маклюэн, являются не в полной мере соответствующими действительности. Личность, формируемая под влиянием «мозаичной культуры», характеризуется

¹ См.: McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. N.Y.: Random House, 1967. 159 p.

² McLuhan M. Understanding media: The Extensions of Man. N.Y., 1967. P.20.

фрагментарностью сознания, малой степенью эмоциональной вовлеченности в происходящее и кратковременностью контактов. Традиционная культура деревни, напротив, характеризуется высокой плотностью межличностных контактов на фоне высокой эмоциональной сопряженности между участниками интеракций, а также устойчивой системой ценностей. При таком ракурсе модель общества, предложенная Маклюэном, скорее может быть названа «глобальным метрополисом» (Г. Кан).

К технологически-ориентированной традиции относится и теория информационного общества **Мануэля Кастельса**, которая, пожалуй, на сегодняшний день является одной из самых подробно проработанных теорий. Постиндустриальный период рассматривается социологом с точки зрения изменений в системе труда и производства, а также воздействия данных изменений на институт экономики, социальную структуру общества и пр. Основные труды, в которых Кастельсом излагается специфика собственного подхода к исследуемому предмету, – это «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», «Галактика Интернет».

Базовой методологической предпосылкой теории информационного общества М. Кастельса является рассмотрение информации как основной детерминанты социально-экономических преобразований. Кастельс вводит термин «информационное», который «указывает на атрибут специфической формы социальной организации, в которой благодаря новым технологическим условиям, возникающим в данный исторический период, генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти»¹.

Очертим наиболее явные положения, составляющие суть данной теории. В качестве осевой характеристики социальной трансформации выступает процесс сетевизации. С экономической точки зрения, по мнению российского ученого Т.И. Ставцевой, процесс сетевизации многогранен: «Обеспечивая материальные возможности сетевого взаимодействия в разнородных процессах и организациях,

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. С. 14.

информатизация задает сетевую логику общественным отношениям. Сетевые технологии меняют представление о пространстве и времени: сеть делает доступной любую часть мира, позволяя передавать огромные объемы информации. Кроме того, за счет современных информационно-коммуникационных технологий становится возможной быстрая и незатратная реконфигурация самих общественных структур, обеспечивая им гибкость, столь важную для приспособления к внешним шокам»¹. Сетевой характер приобретают социальные институты экономики, политики и коммуникации. Информационное (информациональное) общество рассматривается как сетевое с соответствующей сетевой культурой, преодолевающей границы в эпоху глобализации. Данное положение является логическим следствием постулата, что информация по своей природе выступает таким ресурсом, которому свойственна нелимитируемость, иными словами, безграничность. «...Социальные процессы в одной части мира во все большей степени определяют происходящее во всех других частях мира и, в свою очередь, испытывают воздействие последних. Происходит сжатие пространства, время спрессовывается, географические и межгосударственные границы становятся все более прозрачными и легко преодолимыми. Потoki товаров, услуг, информации, людей и капиталов с растущей интенсивностью циркулируют по планете»². Сети являются одновременно и следствием, и фактором глобализации общества. Распространяясь по всеобъемлющим глобальным информационным сетям, информация становится доступной каждому актору нового общества, вовлекая его во взаимодействия на различных уровнях: политическом, экономическом, культурном. Поскольку распространяемая информация выходит за рамки границ национальных государств, акторы, ее использующие, также становятся участниками глобального сетевого взаимодействия. Тем самым информационные сети являются первопричиной,

¹ Ставцева Т.И. К вопросу об измерении информационного неравенства регионов // Ученые записки Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 106.

² Добренков В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2011. С. 368

минимально необходимым условием, детерминирующим сетевую организацию общества.

– «Информационная глобальная экономика является капиталистической, фактически более капиталистической, чем любая другая экономика в истории»¹. Кастельсом для обозначения новой формы устройства используется термин «информационный капитализм»², в условиях которого социальная структура нового общества «...характеризуется тенденцией возрастания социального неравенства и поляризации, а именно одновременного роста верхушки и дна социальной шкалы. Этот процесс является результатом сочетания трех явлений:

а) фундаментальной дифференциации между самопрограммируемым высокопроизводительным трудом и родовым заменимым трудом. [Родовой заменимый труд – это исполнительский труд, лишенный перспективы саморазвития и перепрограммирования вследствие отсутствия доступа определенных групп людей к образованию, в результате чего являющийся для данной группы людей наследуемой характеристикой. – *Прим. автора*];

б) индивидуализации труда, которая подрывает его коллективную организацию, таким образом, предоставляя слабейшие сегменты рабочей силы своей судьбе;

в) влияния индивидуализации труда, глобализации экономики и делегитимизации государства, постепенной гибели государства всеобщего благосостояния, лишаящей спасательного круга тех людей, которые не могут преуспеть самостоятельно»³.

– Дифференциация, разделяющая информационное общество на два лагеря, обращена не только к социально-экономическим показателям, но и к показателям социокультурным. «...Доступ к информационным технологиям выступает лишь средством для решения проблем информационного расслоения, поскольку речь идет не столько о предоставлении доступа, сколько о возможности получения

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. С. 497

² Там же, с. 40

³ Там же, с. 499

преимуществ от использования»¹. Неравный доступ к образованию для населения информационного общества, а также экономическое неравенство сказываются на дифференцировании возможностей в вопросах доступа к информационным сетям и в их использовании. Отсутствие должной регуляции по данному направлению приведет, согласно мнению Кастельса, к появлению и «расширению цифрового разрыва, разрыва, который в конечном итоге может вовлечь мир в череду многомерных кризисов»².

– Значимые трансформации происходят и в сфере политических отношений. Национальные государства теряют свою актуальность ввиду выхода глобальных сетевых взаимодействий из-под их юрисдикции. Глобальное сетевое общество выведено за рамки государственной регуляции, а вслед за ним от опеки государства освобождается и индивид. Причину подобных явлений Кастельс видит в потере институтом гражданского общества «легитимной самобытности»³.

Существенный вклад в развитие теории информационного общества внес **Уильям Дж. Мартин**. Информационное общество рассматривается как этап развитого постиндустриального общества как некий теоретический ориентир развития, тенденция изменений для наиболее развитых стран современности. Мартин характеризует информационное общество как общество, «...важнейшие показатели и перспективы которого напрямую связаны с эффективным использованием информации. Стандарты качества и уровня жизни, системы производства и потребления, образования и досуга, социального обеспечения, управление и взаимодействие основных компонентов социальной структуры в целом в обществе данного типа находятся в тесной зависимости от развития информационной и когнитивной компоненты»⁴. Автор выводит ряд критериев, позволяющих оценивать изменения, происходящие в современном обществе, в процессе перехода к информационному этапу:

¹ Ставцева Т.И. К вопросу об измерении информационного неравенства регионов // Ученые записки Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 107.

² Кастельс М. Галактика интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 181.

³ См.: Кастельс М. Могущество самобытности // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. М.: Academia, 1990. С. 296-297.

⁴ Приводится по: Гавра Д. Основы теории коммуникации: Уч. пособие. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2011. С.238.

– технологические изменения – это ключевой критерий информационного общества, предполагающий повсеместное использование информационных технологий как в производственной деятельности, так и в системе образования и в бытовой сфере. В данном аспекте позиция автора встраивается в теории Д. Белла и Э. Тоффлера;

– социальные изменения предполагают формирование специфического «информационного сознания», основанного на свободном доступе к информации и меняющего стандарты и качество жизни. Данная составляющая приближает теорию автора к постмодернистскому направлению;

– экономические изменения сопряжены со становлением информационной экономики, где информация выступает как ресурс, товар, услуга и ключевой источник прибавочной стоимости. Этот критерий приближает позицию автора к теории М. Кастельса;

– а также политические и культурные изменения, предполагающие усиление тенденций либерализации и демократизации общества, снижение социальной напряженности и трансформацию системы ценностей – укоренение информационных ценностей. Данные изменения продиктованы развитием средств коммуникации и усилением их влияния на различные сферы жизни общества. В русле данных тенденций построены теории М. Маклюэна и Э. Тоффлера.

Дж. Мартин конструирует информационное общество как результат комплексных изменений во всех подсистемах. Такой системный подход вбирает в себя положения ряда других теорий информационного общества, позволяя вывести универсальную теорию, имеющую существенно большее прикладное значение вследствие возможности сопоставления с современным обществом и выстраивания стратегии изменений.

В отечественной традиции, исследующей процесс трансформации общества в информационную эпоху, нельзя не отметить вклад В.Л. Иноземцева, А.И. Ракитова, Р.Ф. Абдеева.

Наиболее глубинное прочтение постиндустриализма наблюдается в работах В.Л. Иноземцева. Автор акцентирует внимание на тесной взаимосвязи теории

постиндустриального общества с основными положениями марксистской теории. Текущие преобразования в различных сферах жизнедеятельности общества расцениваются как переход от «экономического» к «постэкономическому» этапу, равно как переход от индустриального к постиндустриальному обществу (начальный этап развития общества именуется автором как «доэкономический»). Подобный подход является альтернативой (вариацией) моделям трёхэтапной эволюции Д. Белла и Э. Тоффлера. Апогеем линии эволюции общества, согласно концепции автора, должна стать хозяйственная организация, для которой характерны большая интенсификация и комплексность труда, лишенного примитивной утилитарной мотивации, но направленного на развитие самого работника. В то же время В.Л. Иноземцевым отмечается, что между индустриальным и постиндустриальным типами общества отсутствует жесткая демаркационная грань. Напротив, смена этапов происходит постепенно, с сохранением остаточных черт предыдущей стадии. Тем самым отстаивается идея переходного состояния современного общества¹.

Интерес вызывает позиция экономиста Ставцевой: «Проблема заключается в том, что возрастающие объемы доступной информации и современные информационно-коммуникационные технологии создают новые возможности для прогресса лишь в потенции (включая решение социальных противоречий), однако реализация этого значимого потенциала требует не менее глубоких организационных и институциональных преобразований»².

Видный российский учёный А.И. Ракитов оценивает перспективы постиндустриальной эпохи с точки зрения определяющего значения информации, её влияния на хозяйственную деятельность и культуру общества. Автор выделяет три социо-технологические революции: аграрно-ремесленную, индустриальную и информационно-компьютерную, последняя из которых, ставшая реальностью для

¹ См.: Иноземцев В.Л. За десять лет: к концепции постэкономического общества. М.: Академия, 1998. 576 с.; Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М.: Академия, 1998. 640 с.; Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000. 304 с.

² Ставцева Т.И. К вопросу об измерении информационного неравенства регионов // Ученые записки Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 109.

современности, и должна ознаменовать переход к информационному обществу. Ракилов отмечает, что новая информационная цивилизация характеризуется информатизацией всех сфер жизни общества. При этом автором особенно подчеркивается наличие тесной взаимосвязи между технологической и информационной революциями. Технологические инновации изменяют все средства обработки, передачи и производства информации, что отражается в изменениях системы ценностей, представлений и мировоззрения личности. Ключевой же индикатор сформированности информационного общества, с точки зрения автора, – это объемы и скорость оборачиваемости информации, а также её доступность для членов общества.

Российские ученые в своих исследованиях аккумулируют черты ставших традиционными для постиндустриальной международной парадигмы положений: это и преобладание третичного сектора экономики, в частности, связанного с получением, обработкой и передачей информации (аналогично Д. Беллу); и выстраивание трёхуровневой модели развития общества (в согласии с Д. Беллом, Э. Тоффлером и др.).

Существенный интерес представляет подход Р.Ф. Абдеева. Автором предпринята попытка синтеза информатики, кибернетики, генетики, синергетики, микроэлектроники, экологии с опорой на основные положения марксистской теории для исследования перспектив становления и развития информационного общества. Абдеевым¹ формулируется ряд признаков информационной цивилизации:

- 1) информация становится базовым ресурсом для общества, интенсификация информационного обеспечения производства снижает потребность в традиционных видах сырья, что обеспечивает решение базовых экологических проблем;
- 2) развитие наукоемких производств и их фактический разрыв с сырьевой зависимостью обеспечивают преодоление социально-экономических диспропорций на макроуровне;

¹ См.: Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: ВЛАДОС, 1994. 336 с.

- 3) государство в новой цивилизации строится по принципу «пяти колец», проявляющемуся в сложении пяти независимых властей: законодательной, исполнительной, судебной, власти информации и власти интеллекта;
- 4) ускорение экономики и создание глобальных рыночных механизмов, воздействующих на основные сферы жизнедеятельности общества;
- 5) применение более эффективных технологий приводит к сокращению числа занятых в промышленном производстве и сельском хозяйстве;
- 6) социально-ориентированные направления (образование, медицина) увеличивают свою значимость;
- 7) высокую значимость приобретает природоохранная деятельность, т.д.

Разнообразие авторских трактовок настоящего этапа развития общества и происходящих в нем изменений пестрит методологической противоречивостью, что мешает системной постановке актуальной проблемы институциональных трансформаций переходного периода. Значимым остается вопрос о термине, который необходимо использовать для обозначения этого этапа.

Мы считаем, что уже сегодня можно выделить достаточное число индикаторов, позволяющих очертить логику трансформационных изменений, закладывающих основу будущей фазы развития общества. Первоначальная трактовка нового этапа развития общества как «постиндустриального» достаточно прямолинейно апеллирует лишь к позиционной принадлежности этапа «после индустриального». Мы не склонны оценивать подобную трактовку как лишенную смысла. Опираясь на позиции проанализированных нами выше исследователей, становится очевидным системный сдвиг, выносящий уровень развития общества за индустриальный этап. Таким образом, современное общество необходимо рассматривать как постиндустриальное.

Однако при подобном подходе качественные характеристики социальной системы остаются «за кадром», предоставляя теоретикам футурологии бескрайнее пространство для вольной интерпретации, что отчасти и стало основанием для огромного разнообразия смыслов, вкладываемых авторами в суть изучаемого явления. Если же брать за основу обозначение «информационное общество», то в

данном случае выделяется информация в качестве решающей движущей силы общества постиндустриального. Данный критерий предоставляет нам точку отсчета, демонстрирующую качественную характеристику этапа развития общества, критерий, позволяющий уточнить методологическую базу. Методологическая база служит для соотнесения целого ряда теоретических концепций с перспективой выдвижения общей точки зрения о новом этапе развития общества, его сути. Это важная задача, так как в данном случае приобретает реальная возможность формирования научно-обоснованных прогнозов развития всего общества и его отдельных сфер, а также выработки эффективной социальной стратегии развития. Хотя вопрос о причинно-следственной соотнесенности трансформаций различных сфер и структур общества остается открытым.

Предлагая термин «информационное общество», мы выделяем в теории социального развития ту ее часть (концепцию), которая позволяет добиться прозрачности и ясности в вопросе системообразующих трансформаций, происходящих за счет информатизации общества, в законах, тенденциях развития общества, а также в проявлении этих законов. При этом подчеркнем недопустимость некритического отождествления теории информационного общества (сколь бы подробно разработанной она ни была) с реальностью.

Важно, что технические и хозяйственные аспекты модернизации, используемые многими авторами как доказательство успешности процесса формирования подлинного информационного общества, являются лишь сопутствующими изменениями, повышающими эффективность новых экономических отношений, но никак не самостоятельными обособленными элементами, подтверждающими процесс сформированности нового этапа развития общества.

В качестве реальных индикаторов результативности трансформаций в обществе должны быть рассмотрены изменения социальных ориентаций личности: ценностных, трудовых и экономических – и изменение на их основе представлений личности. В данных индикаторах проявляется реакция личности

на институциональные изменения в экономической и культурной подсистемах общества.

В диссертационной работе мы предлагаем учитывать в качестве ключевых следующие критерии информационного общества: технологические изменения – развитие информационных и коммуникационных технологий, обеспечивающих формирование глобального информационного пространства, являющегося средой обитания для информационной личности; экономические изменения – производство и потребление информации становится основным компонентом хозяйственной деятельности и источником прибавочной стоимости, образуется новая социальная структура общества, разделяющая работников по возможности производства и использования информации, а также способности к созданию инноваций; социальные изменения – информационная личность и информационный работник – новый профессионал – характеризуются преобладанием терминальных ориентаций, что выступает условием эффективного использования различной информации в когнитивной (знаниевой) форме, а также обеспечивает способность к продуктивному, творческому труду. В качестве обеспечительных мер, необходимых для формирования информационной личности и информационного работника – нового профессионала, выступает институт высшей школы, способствующий развитию терминальной ориентации, в свою очередь, определяющей способность адаптации к глобальному информационному пространству, производству и использованию информации в знаниевой форме, созданию новаций.

1.2. Трансформация социально-экономических институтов современного общества

Принципиальным катализатором трансформационных преобразований современности является изменение производительных сил: человека, его средств производства. Взаимоотношения больших социальных групп под воздействием технологизированных информационных потоков, связанных с обработкой и передачей информации, приобретают особую остроту. Это касается и межгосударственных отношений, и внутригосударственных классовых антагонизмов. Требуется отдельно подчеркнуть, отмечая изменения в производительных силах в терминах формационной теории К. Маркса, что существующая формация – капиталистическая – при учете системных институциональных изменений лишь усиливает свое положение, приобретая характерные черты, которые можно сгруппировать в категории «информационная экономика».

Наиболее заметной характеристикой информационной экономики становится наукоемкость производства. Наукоемкая экономика – это хозяйственная деятельность, характеризующаяся высокими показателями научных затрат, доминированием интеллектуального компонента в большинстве отраслей. Выраженный в экономике информационного общества интеллектуальный (инновационный) компонент обладает собственной спецификой развития, где наличие необходимых овеществленных ресурсов не может само по себе считаться достаточным для функционирования какой-либо отрасли. Требуется развитие научно-исследовательских центров и образовательных институтов для выработки и доведения до результата любых инноваций. Лидерство в области науки в экономике информационного общества – это легитимный механизм реализации перспектив развития всех акторов-участников от глобального, регионального до личностного уровня включительно. Следовательно, для сохранения своих позиций в конкурентной среде любому экономически активному актору в

трансформирующемся обществе, приобретающем черты информационной стадии развития, необходимо постоянное поддержание инновационной деятельности.

Средства труда, т.е. многочисленные компьютерные технологии, технологии коммуникации и другая техника, которую обобщенно принято определять через понятие «искусственного интеллекта» и относить к категории «высокотехнологичное оборудование», играют сегодня ключевую роль в ускорении производительности труда и повышении его статусности. Под искусственным интеллектом понимаются технико-технологические составляющие производственного процесса, в случае выполнения техникой интеллектуальных функций, сравнимых с человеческой деятельностью в скорости, точности, силе и эффективности выполнения различных операций.

Бурное развитие технологий, вылившееся в появление принципиально новых средств труда, позволило выйти на уровень использования и обработки инновационных *предметов труда*, составными элементами которых являются информация и знания. «Информационные ценности – это не только различные сведения, но всевозможные коммуникации, способы организации общественной жизни. Информационные ресурсы становятся главным предметом и продуктом труда в информационной экономике... Здесь не информация служит производству капитала, а ... капитал подчинен задаче производства информации»¹. Научно-технический прогресс XX века в различных областях социума спровоцировал изменения в *средствах производства*, которые, в свою очередь, сформировали социальный заказ на *работников*, способных использовать новые средства производства для извлечения прибавочной стоимости. Такие «информационно-емкие» работники стали особым социальным заказом для сферы образования, и, хотя эффект от вложения средств в образование не имеет сиюминутного эффекта, «расчеты экономической эффективности образования ... свидетельствуют, что инвестиции в образование, в повышение квалификации работников обеспечивают до 50 % годового прироста

¹ Зуева Н.Б. Информационное как постэкономическое // Законы экономической сферы общества. 34 академический симпозиум. Н. Новгород, 2006. С. 116.

национального дохода»¹. Данные расчеты были проведены исследователями С.Г. Струмилиным, В.А. Жаминим, Н.А. Хроменковым, Т. Шульцем, И. Бенсоном и др.²

Изобразить процесс трансформации *производственных отношений* в связи с изменениями в производительных силах мы можем на примере тех тенденций, которые на протяжении последних 30 лет в мире (и примерно 10 лет в России) происходят с системой организации производства. *Спрос* сегодня – это характеристика, во многом определяемая искусственно (искусно) созданными потребностями производно от административно-маркетинговой деятельности предприятия. Искусственно регулируемый спрос – грандиозная заслуга маркетинга, реализуемая не только за счет создания потребностей. Спрос расширяется за счет целого ряда разнообразных приемов и методов прямого, зачастую подсознательного воздействия на покупателей: «брендинг»³, «медиапланирование»⁴, «позиционирование»⁵ и даже «закон Мерфи», адаптированный для сферы рекламы⁶. Особняком стоит такая составляющая, как «креатив»,⁷ причем как при разработке продукта, так и при его продвижении. Классический закон экономики, гласящий, что спрос определяет предложение, больше не действует, точнее, в ряде случаев он заменяется на противоположный. Предложение как характеристика инновационной, прецедентной экономики информационного общества создает не только потребности в достижениях, в погоне за статусом, но и потребности в особых *символических (абстрактных) свойствах* товаров и услуг, абсурдных с точки зрения всех предшествующих

¹ Терентьев А.А. Экономика, школа и система образования в современной России // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. 2006. С. 182.

² См.: Там же

³ «Брендинг» – система маркетинговых и PR-акций, направленная на создание бренда, т.е. наука и искусство создания, и продвижения торговой марки или / и продукта с целью формирования долгосрочного предпочтения к ним.

⁴ «Медиапланирование» – планирование рекламной компании в СМИ. Выбор оптимальных источников-медианосителей (ТВ, пресса, наружная реклама, интернет) для доставки рекламного сообщения с учетом характеристик: охвата, стоимости и др.

⁵ Позиционирование – формирование в сознании целевой аудитории четкого образа компании или продукта таким образом, чтобы как можно более выгодно отличить его от марок конкурентов.

⁶ «Закон Мерфи» – в его адаптации к сфере рекламы – гласит: "Недостаточные рекламные расходы приводят к бессмысленной трате денег".

⁷ «Креативность» (с англ. to create – творить) – творческая составляющая, способность к созданию и принятию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем.

формаций, провоцируя тем самым появление спроса на особые «информационные» блага.

В подтверждение вышеизложенного можно привести слова С. Джобса, основателя и идейного вдохновителя корпорации «Apple», ставшей одним из эталонов, прообразов компании информационной эпохи: «Создавать продукт, опираясь на фокус-группы, по-настоящему трудно. Чаще всего люди не понимают, что им на самом деле нужно, пока Вы им это не покажете» («It's really hard to design products by focus groups. A lot of times, people don't know what they want until you show it to them»)¹. Так, успех «модерновой» экономики определяется тем, насколько успешно производитель товаров и услуг может «показать» людям, что им это нужно.

Еще одна неотъемлемая тенденция процесса эволюции производственных отношений в условиях рынка – это развитие и усложнение системы управления, т.е. *администрирование*. И этой административной прослойкой явилась новая социальная группа – менеджмент. Менеджеры среднего и высшего звена – группа, уже не относимая к обычным наемным работникам. Будучи очень важной стратой, выделенной на основе управляющих организующих функций в производстве, менеджеры объединяют в своем составе как собственников-капиталистов, так и наемных функционеров.

По сути, менеджеры – это профессиональные управленцы, которые определяют вектор для развития производительных сил (включая процессы совершенствования средств труда и подготовки работников, призванных данные средства труда использовать). Менеджеры играют первостепенную роль в регуляции производственных отношений на всем этапе производственной деятельности, направляя проектирование и разработку продукта, контролируя взаимодействие с рынком сбыта (через разработку целевой аудитории, создание соответствующих потребностей у целевой аудитории под продукт и т.д.), обеспечивая непосредственное производство продукта вплоть до его сбыта.

¹ Reinhardt Andy. Steve Jobs on Apple's resurgence: «Not a one-man show» [Электронный ресурс] // Business Week online. May 12, 1998/.URL: <http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/may1998/nf80512d.htm> (дата обращения: 10.01.2013).

На рынке труда все более востребованными становятся наемные работники, специализирующиеся на управленческих задачах.

Менеджерам предприятия присущи черты, характерные для «самозанятых» работников: у них значительна доля творческой составляющей в труде, и при этом существует возможность распоряжаться капиталом предприятия в широких пределах. Именно успешная деятельность менеджмента среднего и топ-уровня во многом обеспечивает предприятию достижение конкурентного преимущества (при прочих равных условиях), гарантируя собственнику (собственникам) получение прибыли и сверхприбыли. Это объясняет привилегированное положение данной группы работников в иерархической структуре предприятия, а значит, гарантирует данной прослойке высокий статус в социальной структуре общества. Отдельно необходимо подчеркнуть наличие специфики в восприятии образа менеджера в России. Помимо традиционного для мировой практики образа менеджера как управленца, в российской действительности можно встретить достаточно комичные примеры использования данного понятия: менеджер по продажам (под данным обозначением чаще всего имеется в виду обычный продавец), менеджер по уборке / клининг-менеджер (дворник или уборщица), менеджер по доставке (курьер) и т.д. Подобная терминологическая коллизия может быть объяснена происходящей в последние десятилетия интервенцией модели рынка труда со стороны более развитых стран Европы и Америки, когда заимствование зарубежных терминов зачастую происходит на обывательском уровне, без критичной оценки и операционализации понятий. Несмотря на тот факт, что данное явление можно считать частью закономерного процесса включения российской экономики в глобальное сетевое взаимодействие, отсутствие институционального контроля за данным процессом может привести к гораздо более ощутимым проблемам, чем путаница в терминологии.

Все вышеобозначенные элементы системы производства, ставшие нормой для развитого рыночного общества, существенно видоизменяют характеристики *продукта труда*. Различные технологии и методики ведения конкурентной борьбы и бизнеса, рожденные на рубеже XX–XXI веков, изменяют

потребительную стоимость товара, в некоторых случаях целиком превращая ее в виртуальную, символическую. Аналогичное воздействие на потребительную стоимость оказывают многократно усложняющиеся производительные силы, которые также увеличивают значение виртуальности (на базе естественных потребностей процветают искусственно выращенные «брендовые» варианты). Возникают новые непредвиденные опасности на фоне многократно усложненных требований к рабочей силе в условиях брендовой конкуренции. «Производить товары может каждый..., значит, эту черную работу следует поручить подрядчикам и субподрядчикам, чья единственная задача – выполнить заказ вовремя и в рамках отведенного бюджета (в идеале подрядчики должны располагаться в странах «третьего мира», где в избытке дешевая рабочая сила, слабое законодательство, а налоговые нарушения легко могут сойти с рук). Тем временем руководство компании может сосредоточиться на настоящем бизнесе, на том, что всегда под рукой: создавать корпоративную мифологию, делая ее настолько сильной и убедительной, чтобы иметь возможность вдохнуть смысл и жизнь в мертвые предметы, просто ставя на них свой логотип»¹. Это путь к возникновению монополий нового качества, создающих сверхприбыль за счет эксплуатации производительной силы, способной работать в информационном поле по законам виртуальности. Монополии опасны для экономики, так как блокируют закон стоимости, объективно способствующий прогрессивному развитию общественного труда. Антимонопольное законодательство, созданное против естественных монополистов (эксплуатация природных недр) и против монополий, производящих товары, не в силах регулировать рост брендовых монополистов. Усиливающаяся монополизация даже при небольших масштабах произведенного продукта труда является той точкой бифуркации, которая способна перевернуть общую направленность развития цивилизации.

Анализируя изменения, происходящие в системе производства, необходимо отметить еще одну тенденцию информационной экономики – ее сетевой характер. Оценивая достижения западных теоретиков информационного общества,

¹ Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брэндов. М.: Добрая книга, 2003. С 49.

российский культуролог П.С. Гуревич пишет, что «в конце ушедшего столетия понятие «сеть» стало универсальной метафорой. Заговорили о сетевой экономике, сетевой логике, нейтронной сети, сетевом интеллекте, сетевом графике...»¹.

«Новая экономика организована вокруг информационных сетей, не имеющих центра. ... Интернет стал горизонтальной средой всемирной коммуникации, охватывающей около 130 млн пользователей с перспективой роста до 500 млн в начале XXI века»². Происходит систематизация глобальных экономических потоков (рынки труда, рынки сбыта, биржа, рынки ценных бумаг, электронные торги, валютные операции и т.д.).

Помимо социальных трансформаций, большое внимание в экономической деятельности придается и сфере технологического развития базы информационного общества. Другой стороной сетевизации экономики, как следствие, являются современные информационно-коммуникационные технологии. Будучи актором экономических взаимоотношений, бизнес-структуры, заинтересованные в ускорении процессов информационного обмена, повышении его качества и многосторонности, формируют социальный заказ на развитие и усложнение технологий, обладая при этом достаточным количеством материальных ресурсов для стимулирования данного заказа (обладая достаточным уровнем платежеспособности). В дальнейшем любые агенты бизнеса, не обладающие данными технологиями, автоматически попадают в ситуацию, характеризуемую уменьшением их возможностей извлекать прибыль.

Как следствие подобного лоббирования бизнесом своих интересов в области развития информационно-коммуникационной техники могут быть представлены современные средства телефонии, сотовая и спутниковая связь, высокоскоростной интернет, а также различные беспроводные соединения для передачи данных. И это лишь немногие примеры из области влияния бизнеса на модернизацию общества. Впоследствии данные «новинки» становятся неотъемлемым атрибутом жизни современной личности, их производство также

¹ Гуревич П.С. Конфигурация могущества // Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2003. С. 6.

² Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество // Мир России. 2000. Т. IX. № 1. С. 24.

совершенствуется, удешевляется, делая их доступными массовой аудитории. Тем временем прогрессивная индустрия бизнеса, науки и промышленности уже создает новые ориентиры.

Говоря об информационном обществе, следует иметь в виду, что в нем возникают новые сложные противоречия, которые не могут не устрашать своими последствиями. В частности, обострение социального неравенства состоит не только в ограниченности доступа к информации, но и в невозможности для субъекта использовать данный ресурс в своих интересах, что может быть связано с недостаточным уровнем общекультурного знания и профессиональной подготовки. Значение информации, проявляемое в тотальном спросе на нее, отнюдь не предполагает удовлетворение данного спроса в полном объеме для каждого жителя такого общества. Тотальное информационное поле отражено в формуле: вся информация, обо всем, но не для всех. Усложнение и интеллектуализация труда требуют более сложных форм рекреации, тогда как увеличение интеллектуальных нагрузок требует и интеллектуального досуга¹.

В качестве еще одной особенности информационной экономики мы можем обозначить усиление уровня неравномерности развития в некоторых сегментах производства, проявляющую себя в следующих тенденциях:

– зависимость организаций от высоких технологий требует значительных вложений в новые разработки с последующим патентованием изобретений. В качестве дополнения обозначим такой фактор, как фоновый уровень развития большей части смежных предприятий и организаций. Данное условие приобретает актуальность в силу возрастающей специализации в производстве, а также на рынке труда и услуг, и предполагает формирование взаимозависимого полиструктурного сегмента, своеобразного конвейера, реализуемого посредством сетевого взаимодействия большого количества организаций;

– параллельно развивается примитивизация сферы обслуживания, которая в своем экспоненциальном расширении допускает понижающую социализацию

¹ См.: Криштапович Е.А. Социокультурные факторы экономики постиндустриального общества // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. Н.Новгород, 2006. С. 110.

работника. Происходит «выталкивание работоспособного населения из сфер современного производства, которое частично смягчается за счет расширения сферы обслуживания с рутинным примитивным трудом»¹;

– вне зависимости от профиля деятельности специалиста информационной экономики всеобщим требованием становится упор на развитие коммуникативной компетенции личности. Через новые возможности коммуникации открываются принципиально новые потенциалы человека как главного участника производства. «Для некоторых категорий работающих труд стал возвращаться к индивидуальным творческим формам, приобрел качество свободного, неподконтрольного самовыражения»²;

– возникает необходимость повышения образовательного индекса рынка труда в целом, что выливается в изменение требований к компонентам деятельности образовательной сферы.

Обобщая вышеизложенное, мы отмечаем, что сосредоточение всех представленных условий доступно в большинстве случаев для предприятий, расположенных в наиболее экономически развитых регионах, в которых индустриальное производство стало основным плацдармом для развития инноваций в технике, в организации бизнеса, в маркетинге и сфере информационных технологий. Создавая и внедряя инновации, предприятия приобретают конкурентное преимущество. С одной стороны, укрепляется экономическая эффективность и увеличивается размер извлекаемой прибыли, которая может быть направлена на образование и повышение квалификации кадров. С другой стороны, быстро полученные преимущества снижают потенциал конкурирующих предприятий, вплоть до уровня ограничения для них возможности организации инновационной деятельности. Подобное положение позволяет говорить о выходе корпоративного бизнеса в надконкурентную (во внеконкурентную) среду, противостоять чему малый и средний бизнес оказывается не в состоянии.

¹ Криштапович Е.А. Социокультурные факторы экономики постиндустриального общества // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. Н.Новгород, 2006. С. 110.

² Там же, с. 109

В свою очередь, государство также должно быть включено в конкурентную среду, поддерживая научно-исследовательскую деятельность, развивая инновационный потенциал страны и создавая благоприятные условия для развития наукоемких отраслей экономики. В связи с этим имеет смысл говорить о протекающем процессе перераспределения сфер влияния, изменении экономической структуры формирующегося общества. Сетевая организация глобальной информационной экономики выходит на макроуровень, состоящий из акторов наиболее высокого порядка: государств, транснациональных корпораций с пересекающимися областями влияния и сферами интересов, вокруг и между которых и выстраивается глобальное информационное общество.

Можно предположить, что в перспективе процессы монополизации и социоструктурной дифференциации могут усиливаться. Тем самым вопрос о преодолении разрыва в уровнях развития между странами первого эшелона, обладающими развитой экономикой, и развивающимися странами – при учете влияния факторов глобализации и развития инновационной наукоемкой экономики – приобретает неожиданные тенденции.

Новые средства производства, в первую очередь сопряженные с информационными ресурсами, по всей видимости, должны обладать значительно большей дифференцирующей силой, чем это было в индустриальном обществе.

Согласно М. Кастельсу, остаются собственники (организаторы рабочих мест, которые играют лидирующую роль в развитии общества) и наемные работники, которых мы можем разделить на два противоположных лагеря (так называемые *«новые профессионалы»* и *«информационные бедняки»*).

«Стоимость рабочей силы, как и всякого другого товара, определяется рабочим временем, необходимым для производства, а следовательно, и воспроизводства этого специфического предмета торговли»¹. Естественная цена наемных работников, относимых к категории *«информационные бедняки»*, определяется минимальным набором предметов необходимости и других благ,

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. // Соч. 2-е изд. Т. 23. М.: Гос.изд-во полит.лит-ры, 1960. С. 181.

которые в соответствии с особенностями каждой отдельной страны и населенного пункта (условный прожиточный минимум) необходимы для поддержания жизнедеятельности работника и членов его семьи.

С нашей точки зрения, положение работников, причисляемых к группе «новых профессионалов», оказывается принципиально иным, в первую очередь, в силу высокой зависимости организаторов производств от работника такого типа.

Собственность на средства производства в условиях информационного общества остается источником социального антагонизма. Новые страты внутри класса наемных работников образуют значительную внутреннюю сегментацию, задающую ряд системообразующих особенностей «новых профессионалов».

Специфические ценности становящегося информационного общества могут удовлетворить и привлечь только высокообразованного человека: «планетарные масштабы, ориентация на научные знания и инновационные технологии, стремительное развитие информационных, нанобиоинфокогнитивных (NBIC) технологий, ... возрастает роль самого человека: с одной стороны, он – движущий фактор информационного общества, с другой – фактор риска. В системе «человек – техника» появились средства, имитирующие человеческий интеллект, что влияет на установление человеком своей идентичности»¹.

Усовершенствование технологий есть уменьшение стоимости продукта, т.е. уменьшение количества труда, затраченного на производство, и это объективный процесс. Тем самым производитель, не имеющий доступа к данным инновационным технологиям, лишается части стоимости продукта, не имея возможности реализовывать продукт по цене, совпадающей с количеством затраченного им труда. Производительность труда и размер извлекаемой прибыли для собственника в значительной степени коррелируют с уровнем квалификации работников. «Человек на конвейерном производстве боится увольнения, – он замкнут на это производство. Человек новой экономики в обществе знаний сам является средством производства, и за него идет борьба. Можно привести

¹ Юрьев В.М., Чванова М.С. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2014. № 2 (24). С. 13.

множество примеров, когда людей удерживают на работе не только высокой зарплатой, а созданием хороших условий для труда и отдыха»¹.

Степень зависимости производства от рабочего персонала, уровня его подготовки может дифференцироваться в зависимости от сфер деятельности и уровня их технологичности (сфера услуг, производственная сфера, управленческая сфера и т.д.). Общей тенденцией остается возрастание значимости работника через его вклад в организацию деятельности в связи с перманентным увеличением темпа информационно-технического развития общества.

Важным моментом в описании характера нового типа труда и его влияния на изменения социальной структуры является подробный анализ ресурсов, на которых информационный (интеллектуальный) труд должен быть основан: информация и знание. Там и тогда, где информация субъективируется через знания, она становится идеальной, поэтому особенно активной и неуничтожимой.

Д. Белл систематизацию знания называет «фактором инновации», так как созданный продукт приносит пользу и его автору, и неограниченному кругу лиц. Другими словами, Белл приравнивает знание, в противовес частнособственническим отношениям индустриального общества, к «коллективному благу». Причем данная точка зрения является достаточно показательной, она разделяется многими сторонниками теории постиндустриального/информационного общества.

Реальным показателем способностей личности (на бытовом уровне) и качества работника (на производственном уровне) является отнюдь не доступ к информации, а скорее способность использовать полученную информацию в соответствии с актуальными требованиями социума. Как следствие, сегментация информационного общества становится *значительно более сложноорганизованной*, выходящей за рамки показателя «физическое обладание благами».

¹ Юрьев В.М., Чванова М.С. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2014. № 2 (24). С. 17.

Процесс «передачи знаний» напрямую связан с символическим сопровождением этих знаний. Помимо этого важными факторами являются совершенство каналов коммуникации и коммуникативные способности источника информации. И если развитие каналов коммуникации – это сугубо технологический аспект, то модернизация (вплоть до создания новых структур) социальных институтов, которые должны эффективно обеспечивать процесс формирования субъективного «знаниевого багажа» личностью, – это уже социокультурная составляющая. Знания, при соблюдении условия их актуальности, должны позволять личности оперировать информацией как основным ресурсом информационного общества, реагируя тем самым на запросы общества и реализуя свои способности/интересы. Причем запросы со стороны общества также могут быть дифференцированы на общесоциальные и профессиональные, что необходимо рассматривать сквозь призму разделения уровней образования.

Естественным следствием, выводимым из особенностей развития знания и информации в информационном обществе, является тенденция снижения значимости возрастной характеристики работника в определении социального статуса. Как результат, возрастная характеристика снижает свою значимость и как фактор вертикальной мобильности. Иными словами, для того чтобы работник информационного общества приобрел высокий статус, его характерной особенностью не обязательно (хотя и возможно) должен являться значительный стаж работы на каком-либо предприятии. Причиной тому являются специфика изменений характера труда: рутинный, репродуктивный труд, производительность которого возрастает прямо пропорционально увеличению стажа работника, уступает место продуктивному, творческому труду, в котором прямой корреляции с фактором стажа не имеется. Хотелось бы отметить, что мы говорим не об исчезновении возраста как фактора стратификации вообще, но о снижении его роли. Специфическая роль и положение молодежи в социальной структуре также обосновываются данной закономерностью. В условиях преодоления проблемы недообеспечения общества ресурсами за счет

технологического развития репродуктивный труд уступает место продуктивному информационному производству, ареал развития которого выглядит поистине безграничным.

Индустриальное производство все более становится «сырьевым придатком» для развивающегося интеллектуального капитала. Эти тенденции повлекут за собой изменения в социальной структуре общества и ознаменуют окончательное формирование нового этапа развития общества – информационного. Иллюстрация многоуровневости системной трансформации общества на пути к информационному этапу еще раз подтверждает необходимость выведения комплексного подхода к исследованию данного процесса.

Положение наемного работника, подпадающего под определение «нового профессионала», предполагает ряд принципиальных различий в соотношении с другими типами работников (см. приложение 1):

Во-первых, априорную немассовость «новых профессионалов», что обусловлено крайне высокими затратами на их подготовку. Не все «белые воротнички» становятся «новыми профессионалами».

Во-вторых, повышение ценности работника на основе характеристики труда, предполагающей творческий характер деятельности (личный вклад), что выливается в ограничение возможности безболезненной замены работника.

В-третьих, изменение характера отчуждения труда для «новых профессионалов». Отчуждение труда – неотъемлемое свойство капиталистической формации, характерное для работника наемного типа, не исчезает как таковое. Информационное общество сохраняет черты экономики, характерной для капиталистической системы, любой наемный труд возмещается вознаграждением в виде заработной платы, т.е. цены рабочей силы, а продукт труда отчуждается в пользу собственника. При этом ситуация с отчуждением труда в целом все же оказывается существенно отличной для высококвалифицированного работника, добившегося непосредственного признания в организации. Прямое признание предполагает возможность участия квалифицированных кадров в распределении прибыли и в управлении

организацией, в инновационной модернизации технологий и коммуникаций на рынке обмена результатами труда.

Если в рамках капиталистической формации право на получение доли общественного богатства, превышающей цену рабочей силы, определялось местом в иерархии собственников средств производства, фактически исключая иерархию наемных работников, то сегодня эти две иерархии сливаются в одну с помощью глобальной «бетономешалки»: неформального преобразования способностей «новых профессионалов» в могущество, приобретаемое посредством института образования.

Для более четкого выделения информационной стадии развития общества очень важно, на наш взгляд, раскрыть смысл «обслуживающей экономики». Отличительной особенностью информационного общества становится отнюдь не любое доминирование сферы услуг в экономике. Сфера услуг является многосоставным феноменом. К ней относятся направления юридические и финансовые, услуги информационные и транспортные, бытовые и пр. При этом реальное значение, позволяющее делать выводы о сколько-нибудь весомых системных сдвигах в обществе в целом, могут иметь те изменения, которые включают в себя инновационную составляющую, базирующиеся на креативном, творческом типе действий участников производственного процесса.

Этот вывод подводит нас к мысли, что для более точного теоретического анализа необходимо проводить различия в терминологии, выделяя:

- так называемую «традиционную» сферу обслуживания, к которой мы, прежде всего, относим водителей, охранников, продавцов, бухгалтеров, сотрудников кадровых служб, секретарей и некоторые другие профессии. Специфика работы этих профессий связана с выполнением шаблонной деятельности, включает набор операций, во многом являющийся рутинным для функционирования организации;

- «инновационную» сферу обслуживания, где деятельность специалистов касается области приоритетных направлений современной экономики и основывается преимущественно на творческой составляющей

(создание инноваций). В данном случае речь идет не только о новых специальностях, непосредственно сопряженных с информационной сферой, с информационным типом труда, но и о ряде профессий, ранее считавшихся вполне традиционными (учителя, врачи). Обогащение содержания труда многих профессий сегодня происходит за счет сложного синтеза с высокотехнологичным оборудованием, а также за счет повышения социальной или/и экономической значимости труда;

– обособленное положение занимает еще один ряд направлений деятельности, не систематизированной какими-либо априорными образцами (шаблонами): трейдеры, экономисты, редакторы, журналисты. Объединяющим моментом для этих сфер является то, что деятельность данных специалистов во многом ситуативна, она подчинена креативности и на выходе предполагает создание какого-либо нового продукта. В данную категорию попадают и те направления деятельности, которые стали неотъемлемым атрибутом системы производства уже к моменту периода развитого индустриализма, как, например, маркетинг и менеджмент.

Так, например, направление финансовых услуг вмещает в себя одновременно такие профессии, как рядовой бухгалтер и кассир, которые относятся к «традиционной» сфере обслуживания. Напротив, брокер и аудитор, в труде которых значительное место занимает элемент творчества, труд которых обладает повышенной экономической значимостью и требует высокой степени подготовки, необходимо отнести к «инновационной» сфере обслуживания.

Все вышеизложенное способствует повышению статуса «нового профессионала».

Как следствие, можно констатировать выделение двух основных сегментов в меняющейся структуре рынка труда и экономики в целом.

С одной стороны, это появление спроса на группы высококвалифицированных специалистов и инженеров, работающих со сложными и высокотехнологичными устройствами, а также работников, способных использовать информационные средства труда. Главной *качественной*

особенностью «новых профессионалов», не имеющей аналога у наемных работников индустриального типа, является умение составлять динамичные подвижные системы и подсистемы из коллег-профессионалов для решения сложных инновационных задач. Организаторские способности и умение создать эффективную команду коррелируют с высокими моральными качествами менеджеров нового звена, составляющих зачаток новых направлений в сетевом глобальном производстве. «Общее сокращение числа управляющих высшего и среднего звена, создание наиболее плоской организационной структуры, повышение статуса персонала»¹, как ни странно, являются логическим следствием такого изменения качественного потенциала инновационных работников. Большая эффективность и рост производительной силы труда при таком изменении плотности руководителей, происходящем объективно, а не случайными волевыми решениями, становятся следствием равномерного распределения ответственности за принятие инновационных решений. Как пишут В.Н. Стегний и И.Г. Севастьянова в своем исследовании, «в управлении процессом принятия решений приобретает все более важный характер делегирование полномочий... Центр принятий решений переносится туда, где возникает проблема и откуда поступает информация...»².

С другой стороны, в меняющейся структуре рынка труда и экономики в целом происходит формирование целого кластера специальностей, не требующих многосложной подготовки и высшего образования. Сюда мы относим весь пласт специалистов «традиционной» сферы обслуживания, а также разнорабочих и представителей низкоквалифицированных профессий. Усложнение и ускорение развития социальной сферы таит в себе опасное противоречие, когда самый демократичный ресурс – информация – способствует жесткой сегментации общества, выраженной в неравном доступе к информации при постоянно возрастающей потребности в информационном обеспечении всех процессов труда

¹ Севастьянова И.Г., Стегний В.Н. Принятие решений и делегирование полномочий как составляющие эффективного менеджмента // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. 2014. Т. 1. С. 162.

² Там же, с. 163

и коммуникации. Представленная специфика изменений характеризует модель социальной структуры информационного общества (см. таблицу 1).

Разрешение наиболее острых вызовов и рисков процессов социализации определяется мерой укорененности информационных технологий в сфере хозяйствования, реализацией потенциала инновационной деятельности всех экономических акторов (в условиях нарастающей глобализации и сетевизации). Напряжение, возникающее как следствие действия двух разнонаправленных тенденций развития экономики и социальной сферы, создает новые запросы к различным социальным институтам (государству, образованию и пр.), которые могут обеспечить корректировку и смягчение возникающих противоречий в базовых сферах общества.

1.3. Специфика высшей школы как социального института информационного общества

Непосредственную зависимость социоструктурных изменений от деятельности образовательного института отмечают многие исследователи. Так, по мнению П.С. Гуревича, «ведущую роль в ...обществе приобретают сфера услуг, наука и образование. Корпорации должны уступить место университетам, а бизнесмены – ученым...»¹. В первую очередь, речь идет о подготовке специалистов, способных к ведению инновационной деятельности, к созданию инноваций. Мы подразумеваем не только сотрудников научно-исследовательских центров, но и менеджеров различного уровня, маркетологов и ряд других специалистов. Общим для подобного типа работников будет опора на творческий характер деятельности: изобретение новых продуктов, создание потребности в продуктах и их реализация, а также организация и контроль над протеканием данных процессов. В таком случае определяющим для функционирования социального института образования становится принцип опоры на передовые технологические и информационные разработки в отдельных сферах деятельности, т.е., чтобы специалист имел возможность создать что-то новое, он должен быть обучен с использованием наиболее прогрессивных и в то же время актуальных технологий и программ обучения.

«Образовательная деятельность, предполагающая выработку и усвоение новых знаний, оказывается одним из основных видов деятельности в рамках современной цивилизации,... образование начинает доминировать над иными основными институтами общества – экономическим, политическим, социальным. Сегодня речь идет... о создании новой, современной, эффективной системы образования, способной не просто обеспечить процессы социального, экономического, политического развития, но и генерировать их, поддерживая динамику информационных процессов»².

¹ Гуревич П.С. Конфигурация могущества // Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века. М.: АСТ, 2003. С. 5.

² Чернавин Ю.А. Управленческо-психологические основания модернизации высшего образования в информационном обществе // Человеческий капитал. 2014. № 12 (72). С. 120.

Подобные суждения высказывает и один из «отцов-основателей» теории информационного общества Е. Масуда: «информационно-емким» называется товар, предполагающий увеличение составляющей маркетинга, креатива и инноваций в его стоимости, при этом «...производство информационного продукта ... будет движущей силой образования и развития общества»¹.

Дееспособность и эффективность деятельности отдельных регионов или даже стран определяются в настоящее время информационной грамотностью населения, его информационной культурой. Связь информационной культуры и высшего образования является прямой и очевидной. Вне устойчивой институализированной заботы о повышении информационно-коммуникативной компетентности наемного работника общество окажется не только вовлеченным в новые острые социальные противоречия, но и без информационной культуры социальная система окажется замкнутой, неспособной к прогрессивному реагированию на запросы глобализированной экономики. Специфические характеристики такого ресурса современного производства, как информация, при целенаправленном использовании вызывают сокращение дистанции в уровне развития экономики и интенсивности производственной деятельности между различными континентами и регионами, выступая своего рода панацеей от социально-экономической дифференциации. Однако пока процесс подобной унификации крайне ограничен. Это означает, что опасность социальных противоречий, как и тормозящая сила замкнутости системы, становятся новым блоком запросов к развитию сети высшего образования, прежде всего, в необходимости развития информационной культуры, коммуникативной компетентности, новых адаптивных стратегий личности и пр.

Информационная культура – знаковая характеристика для общества информационного этапа, своего рода базовый индикатор уровня информатизации. Этот системный индикатор содержит в себе определенные социальные показатели, интересы, ценностные ориентации человека, характеризующие его как представителя социальной страты, формирующие соответствующие модели

¹ Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983. P. 29.

поведения и установки. Информационная культура фактически детерминирует способность населения к инновационному типу деятельности, способность производить, усваивать и применять информацию как основополагающий экономический и социокультурный ресурс. Речь идет об отраженном в культуре знаниевом потенциале, являющемся для экономической деятельности информационного этапа новой производительной силой.

Одной из сторон проблемы информационной культуры является доступ к информации, получаемой из информационного пространства посредством определенного уровня развития коммуникативной компетентности населения. Необходимым посредником, позволяющим преобразовать потенциальное преимущество людей в фактическое преимущество при равном доступе к информации, является институт высшей школы. В этом случае определенный склад системы ценностей, характеризующий уровень информационной культуры, способствует обеспечению развитости наукоемких отраслей, созданию и внедрению инноваций, в том числе через способность производить информацию, а также адекватно ее воспринимать.

Таким образом, мы можем говорить о становлении специфического для информационного общества индикатора – *информационной культуры*, измерение которого позволит установить позиционную принадлежность того или иного актора по отношению к социальной структуре. Убедиться в этом позволяет сравнение данных по выявленной избыточности образования в разных регионах России. Так, «Москва – единственный город, в котором конкуренция при поиске работы среди молодежи ниже, чем в целом по рынку труда»¹. Поскольку Москва является объективно еще и наиболее прогрессивным центром социальных процессов, то она воплощает идею информационной культуры, развитости «новых профессионалов».

Вместе с тем, в других российских городах «напряженность у молодых специалистов ... примерно в два раза выше, чем в целом по рынку труда этих городов. Молодые специалисты с высшим образованием испытывают трудности с

¹ Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983. P. 26-27.

трудоустройством»¹. Работодатели в условиях социально-экономической перестройки зачастую предлагают завышенные требования к соискателям рабочих мест. Однако этот процесс имеет перспективу измениться.

Обобщая данный индикатор (информационную культуру) для той или иной территориальной единицы, мы имеем возможность очертить ее относительный уровень развития и конкурентоспособность в масштабе общего (единого) информационного пространства.

«Единое информационное пространство представляет собой совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей»².

В данном определении, как мы полагаем, ключевой акцент необходимо сделать не на самих информационных базах, становящихся предметом обмена, не на технологиях и сетях коммуникации, обеспечивающих технологическую сторону процесса обмена информации, а на субъектах коммуникации, являющихся наиболее существенными индикаторами при анализе социальных трансформаций, детерминированных процессами информатизации. Субъектами коммуникации могут являться отдельные личности, социальные группы, общности и социальные институты.

Многokратное увеличение нагрузки на личность со стороны информационного пространства, связанное не только с ростом количества окружающей информации, но и с повышением ее значимости как основополагающей детерминанты деятельности личности, выливается в необходимость четкого понимания любых ситуаций и умения ориентироваться в них. Эта способность к повышающей социализации, к управлению

¹ Голиусова Ю.В., Иващенко Н.В. Избыточное образование в России: социально-экономические последствия // Теория и практика общественного развития. 2014. № 18. С. 28.

² Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов от 23 ноября 1995 г. [Электронный ресурс] // URL: http://www.sbras.ru/win/laws/russ_kon.htm (дата обращения: 20.03.2016.)

коммуникативными потоками, является одной из сторон информационной культуры. «Операционализация характеристики, связанной с умением человека *адекватно* понимать мотивы и цели, которые руководили актором, коммуникатором, позволяет ввести принципиально новую дифференциацию аудитории – по *коммуникативным навыкам*»¹. Внедряемый критерий дифференциации субъектов коммуникации нуждается в более широкой трактовке, предполагающей включение целого ряда характеристик актора, определяющих его так называемую «адекватность» (как субъекта информационного пространства). Так, «возрастает значение индивидуальной состоятельности в процессах социального продвижения людей к более высокому социальному статусу»². Приобретаемые навыки и владения личностного характера, лежащие в фундаменте информационной культуры каждого участника социальных процессов, «консолидируют социальный потенциал общества. ... Прогрессивный в целом перелив занятых в третичный сектор сочетается в ходе финансово-экономического и социально-политического кризиса с переливами не в отсталые, а зачастую наиболее развитые узлы индустриальной, а подчас и научно-индустриальной занятости»³, и это определяется на личностном уровне. «Новые профессионалы», как информационно просвещенные и более социально активные элементы производства, имеют шанс, покидая первичный сектор, трудоустроиться в третичном секторе так, чтобы не только не потерять свой социальный статус, но и повысить его. «Микроструктура дифференцирует работников, во-первых, по их властным взаимосвязям. В этом случае объектом анализа являются группы организаторов-руководителей разного уровня и исполнители; во-вторых, работники по функциональным особенностям их непосредственной социально-трудовой деятельности, а именно: занятые квалифицированным умственным или конторским трудом (специалисты, конторские служащие); квалифицированным или неквалифицированным

¹ Адамьянц Т.З. Человек в информационной среде [Электронный ресурс] // Официальный сайт ИС РАН. 2008. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=1118> (дата обращения: 14.04.2014).

² Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Основные характеристики социальной динамики наемных работников в России // Вестник ВЭГУ. 2015. № 1 (75). С. 23.

³ Там же, с. 23, с. 25

физическим трудом (рабочие, сельскохозяйственные работники) и т. д. На этом уровне вычлняются группы по образованию, профессиональной подготовке, квалификации»¹.

Помимо стандартных для теории коммуникации положений, предполагающих необходимость освоения личностью набора навыков и умений, определяющих успешность акта коммуникации, должны также подразумеваться и специфические черты, отличающие коммуникацию личности в информационном обществе. Увеличиваются требования к знаниям личности за счет расширения общесоциальных компетенций, пусть и раскрывающихся в представлении личности фрагментарным образом. Возрастают требования к навыкам личности, прежде всего, в обращении с новыми каналами коммуникации, развивающимися за счет включения в них технологических нововведений, при этом очень важным становится учет ориентации на самообразование, саморазвитие.

Дифференцирующий критерий, генерализирующий выделенные нами требования, мы обозначаем как *коммуникативную компетентность*. «В наши дни рождается новая префигуративная культурная форма, где старшие люди учатся у молодых. В ней ни предки, ни современники не определяют модели поведения, решение жизненных проблем происходит без обращения к опыту предшествующих поколений. Такой тип культуры еще называют «обществом рисков»².

Как следствие, в качестве актуальной потребности, характеризующей общество информационной стадии развития, предстает необходимость обеспечения актуального уровня социализации личности с учетом изменений, произошедших в связке «личность – информационное пространство», с позиции *образования*. «Перспективой для общества и человека является расширение образовательного пространства и включение в него людей разных возрастных групп. Новой парадигмой развития образования является «обучение в течение

¹ Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Основные характеристики социальной динамики наемных работников в России // Вестник ВЭГУ. 2015. № 1 (75). с. 26-27.

² Социально-политические системы в сравнительном контексте: цивилизации и идентичности [Электронный ресурс] / под ред. А. С. Железнякова и Т. Н. Литвиновой. М.: ИС РАН, 2013. С. 305. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2938> (дата обращения: 06.06.2016.)

всей жизни». Поэтому образование – это не только профессиональная подготовка, цель образования более широкая – это адаптация к изменяющимся условиям»¹.

Однако с образовательными практиками связаны не только положительные тенденции развития общества, выступающие в виде роста информационной культуры, коммуникативной компетентности, личностных способностей к социализации, но и ряд опасных напряжений в социально-экономической структуре общества. Социальное неравенство, проявляющееся и как экономическое, и как культурное, и как информационное, может быть связано со спецификой института высшего образования, особенно в информационный период².

– Так, гомогенная (со смягченными социальными антагонизмами) социальная структура возможна лишь в условиях равного доступа к образованию. В условиях информатизации общества требования производственной сферы предполагают высокую наукоемкость, что соответствует требованиям высшего образования для работника. Препятствуют реализации данных условий два обстоятельства: текущие реалии в области образования скорее имеют тенденцию к усилению разрыва между «образованными» и «необразованными», приданию статуса элитарности высшему образованию. «Средством регулирования информационных каналов все чаще становятся деньги»³. Вторым обстоятельством является сознательный отказ части работников от нацеленности на высшее образование ввиду следования инструментальным ориентациям, ограничивающим получаемое образование наличными требованиями на рабочую силу.

– Диспропорции в социальной структуре, вызванные различиями в уровнях уже имеющегося у населения образования, порождают механизм для извлечения сверхприбылей, действующий за счет манипулирования недостаточно образованной частью работников, что закрепляет за данной категорией статус

¹ Социально-политические системы в сравнительном контексте: цивилизации и идентичности [Электронный ресурс] / под ред. А. С. Железнякова и Т. Н. Литвиновой. М.: ИС РАН, 2013. С. 313-314. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2938> (дата обращения: 06.06.2016.)

² См.: Ермаков М.А. Образование как ключевой фактор социальной дифференциации в информационном обществе // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2014. № 3 (24). С. 14–20.

³ Толстоброва Н.А. Трансформация содержания профессионального образования в информационном обществе // Образование, воспитание, менеджмент качества, инновации// Вестник ПГТИ. 2008. № 8. С. 53.

целевой аудитории для сбыта различной брендовой продукции (высокотехнологичных дорогих товаров и услуг далеко не первой необходимости). По мнению исследователя специфики потребительской активности современного общества Н.Ю. Резник, «в обществе потребления в качестве тотемов выступают бренды»¹.

– Низкоквалифицированная рабочая сила, лишенная ориентации на образование и самообразование и являющаяся потребителем продукции, которую она не способна произвести сама, оказывается в положении классического наемного работника, эксплуатируемого за счет навязывания определенных ценностей и моделей поведения. Такой работник ограничен в плане реализации восходящей мобильности. Ему приходится изыскивать место занятости в области низкостатусного труда, побуждая экономическую подсистему сохранять подобный пласт работ, несмотря на имеющуюся возможность замены ручного труда на автоматизированное производство. С точки зрения системы информационной экономики сохранение социоструктурной раздробленности является адаптивным выходом на фоне различий в уровне образованности работников. Сохраняется возможность занятости населения, не имеющего возможности конкурировать в поисках высокостатусной работы. Кроме того, формируется достаточно стабильный рынок сбыта продуктов труда, что в целом поддерживает экстенсивные темпы роста экономики.

«Выход из глобального кризиса возможен через систему образования: страна, предложившая новую модель образования, ... быстрее всего выйдет из кризиса и создаст новую модель общественного устройства. Это проблема не двух-трех лет, а нескольких десятилетий»². В настоящий момент времени в обществе наблюдается тенденция все возрастающего увеличения разрыва между «образованными» и «не образованными». Сегодня для многих стран возможности образовательной сферы в направлении гармонизации общественного развития явно ограничены. Так, налицо «рассогласованность между институциональными

¹ Резник Н.Ю. Вещь в дизайне: анализ социокультурных парадигм: дис. ...канд.филос.наук. Пермь, 2008. С. 71.

² Стегний В.Н. Прогностический подход к образованию // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2011. № 10. С. 7-8.

ожиданиями относительно образовательного уровня выпускников на российском рынке труда и личностными ожиданиями выпускников относительно своего социального статуса. Выпускник российского высшего учебного заведения выходит на рынок труда с определенными амбициями, связанными с профессиональной самореализацией и карьерным ростом... Работодатели при избытке предложения рабочей силы со стороны недавних студентов обладают несравненно большими преимуществами при выборе потенциального сотрудника, чем молодые люди с высшим образованием... Те, кто менее образован, имеют гораздо больше шансов трудоустроиться, чем те, кто лучше образован. Иначе говоря, существует обратная корреляция между образовательным уровнем и легкостью трудоустройства. В безработные также попадает экономически активная молодежь, что негативно влияет на экономику страны»¹. Рынок продавцов, до тех пор, пока он более могущественен, чем рынок рабочей силы, обладает возможностью преуменьшать цену рабочей силы, давая шанс трудоустроиться в первую очередь дешевой малообразованной части молодежи.

Характеристикой, вытекающей из особенностей рассматриваемых социально-экономических противоречий, является специфика информационного неравенства и провоцируемой им «информационной бедности» как социально наследуемой. Слой работников низкостатусного труда не способен обеспечить должный уровень образования ни себе, ни следующему поколению, что затрудняет возможности вертикальной мобильности и для потомков слоя «новых бедняков». Так, исследования, проведенные в США, показывают, что сегодня «большинство людей умирают в том же социальном классе, в котором и родились»². Таким образом, явление передачи статуса по наследству характерно и для информационного общества. Положительной стороной этого процесса является то, что «новые профессионалы», обладая значительно более высоким социальным положением в обществе, имеют возможность передавать по

¹ Голиусова Ю.В., Иващенко Н.В. Избыточное образование в России: социально-экономические последствия // Теория и практика общественного развития. 2014. № 18. С. 26.

² Паренти М. Демократия для избранных. Настольная книга о политических играх США. М.: Поколение, 2006. С. 23.

наследству свой статус, способствуя формированию у собственных детей терминальных ориентаций и обеспечивая доступ к образованию (прежде всего, высшему) как основному дифференцирующему критерию-лифту.

Прогнозируется увеличение значимости элитарного высшего образования в процессе формирования информационного общества. Речь идет о высшем образовании, в полной мере реализующем полный комплекс функций, прежде всего социализирующую и дифференцирующую функции в отношении к акторам информационного общества. Новые противоречия в соединении наемного работника со средствами производства вытекают из персональной ответственности наемного работника за уровень понимающей части компетенций его образовательных программ. Иное наблюдается, если возможности приобщения к информации при сохранении *слабых показателей культуры* могут позволить пройти образовательный ценз, получить работу, но при этом не стать информационным собственником своей рабочей силы. Так, «к сожалению, только 8% студентов интересуются проблемами права, морали»¹. Эти цифры являются показательными при характеристике уровня культуры в целом и информационной культуры в частности. Люди с самыми высокими образовательными статусами (кандидаты, доктора наук), не имеющие интереса и идейного каркаса для того, чтобы судить о праве, морали, являются образцами негативных элементов становящегося информационного общества. Для студентов такое безразличие и нигилизм в отношении духовных ценностей являются еще более выраженными, становясь зачастую общественно оправданными.

Для производства услуг информационного плана такая ущербность интересов в отношении человека к человеку играет разрушительную роль: коммуникация по принципу рыночных (вещных) отношений недостаточна для учета разносторонних запросов потребителей. Нарастают противоречия между знаком об образовании (диплом) и реальной образованностью.

¹ Стегний В.Н. Информированность студента как показатель его культуры // Высшее образование в России. 2013. № 3. С. 115.

Имеющийся неравный доступ к образованию приводит к добавочным препятствиям для устойчивого осуществления инновационного процесса. «Инновационный процесс не прерывается и после стадии внедрения, ... инновационная идея становится результатом не только «чистой науки», полученным в стенах научных учреждений и университетов, т.е. в ограниченном творческом поиске... Происходит преобразование научного знания в вещественное воплощение, в физическую реальность, изменяющую общество, ... которые используют в виде прямой производительной силы способность человека понимать и обрабатывать символы, создавая новое знание...»¹. Сегментация общества будет производиться в значительной степени через обладание особой теоретической информацией с созданием многосторонних навыков управления ею. «Вне личности... знания невозможны, мы будем иметь дело только с оболочкой знаковой системы – информацией...»².

Другим источником обострения противоречий, связанных с современными образовательными практиками, будет возникновение таких низших страт среди «информационных бедняков», как прекариат. «Прекариат, как термин, имеет несколько значений. Например, в 1980-е гг. французские социологи так называли сезонных рабочих. В Италии считалось, что прекариат – это нормальное положение рабочих на рынке труда. В Германии... была предпринята попытка стратифицировать новые низшие слои, в том числе выделить как одну из групп «новых низших» группу нестабильно занятых: тех, кто не имеет гарантий занятости и не имеет социальных гарантий (соцпакета). При этом... состояние прекариата не означает полную нищету и отверженность, а лишь указывает на то, что социально-трудовые отношения в данной ситуации находятся в состоянии нестабильности и ненадежности. Именно образовательный институт становится и основным источником новых противоречий. В условиях переходного состояния общества, у «новых профессионалов» состояние социально-экономической

¹ Тюрина В.Ю., Ипполитова А.А. Наука, инновация, интеллектуальная собственность – основа перехода к инновационной экономике // Инновации. 2013. № 9 (179). С. 67.

² Пронина Л.А. Современная информационная среда как новая форма бытия человека [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. 2005. № 2. URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/177-the-moderninformation-environment-as-a-new-form-of-human-being.html> (дата обращения: 02.04.2014).

нестабильности и ненадежности (состояние прекариата) оказывается более распространенным, чем это виделось в теории. Отделяя необразованную часть общества, загоняя ее в арьергард новой социальной структуры общества, «сильная» часть обрекает себя на полноту ответственности за технизацию и информатизацию общества, лишая традиционной адаптированности страты с понижающей социализацией. Таким образом, прекаризации могут быть подвергнуты представители и среднего, и высшего класса, которым потенциально угрожает потеря рабочего места из-за перевода их на контракт «ноль часов»¹.

Обобщая поставленную проблему специфики института высшего образования в информационный период развития общества, отметим необходимость государственного контроля за теми негативными изменениями социальной системы общества, которые связаны с воздействием образовательного института на перспективы развития. Контролирующее и регулирующее воздействие может быть как прямым (легитимация), так и косвенным, в том числе через культурные сферы.

В посредническом положении по отношению к сферам образования и науки будут располагаться те виды деятельности (труда), которые способствуют повышению эффективности функционирования науки и образования, а также потребители данных сфер (т.е. «новые профессионалы» или иные отдельные социальные группы, которые непосредственно заинтересованы в продуктах деятельности сфер науки и образования). Объективный процесс глобализации, предъявляющий для разрешения новые острые опасные противоречия, обратной стороной включает и потенциал их преодоления. «Сегодня становится все более настоятельной потребностью новый тип межнациональных, межцивилизационных отношений – открытых и равных, свободных от экономического, политического и социокультурного эгоцентризма. Участники таких отношений призваны культивировать способность увидеть и оценить свои идеи, традиции, ценности глазами и опытом других цивилизаций, культур и

¹ Голенкова З.Т., Голиусова Ю.В. Новые социальные группы в современных стратификационных системах глобального общества //Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 3. С. 9.

верований. Только таким образом можно стать полноправными субъектами совместного миротворчества, субъектами поиска новых жизненных смыслов человеческого бытия, выработки универсалий культуры, в их развитии и взаимодействии»¹.

Уровень развития информационного общества, характеризующийся укорененностью информационных технологий в сфере хозяйствования, потенциалом инновационной деятельности внутренних экономических акторов, информационной культурой населения и так далее, – все это соответствующим образом отражено в информационном пространстве, и, как следствие, направляет гармонизацию процессов социализации. «Эффект социализации личности информационным пространством как раз и заключается в том, что создаются реальности, схематизирующие различные модусы бытия человека и окружающей его действительности»².

Следовательно, успешность информатизации отдельных территориальных единиц и целых государств напрямую связаны с целенаправленной деятельностью в области института образования, сопутствующей формированию развитой информационной культуры как новоприобретенной общесоциальной компетенции для жителей информационного общества. Таким образом, неизбежен социальный заказ на существенную перестройку образовательной системы, что предполагает замену доминирующей ориентации высшей школы на трансляцию готовой знаниевой базы в направлении стимулирования творческого потенциала студентов. Весь спектр качеств работника информационного общества принципиальным образом завязан на его способности к творческой деятельности, на его «силе ума».

Социальный институт образования в информационном обществе (и высшего образования, в частности) приобретает дуальное положение. С одной стороны, он становится основным источником развития, позволяющим

¹ Социально-политические системы в сравнительном контексте: цивилизации и идентичности [Электронный ресурс] / под ред. А. С. Железнякова и Т. Н. Литвиновой. М.: ИС РАН, 2013. С. 35. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2938> (дата обращения: 06.06.2016.)

² Тимербулатов З.М. Информационное пространство и социализация личности // Ватандаш. 2005. № 7. С. 179.

раскрыть потенциал работника, соответствуя новым требованиям информационной экономики¹. Результатом трансформирования социальных ориентаций и структуры ценностей личности под запросы информационной культуры станет сохранение безграничности личностного, а, следовательно, и общественного развития вслед за внедрением ориентации на образование и самообразование в течение всей жизни. С другой стороны, личность информационного общества вбирает посредством образования множественные институциональные изменения, в том числе и негативные, позволяя поставить проблему становления нового типа – «человека информационного» (см. приложение 1). Институт образования и высшая школа представляются наиболее эффективным механизмом, позволяющим осуществлять регулятивное воздействие на личность, обеспечивая удовлетворение базовых потребностей для «человека информационного» (в том числе в информационной безопасности). При этом одним из компонентов информационной культуры на личностном уровне, позволяющем личности встраиваться в систему социального взаимодействия как полноценному субъекту в условиях происходящих изменений, является обеспечение адекватного восприятия социальной реальности. Иными словами, социальные представления личности и формируемые на их основе социальные ориентации – это ключевые показатели встроенности личности в глобальное информационное пространство.

¹ См.: Константиновский Д.Л. Новая молодежь в новой реальности образования // Образование и наука в России: состояние и потенциал развития. Сборник научных трудов. М.: Центр социологических исследований, 2016. С. 106-162.

Глава 2. Социальные представления студентов как фактор становления информационного общества

При всем многообразии трактовок информационного общества, опуская множественные теоретические разночтения и противоречивость ряда авторских разработок, мы предлагаем обратить внимание на проблему представлений личности об информационном обществе.

Анализ социальных представлений личности актуален с двух позиций:

– С одной стороны, адекватность восприятия актором текущих изменений в обществе на основе соответствующих социальных ориентаций и установок опосредует эффективность способности личности к адаптации в изменяющейся социальной реальности.

– С другой стороны, «представления выступают составной частью социальной реальности, являясь инструментом ее конструирования»¹. Спектр задач эмпирического исследования фокусируется на воздействиях института высшей школы как основополагающего агента социализации, проявляющихся через представления студентов, регулируемых социальными ориентациями². Теоретико-методологическая основа исследования социальных представлений студентов ПНИПУ об информационном обществе представлена в программе социологического исследования (см. приложение 3).

В качестве контрольного материала выступает серия исследований «Статус молодежи в современном российском обществе», проводимых диссертантом совместно с лабораторией социологии ПНИПУ. В исследованиях изучается социальный состав современной молодежи, жизненные планы, ценностные ориентации и социальные установки молодежи на примере г. Перми. Исследования проводились в 2 этапа в 2015-2016гг., выборка составила 2238 человек.

¹ Якимова Е.В. Теория социальных представлений в социальной психологии: дискуссии 80-х - 90-х годов: науч.-аналит. обзор. М.: ИНИОН РАН, 1996. С. 13.

² См.: Ермаков М.А. Студенчество как актор становления информационного общества. Роль высшей школы // Высшее образование в России. 2014. № 11. С. 105–111.

2.1. Модель информационного общества в представлениях современного студенчества

Согласно результатам опроса более половины студентов (51,6 % в 2012 г. и 54,6 % в 2016 г.) считают себя скорее информированными о сущности информационного общества, ещё четверть респондентов (25,5 % в 2012 г. и 24,2 % в 2016 г.) обозначили, что они скорее не информированы. Категоричные варианты ответов были значительно менее востребованными (около десятой части от общего количества респондентов отметили однозначно, что они информированы, столько же считают себя полностью не информированными (учитывалась сумма отрицательных ответов и варианта «затрудняюсь ответить»)).

Интерпретировать подобные результаты можно двояко: с одной стороны, более половины респондентов считают, что они скорее имеют представление об информационном обществе, следовательно, мы можем расценивать полученные в ходе опроса данные как актуальные, отражающие реальные оценки осведомлённой аудитории; но, с другой стороны, крайне низкие показатели категорично утвердительных ответов и большие веса вариантов «скорее да...» и «скорее нет...» – это показатель несформированности позиции по данному вопросу, результат неуверенности респондентов в том, о чём именно идёт речь. При этом отмечаем наличие отрицательной динамики в данном вопросе. Несмотря на незначительное увеличение количества скорее информированных респондентов, также изменилось количество категоричных ответов: снизилось количество информированных (11,8 % – 2012 г. и 8,9 % – 2016 г.) и, наоборот, увеличилось количество неинформированных (10,8 % – 2012 г. и 11,9 % – 2016 г.).

В вопросе о том, что же, по сути, представляет собой информационное общество, мнения респондентов разделились. Первичным ассоциациям соответствует понимание, что основными продуктами производства и базовыми единицами обращения постиндустриального этапа являются знания и информация. Как мы полагаем, данный вариант наиболее часто отмечался респондентами вследствие выстраивания ряда ассоциативных связей в формулировках предлагаемых ответов.

Второе же по популярности определение информационного общества, сосредоточенное вокруг ассоциативного ряда «информация – основной ресурс информационного общества», в меньшей степени нашло отклик в представлениях респондентов, что, как мы полагаем, связано с более глубинным описанием базовых черт информационного общества при формулировке определения.

Определение, набравшее наименьшее количество откликов, сформулированное в духе подхода родоначальника концепции информационного общества Д. Белла¹, затрагивая неочевидные характеристики, присущие постиндустриальному периоду, оказалось не понятным теоретически неподготовленным респондентам.

К вышеизложенному добавим, что данный показатель совершенно независим от самоидентификации респондентов в вопросе, касающемся оценки их осведомлённости об информационном обществе (см. таблицу 2).

Увеличение доли респондентов, затруднившихся с ответом, а также отсутствие корреляции с показателем информированности об информационном обществе, также как и подобная расстановка вариантов определений по популярности, которую мы видим выше, свидетельствуют о недостаточном уровне информированности об информационном обществе и о поверхностном характере знаний, апеллирующих к обыденным ассоциациям.

Различия во взглядах на информационное общество, его определение и специфику формирования освещаются в работах отечественных исследователей М.А. Ермакова и В.Н. Стегния², О.Б. Скородумовой³, А.А. Чернова⁴.

¹ См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. CLXX, 788 с.

² См.: Ермаков М.А., Стегний В.Н. Социологический анализ представления студентов об информационном обществе // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2016. № 1. С. 8–16.

³ См.: Скородумова О.Б. Отечественные подходы к интерпретации информационного общества: постиндустриалистская, синергетическая и постмодернистская парадигмы [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2009. № 4. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/> (дата обращения: 03.02.2016.)

⁴ См.: Чернов А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. М.: Дашков и К°, 2003. 232 с.

2.1.1. Представления об организации производства в информационном обществе

Предпринимательские расходы при организации производства.

Респондентами оценивалось, изменится ли расходная база лиц, организующих какой-либо бизнес в информационном обществе, в сравнении с современным этапом. Необходимо отметить, что иерархии ответов симметричны, но веса данных ответов значительно различаются. По мнению студентов, участвующих в опросе, наиболее значимой статьёй расходов для предпринимателя является «обучение (переобучение) персонала»: 37,0 % (36,5 % – 2016 г.) – сегодня, 58,8 % (54,6 % – 2016 г.) – в информационном обществе. Значимость последующих двух категорий расходов, по мнению респондентов, к информационному обществу снижается: «реклама» – от 21,2 % (17,9 % – 2016 г.) к 10,8 % (9,6 % – 2016 г.); «социальное обеспечение персонала – от 16,5 % (16,6 % – 2016 г.) к 10,6 % (8,5 % – 2016 г.) в информационном обществе.

Отдельно необходимо отметить значительный вес пропущенных ответов, особенно это касается вопроса об определении основной статьи предпринимательских расходов в информационном обществе (13,6 % респондентов в 2012 и 19,5 % в 2016 г. не дали ответа на поставленный вопрос). Подобный результат может являться следствием ограниченной информированности респондентов о более частных аспектах информационного общества либо низкой информированности студентов в области экономики.

Затраты предприятия информационного общества на высокие технологии

В вопросе о затратах предприятия на инновационные технологии у респондентов мнения разделились: чаще всего отмечалось, что различного рода технологии должны составлять половину от общей массы расходов предприятия (41,2 %); часть респондентов отмечала, что доля высоких технологий не должна превышать «...20 % всех затрат» (35,8 % – 2012 г., 34,9 % – 2016 г.); и лишь пятая часть респондентов (21,4 % – 2012 г., 18,3 % – 2016 г.) высказалась, что это является преобладающей статьёй расходов предприятия информационного общества. Отметим, что наблюдаемые закономерности представляется

затруднительным однозначно проинтерпретировать, так как распределение ответов является весьма противоречивым. Причиной подобного рода разночтений могут являться поливариантность и полифункциональность технологической сферы, т.е. речь идёт о задействованности технологий в различных процессах деятельности предприятий: производстве, коммуникациях, обучении и т.д.

Достижение конкурентного преимущества предприятием в информационном обществе

Наиболее распространёнными способами являются регулярное повышение «...квалификации работников» – так считают 31,8 % опрошенных, также объединение «...с другими предприятиями, образуя крупные корпорации» – это мнение 25,9 % респондентов. Наконец, 23,8 % опрошенных рекомендуют предприятиям приобретать патенты «...на технологии и другую интеллектуальную собственность». Отмечаем некоторые сдвиги в оценках респондентов в 2016 году: повышение квалификации – это по-прежнему важнейший механизм достижения конкурентного преимущества (30,2 %); но как равнозначный ему отмечается механизм приобретения патентов и другой интеллектуальной собственности (30,2 %). Экстенсивный механизм, предполагающий объединение с другими предприятиями, отмечался респондентами значительно реже (25,9 % в 2012 и 19,2 % в 2016 г.). Это благоприятная тенденция, свидетельствующая о постепенном прогрессивном изменении представлений респондентов о специфике экономических отношений в условиях капитализации, когда мелкий и средний бизнес составляют фундамент инновационных процессов.

«Становится общепризнанным, что в электронной экономике, основанной на знании, информации, имидже и связях, постоянное самообразование играет главенствующую роль, и одна из основных задач образования – формирование способностей к инновационной деятельности в этой области»¹.

¹ Скородумова О.Б. Трансформации системы образования в условиях перехода к обществу знания // Философия отечественного образования: история и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2014. С. 70

В подобной расстановке мнений можно проиллюстрировать три основополагающие тенденции трансформационного периода современности:

- возрастание значения квалифицированных кадров, следовательно, увеличение потребности в их обучении / переобучении;
- закрепление в качестве одного из основополагающих ресурсов интеллектуальной собственности;
- минимизация социально-экономических рисков не столько через укрупнение и государственные дотации, сколько через инициативное предпринимательство.

2.1.2. Представления о сфере труда в информационном обществе

Соотнесение затрат времени и денег при подготовке специалиста в информационном обществе

При подходе к данному вопросу у респондентов наблюдается единообразие оценок: большая часть склоняется к мнению, что для подготовки специалиста в информационном обществе «необходимы как значительные затраты денег, так и времени» (58,9 % – 2012 г., 56,2 % – 2016 г.), ещё четверть респондентов считает, что необходимо «больше времени, чем денег» (26,8 % – 2012 г., 25,7 % – 2016 г.). Таким образом, разница в оценках заключается в определении степени интенсифицированности процесса подготовки специалиста общества информационного типа, трудоёмкости образовательного процесса. Общим является бесспорная значимость временных затрат на образование специалиста.

Заменит ли машина человека в тяжелом труде в информационном обществе

Данный показатель не был однозначно оценен респондентами, разброс ответов представляется достаточно существенным. По мнению студентов, «некоторую долю труда будут выполнять машины, но сохранится ряд профессий, где человеческий труд будет преобладающим», треть респондентов отметила именно данный вариант ответа (35,4 %) в 2012 году и немногим менее половины (42,5 %) в 2016 году. Другая категория респондентов включает тех, кто считает,

что «...человек всю трудоёмкую и опасную работу возложит на машину»: немногим меньше трети – 27,5 % в 2012 году и лишь пятая часть – 21,5 % в 2016.

Обобщающим необходимо признать тот факт, что практически единогласно современными студентами оценивается перспектива неизбежного внедрения различного рода технологий в человеческую деятельность, степень же данного внедрения оценивается различным образом: от минимального вспомоществования, облегчающего труд человека, до максимального участия технологий в процессе труда или даже полное замещение некоторых видов человеческого труда «машинным». Разброс оценок вполне обоснованно может объясняться различиями сфер деятельности, которые подразумевались респондентами. Исследование 2016 года подтвердило полученные ранее выводы, но в то же время данные позволили обозначить вектор, в котором технологии перестают восприниматься как «панацея от всех бед» и единственно возможной перспективой развития трудовой сферы.

Высокостатусный труд в информационном обществе

Наиболее часто респондентами в качестве отличий высокостатусного труда в индустриальном обществе от аналогичного по статусу труда в информационном обществе обозначались: уровень образования специалиста (27,8 %), чуть реже – «средства труда» (22,8 %). Однако данные исследования 2016 года демонстрируют изменение представлений респондентов: как наиболее значимое отличие уже обозначаются средства труда (26,8 %), а на втором месте – уровень образования работника (23,5 %). Таким образом, студентами рассматриваются перспективы изменения социальной структуры информационного общества с позиции увеличения тенденции влияния новых средств труда, в том числе на трансформацию системы образования. Однако отмеченные тенденции имеют скорее негативную окраску, особенно учитывая объект данного исследования – студенчество. Снижение статуса образования в структуре представлений студентов об информационном обществе может привести к аналогичному результату в ценностно-мотивационной структуре личности, что, в свою очередь, повышает риски нарушения эффективного межинституционального

взаимодействия труда и образования в рамках переходного периода. Среди видных исследователей постиндустриальной эпохи (Р.Ф. Абдеев, В.Л. Иноземцев, М. Кастельс и др.)¹ преобладает точка зрения, определяющая перспективы именно института образования как базового социального лифта, обеспечивающего «закачивание» наиболее способных (образованных) работников в верхние слои социальной иерархии. «...Все более очевидным становится тот факт, что обладание уникальными способностями и знаниями, принадлежность к кругу людей творческих профессий (куда, безусловно, следует отнести не только ученых и деятелей культуры, но и высококвалифицированных специалистов в области менеджмента и финансов, юристов, профессиональных экспертов и т.д.) становится залогом высокого социального и имущественного статуса»².

Опираясь на оценки респондентов касательно других компонентов сферы труда и производства, отмечаем, что уровень использования высоких технологий (или их неиспользования) определяется конкретной сферой деятельности. Одновременно с этим роль самого института образования и его воздействия на личность сохраняется как минимально необходимое условие адаптации личности к требованиям информационного общества в целом, вне зависимости от статуса личности и её включенности в деятельность какого-либо социального института. Новые средства труда – это более поверхностный показатель изменений в сравнении с изменением образовательного института и его воздействием на общество и смежные социальные институты. Наблюдаемые изменения в оценках респондентов должны быть интерпретированы как показатель снижения уровня осведомленности об информационном обществе, его глубинных характеристиках.

Разделение труда в информационном обществе

Большинство респондентов склоняются к тому, что разделение труда увеличится, возникнет тенденция к предельной специализации, такой позиции придерживаются 50,4 % опрошенных в 2012 году и 47,4 % – в 2016 году.

¹ См.: Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: ВЛАДОС, 1994. 336 с.; Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000. 304 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

² Иноземцев В.Л. Класс интеллектуалов в постиндустриальном обществе // Социологические исследования. 2000. № 6. С. 75.

В данном варианте проецируются тенденции современности. Современный рынок труда формирует социальный запрос на узко квалифицированные кадры, а система высшего образования, в свою очередь, проецирует данный запрос на будущих специалистов – студентов. Однако часть опрошенных в 2012 году отмечает, что разделение труда «не изменится (существенно) по сравнению с индустриальным обществом» (26,3 %). В 2016 году данный вариант отметили 22,8 % респондентов. Вторым по популярности ответом стал вариант, предполагающий возникновение потребности в универсализме (21,3 % – 2012 и 25,1 % – 2016 г.). Отмеченная динамика изменения ответов вполне объяснима с учетом адаптации студентов к реалиям двухуровневой системы высшего образования в России (в 2012 г. данная система только внедрялась в образовательную практику), где бакалавриат воспринимается как институция, способствующая деспециализации и универсализации специалистов, а магистратура, напротив, способствует глубокой специализации. В дальнейшей перспективе предполагается, что комплекс мер, реализуемых Министерством образования РФ, направленных на повышение заинтересованности студентов в магистратуре, а далее и в аспирантуре как в 3-м уровне высшего образования в России, скажется на закреплении в сознании студенчества направленности на предельную специализацию.

При сравнении с развивающейся теорией по вопросу определения перспектив разделения труда следует сказать, что многие авторы¹ отмечают именно усиление специализации в качестве характерной особенности «общества знаний»: «В нем растет разделение труда, обостряется профессионализм меньшинства при культурно-творческой деградации большинства»². Представленные тенденции могут быть отражены в специфической трактовке «принципа Парето» («принципа 20/80») применительно к вопросу разделения труда в информационной экономике: 20 % работников активно задействованы в

¹ См.: Маслов В.И. Инновационный менеджмент в XXI веке: сб. статей. М.: DirectMedia, 2012. 101с.; Бузгалин А.В. Социально-экономические противоречия генезиса постиндустриального общества и их теоретическая рефлексия // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и эконом. фак-та МГУ. 2001. № 3. С. 72-104.

² Маслов В.И. О всеобщей макдональдизации и способах ее преодоления // Предпринимательство. 2000. № 3. С. 36-51.

экономической деятельности, что подкрепляется соответствующей профессионализацией, а 80 % – мало востребованы, так как они не обладают достаточным уровнем квалификации.

2.1.3. Представления о социально-экономической структуре информационного общества

Владение информацией в информационном обществе

Фразу о том, что *«тот, кто владеет информацией, – тот владеет миром»* считает справедливой подавляющее большинство респондентов (78,6 %) в исследовании 2012 года. К 2016 году группа респондентов, согласных с данным высказыванием, возрастает до 82,8 %. Данное распределение иллюстрирует переход информации в статус базового, основополагающего ресурса информационного общества. В дополнительном акценте нуждается весомость группы респондентов, затруднившихся с ответом, – 10,1 % в 2012 и 13 % в 2016 году. Причиной может являться незавершённость трансформационных процессов и, как следствие, значительная инертность отдельных слоёв населения, возможные искажения в процессе формирования адекватной картины мира.

Увеличение значимости информации как базового ресурса общества вне зависимости от сферы приложения, – тенденция, являющаяся основным иллюстратором протекающего трансформационного процесса перехода к информационному обществу. Точка зрения, отрицающая повышение роли информации как базового ресурса (группа респондентов, не согласившихся с представленным выше высказыванием), – индикатор непринятия данных тенденций при направленности на сохранение атавистических, характеризующих индустриальное общество ориентаций и систем ценностей. Мы можем расценить данное явление как норму для фундаментального процесса, имеющего длительный период протекания, а также как характеристику многофакторности, влияющей на неравномерность происходящих изменений.

Потребительские отношения в информационном обществе

Судя по результатам исследования, студенты разделились на две почти равноценные группы при оценке процессов потребления: часть из них считает, что по сравнению с индустриальным обществом «структура потребления станет ещё более дифференцированной для различных слоев общества» – 48,8 % от общего количества опрошенных в 2012 и 46,1 % в 2016 году; другая же группа респондентов придерживается мнения, что «информационное общество будет охарактеризовано как общество тотального потребления», – так считает 40,8 % в 2012 и 43,2 % в 2016 году. Мы можем отметить, что данные позиции, по сути, не противоречат друг другу и могут быть использованы как взаимодополняющие.

Будущее потребительства раскрывается современными теоретиками в понятии «постмодернизм»¹. Двойственность потребительских отношений в эпоху постиндустриального (постмодернистского) общества заключается в сочетании однообразия и разнообразия одновременно. Ориентация на индивидуализм заставляет личность-потребителя выискивать пути выделения из общей массы, приобретая те или иные символические ценности: статус, определённые материальные и нематериальные блага, выстраивать определённые межличностные отношения и т.д. В то же время избираемые личностью потребительские практики, напротив, обеспечивают её общность (идентичность) с более или менее масштабной аудиторией, объединяемой социальным положением, религиозными, политическими предпочтениями, системой ценностей, социально демографическими признаками. Тем самым, рассчитывая на формирование индивидуальной идентичности, личность обрекает себя на однообразие массовой культуры, обладающей сложной и разветвлённой системой стандартов потребления. Другими словами, представления современных

¹ См.: Добреньков В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2011. С. 396-399; Вершинина И.А. Информационная безопасность в современном обществе // Социология. 2010. №4. С. 4-9; Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.; Ильюшина Э. Глобализация и постмодерное общество // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. №4. С. 79–98; Толкачев С.А. Постмодерн как мировоззрение перманентного кризиса [Электронный ресурс] // Капитал страны. URL: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/articles/article/996> (дата обращения: 03.02.2016.)

студентов о будущем потребительских отношений ничуть не отличают их от рефлекслируемых ими свойств современности.

Социально-экономическая структура информационного общества

Отвечая на вопросы по социально-экономической структуре, большинство студентов (50,9 % – 2012 г., 48,1 % – 2016 г.) склонялись к позиции, что в информационном обществе «средний слой» будет преобладающим – данная позиция близка теоретическим учениям Д. Белла¹; часть же опрошенных высказала мнение, что «общество будет наиболее дифференцировано: разница между богатыми и бедными будет расти», – подобной точки зрения при оценке перспектив расслоения информационного общества придерживается М. Кастельс²: 20 % в 2012 г., к 2016 г. данная группа была представлена 15,9 % респондентов. Как общество «всеобщего благополучия», где каждый может позволить себе всё, что захочет, информационный период представлен 17,1 % от общего количества опрошенных в 2012 и 23,5 % в 2016 году. Отмеченная позиция близка прогностическому видению информационного общества Й. Масуды³. Отметим, что позиция студентов достаточно уверенно вписывается в общераспространенную точку зрения: «...не отрицая необходимости глубокой дифференциации доходов для успешного экономического развития, россияне хотят, чтобы подобная дифференциация по своим масштабам и основаниям неравенств отвечала их понятиям справедливости... население страны в целом проявляет достаточно высокую толерантность к тем видам социального неравенства, которые представляются им справедливыми»⁴. Тем самым доминирующим выводом является признание естественности дифференциации социально-экономической структуры, но с преобладанием среднего класса (слоя), являющегося для респондентов своеобразным эталоном статуса для информационной личности. Более того, предположительно, большинство

¹ См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. CLXX, 788 с.

² См.: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

³ См.: Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983. 171 p.

⁴ О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2013. С. 61.

студентов рассматривают в качестве оптимальной перспективы для себя именно такую статусную позицию. В данном контексте раздробленность полюсов социальной иерархии не всегда представляется современной личностью как негативное явление, напротив, для части респондентов, стремление к полной «уровню» рассматривается как противоестественное явление, способствующее установлению «несправедливой» структуры в информационном обществе. Интересным представляется увеличение доли тех студентов, которые прогнозируют формирование общества «всеобщего благополучия».

Одновременно с этим наиболее вероятным вариантом изменения социально-экономической структуры остаётся перспектива значительной антагонизации информационного общества, недостаточно отраженная в результатах опроса. Как утверждает Джон Кавана – директор Института политических исследований (IPS) в Вашингтоне: «Глобализация предоставила самым богатым больше возможностей делать деньги еще быстрее. Эти люди используют новейшие технологии для чрезвычайно быстрого перемещения крупных денежных сумм по всему земному шару и проведения более эффективных спекулятивных операций. К сожалению, в нашем мире технологии никак не влияют на жизнь бедняков. Фактически глобализация — это парадокс: принося огромную выгоду ничтожному меньшинству, она оставляет за рамками или превращает в маргиналов две трети населения планеты»¹.

Информация как основной источник дохода в информационном обществе

Группа студентов, считающих, что информация или собственность на информацию будут основным источником дохода в информационном обществе, является преобладающей – 59,8 % в 2012 году, 55,5 % в 2016 году. Тех, кто с данным утверждением не согласен, 18,9 % от общего числа опрошенных в 2012 году, 14,8 % – в 2016 году.

Мы уже обращали внимание на тот факт, что большинство респондентов рефлексируют наличие процесса перехода информации в статус базового, основополагающего ресурса информационного общества (см. анализ индикатора

¹ Приводится по: Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004. С. 41.

«Владение информацией в информационном обществе»). Так же, как и в предыдущем случае, при оценке данного вопроса сформировалась многочисленная группа респондентов, затруднившихся с ответом: 21,2 % в 2012 году, а в 2016 году доля респондентов оказалась ещё больше – 28,2 %. Данное наблюдение является следствием как несинхронной адаптации к происходящим изменениям, так и недостаточной информированности части респондентов, невозможности сформулировать адекватный прогноз о перспективах развития общества.

2.1.4. Представления о социально-профессиональной структуре информационного общества

Преобладающие профессии в информационном обществе

Согласно мнению большинства респондентов, более распространенными в рамках информационного общества будут профессии, «связанные с развитием и производством информационных технологий», – так считают 61,5 % опрошенных в 2012 году и 60,9 % в 2016 году. На втором месте по популярности респонденты расположили профессии, «связанные со сферой экономики (торговля, предпринимательство)» (32,5 % от общего числа опрошенных – 2012 год, 28,2 % – 2016 год) и «связанные с социальной сферой (образование, медицина)» (27 % из числа опрошенных в 2012 году, 26 % – в 2016 году). В данном вопросе наглядно проявляется пролонгация респондентами закономерных для настоящего периода развития тенденций изменения статуса отдельных групп профессий. Подобные тенденции отмечаются М. Кастельсом как результат экзогенного влияния со стороны изменений в производственном процессе, главными материалами которого становятся знания и информация, а образование становится ключевым фактором труда. «Идет процесс возрастания социального статуса и доли в национальных богатствах соответствующих стран чрезвычайно узкого, элитарного слоя высокоэффективных работников. Это люди, занятые в сферах soft-tech и high-tech, в сфере производственных услуг (банковских, финансовых,

страховых и т.д.), в сфере СМИ»¹. Наименее же привлекательными, исходя из позиции опрошенных студентов, будут рабочие профессии, которые отмечал как популярные в среднем лишь каждый десятый респондент.

Вопросы трансформации социально-профессиональной структуры современного общества, о месте и роли образования в данной структуре, а также о тенденциях изменения структуры профессий в рамках постиндустриального (информационного) общества рассматриваются рядом отечественных и зарубежных авторов: Д. Груски², В.Л. Иноземцевым³, М. Кастельсом⁴, Н.Е. Тихоновой⁵, О.И. Шкаратаном⁶ и др. Так, наиболее престижная до последнего времени экономическая сфера во многом на сегодняшний день сравнивалась по популярности со сферой ИТ-технологий, которая приобретает особую актуальность в последнее десятилетие и имеет при этом значительный ресурс развития в перспективе. По результатам исследования мы видим, что данная точка зрения нашла отражение в предположениях респондентов касательно доминирования сферы ИТ в информационном обществе. Закономерным выглядит признание невостребованными тех рабочих профессий, статус которых неуклонно снижался на рубеже XX–XXI веков. Причём данные характерные особенности отличают именно ситуацию в России, обладающую менее устойчивым развитием по отношению к странам Запада, где предписанная студентами для информационного общества схема социальной структуры имеет приближенный к завершённости вид.

Рассмотрение данного вопроса, осуществлённого в рамках общероссийского социологического исследования, проведённого Институтом социологии РАН в

¹ Приводится по: Шкаратан О.И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов // *Общественные науки и современность*. 2011. №1. С. 10.

² См.: Grusky David B. *The Past, Present, and Future of Social Inequality // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective (Second Edition)*. Boulder: Westview Press. 2001. P. 3-51.

³ См.: Иноземцев В.Л. Глобализация и неравенство: что – причина, что – следствие? // *Россия в глобальной политике*. 2003. № 1. С. 158-175.

⁴ См.: Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

⁵ См.: Тихонова Н. Е. *Социальная структура России: теории и реальность*. М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014. 408 с.

⁶ См.: Шкаратан О.И., Ястребов Г.А.. *Социально-профессиональная структура и ее воспроизводство в современной России. Предварительные итоги представительного опроса экономически активного населения России 2006 г. [Электронный ресурс]*. М.: ГУ ВШЭ, 2007. 92 с. URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/05/1216436895/WP7_2007_02.pdf (дата обращения: 03.02.2016.); Шкаратан О.И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов // *Общественные науки и современность*. 2011. №1. С. 5-24

2012 году, позволяет нам оценить, в какой степени пермские студенты солидарны с позицией «среднего» гражданина России. Интерес представляют отмеченные россиянами области профессиональной деятельности, которые они предпочитают для своих детей, так как в этом случае речь идёт о некотором прогнозируемом периоде, в который вписывается видение результатов трансформации экономики и, как следствие, социально-профессиональной структуры. «Мечтая о работе для своих детей, большинство опрошенных сходится во мнении, что наиболее подходящими для них являются сферы образования, науки, здравоохранения и культуры, а также финансовая и т. п. деятельность (по 29 % соответственно). На втором по значимости и частоте упоминания месте оказывается работа в органах государственного и муниципального управления (24 %). Третью позицию занимает область IT-технологий и связи (21 %)»¹.

Опираясь на результаты данного исследования, можно судить о наличии ряда точек соприкосновения. Так, отметки экономического и социального направления занятости по результатам обоих исследований можно считать тождественными (31 и 26,6 % по результатам обследования пермских студентов в 2012 и 2106 годах и по 29 % по обоим показателям в рамках исследования по общероссийской выборке соответственно). В то же время пермские студенты в меньшей степени ориентированы на выбор сферы управления (государственная и муниципальная власть) как преобладающего профессионального направления в сравнении с позицией россиян в целом (14,4 % против 24 % соответственно). Полученные результаты свидетельствуют не о недооценке студентами значимости специалистов сферы власти в информационном обществе, а только лишь о том, что данные специалисты в социально-профессиональной структуре информационного общества не преобладают (количественно). А это вполне объяснимо с учетом определенного технократизма, прививаемого высшей школой студентам. Но наблюдается и ещё более значимое несовпадение, оно касается сферы информационных технологий (IT). Доля отметок данного параметра среди респондентов общероссийского исследования занимает третье место по

¹ О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова[и др.]. М.: Весь Мир, 2013. С. 148.

популярности (21 %), тогда как в рамках исследований студентов ПНИПУ данный параметр занимает уже первую рейтинговую строчку (61,2 %). Мы предполагаем, что подобные расхождения в эмпирических данных вызваны особенностями восприятия студенческой аудитории. В целом можно считать молодёжь более восприимчивой к изменениям и ориентированной на перспективу социальной группой. Осуществляемая высшей школой направленная социализация неразрывно связана с формированием адекватной компетентностной модели личности, одной из важнейших составляющих которой является информационно-коммуникативная компетентность. Усиливающееся внимание к информационным технологиям со стороны отдельных сфер жизнедеятельности общества (экономики, политики, культуры и пр.), дополняемое направленным воздействием высшей школы, проявляется в виде соответствующей рефлексии студенчества. Пролонгации данных тенденций формируют статусно-ролевую структуру «нового рынка труда» в представлениях студентов, в котором значимость специалистов, связанных с IT-технологиями, располагает их на вершине социальной иерархии и обеспечивает преобладающий спрос на данных работников.

В то же время нами допускается возможность, что своеобразной искажающей детерминантой, которая могла оказать воздействие на часть респондентов (студентов) при формировании модели социально-профессиональной структуры, могла быть неосознанно выстраиваемая ассоциативная связь между исследуемым периодом – *информационным* обществом и соответствующими ему профессиями, связанными с *информационными* технологиями.

Престижные виды деятельности для работника информационного общества

Анализируя данные, полученные в ходе проведённого исследования, мы можем отметить, что, с точки зрения респондентов, престижность деятельности в информационном обществе будет определяться двумя факторами: высокой оплатой деятельности (отметили 54,4 % респондентов в 2012 году и 54,6 % – в 2016 году) и перспективой карьерного роста (51,1 % от общего числа опрошенных

в 2012 году, 52,6 % – в 2016 году). Вторичными детерминантами, определяющими престижность работы, значатся саморазвитие (33,3 % – 2012 год, 34 % – 2016 год) и творчество, креативность (28,9 % – 2012 год, 26,4 % – 2016 год).

Предпочтительные виды деятельности для работника информационного общества

С точки зрения респондентов, для работника информационного общества наиболее предпочтительной будет «свободно организованная деятельность, основанная на творчестве, с гибким режимом оплаты и максимальной вовлеченностью в работу с целью продвижения по карьерной лестнице и увеличения заработка», – так считает 41,1 % опрошенных в 2012 году и 38 % – в 2016 году. Другая же часть опрошенных «делает ставку» на виды деятельности, «связанные с чётким графиком работы и фиксированной зарплатой», – 23,2 % в 2012 году и 25,1 % – в 2016 году, такая позиция преимущественно отражает средневзвешенный подход работника индустриального периода.

Интенсивная деформация ценностных устоев в процессе адаптации российской экономики и культуры к рынку в постсоветский период привела к формированию специфической модели социально-профессиональной структуры в представлениях россиян, а конкретнее, молодежи. «Произошел слом трудовой этики, связывающей положительное самочувствие индивидуума с его профессиональными успехами в созидательных общественно-полезных видах трудовой деятельности»¹. Давление потребительских ориентаций выместило из категории «престижных» профессии творческого труда, социально-ориентированные и требующие высокой квалификации: врача, учителя, учёного, инженера и т.д. Наиболее привлекательными стали профессии, связанные со сферой обслуживания, экономического и юридического профилей: банкиры, финансисты, юристы, журналисты и т.д.². Последствия подобной ценностной деформации наблюдаются при выявлении представлений современной личности об информационном периоде. С одной стороны, респонденты отмечают в

¹ Добренков В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2011. С. 90.

² См.: Там же

качестве наиболее существенных характеристик, определяющих престижность трудовой деятельности в информационном периоде, оплату труда и перспективы карьеры – «традиционные» потребительские индикаторы престижности. Вплотную к ним приближаются не свойственные для эпохи консьюмеризма характеристики престижности деятельности: возможность саморазвития и творческий характер труда. С другой стороны, дополнить картину социально-профессиональной структуры помогут и высказанные респондентами мнения о наиболее предпочтительных профессиях информационного периода. Среди наиболее предпочтительных – профессии, связанные с информационными технологиями и с социальной сферой (образование, медицина) на первом и третьем месте по популярности, соответственно. Это творческие профессии, характеризующиеся высокой социальной ориентированностью и значимостью профессионализма (квалификации). Промежуточную позицию по популярности занимают профессии экономического профиля: торговля, предпринимательство – наиболее характерные для общества позднего индустриализма со свойственными этому периоду потребительскими ценностями (см. анализ индикатора *«Преобладающие профессии в информационном обществе»*). Наконец, завершают модель представлений респондентов о социально-профессиональной структуре взгляды на динамику трудовых ценностей от современности к информационному периоду. Для информационного работника характерно методичное исключение из системы ценностей инструментальных мотивов (связанные с работой блага: заработок, квартира, а также престижность профессии), наиболее свойственных для работников индустриального периода (см. анализ индикатора *«Трудовые ценности работника информационного общества и современного работника»*). Для нас это означает, что при решении вопроса занятости в соответствии с обрисованной студентами социально-профессиональной структурой работник информационного общества преимущественно опирается на терминальные мотивы: интерес к работе, возможность саморазвития и карьерного роста. Однако в результатах исследования Института социологии РАН мы видим несколько отличную картину: «большинство респондентов склонно (а точнее, вынуждено)

ориентироваться не столько на идеальные, сколько на вполне земные мечтания о желаемой работе и той сфере, в которой она могла бы стать реальностью. Как следствие, во главу угла ставятся материальное благополучие, стабильность, жизненные удобства, а не профессиональная реализация или социально значимые характеристики выполняемой работы»¹. Интерпретация подобных результатов позволяет нам ограничиться следующими предположениями: либо мечтания студентов ПНИПУ имеют существенно более идеализированный характер, либо они апеллируют к более позднему периоду, нежели респонденты общероссийского исследования, а это, в свою очередь, может означать, что условный период «информационного общества» в представлениях респондентов вписан в значительно более долгосрочные прогнозы, чем считалось изначально.

В свою очередь, противоречия, вызванные смешением двух данных моделей, могут быть истолкованы как показатель нестойкости и недостаточной сформированности социальных представлений современной личности о перспективном состоянии развития общества. С другой стороны, противоречивость социальных представлений и, как следствие, противоречивость личностных моделей поведения – это само по себе может являться признаком нового общества. Данная противоречивость может быть нами рассмотрена как первая ступень формирующегося информационного общества, характеризующаяся противостоянием адаптантов и дезадаптантов, «прогрессистов» и «реакционистов», «новых профессионалов» и «информационных бедняков».

2.1.5. Представления о работнике информационного общества

Трудовые ценности работника информационного общества и современного работника

Согласно позиции большинства респондентов наивысшей ценностью для работника информационного общества будет «работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)», так считают

¹ О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова [и др.]. М.: Весь Мир, 2013. С. 151.

60,3 % опрошенных в 2012 и 57,9 % в 2016 году. Вторичную важность имеют: «возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации» (отмечают 56,3 % опрошенных в 2012 и 51,9 % в 2016 году), «возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их» (51,3 % от общего числа респондентов в 2012 и 48,3 % в 2016 году). Примечательно, что наименее значимыми для работника информационного общества респонденты считают следующие ценности: необременительность и несложность работы (17,9 % в 2012 и 16,8 % в 2016 году), а также «долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной» (18,6 % от общего числа опрошенных в 2012, 17,2 % в 2016 году).

Сопоставим представления о системе ценностей работника информационного общества и современного работника. Ключевые трудовые ценности у современного работника полностью идентичны профессионалу информационной эпохи: «работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)» – данный пункт отмечается подавляющим большинством опрошенных, 82,1 % в 2012 и 77,9 % в 2016 году; «возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации» – так считают 72,6 % респондентов (65,8 % – 2016). Однако в третьей по популярности ценностной ориентации наблюдается системное отличие модели современного работника от информационного: первый ценит «связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.)» – эту позицию разделяют 71,1 % опрошенных в 2012 и 70,7 % в 2016 году. Для работника же информационного общества данный интерес в иерархии ценностей существенно ниже. Ценность материальных благ в работе возросла в оценках респондентов в 2016 году, причем при описании системы ценностей обоих типов работников. При сопоставлении полученных результатов с исследованием, проведенным лабораторией социологии, мы отмечаем, что среди других групп молодежи также наиболее значимым становятся связанные с работой блага (см. таблицу 3). Причем у студентов вузов и техникумов данная трудовая ценность выражена более всего в сравнении с другими группами молодежи, а у группы безработных,

напротив, меньше всего. Наглядно проявляется и другая специфика социальных групп молодежи: второстепенными ценностями, разделяемыми студентами вузов и техникумов, стали возможность постоянного профессионального роста (а также аналогичная данной – возможность сделать карьеру), возможность самореализации – проявлять свои способности и развивать их, хорошие условия труда и коллектив, а также ведущая избегательная ценность – гарантированность рабочего места. Весьма показательно, что гарантированность рабочего места оказалась ведущей ценностью для группы безработных; наименее разносторонней оказалась структура ценностей группы «сибариты», для которых существенное значение имеют лишь разнообразные блага в труде. Для группы работающей молодежи ведущей ценностью также является хороший коллектив. Характерным является и то, что для учащихся школ и лицеев также наиболее значимым является соответствие работы полученному образованию, профессии.

Расхождения в оценках групп молодежи могут быть связаны с разными комбинациями вопросов, провоцирующими у респондентов иные ассоциации. Тем не менее в представленных результатах наглядно прослеживается существенная специфика групп молодежи, что в случае с группой студентов вузов и техникумов должно быть объяснено влиянием высших и средне-профессиональных образовательных институтов. При этом у группы студентов структура ценностей и мотивов оказывается наиболее сложноорганизованной, где преимущественно равнозначно проявляются как терминальные, так и инструментальные ориентации.

Использование результатов аналогичных исследований позволяет отследить, насколько существенно менялись трудовые ценности в представлениях студентов более чем за 10-летний период. В качестве точки отсчета мы берем исследование, проводимое среди студентов Пермского государственного технического университета (ныне это ПНИПУ) в 2004 году¹, согласно которому для студентов в начале XXI века наибольший интерес в трудовой деятельности представляла

¹ См.: Стегний В.Н. Осознание личностью своего социального будущего. Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2013. 152 с.

«высокая заработная плата» (59,4 % от числа опрошенных). Вторым по значимости мотивом выбора был непосредственный интерес к работе (48,2% респондентов). Для современных же студентов важны возможность профессионального роста (70,1 %) и возможность саморазвития (57,1 %), отмечавшиеся респондентами в исследовании 2004 года значительно реже (33,5 % и 16,4 % соответственно). Тем самым демонстрируется ключевое отличие в трудовых ценностях: происходит исключение инструментальных составляющих из представлений респондентов о ценностных ориентациях.

Полученная картина всецело встраивается в образ идеальной работы для представителя современной России, она «имеет во многом терминальный характер, отражает самостоятельную значимость труда как важнейшей ценности, позволяющей заниматься тем, что нравится».¹

Компетенции, необходимые для работника информационного общества

По мнению респондентов, работники информационного общества должны в первую очередь проявлять развитые «коммуникационные навыки и умения (культура общения, понимания, психологическая лабильность)» – это позиция 73 % от общего числа опрошенных в 2012 и 76,7 % в 2016 году. Также наиболее характерными чертами для работника информационного общества являются: «склонность к постоянному самообучению» (68 % – 2012, 69,8 % – 2016), навыки работы с различного рода цифровыми и информационными технологиями (63,2 % – 2012 и 62 % – 2016), высокий профессиональный уровень (61,5 % от общего числа опрошенных в 2012 и 62 % в 2016 году). Обобщая представления респондентов, мы можем отметить, что оценочные ориентиры при сравнении с моделью работника индустриального общества смещаются от профессиональных качеств к коммуникационным и адаптационным способностям личности. Согласно Г. Шинстоку (Work Research Centre) для работника «большое значение приобретают так называемые когнитивные способности, то есть

¹ О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова [и др.]. М.: Весь Мир, 2013. С. 131.

способности интерпретации информации»¹ или, если трактовать расширительно – коммуникативная компетентность. Также значимыми для работника информационного этапа являются «готовность и подготовленность к смене видов деятельности, автономность, самостоятельность и предсказуемость в работе... умение действовать в экстремальных ситуациях и принимать нестандартные решения, подготовленность к постоянной креативной деятельности, ...мобильность, включенность в систему непрерывного образования и повышения профессиональной компетентности... работа с новыми ИКТ»². У работника информационного общества отсутствуют коллективистские и гедонистические ориентации, напротив, спектр его интересов сосредоточен на индивидуализированных ценностях: максимальная самореализация и саморазвитие, приложение его способностей в области, представляющей для него интерес. Также прослеживается тенденция отхода на второй план целого спектра ценностей, связанных с материальными и статусными привилегиями.

2.1.6. Социальная среда, оказывающая влияние на формирование представлений студенческой молодежи об информационном обществе

Исследования, проведенные автором, конструируют модель информационного общества, существующую в представлениях студенческой молодежи на момент опроса. Это своеобразный снимок суждений о текущих трансформациях общества и прогнозируемом результате изменений в ключевых социальных институтах (экономике и высшей школе) в процессе формирования информационного этапа. Для полноценного анализа данной модели требуется учесть условия окружающей социальной среды, интерпретацию противоречий и иных острых проблемных ситуаций, касающихся переходного периода общества от постиндустриального к информационному. Такие данные были взяты на основе

¹ Приводится по: Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информационные работники на российском рынке труда // *Общественные науки и современность*. 2008. №1. С. 8.

² Там же, с. 10

опросов, проведенных лабораторией социологии ПНИПУ¹, а также Национальным исследовательским университетом "Высшая школа экономики" и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в г. Чапел-Хилл и Института социологии РАН².

Социальные проблемы молодежи

Резюмируя социальные представления об информационном обществе, необходимо отталкиваться и от того, насколько кризисным воспринимается состояние современного общества молодежью. Данные, полученные в результате проведенного исследования лабораторией социологии, позволяют выявить наиболее острые социальные проблемы в представлениях различных групп молодежи (см. таблицу 4). Наиболее острыми респонденты видят проблемы в социально-трудовой сфере, причем самые высокие коэффициенты остроты свойственны группам работающей молодежи (2,69 – коэффициент остроты проблемы, макс. 3) и «сибаритам» (2,75 – коэффициент остроты проблемы, макс. 3). Ключевые индикаторы проблемности данной сферы: безработица (2,81 и 2,83, соответственно), трудности с устройством молодежи на работу в соответствии с образованием (2,88 и 2,83, макс. 3) и низкий уровень оплаты труда молодежи (2,86, 2,83, соответственно). Отметим, что проблемы в социально-трудовой сфере болезненнее воспринимаются именно работающей молодежью, нежели группой безработных. Второй по уровню проблемности является область общественного порядка и безопасности. Наиболее негативное восприятие данной области свойственно группе «сибаритов» (2,81 – коэффициент остроты проблемы, макс. 3). Основные проблемные показатели в данной сфере: алкоголизм и наркомания в молодежной среде, а также молодежная преступность. Все группы респондентов также признают наличие проблем в вопросах семьи и социально-демографической ситуации, но проблема воспринимается как менее острая. Наиболее проблемный индикатор в данной сфере – недостаточная социальная поддержка молодых семей. Сферу общественно-политической жизни

¹ «Статус молодежи в современном российском обществе»; 2015-2016 гг.; объект исследования – молодежь города Пермь; N = 2238.

² «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (RLMS-HSE)»; 1994-2017 гг.

респонденты воспринимают как ещё менее конфликтную, наиболее проблемной она представляется для группы «сибариты» (2,55 – коэффициент остроты проблемы, макс. 3). Сферы досуга и образования согласно представлениям респондентов также не лишены проблем, но в среднем они оцениваются как «не острые». В обеих сферах к их состоянию наиболее критично относится группа работающей молодежи (коэффициент остроты проблемы: 2,33 – сфера досуга, 2,24 – сфера образования). При этом достаточно показательно, что наиболее явный показатель конфликтности в образовательной сфере, по мнению всех групп респондентов, – это «недоступность для молодежи из малообеспеченных семей платного обучения, дополнительных образовательных услуг» (коэффициент остроты проблемы от 2,41 у группы учащихся в школе, лицее до 2,78 – у групп работающей молодежи и «сибаритов»).

Результаты исследования, демонстрирующие отраженные в сознании молодежи социальные проблемы и их остроту, позволяют судить об актуальности вопросов изменения экономического института и института высшей школы для данной социальной группы.

Информационно-коммуникационное пространство

Для получения интерпретативного материала о влиянии расширяющегося информационного пространства и средств коммуникации на личность, а вслед за этим и на её представления об информационном обществе, в диссертационной работе используются материалы обширного исследования, проводимого НИУ ВШЭ, – Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения.

На основе имеющихся данных можно сформировать представление о том, насколько широкое использование в Российском обществе имеют компьютерные технологии и сеть интернет. Мониторинг данных вопросов в течение 22 лет демонстрирует изменения: от полного неиспользования компьютеров и интернета (с 1994 по 2002гг. и с 1994 по 1998 гг., соответственно) до использования 2/3 населения России к 2016г (см. рис. 1 и 2).

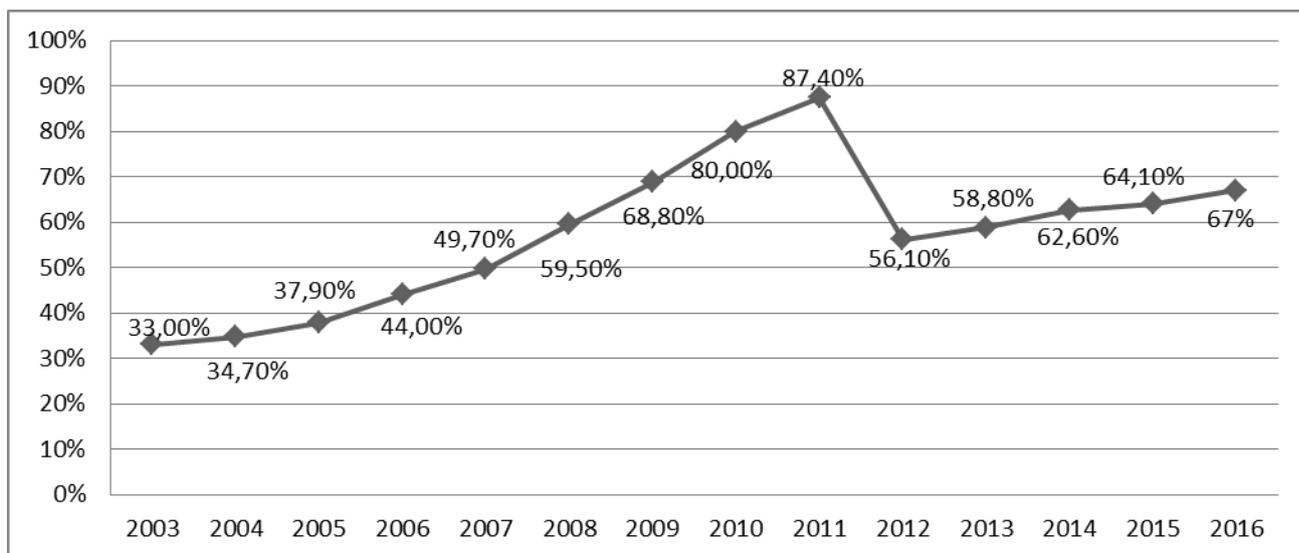


Рис. 1. Доля жителей России, использующих персональный компьютер (в %)

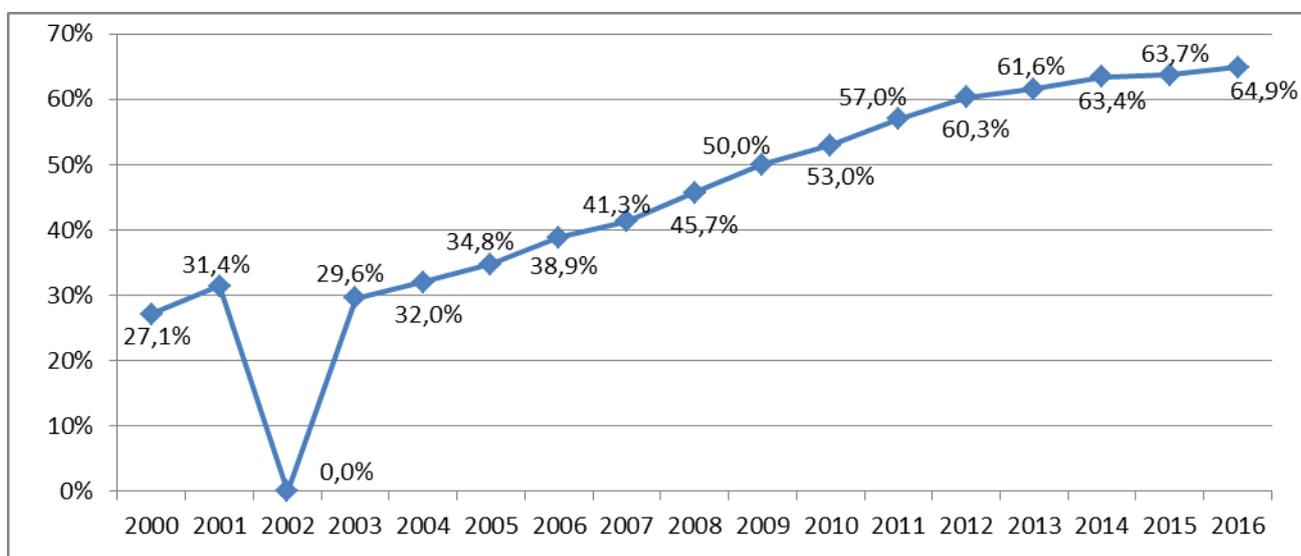


Рис. 2. Доля жителей России, использующих интернет (в %)

Динамика изменения структуры целей использования позволяет сделать ряд выводов (см. рис. 3): к 2016г. в структуре целей использования интернета уже преобладает информационно-коммуникативный компонент (для общения, для получения справочных материалов, для расширения кругозора и культурного уровня), а также развлекательный компонент. Весьма показательно, что в динамике наблюдается снижение доли использования интернета для учебы, однако это скорее означает не снижение значимости интернета в учебной деятельности, сколько увеличение затрат времени на другие составляющие деятельности в интернете.

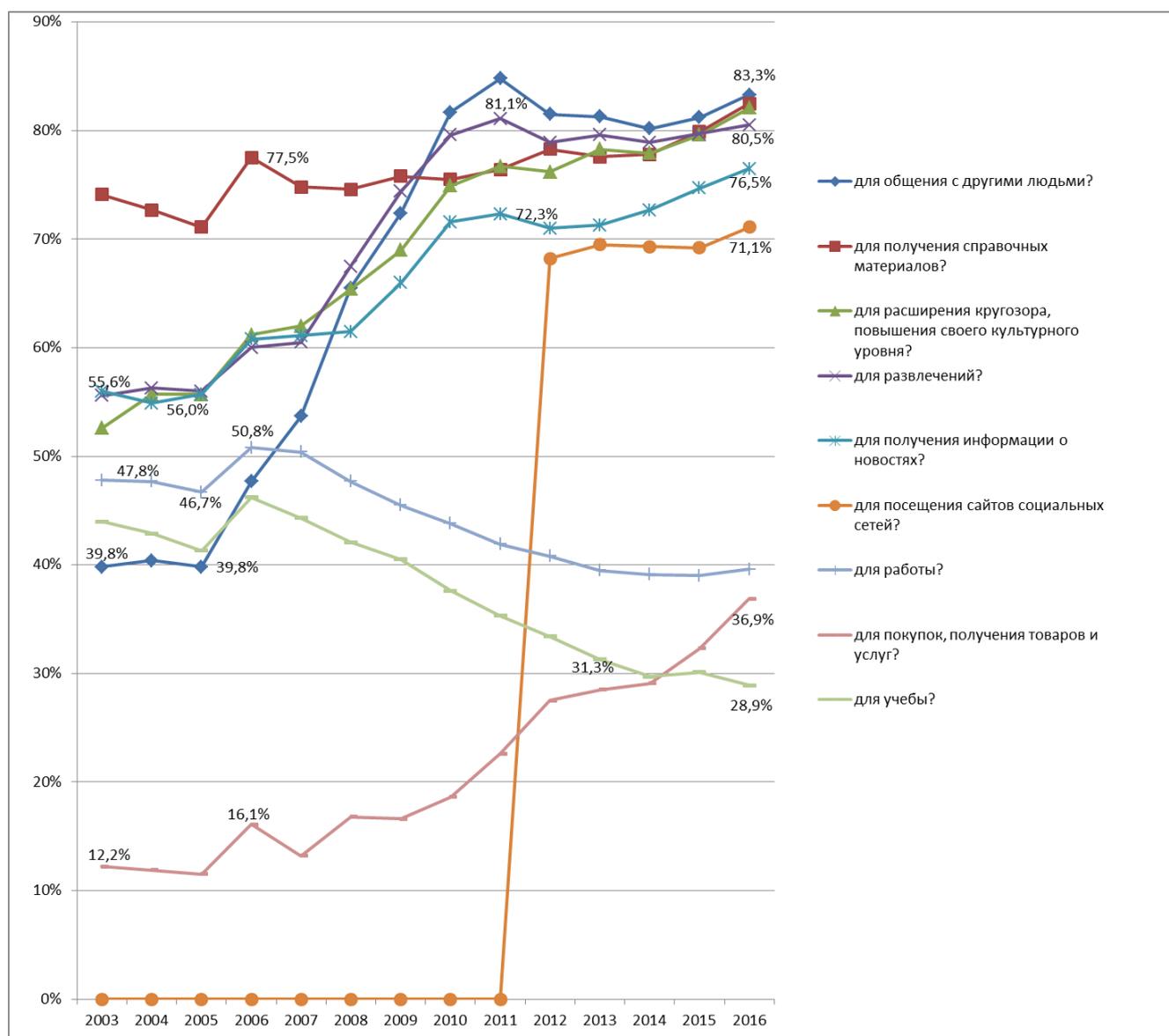


Рис. 3. Структура целей использования интернета населением России (в %).

Проведенный анализ результатов показывает, что наиболее чувствительная аудитория в вопросе использования компьютеров и интернета – это ученики школ, лицеев и пр., а также студенты вуза, техникума и пр. (95,3% и 97,6% – доля использующих персональный компьютер; 97,7% и 99,4% – доля использующих интернет, соответственно). Причем статистика используемости данных каналов в указанных группах приобрела околониловое значение ещё к 2010-м годам, что должно быть расценено как показатель заинтересованности молодежи в данных технических средствах и любых других нововведениях. Двумя другими группами респондентов, показывающими более скромные результаты использования, являются работники и домохозяйки (см. таблицы 5 и 6).

Подводя черту под описанием модели информационного общества сквозь призму представлений современного студенчества, можно сделать ключевой **вывод:** в данном вопросе наглядно проявляются смешение у студентов шаблонов восприятия двух сменяющих друг друга типов общества и соответствующих им специфических черт основных сфер жизни общества: производственной сферы, сферы труда, социально-экономической и профессиональной структур. Это отражается на исследуемых характеристиках работника информационного общества. В результате эмпирическая модель информационного общества, сконструированная на основе представлений студентов, является достаточно противоречивой. Различия оценок, придаваемых настоящему обществу и будущему информационному этапу развития, свидетельствуют о том, что студенты явственно демонстрируют ситуацию, выражающую незавершённость трансформации.

С одной стороны, прообразом модели информационного общества во многих областях выступают развитые страны Запада, особенности и закономерности их функционирования как примера законченной, сформированной модели информационного общества. Среди молодежи преобладает неосознанная оценка стран Запада в качестве некоего ориентира развития с более гармоничными принципами организации общества и его отдельных сфер. С другой стороны, ряд показателей информационного общества респонденты анализируют по аналогии с текущими изменениями внутри своей страны, пролонгируя развитие данных процессов в будущем.

Уровень информированности респондентов об информационном обществе мы отмечаем как недостаточный. Несмотря на высокие результаты самооценки информированности, в ряде вопросов при конструировании черт модели информационного общества респонденты отдавали предпочтения вариантам ответов, апеллирующим к простейшим, поверхностным ассоциативным связям. Вместе с тем ряд вопросов вызвал у опрашиваемых существенные сложности, что

отразилось в значительном числе пропущенных ответов, а также в затруднениях при выборе ответа. В ряде случаев фиксировалось усиление данной тенденции. Это свидетельствует о наличии среди студентов потенциальной группы риска, которая может столкнуться со сложностями, связанными с невозможностью избрания стратегии поведения и адаптации к меняющимся условиям.

В целом же респондентами воспринимается образ информационного общества как позитивного, совершенного, решающего основные противоречия и конфликты. Другими словами, информационное общество рассматривается студентами как реверсивное состояние современности с её проблемами и противоречиями, которые должны быть неминуемо разрешены при выходе на новый виток общественного развития. Следует также отметить, что в период с 2012 по 2016 год оценки были устойчивыми, подверженными минимальной динамике.

Основная сложность для студентов, опрашиваемых с точки зрения их представлений об информационном обществе, заключается в невозможности определиться с ключевыми тенденциями развития, фиксируя внутренние глубинные связи происходящих изменений, вполне отчетливые для теоретических построений. Представления респондентов фрагментарны и непоследовательны, а зачастую и противоречивы. Непоследовательность в первую очередь сказывается на сложности в избрании моделей поведения. И хотя по результатам исследований различные группы молодежи осознают наличие и остроту проблем, связанных с изменениями ключевых социальных институтов, в том числе экономического и высшей школы, мы можем судить, что сегодня информационное общество в социальном пространстве российских социальных институтов находится лишь в начальной стадии становления.

2.2. Социальный институт высшей школы как ключевой фактор адаптации современной личности к трансформационным изменениям

Оценка состояния высшей школы, данная современной личностью, занимает центральную позицию в структуре социальных представлений об информационном обществе. С точки зрения самого субъекта прогнозирования, высшее образование в информационном обществе – это не столько социальный лифт, обеспечивающий статусную позицию, сколько базовая потребность для личности информационного общества. Также высшая школа оказывает опосредующее влияние на сферы производства и труда, социально-экономическую и социально-профессиональную структуры, но, прежде всего, она изменяет самого работника. Выявляемые респондентами различия между современным состоянием высшей школы и её состоянием в информационном обществе – это значимый индикатор, демонстрирующий оценку респондентами состояния незавершенности социальных изменений.

Важнейшей прикладной задачей, реализуемой посредством анализа представлений личности о высшей школе, является оценка возможностей механизма направленной социализации, позволяющего регулировать процесс адаптации личности к социальным изменениям в процессе формирования информационного общества. Высшая школа выступает как фактор, обладающий двунаправленным механизмом воздействия, позволяющим осуществлять корректировку социальных представлений личности, в том числе и посредством влияния на социальные ориентации, изменяя, тем самым, адаптационные стратегии, либо, наоборот, реагируя на запросы студентов, отраженные в их социальных представлениях о личности и работнике информационного общества.

По мнению респондентов, базовая ценность для современной личности – это высокая материальная обеспеченность, жизненный комфорт, так считают 84,2 % от числа опрошенных в 2012 и 81,4 % в 2016 году. Данные ценностные предпочтения адекватно отражают ориентацию современной молодежи на потребительство, где мотив гедонизма играет решающую роль, что и находит

свое подтверждение в исследовании мировоззренческих установок студенческой молодежи¹. Также среди наиболее существенных факторов, обладающих высоким уровнем важности для представителей современного общества, студенты обозначали «благополучную семью» (79,8 % – 2012, 76,7 % – 2016), «надежную стабильную работу» (76 % – 2012, 75,6 % – 2016), «наличие надежных друзей» (75,3 % – 2012 и 67,3 % – 2016) и «здоровье» (74,6 % от общего числа опрошенных в 2012 и 74,0 % в 2016 году).

Проводя параллель с контрольными материалами исследования различных групп молодежи лабораторией социологии ПНИПУ, можно выделить ряд типичных результатов, демонстрирующих характеристики изучаемых групп (см. таблицу 7). Наиболее значимыми ценностями для представителей всех групп молодежи являются: благополучная семья, квалифицированная интересная работа, высокая материальная обеспеченность и наличие надежных друзей (последние 3 ценностные ориентации для группы «сибаритов» являются менее выраженными). Также характерно, что для всех групп обучающихся существенную значимость имеет хорошее образование. При этом студенты вузов, техникумов и безработные подчеркивают значимость надежности и стабильности работы, что свидетельствует о наличии связи через избегательные ориентации между данными двумя группами молодежи. Отличным же для группы студентов вузов и техникумов (и в тоже время характерным) является то, что в структуре ценностей студентов имеет существенную выраженность стремление к отдыху и развлечениям, а также любовь и свобода. Также характерным для группы «сибариты» является то, что наивысшим идеалом обозначается ценность семьи, тогда как вторичными уже выделяются следующие ценности: материальная обеспеченность, стабильная работа, любовь и надежные друзья.

В дополнение к полученным результатам исследования структуры ценностей молодежи целесообразным является использование также и иного подхода, позволяющего соотнести отмечаемые респондентами ценности и самооценку их

¹ 70 % респондентов отметили, что смысл жизни для них заключается в получении от жизни как можно больше удовольствий См.: Овсянников А.А. Новое поколение: долгая дорога в поисках новых идеалов и смыслов жизни // Социологическая наука и социальная практика. 2015. №1(9) С. 78-97.

достижения (см. таблицу 8). Достаточно показательным является то, что все группы молодежи демонстрируют в плане оценки статусных и экономических показателей нулевые или околонулевые коэффициенты реализации. При этом наивысший коэффициент реализации ценности «быть образованным и культурным человеком» демонстрирует группа безработных. Также заслужить авторитет и уважение среди окружающих в наибольшей степени смогли группы безработных и «сибаритов». Это, очевидно, говорит об отсутствии в представлениях респондентов связи между данными ценностями и профессиональной деятельностью, об их внеэкономическом контексте. Единственная ценность, коэффициент реализации которой находился на высоком уровне у всех групп молодежи, – это широкий круг общения и наличие множества друзей. Данная особенность предположительно является показателем высокого уровня развития коммуникативной компетентности, который расценивается респондентами как чрезмерный в соответствии с требованиями современного общества, но при этом является весьма важным фактором адаптации при становлении информационного общества. Высокие коэффициенты реализации коммуникативной ценности у молодежи соответствуют результатам исследования интенсивности и направленности использования различными группами населения современных средств коммуникации, проводимого ВШЭ¹ (см. анализ индикатора «*Информационно-коммуникационное пространство*»). По результатам исследования абсолютное большинство молодежи отметили, что они пользуются компьютером и интернетом, а на первом месте в структуре целей использования (компьютера и интернета) находится именно «общение с другими людьми». Это позволяет сделать вывод о том, что у современной молодежи «чрезмерное» (опираясь на самооценку потребностей современной личности и уровня фактического удовлетворения потребностей) удовлетворение коммуникативных потребностей связано именно с использованием компьютерных технологий и интернета, в частности – социальных сетей как ключевого инструмента коммуникации для современной молодежи.

¹ «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (RLMS-HSE)»; 1994-2017 гг.

Современную молодежь можно считать весьма консервативной в плане её следования фундаментальным догмам развитого индустриализма, устремляющим личность к достижению основополагающего идеала – материального благополучия. Мы склонны предположить, что наиболее значимые ценности, выделяемые студентами как характеристики личности современного общества, имеют в какой-то мере экономический подтекст, т.е. и благополучие семьи, и здоровье, и даже наличие надёжных друзей, предположительно, рассматриваются респондентами через призму неблагоприятной экономической ситуации современности, влияющей на затруднения в реализации данных ценностей, и, как следствие, повышающей их значимость (см. анализ индикатора «*Социальные проблемы молодежи*»). Однако, вполне вероятно, что тенденциозное влияние «европейских идеалов» может сказаться на определённой либерализации ценностей последующих поколений молодых людей в России, что повлечет за собой вымещение материального компонента из структуры ценностей и заменой его на новые, прогрессивные – постиндустриальные идеалы¹. Набор тех качеств, которые, по мнению студентов, наиболее существенны для представителя информационного общества, существенно отличается от представленного выше. По мнению респондентов, базовая ценность для представителя информационного общества – «хорошее образование», эту позицию разделяют 60,2 % опрошенных в 2012 и 57,0 % в 2016 году. Также существенными ценностями являются: квалифицированная интересная работа (57,1 % – 2012, 49,7 % – 2016), «возможность удовлетворять свои культурные интересы» (55,7 % – 2012, 46,5 % – 2016 году), «мир в обществе» (53,3 % – 2012 и 47,4 % – 2016 году) и «здоровье» (50,4 % от общего числа опрошенных в 2012 и 41,2 % в 2016 году). Необходимо отметить, что большинство ценностей личности информационного общества, которые наиболее часто отмечаются респондентами, имеют альтернативный характер по отношению к системе ценностей личности дня сегодняшнего. Данную закономерность можно расценить как компенсацию в системе ценностей

¹ См.: Овсянников А.А. Новое поколение: долгая дорога в поисках новых идеалов и смыслов жизни // Социологическая наука и социальная практика. 2015. №1(9) С. 78-97.

респондентов, предполагающую выход на первый план ценностей, имеющих, по оценкам респондентов, существенную значимость, но замещаемых более «насушными» вследствие специфических условий (в первую очередь, неблагоприятных в экономическом плане), характерных для современного этапа развития общества. Возникшая в представлениях респондентов благоприятная обстановка информационного общества (и в экономическом плане в том числе) снимает остроту в восприятии данной группы ценностей и понижает тем самым заинтересованность в их реализации, которая представляется значительно менее проблематичной. Система ценностей трансформируется в личностно ориентированную с преобладанием ценностей профессиональной и культурной реализации и саморазвития. Тенденции индивидуализации личности рассматриваются в трудах ряда исследователей, в частности У. Бека и З. Баумана¹.

Тем не менее между исследованиями 2012 и 2016 года наблюдаются существенные изменения в оценках системы ценностей представителя информационного общества. Сохраняется иерархия ценностей, но наблюдается существенно меньшая избирательность респондентов к ценностям, формирующим специфику информационной личности, к ним приравнены типичные инструментальные ценности, а именно: «высокое положение в обществе» (46,8 %), «высокую материальную обеспеченность, жизненный комфорт» (46,5 %) и «надежную стабильную работу» (44,3 %). С точки зрения Р. Флориды, для работников информационного общества (автор обозначает их как «креативный класс») «материальное вознаграждение хотя и остается...важным фактором удовлетворенности трудом, но уступает по значимости содержанию работы, возможности испытать себя, добиться признания своих профессиональных заслуг. Деньги менее значимы также по сравнению с гибким графиком, свободой, возможностью заниматься хобби помимо работы. Одной из основных ценностей креативного класса являются индивидуализм, свобода...»².

¹ См.: Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.; Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с.

² Приводится по: Шкаратан О.И., Иняевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информационные работники на российском рынке труда // Общественные науки и современность. 2008. №1. С. 8-9.

Выявленные различия в системах ценностей отражаются и в структуре мотивов выбора высшего образования. Наиболее часто респонденты определяли мотивацию получения высшего образования, свойственную современной личности, стремлением «...заниматься руководящей работой, организаторской деятельностью» (68,6 % – 2012, 62,9 % – 2016), а также более высоким социальным престижем (68,3 % в 2012 и 57,3 % в 2016) и востребованностью «...на рынке труда специалистов, имеющих высшее образование» (66,5 % – 2012, 60,2 % – 2016 год). Другие же мотивы отмечались студентами немногим реже, в среднем каждым вторым из опрошенных. Меньше всего отметок набрал мотив о стремлении «...заниматься научно-исследовательской деятельностью» (32,2 % – 2012, 29,1 % – 2016). Результаты анализа свидетельствуют о том, что в настоящий момент мотивация к получению высшего образования крайне размыта, и безоговорочно определить преобладающую группу мотивов не представляется возможным. Более всего проявляется инструментальная направленность. Показательно, что наименее выраженным у современных студентов является основополагающий терминальный мотив для высшей школы – занятие наукой.

При сопоставлении результатов исследования студентов ПНИПУ с контрольными данными исследования молодежи в Перми, мы можем отметить некоторые различия (см. таблицу 9). Одним из наиболее значимых мотивов так же, как и для студентов ПНИПУ, является материальный достаток, обеспечиваемый полученным образованием. Исключением являются группы молодежи «сибариты» и безработные, среди которых лишь четверть разделяет данный мотив. Однако преобладающим мотивом для большей части исследуемых лабораторией социологии групп молодежи (а именно для учащихся в школах, лицеях, техникумах и вузах, а также для группы «сибариты») является терминальный мотив интереса к отрасли знания/специальности, который занимал менее значимую позицию в структуре мотивов студентов ПНИПУ. Наименее же значимым данный мотив оказался для группы безработных. Также отметим, что значительно менее значимыми мотивами для различных групп молодежи в сравнении со студентами ПНИПУ является традиционная

связка инструментального и терминального мотивов: «работники с высшим образованием имеют более высокий престиж» и «высшее образование – путь саморазвития». В целом же данные исследования лаборатории социологии позволяют сделать вывод, что студенты вузов и техникумов имеют значительно более выраженную мотивацию к обучению, чем другие группы молодежи.

Представления респондентов о преобладающих мотиваторах к получению высшего образования для жителей информационного общества фактически противоположны представлениям о современной структуре мотивов: «высшее образование открывает путь к всестороннему развитию личности, реализации способностей человека и высокой культуре» (64,1 % – 2012, 50,8 % – 2016) и стремление «...заниматься научно-исследовательской деятельностью» (61 % – 2012, 52,6 % – 2016). Наоборот, наименее значимыми мотивами для абитуриентов информационного общества являются: «страх безработицы» (35,7 % – 2012, 33,3 % – 2016) и «массовость высшего образования, желание быть не хуже других» (35,5 % в 2012 и 37,1 % в 2016). Данные закономерности можно интерпретировать как своеобразный компенсаторный механизм, предполагающий нивелирование избегательного и отчасти инструментального типов мотивации как наиболее выраженных в настоящий момент, по сути, принуждающих современных студентов прибегать к обучению в высшей школе.

Необходимо отметить и некоторые изменения социальных представлений между исследованиями 2012 и 2016 годов. Респонденты демонстрируют снижение значимости мотива получения высшего образования как гаранта нормальных материальных условий жизни для современной личности (57,9 % – 2012 и 44,3 % – 2016), но в то же время данный фактор выходит на первое место в структуре мотивации представителя информационного общества (58,7 % – 2012, 57,9 % – 2016). Отмеченную тенденцию в совокупности со снижением значимости высшего образования в системе ценностей современной личности (63,6 % – 2012, 57,0 % – 2016) необходимо интерпретировать как следствие признания респондентами проблем современной высшей школы, а, точнее, её несоответствия ожиданиям личности в плане удовлетворения части

инструментальных потребностей. При этом данный мотив сохраняется в представлениях о структуре мотивации личности информационного общества как значимый фактор социальной мобильности, обеспечивающий удовлетворение материальных потребностей. Тем самым ценностно-мотивационный компонент личности информационного общества преимущественно терминально-ориентирован, но включает и инструментальную направленность.

Изменения в социальных представлениях респондентов не могут быть однозначно интерпретированы на данный момент, так как подобная динамика может являться показателем снижения уровня информированности об информационном обществе, когда специфика системы ценностей и структуры мотивации информационной личности не могут быть определены респондентом, либо, напротив, свидетельствует о более глубинном понимании вопроса, предполагающего присутствие нескольких типов личности в информационном обществе («нового профессионала» и «информационного бедняка»).

Система ценностей современной личности отражается и в мотивах выбора вуза. Наибольшей силой, побуждающей студентов к выбору данного вуза, является интерес к специальности (65,1 % – 2012, 67,1 % – 2016 г.), а также каждый второй респондент мотивировал свой выбор тем, что «...вуз пользуется более высоким престижем по сравнению с другими вузами города» (50,3 % – 2012, 51,5 % – 2016). Отметим, что ряд мотивов стал для респондентов менее актуальным: «диплом данного вуза гарантирует получение работы на рынке труда» и «специальность, которую Вы получаете в данном вузе, позволит занять более высокое положение в обществе» (44,6 % и 40,2 % в 2012, 34,2 % и 31,3 % в 2016 году соответственно). В свою очередь, неактуальным для респондентов (отметила в среднем лишь десятая часть) оказался ряд избегательных мотивов: «...все равно было, в каком вузе учиться, лишь бы только получить диплом о высшем образовании», «в этот вуз был невысокий конкурс», «учеба в этом вузе позволяет избежать призыва в армию». Предположительно, наблюдаемые закономерности связаны исключительно с оценкой причин поступления в конкретный вуз, так как мы продемонстрировали, что при выборе

высшего образования в целом у современных студентов инструментальный и избегательный типы мотивации имеют значительную выраженность. В этом случае ключевой мотив выбора вуза также необходимо интерпретировать с учетом специфики системы ценностей современной личности, где стремление к высокой материальной обеспеченности и жизненному комфорту может быть ключевым драйвером, обеспечивающим интерес абитуриента к специальности.

Оценим, насколько сильно менялись мотивы респондентов, направляющие их в вуз. Сопоставим имеющиеся результаты с данными социологических исследований 2008 и 2002 годов¹, объектом исследования обоих исследований являлись студенты вузов Перми. Ключевой по результатам нашего исследования мотив – интерес к специальности – на данных временных промежутках демонстрирует значительные колебания (65,8 % от общего числа респондентов против 46,3 и 67,5 % по результатам исследований 2008 и 2002 годов соответственно). Предположительно в данных колебаниях прослеживаются реакции студентов на изменения в структуре рынка труда и высшей школы. Фиксируются и более заметные тенденции. Так, наиболее популярные мотивы для современных студентов демонстрируют весьма существенный рост значимости в структуре мотивов по сравнению с ответами студентов в 2008 и 2002 годах: более высокий престиж вуза (50,7 % против 28,9 и 25,1 % от общего числа опрошенных в 2008 и 2002 годах соответственно), диплом вуза дает гарантию получения работы на рынке труда (40,9 % против 22,5 % и 23,5 % в 2008 и 2002 годах соответственно) и специальность, получаемая в вузе, позволяет занять более высокое положение в обществе (37 % против 16,8 и 20,2 % по результатам исследований 2008 и 2002 годов соответственно). Направленность в сдвиге мотивов может быть объяснена тенденцией, в которой высшая школа начинает рассматриваться как определённый механизм достижения поставленных целей.

В ходе исследования использовался ещё один индикатор, позволяющий оценить ценностно-мотивационный компонент современной личности, –

¹ Стегний В.Н., Курбатова Л.Н. Социальный портрет студенчества в условиях трансформации российского общества. Пермь: Изд-во Перм.гос.техн. ун-та, 2009. 382 с.

оценка высказываний, касающихся процесса обучения в вузе. Большая часть суждений оценивалась респондентами в соответствии с ожидаемым уровнем отношений, транслируемых образовательным институтом, т.е. подавляющее большинство опрошенных согласно с высказыванием «чтобы получить глубокие знания, необходимо регулярно заниматься» (88,6 % – 2012, 87,2 % – 2016), и, напротив, подавляющее большинство респондентов отвергают достоверность высказываний: «главное получать хорошие отметки, а знания потом накопятся» (87,6 % – 2012, 89,5 % – 2016) и «зачем учиться, если диплом можно купить?» (93,1 % в 2012 и 94,9 % в 2016). Но необходимо отметить, что при рассмотрении двух последующих высказываний наблюдается значительное превышение «ненормативных» оценок. Так среди респондентов формируется значительная группа, согласная с высказываниями: «можно вообще нерегулярно учиться, пропускать занятия, только если это не отражается на полученных отметках» и «главное получить диплом, а какими средствами и с какими оценками – это неважно», – 28,2 и 22,3 % в 2012, 23,5 и 19,7 % в 2016 году соответственно. Несмотря на снижение уровня «ненормативных» оценок в рамках повторного исследования, фактом присутствия данной группы мы подтверждаем наличие среди студентов представителей с ярко выраженной избегательной мотивацией, рассматривающих процесс обучения как «неизбежное зло», стремящихся минимизировать издержки при «вынужденном» получении диплома.

Дополнительным показателем, демонстрирующим результат восприятия личностью своего положения в образовательной системе, в соотнесении его с собственной структурой мотивации, является вербализованное отношение к избранной специальности. Большинство студентов отметили, что выбранная специальность им «в общем нравится» (67,5 % от числа опрошенных в 2012 и 68,7 % в 2016), также часть респондентов отметили, что специальность им «очень нравится» (20,3 % – 2012, 19,5 % – 2016). Студентов, недовольных своей специальностью, меньшинство. Несмотря в целом на положительные оценки, данную ситуацию не стоит расценивать как безконфликтную. Большинство респондентов, выбравших срединную оценку, – это в определенном

смысле группа риска, чье отношение может меняться весьма динамично как в сторону категорично положительной оценки, так и, наоборот, отрицательной.

С точки зрения теории информационного общества изменение структуры мотивации «информационного работника» отражено в снижении значимости материальных факторов стимулирования труда. В условиях адаптации личности к реалиям формируемого информационного общества допустимо рассматривать свободное время как ресурс стимулирования и нормирования трудовой деятельности¹. Чаще всего студенты располагают свободным временем от 4 до 6 часов ежедневно – 44,5 % от числа опрошенных. Также приблизительно в равных долях представлены группы студентов, имеющих в своём распоряжении от 7 до 9 часов (22,4 %), и тех, чьё ежедневное свободное время исчисляется менее чем 3 часами (21,7 % от общего числа опрошенных). Закономерным выглядит и то, что на организованный досуг (театр, кино, спортивные мероприятия и т.д.) студентами выделяется лишь часть свободного времени.

Предпочитаемые формы досуга: в первую очередь, это прогулки (32,5 % от числа опрошенных – постоянно; 40,5 % – часто) и прослушивание музыки (31,7 % – постоянно; 39 % респондентов – часто); немногим менее популярны занятия «физкультурой, спортом, туризмом», походы в гости, просмотр телепередач и фильмов (52,9, 52,1 и 49,6 % от общего числа опрошенных соответственно прибегают к данным формам досуга постоянно или часто). Также студенты часто ходят в кино (44,1 % – постоянно или часто, а также 45,7 % респондентов – редко) и отдыхают без дела (46,2 % – постоянно или часто, 33,8 % – редко).

Прогнозируемым результатом изменений в структуре досуга становится выход на лидирующие позиции интернета и его составляющих не только как основной формы досуга, но и как средства коммуникации в целом, обустроивающего встроенность личности в её взаимодействие со средой (см. анализ индикатора «*Информационно-коммуникационное пространство*»).

¹ См.: Толокина Е.Л., Демина В.В. Роль и место свободного времени в современной экономике // Вестник Новосиб. гос. ун-та. Сер. Социально-экономические науки. 2010. Т. 10. № 4. С. 49-55; Дульзон А.А. Время как основной ресурс работников умственного труда // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 2. С. 46-50.

Как следствие, всё более актуальным становится и тема исследования интернета и его влияния на современную личность. Помимо этого, всё чаще можно зафиксировать ситуации, в которых интернет, а также его многочисленные производные, (социальные сети), становится элементом трудовой сферы или даже, более того, является частью реальности, неразрывно связанной со всеми аспектами человеческой жизнедеятельности: можно «сходить в кино», просматривать телепередачи и слушать музыку, получать образование, работать, встретиться с друзьями или даже «сходить в гости», мастерить, играть в компьютерные игры и даже «ничего не делать». Причём вполне допустимым является, что личность может не рефлексировать степень включенности интернета в собственную жизнь и не проводить различия между обыденной деятельностью и тем же самым видом деятельности, но реализованным посредством интернета.

В тесной взаимосвязи со структурой досуга находятся и предпочтения касательно используемых каналов коммуникации. Так, наиболее часто используемые источники получения информации: интернет – к нему прибегают почти все респонденты (71,5 % – часто и 24,5 % – время от времени) и «свой личный опыт, свои размышления, наблюдения за жизнью других людей» (63,2 % – часто и 30,9 % – время от времени). Группа источников информации, также относящаяся к первостепенным: «друзья» – к ним обращаются 39,2 % – постоянно и 52,8 % – время от времени; «родители» – источник для 37,8 % – постоянно и 54 % респондентов – время от времени. Отрицательная динамика в использовании в качестве источника информации друзей (43,9 % использовали постоянно данный источник в 2012 году и 30,9 % в 2016 году), а также родителей (от 45 до 37,8 % соответственно) иллюстрирует усиление процессов индивидуализации в обществе, возрастание числа обезличенных связей. Отметим, что классические каналы передачи информации используются не столь массово, как предполагалось изначально, и по большей части периодически. При этом динамика использования данных каналов информирования от 2012 к 2016 году отрицательная: «телевидение»

(19,6 % респондентов используют постоянно в 2012, 7,8 % в 2016, 45,7 % (44,3 % – время от времени), «газеты» (14,4 % в 2012 и 9,6 % в 2016 – постоянно, 49,4 % в 2012 и 39,8 % в 2016 – периодически) и «журналы» (11,3 % в 2012 и 8,5 % в 2016 – постоянно, 45,8 % в 2012 и 33,6 % в 2016 – периодически). Это свидетельствует о смене коммуникационных эпох. «Эпоха телевидения» как ключевого механизма коммуникации и инструмента влияния на аудиторию уступает место «эре интернета». «Интернет, а скорее даже социальные сети, являются на сегодняшний день наиболее эффективным механизмом массовой мобилизации и во многом единственным реально действующим инструментом горизонтальных связей в социуме»¹

Сопоставляя данные с исследованием 2010 года среди студентов Пермского государственного технического университета (ныне – ПНИПУ) отмечаем значительное повышение популярности и значимости такого канала получения информации, как интернет: доля респондентов, постоянно прибегающих к использованию данного канала, возросла с 41 до 71,5 %(!)². Столь существенное изменение предпочтений можно связать со стремительным набором популярности социальных сетей в России. Лишь за 2010 год количество пользователей одной из популярных социальных сетей (преимущественно распространенной в России и на Украине) возросло с 60 до 100 млн³.

Изменения в высшей школе

Реформирование института высшей школы в России реализуется при помощи изменения федеральных государственных образовательных стандартов. Несмотря на многоплановый характер преобразований, большая их часть не может быть оценена студенчеством. Доступными для исследования индикаторами остается внедрение новых образовательных технологий и двухуровневой системы высшего образования с присвоением квалификации бакалавра/магистра на смену традиционному специалитету. Оценка данных изменений студентом и

¹ О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова [и др.]. М.: Весь Мир, 2013. С. 119.

² См.: Стегний В.Н. Информационное общество: отношение личности к информации // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2013. № 19(46). С. 7–22.

³ См.: История «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – URL: <http://vhod.cc/vkontakte/story/> (дата обращения: 03.02.2016)

поведенческая реакция рассматриваются как индикаторы готовности личности адаптироваться к изменениям в институте высшей школы и далее – в обществе.

В исследовании принимали участие студенты, являющиеся, по сути, переходным звеном между образовательными стандартами второго и третьего поколения. Обучающиеся как по старым образовательным стандартам с присвоением степени специалиста (инженера), так и по новым – с присвоением степени бакалавра/магистра и существенно реже – специалиста (инженера). При сравнении результатов опроса 2012 и 2016 года наглядно проявляется изменение предпочтений респондентов, что свидетельствует об адаптации к Болонскому процессу: до минимума снижаются выборы образовательной программы с присвоением степени специалиста (инженера) (39,9 % в 2012 и 5,8 % в 2016); возрастает количество выборов бакалаврской программы (10,9 % в 2012 и 30 % в 2016); наибольшую популярность приобретает магистерская программа обучения (32,7 % в 2012 и 44,7 % в 2016). Переходным периодом объясняется значительное количество респондентов (16 % в 2012 и 19,2 % в 2016), затруднившихся с ответом. Причиной подобных затруднений может быть как сложность выбора, определяемая нетипичностью поведенческих практик (в сравнении с предыдущими поколениями обучающихся), так и непониманием сути квалификационных различий для части респондентов. Затруднения с выбором особенно характерны для студентов младших курсов.

Вполне ожидаемо, что ориентация на обучение в магистратуре зависит от уровня успеваемости (см. таблицу 10). Можно предположить, что прямым фактором является не столько сама успеваемость, сколько степень выраженности терминальных ценностей, влияющая на продуктивность процесса обучения.

Также фактором является курс обучения (см. таблицы 11.1 и 11.2) – респонденты старших курсов обучения существенно в большей степени ориентированы на обучение в магистратуре. Отмечаем, что при сравнении результатов исследований 2012 и 2016 годов данная закономерность усиливается. Некоторым образом усиливается ориентация на обучение в магистратуре и среди студентов младших курсов к 2016 году. Указанные тенденции можно объяснить

как реакцию студенческой аудитории на транслируемый образовательной средой и рынком труда сигнал о необходимости магистерского образования.

Ещё одним фактором, влияющим на предрасположенность к обучению в магистратуре, является материальное положение респондентов (см. таблицы 12.1 и 12.2). В 2012 году более низкие уровни материальной обеспеченности сказывались на большей готовности респондентов к продолжению обучения в магистратуре, что можно интерпретировать как преобладание в структуре мотивов при поступлении в магистратуру терминальных мотивов. Одновременно с этим в 2016 году явной корреляции с уровнем материальной обеспеченности не наблюдается, что говорит о появлении мотивов поступления в магистратуру не только «по призванию», но и «по необходимости». При этом наиболее обеспеченные респонденты и в 2012 и 2016 годах преимущественно предпочитают наиболее распространенные уровни образования (специалитет в 2012 и бакалавриат в 2016), в чем можно усмотреть влияние инструментальных мотивов.

В вопросе оценки образовательных технологий самым значимым новшеством, наиболее часто применяющимся в процессе обучения, являются «интернет и электронная почта» (применяют 73,2 % респондентов в 2012 и 74 % в 2016), а также различные «компьютерные технологии (портативные компьютеры, источники передачи и хранения информации, проекторы, электронные доски и т.п.)» и «видеоматериалы (презентации, рисунки, схемы, таблицы, графика и т.п.)» – применяются 57,8 и 49,2 % студентов в 2012 году. К 2016 году возрастает уровень использования компьютерных технологий и видеоматериалов до 65,1 и 54,6 % соответственно. Такие нововведения в образовательном процессе как «тьюторство» и «система зачётных единиц» знакомы лишь 53,5 % и 42,6 % студентам, соответственно, и не применяются в учебном процессе.

Оценивая уровень использования информационных технологий, студенты наиболее часто отмечали, что информационные технологии применяются в учебном процессе в должной мере – 48,8 % от общего числа опрошенных в 2012 и уже 53,5 % в 2016 году; противоположная точка зрения, что информационные

технологии применяются недостаточно, в 2012 отмечалась студентами практически так же часто – 42,2 %, тогда как в 2016 году доля студентов снизилась до 34,2 %. В целом можно говорить о поступательных изменениях в плане технологического обеспечения образовательного процесса.

Беря во внимание тенденцию к усилению потребности в образовании в течение всей жизни, ключевым механизмом, обеспечивающим гибкость образовательных технологий, и основой образовательной стратегии общества переходного этапа развития должно стать дополнительное образование. Претензия экономики информационного типа к работнику нового типа достаточно емко сформулирована М. Кастельсом в понятии «самопрограммирующаяся рабочая сила», в котором отражаются «необходимость непрерывного обучения... регулярное повышение квалификации, постоянный мониторинг профессиональной информации, своего рода «подпитка знаниями» из смежных областей, которые становятся существенной необходимостью, позволяющей профессионалу поддерживать свой квалификационный уровень»¹. Ускоряющаяся изменчивость общества провоцирует усиление изменений в самом институте высшей школы, которые должны происходить опережающими темпами. Современная личность находится в условиях «быстроустаревающего образования», как результат – её ориентация на дополнительное образование – один из существенных индикаторов, демонстрирующий адаптивность личности. Тем не менее подавляющее большинство студентов (93,8 %), принимающих участие в опросе, не получают дополнительного образования.

Оценка результативности и эффективности деятельности высшей школы

Респондентами проводятся определённые различия между тем, что требуется от работника сегодня, к чему его готовит вуз и тем, что будет требоваться от работника, живущего в обществе информационного типа. Как наиболее значимые качества, которыми должен располагать работник сегодня, отмечаются

¹ Приводится по: Скородумова О.Б. Трансформации системы образования в условиях перехода к обществу знания // Философия отечественного образования: история и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2014. С. 69.

трудолюбие, целеустремленность и ответственность: 65,7 % (67,1 % в 2016), 65 % (62,4 % в 2016) и 64 % (65,3 в 2016) опрошенных соответственно. К данным качествам вплотную приближается потребность в дисциплинированности, её отмечает 58,2 % в 2012 и 62,2 % респондентов в 2016 году. Также важными качествами современного работника являются: умение работать с людьми (61,5 % – 2012 и 58,4 % – 2016), знания по специальности (59,9 % в 2012 и 59,1 % в 2016), практические навыки (59,1 %) и самостоятельность (60,3 % – 2012 и 56,4 % – 2016). Напротив, наиболее низкими показателями по востребованности были отмечены такие качества как знания и навыки научно-исследовательской работы и широкий кругозор – их отметили 30,2 % (28,0 % в 2016) и 23,9 % (24,2 % в 2016) опрошенных соответственно. Показательно, что среди отмечаемых качеств современного работника, продемонстрировавших динамику, причем отрицательную, значатся самостоятельность и умение работать с людьми. В остальном социальные представления респондентов о современном работнике не претерпевали существенных изменений.

С подобными представлениями о требованиях к работнику дня сегодняшнего резко диссонируют данные, где представлены мнения студентов о том, что прививается современным вузом. Так наиболее высокий ранг был присвоен характеристике – знания и навыки научно-исследовательской работы (62,7 % в 2012 и 69,8 % в 2016). Отметим, что данная характеристика была одной из наиболее редко отмечаемых в качестве востребованной для работника сегодня. Также значительная часть опрошенных выделяет следующие характеристики, которые формируются вузом: знания по специальности (53,8 % – 2012 и 48,1 % – 2016), дисциплина (46,8 % в 2012 и 44,1 % в 2016) и практические навыки (43,8 % – 2012, 44,7 % – 2016). Исключительно в данном случае наблюдается совпадение результатов работы вуза с требованиями современного рынка труда, при этом совпадение реального и ожидаемого результатов отмечается не всеми респондентами. Показательным моментом является расхождение по степени выраженности качеств, формируемых в вузе: научно-исследовательская работа и практические навыки, знакомство с профессиональными обязанностями.

Это свидетельствует о том, что студенты не всегда отмечают взаимосвязь НИРС с последующей профессиональной деятельностью. Схема влияния вуза на обучающегося в сознании респондентов также достаточно статична, мало подвержена изменениям. Наиболее значимое изменение – это повышение внимания респондентов к научно-исследовательской деятельности в вузе.

Опираясь на результаты контрольного исследования различных групп молодежи, проведенного лабораторией социологии, можно выделить ряд показательных моментов (см. таблицу 13). В исследовании лаборатории социологии студенты вузов и техникумов значительно выше оценивают коэффициент реализации таких профессиональных компетенций как практическое знакомство с профессиональными обязанностями и желание и умение работать с людьми. Тогда как с точки зрения группы работающей молодежи, глубоких знаний по специальности, практического знакомства с профессиональными обязанностями, интереса к работе и широты общественно-политического и общекультурного кругозора явно недостаточно для деятельности на рынке труда. При этом знания НИР, а также коммуникативные компетенции – желание и умение работать с людьми – формируются образовательными институтами в достаточном объеме. А способность к принятию самостоятельных решений вырабатывается образовательным институтом даже в большей степени, чем это требуется рынком труда. Это свидетельствует о сохранении на рынке труда, согласно представлениям респондентов, ориентации на работника-исполнителя, более характерной для индустриального общества, чем для информационного.

При рассмотрении респондентами наиболее значимых качеств, характерных для работника информационного общества, выделим несколько закономерностей:

– во-первых, взамен работника-исполнителя в информационном обществе студенты представляют творческого работника, деятельность которого вместо репродуктивной приобретает характер продуктивной, созидательной. Так наиболее существенные качества для такого работника, по мнению студентов: целеустремленность (57,4 % в 2012 и 50,3 % в 2016), интерес к работе

(55,6 % – 2012 и 50,1 % – 2016), самостоятельность (55,4 % – 2012, 53,5 % – 2016), способность творчески решать поставленные задачи (55,2 % – 2012, 50,6 % – 2016), высокая активность (54,2 % в 2012 и 49 % в 2016), умение работать с людьми (53,9 % – 2012 и 50,8 % – 2016). Информационный работник согласно социальным представлениям респондентов приобретает качества, преимущественно характеризующие его как представителя «креативного класса», тем самым вписывая его в одноимённую теорию американского исследователя Р. Флориды¹. Также отметим, что представления респондентов за период с 2012 по 2016 год были подвержены динамике. Снизилась доля респондентов, отмечающих потребность в таких качествах, как ответственность (53,7 % в 2012 и 46,8 % в 2016) и широкий кругозор (53,8 % в 2012 и 43,2 % в 2016), а также знания и навыки научно-исследовательской работы (45,3 % – 2012, 36,7 % – 2016). Подобные тенденции могут быть объяснены влиянием ряда факторов: внедрение Болонского процесса ориентирует студентов на перспективу развития узкоспециализированного магистерского направления, что может создать иллюзию отказа высшей школы от формирования широкого культурного и политического кругозора у обучающихся; несмотря на активное внедрение НИРС в образовательный процесс современной высшей школой (что отмечается респондентами), обучающиеся не видят инструментального значения данного направления деятельности при формировании и развитии целеустремленности, самостоятельности, способности к творчеству, активности и умения работать с людьми. Также не фиксируется связь НИРС с теоретическими знаниями и практическими навыками, в результате научно-исследовательская работа не рассматривается респондентами как потребность и для современного работника; оценивая перспективы труда информационного работника, респонденты склонны чрезмерно технизировать (автоматизировать) данный процесс, что может выливаться в вывод о снижении ответственности самого работника. Данные выводы отражают наличие пробелов понимания у респондентов, что может негативно отразиться на способности адаптироваться к изменениям в обществе.

¹ См.: Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2007. 421 с.

– во-вторых, с точки зрения сформированных компетентностей, работник информационного общества должен быть всесторонне развит. Большая часть характеристик работника, выдвинутых нами на рассмотрение, отмечалась в среднем почти каждым вторым из опрошенных;

– наконец, необходимо отметить, что согласно позиции студентов современный вуз не достаточно эффективно готовит будущих специалистов, исходя из требований, предъявляемых информационным обществом.

Общие результаты оценки работы вуза респондентами свидетельствуют о локальной направленности подготовки в нём, т.е. вуз преимущественно ориентирован на становление ограниченного перечня компетенций, недостаточно соотносящихся с потребностями, которые транслируются рынком труда сегодня, и с теми характеристиками, которые будут востребованы от работника в информационный период. Так, большая часть компетенций работника, которые продуцирует вуз (за исключением тех, которые мы уже выделяли выше), отмечалась в среднем лишь третью опрошенных.

В качестве результирующей переменной мы рассматриваем оценку респондентами уровня соответствия вуза требованиям, предъявляемым к подготовке компетентного специалиста современным обществом. Большинство респондентов (60,9 %) отмечают, что качество подготовки в вузе «скорее соответствует» необходимым требованиям, а ещё 19,6 % студентов считают, что «полностью соответствует». Таким образом, подавляющее большинство опрошенных вербально оценивает качество обучения в ПНИПУ как соответствующее современным нормам. Тем не менее, опираясь на сравнительный анализ требований к современному работнику и фактический результат образования, выраженный в перечне формируемых компетенций, можно судить о некоторых искажениях в оценках респондентов. Точнее, срединную положительную оценку респондентов – вуз «скорее соответствует» необходимым требованиям, разделяемую большинством опрошенных, – следует интерпретировать следующим образом: вуз преимущественно ориентирован на становление ограниченного перечня компетенций, покрывающих лишь часть

запросов рынка труда к специалисту. Возможна и иная интерпретация – инструментальная: вуз не формирует достаточного перечня компетенций, но само по себе наличие высшего образования необходимо современному работнику как инструмент, позволяющий удовлетворять собственные потребности.

Экстраполяция имеющихся данных для оценки конкурентоспособности на рынке труда позволяет сделать вывод о том, что респонденты расценивают перспективы трудоустройства выпускников сегодняшних вузов как недостаточные, вне зависимости от того, с какой моделью производить сопоставление: современной или информационной.

На основании результатов проведённого опроса мы можем дать оценку правомерности рассматриваемого предположения о закреплении за высшей школой роли ключевого фактора при адаптации современной личности к происходящим в обществе изменениям, связанным со становлением информационного этапа.

Центральным звеном характеристики личности и работника информационного общества является ценностно-мотивационный компонент. Терминальные ценности и мотивация – это минимально необходимое условие развития личности – «нового профессионала». Ценностно-мотивационный компонент личности информационного общества, сформулированный на основании представлений респондентов, преимущественно имеет терминальную ориентацию, но включает и инструментальную ориентацию, занимающую второстепенное положение как своеобразный атавизм индустриального этапа. В свою очередь, современная личность, напротив, имеет преимущественно инструментальную ориентацию. Таким образом, сконструированные респондентами модели личности являются противоположными друг другу. Модель личности информационного общества – это своеобразный эталон, включающий в себя совершенные, с точки зрения респондентов, черты. На смену преобладающей ценности материальной обеспеченности и комплекса вторичных

ценностей: благополучие семьи, здоровье, надёжные друзья, которые также материально детерминированы, – у личности информационного общества образуются альтернативные приоритеты: хорошее образование, квалифицированная интересная работа, возможность удовлетворять культурные интересы, возможность саморазвития.

Подобные тенденции проявляются и в структуре мотивации. Так, на место инструментальным мотивам поступления в вуз (стремления руководить и стремления к престижу), а также избегательным мотивам (быть востребованным на рынке труда), свойственным современной личности, для личности информационного общества базовыми становятся терминальные мотивы: всестороннее развитие и реализация способностей личности, а также стремление заниматься НИРС – мотив, занимавший последнее место в структуре мотивации современной личности.

Социальные ориентации современной личности многосоставны и противоречивы. Как мы предполагаем, основным фактором, ведущим к противоречивости ориентации личности, является давление меняющейся культуры общества, в котором часть инструментальных и избегательных ценностей и мотивов блокируется личностью как социально неодобряемые, при этом сохраняется их латентное влияние на ориентации личности. Об этом косвенно свидетельствует явное стремление к противопоставлению современной личности и информационной, избавленной от имеющихся проблем. Респонденты конструируют эмпирическую модель информационного общества, придавая ей черты «Государства [общества. – *Прим. автора*] всеобщего благоденствия». Подобные представления позволяют респондентам собирать модель личности информационного общества, лишенную экономических интересов, рассматриваемых как удовлетворённые априори, и заменять их на иные интересы, оцениваемые как более прогрессивные. Имеет место явное встраивание в систему социальных представлений о будущем развитии общества образа высшей школы как ключевого звена в системе ценностей и мотивации личности, как интегральную ценность, через которую достигается удовлетворение

сопутствующих ценностей: квалифицированная и интересная работа и удовлетворение культурных интересов.

Несмотря на идеализированные представления респондентов о прогнозируемом периоде информационного общества, о положении высшей школы и характеристиках информационной личности, современная ситуация представляется достаточно проблемной. Анализ результатов исследования позволяет сделать вывод о том, что поступление в вуз для большинства современных студентов воспринимается как вынужденная мера, которой необходимо подкрепление, обоснование в виде сложноорганизованной структуры мотивов для того, чтобы снизить уровень психологического напряжения, возникающий в результате отчуждённого труда.

Опираясь на социальные представления студенческой молодежи, можно судить о том, что современный вуз не в полной мере соответствует ни запросам рынка труда сегодня, ни требованиям информационного общества применительно к подготовке работника. Исключение составляют такие качества, как знания по специальности и дисциплина, которые формируются вузом, по мнению респондентов, в должной степени. Указанные различия в представлениях респондентов – это свидетельство незавершённости трансформационных процессов, подтверждение того, что информационная стадия развития общества является лишь грядущей перспективой, которая не достигнута на данный момент. При этом, оценивая шаг различий между притязаниями к работнику со стороны рынка труда современного и информационного типов общества, можно судить о том, что в сознании респондентов итоговый переход к информационному обществу сопряжён со значительными промежуточными преобразованиями. И именно за институтом высшей школы респонденты закрепляют уникальную посредническую роль, позволяющую привести современное общество к требованиям информационного этапа и влияющую на успешность системных преобразований.

2.3. Типологические различия студентов как показатель адаптированности к трансформационным изменениям

Для исследования различий в социальных представлениях студентов использовалась типология, в основе которой дифференциация студентов по ценностно-мотивационному компоненту. Выделяются 3 типа личностей: Инструментальный, Терминальный и Инертный (застойный) (см. приложение 3). Использование типологических различий при анализе социальных представлений студентов об информационном обществе позволяет выявить поведенческую специфику различных групп студентов в процессе адаптации к условиям информационного общества, расширяя возможности регулирования данного процесса. Комплексность подхода к определению социальных ориентаций на основании выделенных различий в ценностно-мотивационном компоненте обеспечивает гибкость применяемой типологии применительно к изучаемому вопросу, так как формируемые типы обладают выраженными различиями в представлениях, а, следовательно, и в стратегиях адаптации к системным изменениям: технологическим, экономическим и социальным. Типология обеспечивает возможность прогнозирования поведения различных типов работников информационного общества, и как субъектов экономических отношений, и как субъектов культурных отношений: ориентация на образование, уровень интеграции в глобальное информационное пространство, потребительские практики. При использовании подхода к конструированию типологии преодолевается ограниченность исследования специфики поведения личности лишь одной сферой социальных взаимодействий. Напротив, обосновывается факторный характер ценностно-мотивационного компонента при выявлении специфики использования личностью информации в когнитивной форме при определении стратегий поведения во всех сферах жизни общества, что является ключевым признаком информационного этапа развития.

Одновременно с этим уровень проявления типологических различий в социальных представлениях – это показатель адаптированности современной

личности. Исходя из уровня укорененности специфических характеристик типологических групп в сознании респондентов и их влияния на оценку современной личностью окружающих процессов, можно говорить о состоянии соответствия/несоответствия социальной структуре информационного общества, в которой антагонистами становятся «новые профессионалы» и «информационные бедняки». «...Целенаправленное формирование в системе высшего профессионального образования высокоинтеллектуальной профессиональной культуры молодежи как будущего субъекта экономической деятельности является первостепенной задачей для нашего общества»¹. «...Большую роль играют мотивы, культурные установки и ценности, транслируемые студентам...»².

Динамика численности студентов, относящихся к выделенным типологическим группам между исследованиями 2012 и 2016 годов, оказалась не столь существенной: *инертный тип* (6,9 % в 2012 и 5,1 % от общего числа опрошенных в 2016 году), *инструментальный тип* (46,3 % – 2012 и 40,3 % – 2016) и *терминальный тип* (44,1 % – 2012 и 44,7 % – 2016).

Прежде всего, дадим характеристику эмпирическим типам, выявив значимые различия между типологическими группами. Дифференциация типов по полу демонстрирует существенное преобладание мужчин в группе инертного типа (см. таблицу 14); группы терминального и инертного типов обладают приблизительно равным распределением по полу. Студенты, относящиеся к терминальному типу, в среднем старше, чем представители инертного и инструментального типов; наиболее «молодой» является группа представителей инертного типа (см. таблицу 15). На основании предыдущего индикатора закономерно, что среди представителей инертного типа больше доля студентов, проживающих с родителями (см. таблицу 16). Представители терминального типа характеризуются в среднем более высоким уровнем материального положения

¹ Кунгурцева Г.Ф., Иванова А.Д., Шамсутдинова Д.Ф. Компетентностный подход к формированию профессиональной культуры будущих экономистов // Управление экономикой: методы, модели, технологии. Материалы XV Междунар. науч. конф.: в 2 т. 2015. С. 212.

² Бикметов Е.Ю., Кунгурцева Г.Ф., Галиханова Ю.Р. Воспроизводство управленческих кадров в вузе: социокультурные проблемы и перспективы // Педагогический журнал Башкортостана. 2015. № 4 (59). С. 33.

(см. таблицу 17). При этом доля респондентов, указывающих в качестве источников дохода работу и подработку, в группе терминального типа превышает аналогичные показатели в других группах типологии. Респонденты инертного типа чаще других отмечают в качестве источника дохода помощь родителей и родственников (см. таблицу 18).

Доля студентов, относящихся к терминальному и инертному (в особенности) типам и учащихся до вуза в лицеях и других специализированных школах, превышает вес аналогичной группы студентов инструментального типа. Также можно отметить, что среди представителей терминального типа в большей степени по сравнению с инструментальным и инертным типами представлена группа студентов, работающих до вуза (см. таблицу 19). Группа респондентов терминального типа может быть охарактеризована в среднем более высокими показателями образованности обоих родителей (см. таблицу 20).

Студенты терминального типа в среднем обладают более высоким уровнем успеваемости, тогда как для представителей инертного типа, напротив, характерны показатели успеваемости на уровне ниже среднего (см. таблицу 21). Респонденты, относящиеся к терминальному типу, значительно чаще указывают на полную удовлетворенность выбранной ими специальностью, одновременно с практически полным отсутствием отметок «безразлична» или «не нравится». Представители инертного типа демонстрируют наименьший уровень удовлетворённости чаще, чем представители других типологических групп, отмечая, что специальность им «в общем нравится» или «безразлична» (см. таблицу 22). Отношение к избранной специальности и процессу обучения в вузе можно также проиллюстрировать при помощи анализа высказываний, раскрывающих приоритеты студентов (см. таблицу 23). Представители терминального типа в целом демонстрируют значительно более конформные оценки, вписывающиеся в требования высшей школы. При этом значительно большая доля ненормативных оценок встречается в группе респондентов инертного типа, в особенности в рассмотрении высказываний: «Главное получить диплом, а какими средствами и с какими оценками – это неважно» и

«Можно вообще нерегулярно учиться, пропускать занятия, только если это не отражается на полученных отметках». В группе представителей терминального типа в большей степени проявляется ориентация на обучение в магистратуре (см. таблицу 24).

Различия в используемых каналах передачи информации между типологическими группами не категоричны, но показательны (см. таблицу 25). Представители терминального типа немного в большей степени, чем представители других типологических групп, обращаются за информацией к преподавателям. Инертный тип более интенсивно использует каналы интернет и телевидение, одновременно с этим более редко используя книги. Наиболее читающей является группа студентов терминального типа (см. таблицу 26).

В вопросах распределения свободного времени и организации досуга отмечаем, что представители инертного типа располагают в среднем большим количеством свободного времени, а также больше времени отводят на организованный досуг ежедневно (см. таблицы 27 и 28).

Социальные представления об информационном обществе респондентов, относящихся к различным группам типологии

Представители терминального типа относительно чаще других типологических групп отмечают, что они осведомлены об информационном обществе. Напротив, студенты, которые относятся к инертному типу, реже представителей других групп типологии (в пропорции) отмечают, что они скорее информированы и в большей степени ориентированы на самооценку информированности «скорее нет, чем да» и «нет» (см. таблицу 29).

Оценивая определения информационного общества, представители различных групп типологии продемонстрировали различия в исследовании 2016 года. Представители терминального типа значительно чаще в сравнении с другими группами типологии отдавали предпочтение определению информационного общества как теоретической концепции постиндустриального общества, в которой информация и знания умножаются в едином информационном пространстве, а главными продуктами производства становятся информация и знания (48,5 против 36,1 и 43,5 % в группах инструментального и инертного типов соответственно). Респонденты инструментального типа чаще других выбирали определение информационного общества, обеспеченного «...всеми необходимыми материальными ресурсами и сориентированное на стратегическое доминирование интеллектуально-информационного ресурса во всех его аспектах...» (40 против 30 и 26,1 % в группах терминального и инертного типов соответственно) (см. таблицы 30.1 и 30.2).

Организация производства в информационном обществе

Предпринимательские расходы при организации производства. Анализируя позицию респондентов, оценивающих соотношение различных статей расходов для предпринимателей сегодня и в информационном обществе, можно отметить, что вне зависимости от принадлежности к типологической группе и периода наиболее часто отмечаются в качестве основной статьи расходов – «Обучение (переобучение) персонала». Причем в исследовании 2016 года данный вариант ответа отмечался относительно чаще представителями терминального

типа применительно к оценке предпринимательских расходов в настоящее время (39,5 против 36,7 и 26,1 % у представителей инструментального и инертного типа). То есть, речь идет о выделении значимости образования в организации современной предпринимательской деятельности студентами терминального типа.

Также отметим, что среди представителей инертного типа более существенна доля студентов, рассматривающих затратность рекламы как основную статью расходов для предпринимателя сегодня. Данная специфика сохраняется в рамках обоих исследований, что свидетельствует о повышенном уровне зависимости (манипулируемости) представителей инертного типа от внешних каналов воздействия, в частности рекламы.

При оценке затрат предпринимателя в информационном обществе значительных расхождений во мнениях между представителями различных групп типологии не зафиксировано (см. таблицы 31.1 и 31.2).

Затраты предприятия информационного общества на высокие технологии и достижение конкурентного преимущества предприятием в информационном обществе. Студенты, относящиеся к терминальному типу, в целом склонны немногим выше оценивать долю затрат предприятия информационного общества, отводимую на различного рода высокие технологии, чем представители инструментального и инертного типов (см. таблицу 32). Одновременно с этим представители терминального типа немногим в большей степени уделяют внимание способу достижения конкурентного преимущества путём регулярного повышения квалификации работников (см. таблицу 33). Мы предполагаем, что подобная оценка вливания высоких технологий в деятельность предприятия информационного общества наравне с оценкой затрат предприятия на обучение и повышение квалификации персонала является следствием глубинного понимания представителями терминального типа взаимообусловленности процессов технологического развития и совершенствования компетентностной составляющей работника, использующего технологии.

Также наблюдается ещё одно отклонение от срединного распределения: студенты, относящиеся к инертному типу, в большей степени, чем в двух других типологических группах, делают ставку на приобретение «...патентов на технологии и другую интеллектуальную собственность» как путь достижения конкурентного преимущества; параллельно представители данной типологической группы более сдержанно оценивают объем затрат предприятия информационного общества на высокие технологии и потребность в регулярном повышении квалификации работников. Подобная оценка свидетельствует о непоследовательности представителей группы инертного типа, недостаточной сформированной точке зрения по данному вопросу.

Сфера труда в информационном обществе

Оценивая затраты, необходимые на подготовку специалиста информационного общества, а также перспективы внедрения машинных технологий для замещения тяжелого труда, становится наглядна тенденция: представители терминального типа демонстрируют более лично ориентированную точку зрения в данном вопросе, чаще отмечая, что технологии будут лишь облегчать труд человека, без него они бесполезны, а также, что для подготовки специалиста требуется больше времени, чем денег (см. таблицы 34 и 35). Инертный тип, напротив, в большей степени склонен к позиции, что вся трудоемкая и опасная работа будет возложена на «машину», что характеризует попытку упрощения схемы организации производственного процесса в информационном обществе, его повышенную технизацию.

Высокостатусный труд в информационном обществе

Парадоксально, но согласно результатам исследования 2012 года, студенты, относимые к терминальному типу, не склонны в большей степени, чем две другие типологические группы, обращать внимание на уровень образования специалиста как значимый индикатор отличия высокостатусного труда в информационном обществе от аналогичного по статусу труда индустриального общества. И даже, наоборот, доля студентов инертного и инструментального типов, отмечающих данный ответ, немногим больше доли студентов терминального типа

(см. таблицу 36.1). Тогда как в исследовании 2016 года наблюдается уже иная тенденция, респонденты, относящиеся к терминальному типу, чаще, чем представители других групп типологии, отмечали именно образование как главное отличие статусного труда в информационном обществе, а представители инструментального типа, напротив, – вознаграждение за труд (см. таблицу 36.2).

Несмотря на имеющуюся положительную динамику ответов, т.е. в большей степени отражающую специфику представлений типологических групп, мы не склонны оценивать её однозначно. В качестве характерной особенности терминальной системы ценностей можно рассмотреть формирование отношения к социальному институту образования не как к средству достижения каких-либо целей, в том числе и социально-статусного роста, а как к источнику саморазвития, реализации способностей индивида. При таком ракурсе рассмотрения институт образования перестаёт быть индикатором статусной принадлежности индивида. Характерно и обратное допущение, представители терминального типа могут быть не склонны оценивать именно уровень оплаты как основной показатель отличия, а рассматривать образование как интегральный фактор статусообразования, обеспечивающий удовлетворение потребностей работника.

Представители инертного типа в большей степени, чем двух других типологических групп, выделяют в качестве значимого отличия высокостатусного труда в информационном обществе от аналогичного в индустриальном содержание трудовых операций. Это можно интерпретировать как показатель поверхностного уровня оценки данного параметра представителями типологической группы, невозможности связать суть отличия содержания трудовых операций с фактором/следствием: образованием специалиста, уровнем оплаты, используемыми предметами или средствами труда.

Различия в оценках изменения *разделения труда при переходе к информационному обществу* демонстрируют специфические черты групп типологии. Представители терминального типа существенно чаще указывают на перспективу усиления уровня разделения труда в информационном обществе с предельной специализацией (см. таблицу 37). Это свидетельствует о

преимущественной предрасположенности к обучению в магистратуре. Студенты инертного типа чаще не видят перспектив изменения разделения труда.

Социально-экономическая структура информационного общества

По результатам исследования 2012 года представления различных групп типологии мало отличаются друг от друга. Результаты исследования 2016 года продемонстрировали некоторую динамику оценок социально-экономической структуры информационного общества. Представители терминального типа значительно в большей степени разделяют прогноз, предвещающий формирование массового «среднего класса». Представители инструментального типа наиболее часто, по сравнению с другими группами типологии, выбирают вариант формирования экономической структуры информационного общества как общества «всеобщего благополучия». Тогда как студенты инертного типа в большей степени склонны прогнозировать усиление конфликтности социально-экономической структуры информационного общества, чаще отмечая варианты, что структура не изменится в сравнении с индустриальным обществом, либо усилится социальная дифференциация (см. таблицы 38.1 и 38.2).

Оценка высказывания: *информация – основной источник дохода*. В 2012 году при оценке высказывания между типологическими группами не наблюдается существенных расхождений мнений. Однако по результатам исследования 2016 года наблюдается уменьшение доли респондентов терминального типа, согласных с истинностью данного высказывания, одновременно с ростом доли затрудняющихся ответить (см. таблицы 39.1 и 39.2). Данную тенденцию можно считать следствием усиливающейся в сознании представителей терминального типа лично ориентированной точки зрения, когда не столько информация является основным источником дохода для системы производства информационного этапа, сколько работник, данную информацию использующий.

Социально-профессиональная структура информационного общества

Наиболее предпочтительные направления подготовки в вузе в информационном обществе. Студенты, относящиеся к инструментальному и терминальному типам, преимущественно согласованно оценивают перспективы

тех или иных направлений вузовской подготовки в информационном обществе. Тем не менее в исследовании 2016 года наблюдаются некоторые сдвиги в оценках респондентов. Так, представители инструментального типа чаще прогнозируют популярность инженерно-технического образования в вузах информационного общества. Также в сравнении с другими типологическими группами представители инертного типа низко оценивают перспективы направлений подготовки, связанных с информационными технологиями, причем к 2016 году можно наблюдать усиление данной тенденции (см. таблицы 40.1 и 40.2). И, наоборот, представители инертного типа дают сравнительно более высокую оценку перспективам таких направлений: медицина и здравоохранение, экономика и гуманитарное направление в целом (к 2016 году к данному перечню присоединяется естественно-научное направление). В данной закономерности проявляется присущая инертному типу реакционность взглядов, т.е. замедленность темпов адаптации к меняющимся условиям, устойчивая апелляция к существующим нормам и представлениям, умеренная форма консервативности.

Преобладающие профессии в информационном обществе. Представители различных групп типологии по-разному расставляли приоритеты в данном вопросе, при этом наиболее явные различия обнаруживаются в исследовании 2016 года (см. таблицы 41.1 и 41.2). Студенты, относящиеся к инструментальному типу, делают завышенную ставку, в сравнении с другими группами типологии, на будущее рабочих профессий, а представители терминального типа немногим чаще отмечали перспективы узкоспециализированных профессий. В обоих случаях, как мы полагаем, отклонения от срединного распределения обусловлены спецификой восприятия, свойственной типологическим группам. Оценки представителей терминального типа, вероятно, являются реакцией на тенденции современности, связанные с возрастанием значения магистратуры, что проявляется и в усиленной предрасположенности студентов данной группы к обучению в магистратуре. Тогда как оценки представителей инструментального типа могут быть связаны с текущим дефицитом на рынке труда рабочих

профессий и усиленным на них спросом, с пролонгацией данной закономерности на период информационного общества. Также наиболее часто встречающийся во всех трёх группах типологии вариант ответа, ставящий «во главу угла» профессии, связанные с информационными технологиями, наиболее редко отмечался в группе студентов инертного типа, что наблюдалось и в вопросе определения перспективных направлений подготовки в информационном обществе, что также свидетельствует о реакционности взглядов инертного типа.

Престижные виды деятельности для работника информационного общества. Распределение мнений по данному вопросу в зависимости от принадлежности к той или иной типологической группе носит закономерный характер (см. таблицу 42). Так, высокая оплата, как качество, определяющее престижность труда, чаще всего отмечалось представителями инертного типа и немногим реже представителями инструментального типа. Реже всего данное качество отмечалось представителями терминального типа. Аналогичные различия характерны и применительно к оценке карьерного роста как показателя престижности труда в информационном обществе. Однако в оценках влияния трудовой деятельности на саморазвитие работника как показателя престижности между типологическими группами различия не столь существенны, среди представителей терминального и инертного типов доля респондентов, отметивших данный вариант, одинакова. Также недостаточно показательны различия в оценке творческой составляющей в труде, несмотря на то, что чаще всего данный вариант ответа отмечался все же представителями терминального типа. При этом, опираясь на характерные особенности идеальной модели типологических групп работников информационного общества, мы отмечаем, что представители терминального типа должны были в большей степени быть ориентированы на возможность саморазвития и творческий характер как основные критерии в оценке престижа трудовой деятельности. Предположительно, причиной этого является недостаточная выраженность специфических черт данной типологической группы. Представители терминального типа, несмотря на соответствие формальным признакам

принадлежности к данной группе, зачастую проявляют малую избирательность при сопоставлении с инертным и инструментальным типами. Это говорит о зачаточном состоянии терминального типа в составе современного студенчества.

Помимо прочего для инертного типа свойственно повышенное внимание в сравнении с другими группами типологии, уделяемое таким особенностям, влияющим на престиж труда, как управленческий характер деятельности и льготы в дополнение к заработку. В обоих случаях наименьшая доля отметок в данных вариантах принадлежала представителям терминального типа.

Модель работника информационного общества

Трудовые ценности работника информационного общества.

Согласно результатам опроса представители различных групп типологии оценивают трудовые ценности работника информационного общества преимущественно одинаковым образом, тем не менее можно выделить ряд расхождений в оценках (см. таблицу 43):

– «возможность творческой работы» – это условие представляется наиболее важным для респондентов, относимых к терминальному типу, однако для представителей инструментального и инертного (в меньшей степени) типов данная ценность также является значимой;

– «связанные с работой блага» – данное условие наиболее значимо для студентов инструментального типа, тем не менее студенты терминального типа также указывают на существенную значимость данного варианта ответа;

– «польза, приносимая людям» – данную ценность наиболее часто по сравнению с представителями других групп типологии отмечали студенты, относящиеся к терминальному типу;

– «возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя...» – данный параметр чаще других отмечали представители инертного типа.

Помимо указанных закономерностей, которые можно расценить как следствие влияния типологических различий на представления респондентов, в исследовании наблюдаются и некоторые отклонения в оценках от срединного

распределения, которые являются нетипичными для тех или иных типологических групп:

– ценность возможности профессионального роста и саморазвития оказалась более всего значимой для представителей инертного типа, респонденты терминального и инструментального типов схожим образом оценили значимость данного параметра. Однако указанные ценности могли интерпретироваться как возможность продвижения по карьерной лестнице, переводя данные варианты в разряд инструментальных ценностей, искажая оценки типологических групп;

– необременительность работы студенты инертного типа, напротив, отмечали реже, чем представители других групп типологии, тогда как гедонистические ориентации являются одними из характерных компонентов системы ценностей личности, относящейся к инертному типу.

Компетенции, необходимые для работника информационного общества. Взвешивая качества работника информационного общества, которыми он должен обладать, по мнению респондентов, можно установить, что в восприятии студентов присутствуют расхождения (см. таблицу 44). Представители терминального типа в меньшей степени в сопоставлении с представителями других групп типологии выделяют значимость лидерских компетенций и компетенций в области работы с компьютером. Данная специфика может быть объяснена влиянием двух тенденций: усиливающейся индивидуализацией общества, что может оказывать влияние на изменение системы организации трудового процесса в рамках внутригруппового взаимодействия, а также изменением значения понятия «компьютер». В обыденном понимании потребность в использовании обобщенного «компьютера» всё чаще заменяется производными понятиями (планшетный компьютер, смартфон, сервер и т.д.) или смежными технологическими устройствами, или процессами (средствами хранения и передачи данных, проецирования и т.д.), которые расширительно входят в понятие «высокие технологии», что можно косвенно подтвердить высокими оценками значимости от представителей терминального типа компетенций в области

использования различных цифровых технологий, а также признанием существенности уровня затрат предприятия информационного общества на высокие технологии наравне с необходимостью соответствующей подготовки специалиста (см. анализ индикатора *«Затраты предприятия информационного общества на высокие технологии и Достижение конкурентного преимущества предприятием в информационном обществе»*).

Ещё одной отличительной особенностью в оценках является повышенное внимание студентов, относящихся к инструментальному типу, к компетенции владения родным языком, тогда как представители инертного типа, напротив, реже всего подчеркивают значимость данного направления для работника информационного общества. В диапазоне исследований с 2012 по 2016 год данный параметр в представлениях респондентов инертного типа претерпел существенное снижение значимости. Это наблюдение можно считать следствием представлений респондентов о преобладающих способах коммуникации в трудовой сфере в информационный период, в которых представители инертного типа делают ощутимо большую ставку на использование цифровых технологий (отмечая данную компетентность чаще, чем представители других типологических групп), нежели на устаревающие языковые практики (согласно мнению представителей данной типологической группы).

При анализе данного индикатора наблюдается и ряд нетипичных оценок. Компетенция самообучения набрала наибольшее число отметок в группе инертного типа при сопоставлении с аналогичными показателями в других группах типологии, даже несмотря на повышение значимости данной компетенции для респондентов терминального типа в диапазоне с 2012 по 2016 год. Предположительно, данная закономерность имеет ту же инструментальную природу, связанную с возможностью социальной мобильности, что и повышенное внимание респондентов инертного типа к трудовым ценностям: возможность профессионального роста и саморазвитие (см. анализ индикатора *«Трудовые ценности работника информационного общества»*), тогда как повышенное значение творческой компетенции для представителей данной

группы типологии не вписывается в закономерности, выявленные при анализе предыдущих индикаторов. Тем не менее, весьма вероятно, что причина подобной оценки является следствием характерных особенностей системы ценностей инертного типа, где творческая деятельность может рассматриваться как слабо организованная и, как следствие, не сильно затратная для работника.

Соотношение требований к современному работнику и работнику информационного общества, а также результатов подготовки в современном вузе

Анализируя различия в оценках студентов требований к современному работнику, связанные с их принадлежностью к группам типологии, мы можем отметить следующие особенности (см. таблицу 45.1 и 45.2): в 2012 году представители терминального типа существенно чаще по сравнению со студентами, относимыми к другим типологическим группам, отмечали в качестве востребованных такие характеристики, как «высокая ответственность» и «интерес к работе». В исследовании 2016 года представители терминального типа расширяют диапазон требований к современному работнику в большей степени, чем представители других типологических групп, акцентируя внимание на необходимости целеустремленности и самостоятельности работника, а также знаний по специальности. Одновременно с этим в 2012 году студенты, относящиеся к терминальному типу, реже отмечали необходимость для современного работника обладания организаторскими навыками, тогда как к 2016 году данное требование отмечалось представителями данной группы даже немногим чаще, чем представителями инструментального и инертного типов. Также, несмотря на в целом невысокое внимание респондентов к уровню владения «знаниями и навыками научно-исследовательской работы» современным работником, в большей степени значимость данного параметра подчеркивается представителями терминального типа.

Студенты, относящиеся к инертному типу, в меньшей степени, по сравнению с представителями терминального и инструментального типов, склонны придавать значение таким характеристикам современного работника, как

«трудолюбие» и «дисциплина». Нетипичным же является повышенное внимание представителей данной типологической группы к творческой способности работника. Но, как мы отмечали ранее (см. анализ индикатора *«Компетенции, необходимые для работника информационного общества»*), возможной причиной является специфическая интерпретация понятия «творческая работа» представителями инертного типа, в которой рабочая деятельность представляется свободно организованной и не сильно затратной для работника.

Отличными от общего распределения оценками качеств работника, формируемых в вузе, отметились представители терминального типа, которые чаще, чем респонденты, относящиеся к другим группам типологии, указывают на результаты формирования в вузе знаний и навыков НИР, а также дисциплинированности и трудолюбия.

Значительной динамикой оценок отметились представители инертного типа: в 2012 году ими чаще отмечались такие качества, как «высокая ответственность» и «широкий общественно-политический и общекультурный кругозор», тогда как в 2016 году, напротив, в качестве результата, формируемого вузом, респонденты инертного типа реже отмечали дисциплинированность, ответственность, целеустремленность, широкий кругозор, интерес к работе и активность. Помимо этого, представители инертного типа чаще указывали на результат деятельности вуза в виде знаний по специальности, практического знакомства с профобязанностями и умения работать с людьми (см. таблицу 46.1 и 46.2).

В качестве отклоняющихся от общего распределения оценок требований к работнику информационного общества можно обрисовать следующие позиции (см. таблицу 47.1 и 47.2): представители терминального типа чаще, чем студенты, относящиеся к другим типологическим группам, отмечают необходимость глубоких знаний по специальности и самостоятельности. Также у представителей терминального типа присутствует определенная динамика оценок: в 2012 году респонденты чаще отмечали необходимость для работника информационного общества знаний и навыков НИР и способность к творчеству, тогда как в 2016 году данные требования были сопоставимы по количеству отметок с

представлениями других групп типологии, более того, способность к творчеству значительно чаще отмечалась представителями инертного типа.

В свою очередь, представители инертного типа делают больший акцент, чем респонденты, отнесённые к инструментальному и терминальному типам, на «трудолюбие» и «целеустремлённость, настойчивость в работе», а к 2016 году набор специфических требований (отстаиваемых представителями инертного типа) расширятся за счет добавления «ответственности», «умения работать с людьми», «широкого кругозора» и «организаторских навыков».

Отдельно следует отметить специфику позиции представителей инертного типа: сравнивая требования, приписываемые студентами данной типологической группы современным работникам и работникам информационного общества, мы можем зафиксировать определенное сходство между данными смоделированными образами. Этот факт свидетельствует о приближённом совпадении в представлении респондентов, относимых к инертному типу, шаблонов «современный работник/работник информационного общества». Как следствие, можем вывести две возможные логики интерпретации подобных закономерностей: в настоящий момент существенных системных трансформаций не происходит, как следствие, информационное общество – это подвергшаяся незначительным изменениям модель современного общества; либо к настоящему времени все возможные изменения завершены, как следствие, современное общество – это и есть информационное общество. Данное наблюдение характеризует представление лишь респондентов инертного типа, тогда как студенты, относимые к инструментальному и терминальному типам, напротив, демонстрируют существенные различия при оценках моделей современного и информационного работника. А также респонденты всех трех групп типологии указывают на несовпадение моделей современного работника и работника информационного общества с результатами деятельности высшей школы.

Результаты исследования продемонстрировали, какова современная структура студенческой аудитории высшей школы с точки зрения типологической принадлежности и насколько сильное влияние оказывают типологические различия на представления респондентов об информационном обществе.

Группы респондентов, относящихся к терминальному типу (44,3 %) и инструментальному типу (44,1 %), оказались практически равнозначными. Самую малочисленную группу образуют представители инертного типа (6,3 % от общего числа опрошенных).

Различия в восприятии социальной реальности: *инертный тип* поведения представляет собой малочисленную реакционную группу студентов, не склонных воспринимать происходящие в настоящий момент времени изменения в качестве тенденций будущего развития. В целом оценки респондентов инертного типа соответствуют инструментальной ориентации, однако имеется и специфика: мнения, демонстрирующие регрессивную направленность изменений, патерналистскую и гедонистическую ориентации.

Инструментальный тип является основой для срединного распределения, редко когда отклоняясь от двух других типологических групп одновременно. Инструментальный тип формирует своеобразную центристскую позицию социальных представлений студентов. Это позволяет нам говорить о текущем доминировании в качестве нормативной – инструментальной мотивации и инструментальных ценностей, в том числе и в структуре ценностей двух других групп типологии.

Типологические различия в студенческой среде рассматриваются автором как основа тенденции формирования типов работников, характерных для информационного общества: «информационных бедняков» (инструментальный и инертный типы) и «новых профессионалов» (терминальный тип). Преобладание среди респондентов всех типологических групп именно инструментальных ориентаций, пусть и разной степени выраженности, должно

быть рассмотрено как наследие индустриального общества и культуры. Аналогичные результаты встречаются и в рамках других социологических исследований, направленных на выявление ценностно-мотивационных характеристик студентов. «Самым распространенным мотивом при выборе будущей профессии среди... студентов является мотив престижности профессии. [В дальнейшем] ...студенты довольно часто начинают менять свое отношение к своей будущей профессии в пользу более высокооплачиваемых специальностей»¹. Отмечаем, что отсутствие динамики, позволяющей четко разграничивать типологические группы (а именно выделять из них группу терминального типа), в дальнейшем уже будет рассматриваться как негативная тенденция, ведущая к формированию доминирующего слоя «новых бедняков».

Инструментальный тип рассматривает образование как инструментальную потребность, некий тренд-символ, соответствующий текущему стандарту потребления. В данном случае характерна низкая продуктивность образовательного процесса вследствие стремления к минимизации издержек при удовлетворении символической потребности (образование не входит в структуру потребностей). Потребительские установки усиливаются, повышается уровень манипулируемости личности.

Терминальный тип – это рациональная нацеленность на образование как ценность. Характерен высокий потенциал адаптивности и саморегуляции вследствие выработки интегральной личностной ценности – стремления к самообразованию и саморазвитию на протяжении всей жизни. Выражена ориентация на творчество, как следствие, наличие потенциала в инновационной деятельности, развитии общества. Выражена автономность от воздействия со стороны социума вследствие преимущественного отказа от распространенных потребительских практик.

Инертный тип личности, для него характерны «избегательная» направленность, крайне высокая зависимость от внешних проявлений социума,

¹ Макарова М.Н., Ермилов Д.А. Основные характеристики профессиональных ориентаций студентов // Вестник Удмуртского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2013. № 3-4. С. 42-44.

склонность к конформизму. Образование рассматривается как внешне навязанное требование («необходимое зло»). В деятельном плане ключевая ориентация – минимизация неудач. Деструктивность типа личности проявляется вследствие зависимого положения от внешних требований, высокой инертности и фактической неспособности к саморазвитию.

Исследуемая динамика изменения представлений респондентов в период 2012–2016 годов свидетельствуют об усиливающейся кристаллизации типологических групп, чья специфика более явно и прозрачно отражается в оценках текущих изменений в обществе и его отдельных подсистемах и прогнозировании будущих состояний развития. У терминального типа, несмотря на сохранение в общих чертах инструментальной ориентации, при оценке процесса трансформации общества и его основных социальных институтов в условиях становления информационного общества, в большей степени начинают проявляться специфические, терминальные ориентации, отражающиеся в соответствующих социальных представлениях. Более того, необходимо отметить, что акценты, расставленные представителями терминальной группы, при оценке указанных параметров представляются более адекватными, корректно вписывающимися в существующие теории и подтверждаются эмпирическими данными. Инертный тип также обретает весьма показательные черты. Респонденты, относящиеся к данной группе типологии, демонстрируют выраженную инструментальную ориентацию, но она сопряжена со специфическими акцентами в ответах, которые позволяют предположить, что основной целью данной ориентации является минимизация затрат личности. Об этом свидетельствуют, например, систематические занижения значимости трудолюбия, дисциплины, ответственности, интереса к работе наравне с повышенным вниманием к знаниям по специальности, практическому знакомству с профобязанностями, умению работать с людьми и т.д. Подобным образом необходимо оценивать и усиленное внимание представителей инертного типа к творческой деятельности. Избегательные и гедонистические ориентации искажают смысл слова «творчество», проводя параллель с творческими

профессиями, которые представляются свободно организованными, мало затратными для работника, но в то же время существенно вознаграждаемыми рынком труда. В сравнении с другими группами типологии инструментальный тип демонстрирует определенную стабильность. Инструментальные ориентации образуют основу для срединного распределения, оказывая переменное влияние на представления инертного и терминального типов.

Тем не менее, несмотря на положительную динамику, необходимо сделать вывод о низком уровне сформированности реального терминального типа среди представителей современного студенчества, недостаточном для выделения прообраза слоя «новых профессионалов». Параллельно отмечаем, что ряд авторов указывает на негативные тенденции в деятельности образовательного института: «проводимая политиками модернизация сферы образования сегодня ведет к постепенному но неуклонному устранению нашего конкурентного преимущества, связанного с высоким образовательным уровнем рабочей силы»¹. На данный момент уровень сформированности терминального типа может быть охарактеризован как потенциальный, включающий в себя возможные факторы роста реального терминального типа (приближая его к идеально-типической модели), которые могут быть использованы в случае направленного воздействия на личность (направленной социализации), генерируя терминальную ориентацию. В данной ситуации в качестве наиболее действенного инструмента воздействия на личность может быть обозначена высшая школа. «Внедрение личностно ориентированного подхода в системе высшего уровневое образования ... учитывающего потребности студентов, преподавателей и работодателей, основывается на единстве труда, обучения, воспитания и саморазвития ...»² будущих специалистов.

¹ Насибуллин Р.Т., Фазлыев А.А. Социально-экономическая модернизация в России в контексте социального времени // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. РИК УГАТУ, 2016. С. 96.

² Бикметов Е.Ю., Кунгурцева Г.Ф., Галиханова Ю.Р. Воспроизводство управленческих кадров в вузе: социокультурные проблемы и перспективы // Педагогический журнал Башкортостана. 2015. № 4 (59). С. 38.

Заключение

В заключение диссертационного исследования «Социальные ориентации и представления студенческой молодежи об информационном обществе» сделаем ряд обобщающих выводов.

В ходе анализа был систематизирован ряд теоретических подходов к изучению институциональных изменений в социально-экономической и образовательной сферах в условиях становления информационного общества. Комплексный характер теоретико-методологической основы исследования был обеспечен за счет объединения положений цивилизационного подхода, теории социального прогнозирования, теории социальных ориентаций и представлений, а также теории социальных изменений. Для преодоления методологической противоречивости выделяются индикаторы трансформационного процесса, которые объединяют многообразные подходы на базе сравнения идеальных моделей развития общества. Ведущим системообразующим индикатором изменений считается информатизация, при этом показателем результативности трансформаций в обществе становятся изменения социальных представлений личности.

В работе выделены типичные для информационного общества изменения, которые позволили обозначить главные особенности происходящих процессов трансформации социальных институтов.

В экономической сфере – это усиление наукоемкости производственной деятельности, направленной на создание «информационно-емкого» продукта труда, товара или услуги, наполненных символическими свойствами, направленных на удовлетворение потребностей, соответствующих символическим ценностям потребителя информационного общества. В условиях преодоления за счет технологического развития проблемы недообеспечения общества ресурсами репродуктивный индустриальный труд теряет ценность, уступая место продуктивному информационному производству. Перевод информации в знаниевый потенциал личности становится новой производительной силой экономики.

В связи с изменением характера и формы труда кардинально меняется социальная структура, включающая в себя «*новых профессионалов*» в оппозиции к «*информационным беднякам*». Движущим моментом становления новой социальной структуры является развитие информационной культуры общества, определяющей способность работника к ведению инновационной деятельности, позволяющей производить и использовать информацию в форме знаний как основополагающего экономического ресурса. Данные процессы качественно меняют характер трансформации всех остальных социальных институтов, сопровождаемой социальными процессами глобализации и сетивизации общества.

В работе более подробно исследован статус работника нового типа – «нового профессионала» – основного элемента усиливающейся информатизации общества. Используя информационные средства производства, «новые профессионалы» образуют новую социальную группу, приобретая черты, не характерные для наемных работников в их классическом понимании, – работников индустриального общества.

В результате исследования выведены особенности «новых профессионалов»: это класс работников продуктивного (творческого) и «информационно-емкого» труда; для них свойственны немассовость и повышение ценности работника, его статуса. «Новый профессионал» сохраняет положение наемного работника, при этом предельно минимизируются негативные следствия данного положения – эксплуатация и отчуждение труда (на основе социальной и экономической значимости труда «нового профессионала» и его «незаменимости», т.е. затратности и сложности замены работника), что фактически сближает его в рамках социальной иерархии с собственниками на средства производства. Ключевыми качественными отличиями компетентностной модели работников нового типа становятся развитая коммуникативная и организаторская компетенции (в том числе способности к самоорганизации и самообучению). Универсальные компетенции этого немассового слоя работников можно системно обозначить как развитую информационную культуру: в структуре личности

преобладают терминальные ориентации, выражена склонность к образованию и самообразованию в течение всей жизни, характерна независимость от массовой культуры и развитая потребительская и коммуникативная компетентности.

Следует особо подчеркнуть, что изменения в социальной структуре в связи с преобразованием класса наемных работников имеют не только положительные, но и негативные моменты. Главным негативным моментом, по нашему мнению, является обострение противоречий между так называемыми «информационными бедняками» и «новыми профессионалами». Формируются предпосылки для становления информационного неравенства.

«Информационные бедняки» – это класс-антагонист, работники репродуктивного труда, не требующего многосложной подготовки и высшего образования. Несмотря на высокие темпы технизации общества и автоматизации производства, информационная экономика сохраняет формы неквалифицированного и рутинного труда, а также тяжелого ручного труда. Выделив в качестве факторов, препятствующих саморазвитию социальной структуры, отсутствие равного доступа к образованию, создание новых источников эксплуатации для необразованной части населения, сохранение доминирования материальных ценностей у некоторых слоев населения, мы объединяем эти факторы через институт образования в целом, высшего в частности. Не имея информационной культуры, «информационные бедняки» лишаются традиционной адаптированности через понижающую социализацию, работник имеет инструментальную ориентацию, отсутствует потребность в образовании и самообразовании, социальная мобильность работника ограничена, статус является преимущественно социально наследуемым, им свойственны высокая манипулируемость и консюмеризм.

В условиях трансформации современного общества институт высшей школы приобретает роль основного фактора социальной дифференциации. Социальный институт высшей школы в информационном обществе приобретает дуальное положение. С одной стороны, он становится основным источником развития, позволяющим раскрыть потенциал работника, соответствуя новым

требованиям информационной экономики. Результатом трансформирования структуры личности под запросы информационной культуры станет сохранение безграничности личностного, а, следовательно, и общественного развития вслед за внедрением ориентации на образование и самообразование в течение всей жизни. С другой стороны, образовательный институт становится и основным источником новых противоречий, способствуя усилению антагонизма между «новыми профессионалами» и «информационными бедняками», различия между которыми обусловлены различными социальными ориентациями. С одной стороны, не способный к саморазвитию инструментальный тип (коррелирует с «информационными бедняками»), обреченный на репродуктивную деятельность и погоню за навязанными символами. С другой стороны, ему противостоит терминальный тип («новые профессионалы»), направленный на постоянное саморазвитие и развивающий окружающее его общество за счет продуктивной деятельности. Новые запросы изменяющегося общества предполагают формирование социального заказа на существенную перестройку образовательной системы с трансляции готовой знаниевой базы в направлении стимулирования творчества студентов.

Изменение запросов к личности и к работнику со стороны формируемого информационного общества и отдельных социальных институтов предполагает повышение актуальности исследования представлений личности о социальных трансформациях, регулируемых социальными ориентациями. Указанные условия, а также необходимость в разработке рекомендаций по оптимизации процесса адаптации и направленной социализации студенческой молодежи как активного субъекта социальных трансформаций в условиях становления информационного общества легли в основу проведенного эмпирического исследования, объектом которого стали студенты ПНИПУ (проводилось в 2 этапа, в 2012 и 2016 гг.).

В социальных представлениях студентов подтверждается переходный характер современного этапа развития, обозначаются ключевые тенденции изменения общества и ключевых социальных институтов. Выявлено ключевое противоречие в представлениях респондентов: с одной

стороны, выражена ориентация на оценку высшей школы как интегральной ценности для представителя информационного общества и как ключевого фактора социально-культурной и социально-профессиональной адаптации, с другой стороны, современная высшая школа рассматривается студентами преимущественно с точки зрения инструментальных и избегательных групп мотивов на фоне общего отчуждения от образовательного процесса.

Информационное общество в представлениях студенческой молодежи – это реверсивное состояние современности, противопоставляющее проблемы современного общества будущему этапу, где решены базовые проблемы и противоречия. При этом шаг различий между представлениями о современном обществе и информационном свидетельствует о необходимости существенных трансформаций.

Противоречивость и фрагментарность эмпирической модели информационного общества в представлениях студентов необходимо интерпретировать как признак недостаточной информированности молодежи о текущих изменениях в обществе и его отдельных социальных институтах. Отмеченная особенность является одновременно и фактором риска, который может сказаться на неопределенности поведенческих моделей в будущем, и фактором развития, который при целенаправленном воздействии можно преобразовать в социальное преимущество, отражающееся в адаптированности личности к социальным изменениям.

В исследовании продемонстрировано влияние типологических различий, основанных на преобладающей социальной ориентации, на социальные представления студентов. По результатам исследования выявлена положительная динамика в уровне выраженности типологических групп, тем не менее текущий уровень сформированности типологических черт является недостаточным для соответствия социальной структуре информационного общества. Инструментальный и инертный типы являются прообразами «информационного бедняка» с преобладанием инструментальной и избегательной ориентаций. Им свойственно потребительское отношение и стремление к минимизации

рисков, слабо выражена ориентация на образование. Терминальный тип – прообраз «нового профессионала» с выраженными терминальными ориентациями: образование – ключевая ценность, стремление к саморазвитию и самообразованию, ориентация на творчество.

Анализируя результаты исследования, можно подвести итог, что гипотеза исследования подтверждена частично. В пространстве современного института высшей школы, на примере отдельного вуза г.Перми, группы инструментального и инертного типов являются преобладающими и равнозначными. Тем не менее все типологические группы характеризуются выраженностью инструментальных ориентаций, пусть и в разной степени, что свидетельствует о сохранении влияния индустриального периода на современную молодежь. Терминальный тип находится на начальном периоде развития.

Ключевым регулятором, оказывающим воздействие на формирование типов личности, а также непосредственно участвующим в процессе восприятия и конструирования социальной реальности личностью, является высшая школа. В данных условиях дееспособность высшей школы в плане обеспечения направленной социализации, формирования должной компетентностной модели личности и развития социальных типов личности – это условие обеспечения результативности и эффективности институциональных изменений в рамках перехода к информационному обществу. Для усиления адаптивности студенческой молодежи к трансформациям в обществе высшей школе требуется:

- при подготовке бакалавров приоритетное внимание уделять выработке универсальных компетенций, которые объединяют ориентации выпускников-профессионалов вне зависимости от специальности;

- усиление модуля гуманитарных дисциплин вследствие необходимости формирования работника-инноватора с развитой коммуникативной компетентностью;

- усиление воспитательного компонента для направленной социализации – развития терминальных ценностей личности.

Список использованной литературы

I Научные монографии, брошюры

1. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев, ред. Е.С. Ивашкина, В.Г. Деткова. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 336 с. – ISBN 5-87065-012-7
2. Актуальные проблемы трансформации высшего образования в макрорегионе / Г.Е. Зборовский, П.А. Амбарова, С.В. Кульпин, В.С. Каташинских, А.К. Ключев, А.А. Кузьминчук, М.В. Певная, Н.В. Шаброва, Е.А. Шуклина. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. – 400 с. – ISBN: 978-5-7741-0334-8
3. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман; пер. с англ. – М.: Весь Мир, 2004.— 188 с. – ISBN 5-7777-0303-8
4. Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман; пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с. – ISBN 5-98704-075-2
5. Бауман, З. Текучая современность / З. Бауман; пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с. – ISBN 978-5-469-00034-1
6. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек; пер. с нем. В. Седельника, Н. Фёдоровой; посл. А. Филиппова. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с. – ISBN 5-89826-059-5
7. Бек, У. Что такое глобализация? / У. Бек; пер. с нем. А. Григорьева и В. Седельника; Общая редакция и послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс-традиция, 2001. – 304с. – ISBN 5-89826-109-5
8. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ. – М.: Academia, 2004. – CLXX, 788 с. – ISBN 5-87444-203-0
9. Бергер, П., Хатггинтон, С. Многоликая глобализация: Культурное разнообразие в современном мире / П.Бергер, С. Хагинтон; пер. с англ.

- В.В. Сапова под ред. М. М. Лебедевой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 379 с. – ISBN 5-7567-0320-9
10. Бжезинский, З. Между двумя веками: роль Америки в эру технотроники / З. Бжезинский; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1972. – 308 с.
 11. Валлерстайн, И. Конец знакомого мира: Социология XXI века / И. Валлерстайн; пер. с англ. под ред. В.И. Иноземцева. – М.: Логос, 2004. – 368 с. – ISBN 5-94010-255-7
 12. Вершинин, М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С. Вершинин. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001 – 253 с. – ISBN 5-7567-0386-1.
 13. Вечерник, И. Трансформация и проблемы чешской социальной политики. // Системные изменения и общественное сознание в странах Восточной Европы: Сб. научн. трудов. / И.Вечерник. – М.: РАН ИНИОН, 2008. – С.87-92.
 14. Вишневский, Ю.Р., Дидковская, Я.В. и др. Проблемы профессионального самоопределения молодежи: анализ ценностных ориентаций и профессиональных стратегий. Информационно-аналитический отчет / Ю.Р. Вишневский, Я.В. Дидковская. – Екатеринбург: УрФУ, 2011. – 167 с. – ISBN 978-5-8295-0082-5
 15. Гавра, Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Д.Гавра. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с. – ISBN 978-5-459-00385-7
 16. Гаврилюк, В.В. Функциональная неграмотность в условиях перехода к информационному обществу / В.В. Гаврилюк, Г.Г. Сорокин, Ш.Ф. Фарахутдинов. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. – 244с. – ISBN 978-5-9961-0063-7
 17. Голенкова, З.Т. Избранные труды / З.Т. Голенкова. – М.: Новый хронограф, 2014. – 343 с. – ISBN 978-5-94881-261-8
 18. Голенкова, З.Т., Игитханян, Е.Д. и др. Новые слои в социальной структуре российского общества // Модернизация социальной структуры российского общества / Отв. ред. З.Т. Голенкова. - М.: Институт социологии РАН, 2008. – С. 97-123. – ISBN 978-5-89697-150-4

19. Горшков, М.К., Ключарев, Г.А. Непрерывное образование в контексте модернизации / М.К. Горшков, Г.А. Ключарев. – М.: Институт социологии РАН, ФГНУ ЦСИ, 2011. – 232 с. – ISBN: 978-5-98201-049-0
20. Гуревич, П.С. Конфигурация могущества. Предисловие научного редактора // Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2003. – 669 с. – ISBN 5-17-004183-7
21. Добренъков, В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии / В.И. Добренъков. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2011. – 565 с. – ISBN 978-5-8291-1347-6
22. Дракер, П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 67-100 – ISBN 5-87444-067-4
23. Егорышев, С.В. Организационное поведение: теория и практика: Монография / Е.Ю. Бикметов, В.Д. Голиков, С.В. Егорышев. – Уфа: Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия (Академия ВЭГУ), 2009. – 416 с. – ISBN 78-5-86865-496-8
24. Зубок, Ю.А., Чупров, В.И., Уильямс, К. Молодежь в обществе риска / Ю.А. Зубок, В.И. Чупров, К. Уильямс. – М.: Юридическое издательство "Норма", 2015. – 230 с. – ISBN: 5-02-006294-4
25. Иноземцев, В.Л. За десять лет: к концепции постэкономического общества / В.Л. Иноземцев. – М.: Академия, 1998. – 576 с. – ISBN 5-87444-077-1
26. Иноземцев, В.Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В.Л. Иноземцев. – М.: Академия, 1998. – 640 с. – ISBN 5-87444-066-6
27. Иноземцев, В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы; учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иноземцев. – М.: Логос, 2000. – 304 с. – ISBN 5-94010-003-1
28. Иудин А.А. Реформа образования и профессиональные стратегии учительства // Социальные инновации в развитии трудовых отношений и занятости в

- XXI веке / под ред. проф. З.Х. Саралиевой. – Н. Новгород: Изд. НИСОЦ, 2014. – С. 522–531. – ISBN 978-5-93116-169-3
29. Кастельс, М. Галактика интернет / М. Кастельс.; пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии Изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с. – ISBN 5-94799-373-2
30. Кастельс, М. Глобальный капитализм и новая экономика: значение для России / М. Кастельс // Постиндустриальный мир и Россия. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. - С. 64-83. - ISBN 5-8360-0188-X.
31. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с. – ISBN 5-7598-0069-8
32. Кастельс, М. Могущество самобытности // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 292-308 – ISBN 5-87444-067-4
33. Кирьякова, А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей / А.В. Кирьякова. – Оренбург: Южный Урал, 1996. – 188 с.–ISBN: 5-85859-025-X
34. Кляйн, Н. NO LOGO. Люди против брэндов / Н. Кляйн. – М.: Добрая книга, 2003. – 624 с. – ISBN 9785981243882.
35. Константиновский, Д.Л. Новая молодежь в новой реальности образования / Д.Л. Константиновский // Образование и наука в России: состояние и потенциал развития. Сборник научных трудов. – М.: Центр социологических исследований, 2016. – С. 106-162. – ISBN 978-5-906001-38-2
36. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов от 23 ноября 1995 г. [Электронный ресурс]. – URL:http://www.sbras.ru/win/laws/russ_kon.htm (дата обращения: 20.03.2016.)
37. Личность в информационно-инновационном обществе / под ред. В.Н. Стегния. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2015. – 448 с. – ISBN 978-5-398-01448-8

38. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Соч. – 2-е изд. – Т. 23 – М.: Гос.изд-во полит.лит-ры, 1960. – 784 с. – ISBN 978-5-699-23766-1
39. Маркс, К. Экономическо-философские рукописи 1844 года // К. Маркс, Ф. Энгельс – Соч. – 2-е изд. – Т.42 – М.: Изд-во МГУ, 1974.– С. 41–174. – ISBN 978-5-8291-1204-2.
40. Маслов, В.И. Инновационный менеджмент в XXI веке: сб. статей / В.И. Маслов. – М.: DirectMedia, 2012. – 101 с. – ISBN 978-5-4460-9395-3
41. Медоуз, Д.Х. Пределы роста: 30 лет спустя / Д.Х. Медоуз, Й. Рандерс, Д.Л. Медоуз; пер. с англ. Е. С. Оганесян; под ред. Н.П. Тарасовой. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 358 с. – ISBN 978-5-9963-0810-1
42. Модернизация социальной структуры российского общества / Отв. ред. З.Т. Голенкова. – М.: Институт социологии РАН, 2008. – 287 с. – ISBN 978-5-89697-150-4
43. Моисеев, Н.Н. Универсум. Информация. Общество / Н.Н.Моисеев. – М.: Устойчивый мир, 2001. – 200 с. – ISBN 5-94702-017-3
44. Мостовая, И.В. Российское общество: социальная стратификация и мобильность / И.В. Мостовая – Ростов-на-Дону, 1995. – 134 с.
45. Найбороденко, Н.М. Прогнозирование и стратегия социального развития России / Н.М. Найбороденко. 2-е изд. – М.: Маркетинг. – 2003. – 352 с. – ISBN 5-94462-307-1
46. Насибуллин, Р.Т., Фазлыев, А.А. Социально-экономическая модернизация в России в контексте социального времени // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. – РИК УГАТУ, 2016. –С. 94-99. – ISBN 978-5-4221-0896-1
47. Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования / Д.Л. Константиновский, М.А. Абрамова, Е.Д. Вознесенская, Г.С. Гончарова, В.Г. Костюк, Е.С. Попова, Г.А. Чередниченко. – М.: ЦСПиМ, 2015. – 231 с. – ISBN: 978-5-906001-05-4

48. О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. – М.: Весь Мир, 2013. – 400 с. – ISBN 978-5-7777-0538-9
49. Оконская, Н.К. Интеллектуальная собственность: социально-философское обоснование / Н.К. Оконская. – Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 1998. – 200 с. – ISBN 5-88151-142-5
50. Паренти, М. Демократия для избранных. Настольная книга о политических играх США / М. Паренти. – М.: Поколение, 2006. – 418 с.– ISBN 5-9763-0016-2
51. Парсонс, Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль: Тексты / под ред. В.И. Добренькова. – М.: Изд. Международного ун-та Бизнеса и Управления, 1996. – С. 478-493 – ISBN 5-89313-001-4
52. Партиципаторный подход в повышении качества жизни населения / под общ. ред. Н.М. Римашевской, Н.Н. Иващенко. – Москва; Нижний Новгород: Издательство Нижегородского госуниверситета, 2013. – 268 с. – ISBN 978-5-91326-280-6
53. Ракитов, А.И. Философия компьютерной революции / А.И. Ракитов. – М.: Политиздат, 1991. – 287 с. – ISBN 5-250-01308-2
54. Россия и мир: взгляд из 2017 года: ежегодный доклад Академии прогнозирования - Российского отделения Международной академии исследований будущего / науч. ред.: А.И. Агеев, И.В. Бестужев-Лада. – М.: Ин-т экон. стратегий, 2007. – 228 с. – ISBN 978-5-93618-137-5
55. Рыхард А. Посткоммунизм: институциональный порядок или хаос? / А. Рыхард // Системные изменения и общественное сознание в странах Восточной Европы: Сб. научн. трудов. – М.: РАН ИНИОН, 2008. – С. 33-37.
56. Социально-политические системы в сравнительном контексте: цивилизации и идентичности [Электронный ресурс] / под ред. А.С. Железнякова и Т.Н. Литвиновой. – М.: Институт социологии РАН, 2013. – 352 с. – URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2938> (дата обращения: 06.06.2016)

57. Социально-экономическое положение России - 2016 г. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_01/Main.htm (дата обращения: 01.04.2017)
58. Стегний, В.Н. Осознание личностью своего социального будущего: монография / В.Н. Стегний. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2013. – 152 с. – ISBN 978-5-88151-724-3
59. Стегний, В.Н. Социальный портрет студенчества в условиях трансформации российского общества / В.Н. Стегний, Л.Н. Курбатова. – Пермь: Изд-во Перм.гос.техн. ун-та, 2009. – 382 с. – ISBN 978-5-398-00241-6
60. Стиглиц, Дж. Глобализация: тревожные тенденции / Дж. Стиглиц. – М.: Мысль, 2003. – 300 с. – ISBN 5-244-01031-X
61. Судас, Л.Г. Социальная теория постмодернизма: исходные постулаты [Электронный ресурс] / Л.Г. Судас // Учебные материалы по курсу социологии. – URL: <http://www.chem.msu.su/rus/teaching/sociology/2.html> (дата обращения: 10.10.2015).
62. Тихонова, Н.Е. Социальная структура России: теории и реальность / Н.Е. Тихонова. – М.: Новый хронограф: Институт социологии РАН, 2014.– 408с. – ISBN 978-5-84881-216-8
63. Тихонова, Н.Е. Социальная стратификация в современной России: опыт эмпирического анализа / Н.Е. Тихонова – М.: Институт социологии РАН, 2007. – 320 с. – ISBN 978-5-89697-130-6
64. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2003. – 669 с. – ISBN 5-17-004183-7
65. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер; пер. с англ. – М., 2004. – 781 с. – ISBN 5-17-011040-5
66. Уткин, А.И. Глобализация: процесс и осмысление / А.И. Уткин. – М.: Логос, 2001. – 254 с. – ISBN 5-94010-113-5
67. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. англ. А. Константинова. – М.: Классика-XXI, 2007. – 421 с. – ISBN 5-89817-086-3

68. Чердниченко, Г.А. Российская молодежь: от образования к труду (на материалах социологических исследований образовательных и профессиональных траекторий) / Г.А. Чердниченко. – СПб.: Издательство РХГА, 2016. – 392 с. – ISBN: 978-5-88812-795-7
69. Чернов, А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А.А. Чернов. – М.: Дашков и К°, 2003. – 232 с. – ISBN 5-94798-251-x
70. Шерега, Ф.Э. Социология образования: прикладные исследования / Ф.Э. Шерега. – М.: Academia, 2001. – 463с. – ISBN 5-87444-028-3
71. Шкаратан, О.И. Социально-профессиональная структура и ее воспроизводство в современной России. Предварительные итоги представительного опроса экономически активного населения России 2006 г. [Электронный ресурс] / О.И. Шкаратан, Г.А. Ястребов. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – 92 с. – URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/05/1216436895/WP7_2007_02.pdf (дата обращения: 03.02.2016)
72. Шкаратан, О.И. Социология неравенства. Теория и реальность / О.И. Шкаратан. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 526 с. – ISBN 978-5-7598-0913-5
73. Штомпка, П. Социология социальных изменений / пер. с англ.; под ред. В.А. Ядова. – М.: Аспект-Пресс, 1996. – 416 с. – ISBN 5-7567-0053-6
74. Якимова, Е.В. Теория социальных представлений в социальной психологии: дискуссии 80-х - 90-х годов: науч.-аналит. обзор / Е.В. Якимова. – М.: ИНИОН РАН, 1996. – 115 с.
75. Grusky, David B. The Past, Present, and Future of Social Inequality / David B. Grusky // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective (Second Edition). – Boulder: Westview Press. – 2001. – P. 3–51. – ISBN 9780813366548
76. Masuda, Y. The Information Society as Postindustrial Society / Y. Masuda. – Wash.: World Future Soc., 1983. – 171 p. – ISBN 0-930242-15-7
77. McLuhan, M. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects / M. McLuhan, Q. Fiore. – N.Y.: Random House, 1967. – 159 P. – ISBN 1584230703

78. McLuhan, M. Understanding media: The Extensions of Man / M. McLuhan. – N.Y., 1967. – 359 P. – ISBN 0262631598

79. Robertson, R. Globalization. Social Theory and Global Culture / R. Robertson. – London: Sage Publications, 1992. – 211 P. – ISBN 1446235882

II Диссертации

80. Батюта, Е.А. Трансформация «человека потребляющего» при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Е.А. Батюта. – Екатеринбург, 2008. – 177 с.

81. Резник, Н.Ю. Вещь в дизайне: анализ социокультурных парадигм: дис. ...канд.филос.наук: 09.00.13 / Н.Ю. Резник. – Пермь, 2008. – 153 с.

III Статьи

82. Адамьянц, Т.З. Человек в информационной среде [Электронный ресурс] // Офиц. сайт ИС РАН, 2008. – URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=1118> (дата обращения: 14.04.2014).

83. Бекарев, А.М., Пак, Г.С. Современное глобальное общество: проблема идентификации / А.М. Бекарев, Г.С. Пак // Socio time / Социальное время. – 2015. – Т. 3. – № 3. – С.9-18.

84. Беляева, Е.В. Нравственные ценности эпохи постмодерна / Е.В. Беляева // Философия и социальные науки. – 2010. – № 1. – С. 60–64.

85. Бестужев-Лада, И.В. Социальные проблемы занятости в России / И.В. Бестужев-Лада // Социологические исследования. – 2002. – № 12.–С. 1-17.

86. Бетто, Ф. Неолиберализм: новая фаза капитализма [Электронный ресурс] // Скепсис. – 2008. – № 5. – URL: <http://saint-juste.narod.ru/freiBetto2.html> (дата обращения 30.12.2015).

87. Бикметов, Е.Ю., Кунгурцева, Г.Ф., Галиханова, Ю.Р. Воспроизводство управленческих кадров в вузе: социокультурные проблемы и перспективы /

- Е.Ю. Бикметов, Г.Ф. Кунгурцева, Ю.Р. Галиханова // Педагогический журнал Башкортостана. – 2015. – № 4 (59). – С. 33-39.
88. Бузгалин, А.В. Социально-экономические противоречия генезиса постиндустриального общества и их теоретическая рефлексия / А.В. Бузгалин // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ. – 2001. – № 3. – С. 72-104.
89. Вершинина, И.А. Информационная безопасность в современном обществе / И.А. Вершинина // Социология. – 2010. – № 4. – С. 4-9.
90. Голенкова, З.Т. Динамика социальной стратификации в России / З.Т. Голенкова // Социологические исследования. – 1998. – № 10. – С. 77-84.
91. Голенкова, З.Т. Новые социальные группы в современных стратификационных системах глобального общества / З.Т. Голенкова, Ю.В. Голиусова // Социологическая наука и социальная практика. – 2013. – № 3. – С. 5–15.
92. Голенкова, З.Т. Основные характеристики социальной динамики наемных работников в России / З.Т. Голенкова, Е.Д. Игитханян // Вестник ВЭГУ. – 2015. – № 1 (75). – С. 23–33.
93. Голенкова, З.Т. Прекариат как новая группа наемных работников / З.Т. Голенкова, Ю.В. Голиусова // Уровень жизни населения регионов России. – 2015. – № 1 (195). – С. 47–57.
94. Голенкова, З.Т. Российский рабочий: социально-политические ориентации / З.Т. Голенкова, Е.Д. Игитханян // Россия реформирующаяся. – 2012. – № 11. – С. 191–201.
95. Голиусова, Ю.В. Избыточное образование в России: социально-экономические последствия / Ю.В. Голиусова, Н.В. Иващенко // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 18. – С. 25–31.
96. Грудзинский, А.О., Захарова, Л.Н., Саралиева, З.М. Технология разработки модели базовых компетенций сотрудников университета в условиях реализации программы повышения конкурентоспособности / А.О. Грудзинский, Л.Н. Захарова, З.М. Саралиева // Университетское управление: практика и анализ. — 2014. — № 1 – С. 24-32.

97. Грудзинский, А.О., Чупрунов, Е.В. Организационные изменения университета для достижения стратегической цели развития / А.О. Грудзинский, Е.В. Чупрунов // Высшее образование в России. – 2016. – №3 (199). – С. 117-123.
98. Дементьев, Б.П. Постиндустриальное общество как новый тип исторического социума / Б.П. Дементьев // Славянские народы в постиндустриальном обществе: культура и образование: матер. IX Междунар. науч. конф. – Пермь, 2006. – С. 9.
99. Дульзон, А. А. Время как основной ресурс работников умственного труда / А.А. Дульзон // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. – № 2. – С. 46–50.
100. Ермаков, М.А. Образование как ключевой фактор социальной дифференциации в информационном обществе / М.А. Ермаков // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2014. – № 3 (24). – С. 14–20.
101. Ермаков, М.А. Студенчество как актор становления информационного общества. Роль высшей школы / М.А. Ермаков // Высшее образование в России. – 2014. – № 11. – С. 105–111.
102. Ермаков, М.А., Стегний, В.Н. Социологический анализ представления студентов об информационном обществе / М.А. Ермаков, В.Н. Стегний // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2016. – № 1. – С. 8–16.
103. Ефлова, М.Ю., Ишкинеева, Ф.Ф., Фурсова, В.В. Социальное самочувствие и ценностные ориентации студенческой молодёжи в контексте социальных изменений / М.Ю. Ефлова, Ф.Ф. Ишкинеева, В.В. Фурсова // Вестник Института социологии. – 2014. – № 3 (10). – С. 34-44.
104. Заславская, Т.И., Шабанова, М.А. Успешные экономические акторы как потенциальная модернизационная общность; инновационный потенциал и проблемы его реализации / Т.И. Заславская, М.А. Шабанова // Общественные науки и современность. – 2012. – №5. – С. 5–24.

105. Зернов, Д.В., Иудин, А.А., Овсянников, А.А. Социальное самочувствие советского и постсоветского студенчества / Д.В.Зернов, А.А. Иудин, А.А. Овсянников // Народонаселение. – 2015. – № 1. – С. 50–68.
106. Зубок, Ю.А., Чупров, В.И. Социокультурный механизм формирования отношения молодежи к образованию / Ю.А. Зубок, В.И. Чупров // Социологические исследования. – 2013. – № 1. – С. 78–90.
107. Зуева, Н.Б. Информационное как постэкономическое / Н.Б. Зуева // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. – Нижний Новгород, 2006. – С. 115–117.
108. Иванов, Д.В. Эволюция концепции глобализации [Электронный ресурс] / Д.В. Иванов // Телескоп. – 2002. – № 5. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/rubezh/msg/16551546.html> (дата обращения 23.12.2013)
109. Ивашиненко, Н.Н., Теодорович, М.Л. Ресурсы применения партисипаторных технологий для повышения социальной защищенности населения России / Н.Н. Ивашиненко, М.Л. Теодорович // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Социальные науки. – 2012. – № 1(25) – С. 35–44.
110. Ильюшина, Э. Глобализация и постмодерное общество / Э.Ильюшина // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – №4. – С. 79–98.
111. Иноземцев, В. Л. Глобализация: иллюзии и реальность / В. Л. Иноземцев // Свободная мысль. – 2000. – № 1. – С. 81–88.
112. Иноземцев, В.Л. Глобализация и неравенство: что – причина, что – следствие? / В.Л. Иноземцев// Россия в глобальной политике. – 2003. – № 1. – С. 158–175.
113. Иноземцев, В.Л. Класс интеллектуалов в постиндустриальном обществе / В.Л. Иноземцев // Социологические исследования. – 2000. – № 6. – С. 67–77.
114. История «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – URL: <http://vhod.cc/vkontakte/story/> (дата обращения: 03.02.2016)
115. Кастельс, М. Россия и сетевое общество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. – 2000. – Т. IX – № 1. – С. 23–51.

116. Колодий, Н.А., Родионова Е.В. Технологии брендинга как способ развития территорий / Н.А. Колодий, Е.В. Родионова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – С. 17–13.
117. Криштапович, Е.А. Социокультурные факторы экономики постиндустриального общества // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. – Н. Новгород, 2006. – С. 108–112.
118. Кунгурцева, Г.Ф., Иванова, А.Д., Шамсутдинова, Д.Ф. Компетентностный подход к формированию профессиональной культуры будущих экономистов / Г.Ф. Кунгурцева, А.Д. Иванова, Д.Ф. Шамсутдинова // Управление экономикой: методы, модели, технологии. Материалы XV Междунар. науч. конф.: в 2 т. – 2015. – С. 212-214.
119. Ланвэн, Б. Эксклюзивное интервью Т. Ершовой / Б. Ланвэн // Информационное общество. – 2010. – № 6. – С. 6–10.
120. Макарова, М.Н. "Конец труда": миф и реальность постиндустриализма [Электронный ресурс] // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8. – № 1. – URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204939/ecsoc_t8_n1.pdf (дата обращения: 04.11.2015).
121. Макарова, М.Н., Ермилов Д.А. Основные характеристики профессиональных ориентаций студентов / М.Н. Макарова, Д.А. Ермилов // Вестник Удмуртского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – № 3-4. – С. 42-50.
122. Маслов, В.И. О всеобщей макдональдизации и способах ее преодоления / В.И. Маслов // Предпринимательство. – 2000. – № 3. – С. 36–51.
123. Мельникова, Н.И. Индекс готовности к сетевому обществу в плену у экспертных показателей / Н.И. Мельникова // Вестник Саратов. гос. техн. ун-та. – 2014. – Т. 2. – № 1 (75). – С. 259–266.
124. Мартин, У.Дж. Информационное общество / У.Дж. Мартин // Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник / АН СССР. ИНИОН. – 1990. – №3. – С.115-123.

125. Моисеев, Н.Н. Информационное общество: возможность и реальность / Н.Н. Моисеев // Информационное общество: сб. статей. – М.: АСТ, 2004. – С. 428–451.
126. Насибуллин, Р.Т., Шарипов, Ф.В. Высшее образование России в лабиринтах инновационного развития / Р.Т. Насибуллин, Ф.В. Шарипов // Высшее образование сегодня. – 2017. – № 9. – С. 7-14.
127. Овсянников, А.А. Новое поколение: долгая дорога в поисках новых идеалов и смыслов жизни / А.А. Овсянников // Социологическая наука и социальная практика. – 2015. – № 1(9).– С. 78–97.
128. Осинковский, А.Г. Социальный аспект использования информационных технологий в информационно-образовательной среде современного вуза / А.Г. Осинковский // Совет ректоров. – 2014. – № 12. – С. 37–42.
129. Осипов, А.М., Матвеева, Н.А. Социология образования в России: «работа над ошибками» в начале XXI века / А.М. Осипов, Н.А. Матвеева // Высшее образование в России. – 2009. – № 9. – С. 36-42.
130. Плотников, В.А. Экономика и человеческое развитие: российские реалии / В.А. Плотников, М.И. Исаев // Экономическое возрождение России. – 2015. – № 1 (43). –С. 128–139.
131. Попов, Л.Л. Информационное общество: проблемы развития, культуры, экологии и права / Л.Л. Попов, Ю.И. Мигачёв // Русский закон. – 2009. – № 4. – С. 824–836.
132. Пронина, Л.А. Современная информационная среда как новая форма бытия человека [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. – 2005. – № 2. – URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/177-the-moderninformation-environment-as-a-new-form-of-human-being.html>
(дата обращения: 02.04.2014).
133. Радаев, В.В. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом Российском Ритэйле [Электронный ресурс] // Экономическая социология. – 2009. – Т. 10. – № 1. – С. 19–56. –

[URL:https://ecsoc.hse.ru/data/2010/12/31/1208211383/New%20Texts_January%202009.pdf](https://ecsoc.hse.ru/data/2010/12/31/1208211383/New%20Texts_January%202009.pdf) (дата обращения: 23.03.2016)

134. Резник, Н.Ю. Идеология гламура и вещный мир постсоветской эпохи / Н.Ю. Резник // Интеграция культурно-информационной деятельности учреждений образования и культуры в работе со студенческой молодежью. Матер. науч.–практич. конф. – Пермь, 2006. – С. 62–66.
135. Резник, Н.Ю. Постиндустриальное общество и материальная культуры России / Н.Ю. Резник // Славянские народы в постиндустриальном обществе: культура и образование: матер. IX Междунар. науч. конф. – Пермь, 2006. – С. 31.
136. Робертсон, Р. Дискурсы глобализации: предварительные размышления / Р. Робертсон, Х. Хондкер // Россия и современный мир. – 2001. – № 1. – С. 215–218.
137. Саралиева, З.Х. Инновационные социальные макро-, мезо-, и микротехнологии / З.Х. Саралиева // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – № 3 (3). – С. 229–234.
138. Сарно А.А. Типы трудовой мотивации и их динамика / А.А. Сарно // Социологические исследования. – 1999. – № 5. – С. 44-45.
139. Скородумова, О.Б. Отечественные подходы к интерпретации информационного общества: постиндустриалистская, синергетическая и постмодернистская парадигмы [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 4. – URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/> (дата обращения: 03.02.2016)
140. Скородумова, О.Б. Трансформации системы образования в условиях перехода к обществу знания / О.Б. Скородумова // Философия отечественного образования: история и современность: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2014. – С. 68–71.

141. Ставцева, Т.И. К вопросу об измерении информационного неравенства регионов / Т.И. Ставцева // Ученые записки Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2. – С. 105–112.
142. Стегний, В.Н. Информационное общество: отношение личности к информации / В.Н. Стегний // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2013. – № 19(46). – С. 7–22.
143. Стегний, В.Н. Информированность студента как показатель его культуры / В.Н. Стегний // Высшее образование в России. – 2013. – № 3. – С. 114–118.
144. Стегний, В.Н. Принятие решений и делегирование полномочий как составляющие эффективного менеджмента / И.Г. Севастьянова, В.Н. Стегний // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. – 2014. – Т. 1. – С. 161–165.
145. Стегний, В.Н. Прогнозирование будущей социальной модели развития России / В.Н. Стегний // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2010. – № 5. – С. 3–13.
146. Стегний, В.Н. Прогностический подход к образованию / В.Н. Стегний // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2011. – № 10. – С. 5–10.
147. Терентьев, А.А. Экономика, школа и система образования в современной России / А.А. Терентьев // Законы экономической сферы общества. 34-й академический симпозиум. – 2006. – С. 181–184.
148. Тимербулатов, З.М. Информационное пространство и социализация личности / З.М. Тимербулатов // Ватандаш. – 2005. – № 7. – С. 172–185.
149. Толкачев, С.А. Постмодерн как мировоззрение перманентного кризиса [Электронный ресурс] // Капитал страны. – URL: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/articles/article/996> (дата обращения: 03.02.2016.)
150. Толокина, Е.Л. Роль и место свободного времени в современной экономике / Е.Л. Толокина, В.В. Демина // Вестник Новосиб. гос. ун-та. Сер. Социально-экономические науки. – 2010. – Т. 10. – № 4. – С. 49–55.

151. Толстоброва, Н.А. Трансформация содержания профессионального образования в информационном обществе / Н.А. Толстоброва // Образование, воспитание, менеджмент качества, инновации. Вестник ПГТИ. – 2008. – № 8. – С. 52–58.
152. Тюрина, В.Ю. Наука, инновация, интеллектуальная собственность – основа перехода к инновационной экономике / В.Ю. Тюрина, А.А. Ипполитова // Инновации. – 2013. – № 9 (179). – С. 66–70.
153. Федотова, В.Г. Меняющийся мир и глобализация / В.Г. Федотова // Знание. Понимание. Умение. – 2004. – № 1. – С. 47–58.
154. Филиппов, Ф.Р. Социология образования / Ф.Р. Филиппов // Социологические исследования. – 1994. – № 8-9. – С.62–70.
155. Чернавин, Ю.А. Управленческо-психологические основания модернизации высшего образования в информационном обществе / Ю.А.Чернавин // Человеческий капитал. – 2014. – № 12 (72). – С. 119–123.
156. Шабанова, М.А. Посткоммунистический трансформационный процесс в России: "механистическая" перспектива анализа / М.А. Шабанова // Социологические исследования. – 2004. – № 1. – С. 142–151.
157. Шкаратан, О.И. Новый средний класс и информационные работники на российском рынке труда / О.И. Шкаратан, С.А. Иняевский, Т.С. Любимова // Общественные науки и современность. – 2008. – № 1. – С. 5–27.
158. Шкаратан, О.И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов / О.И. Шкаратан // Общественные науки и современность. – 2011. – № 1. – С. 5–24.
159. Юрьев, В.М. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы / В.М. Юрьев, М.С. Чванова // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. – 2014. – № 2 (24). – С. 13–24.
160. Reinhardt, Andy. Steve Jobs on Apple's resurgence: «Not a one-man show» [Электронный ресурс] / Andy Reinhardt // «Business Week online». – May 12, 1998–URL:<http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/may1998/nf80512d.htm> (дата обращения: 10.01.2013).

IV Электронные ресурсы

161. «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом "Высшая школа экономики" и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>)».

Приложения

Приложение 1. «Человек информационный»: трансформация социальных ориентаций

Развитие рыночного общества в эпоху расцвета индустриализма породило формирование соответственной модели личности, ориентированной на потребление товаров и услуг – «человека потребляющего». Эти изменения становятся, на наш взгляд, в том числе следствием резкой дифференциации социально-экономической среды наемного работника, когда понижающая социализация становится единственным способом сохранности жизни и здоровья самого работника и членов его семьи. «Главный и наиболее существенный вид неравенства – дифференциация в уровне доходов, появление бедных и богатых слоев. В 2010 году в России – децильное соотношение (коэффициент дифференциации доходов), т. е. минимальные доходы наиболее обеспеченного населения превышают максимальные доходы 10 % наименее обеспеченного в 7,4 раза»¹. К 2016 году уровень социально-экономической дифференциации усиливается, достигая показателя 15,7 раз.²

В свете трансформационных преобразований общества набирает актуальность вопрос, связанный с перспективами изменений личности под влиянием специфических требований информационного общества. Подробнее данные вопросы рассматривались в работах авторов: М.А. Ермакова, Л.Н. Курбатовой, В.Н. Стегния, Е.С. Шайдаровой и др.³.

При оценке специфики авторских подходов было выявлено, что изучение метаморфоз в социокультурной сфере мало кем из исследователей воспринималось как первоочередная задача. Это объяснимо, так как в большинстве магистральных теорий не социокультурная среда, а именно изменения в области производительных сил и форм труда рассматриваются в

¹ Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Российский рабочий: социально-политические ориентации // Россия реформирующаяся. 2012. № 11. С. 195.

² Социально-экономическое положение России - 2016 г. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_01/Main.htm (дата обращения: 01.04.2017)

³ См.: Личность в информационно-инновационном обществе / под ред. В.Н. Стегния. Пермь, 2015. 448 с.

качестве основы и катализатора формационных преобразований. Не преуменьшая значимости данного направления исследований, необходимо отметить, что в основных социальных институтах наблюдаются качественные изменения во внепроизводственной сфере. Фундаментальные трансформации в социальном институте экономики, опосредующие появление «нового профессионала» и повлекшие за собой изменения в социальной структуре, подводят к конечному ориентиру – возникновению типа личности информационного периода развития, что можно обозначить термином «человек информационный». При этом необходимо учитывать формирование специфической роли высшего образования как инструментального компонента социоструктурной организации общества для передачи новых культурных универсалий – социальных ориентаций, характеризующих «человека информационного».

И. Масуда придерживался позиции, что ключевым изменением в личности информационного этапа развития станет трансформация ее системы ценностей, а именно уничтожение ориентации потребителя. На смену характерной ценности для индустриального общества – потребления в информационном обществе, по мнению Масуды, в качестве наиболее характерных выдвигаются «информационные ценности»¹, в частности время. В связи с этим возрастает ценность досуга, а также структура потребления выстраивается вокруг экономии временных затрат и более «эффективного» использования временного ресурса как в быту, так и в производственной сфере.

Эти изменения действительно происходят, но только в ограниченном контингенте страт, состоящих в первую очередь из «новых профессионалов». Сохранится ли «человек потребляющий» в информационном обществе!?

XX век продемонстрировал значительные изменения, происходящие, в частности, в структуре потребления населения стран, находящихся на острие цивилизационного развития. Ставшее нормативным для позднего периода индустриализма общество потребления имеет шансы быть воссозданным и в ценностной структуре общества постиндустриальной стадии развития.

¹ См.: Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc., 1983. P.75

Эволюция взглядов на потребление исходит к периоду античности (Аристотель, Платон), где в качестве нормы воспринимался аскетичный образ жизни, ориентация на минимализм. Таких же принципов придерживалась средневековая традиция: потребление рассматривалось как неизбежная черта сущности человека, но его святой обязанностью было самоограничение, стремление избавиться себя от искушения. Новое время (А. Смит, Т. Гоббс, Дж. Локк) принесло обществу идею «разумного эгоизма» в лице человека, отказывающегося от удовлетворения части своих потребностей. Отныне «человек потребляющий» уже не воспринимался как крайняя степень девиации, вопрос лишь состоял в достижении равновесия между потребностями различных людей в рамках межинституционального взаимодействия. Эпоха индустриализации оказала значительное воздействие на эволюцию системы потребления. Выработанная антитеза «производство-потребление» способствовала формированию установки: спрос определяет предложение. Развитие потребления есть путь к развитию производства и посредством него всего общества. Логика потребления человека эпохи индустриализма меняется от представления об «экономическом человеке» (К. Маркс, М. Вебер), т.е. субъекте, движимом рациональными мотивами, до «человека потребляющего» – личности, из системы ценностей которой изъяты представления о структуре потребления как механизме удовлетворения «нужды». Метаморфозы, трансформирующие систему ценностей потребляющего человека, охарактеризованы абсолютной деформацией первоначальной установки индустриального общества и становлением противоположной: предложение определяет спрос. Стихийное развитие общества, его науки и техники, опирающееся на совершенные механизмы маркетинга и рекламы, создающие и расширяющие структуру потребления, – это и есть рецепт развития общества рубежа XX – XXI веков.

«Потребление задает цели и ориентиры общества, обеспечивая его стабильность и формируя социальную структуру. Человек-потребитель в этом случае – противоречивое соединение рационалистичного субъекта и

манипулируемого объекта социального взаимодействия, «актор» и «фактор» современного общества».¹

Ряд эмпирических исследований приводит к выводу о том, что «формирование очагов общества потребления в России и усвоение соответствующей культуры потребления происходят сейчас, прежде всего, в среде материально благополучного населения, которое не только обладает достаточными экономическими ресурсами для этого, но и имеет соответствующие потребности, формируя опыт использования различных досуговых практик, характеризующих тот или иной образ жизни»². В дальнейшем стандарты потребления встраиваются в практики менее обеспеченных слоев населения, претерпевая определенные трансформации, обедняя и упрощая содержание изначальных поведенческих паттернов. На примере нашей страны эту тенденцию можно отследить следующим образом: «В постсоветской России разработанные и внедренные западными маркетологами ценности «глянцевой культуры» успешно заменили ... идеологию. Интроецирование «западных ценностей» произошло очень быстро в отсутствие даже минимального сопротивления. Изголодавшиеся по красивым вещам и приобретательству жители бывшей советской страны не заметили, как в советском культурном топосе стерлась грань между рекламным продуктом и культурой, скрытая реклама заменила информацию, стремление соответствовать жизни на фотографиях в глянцевых журналах стало смыслом существования»³.

Идеально-типическим результатом подобной модели трансляции потребительства становится формирование общего знаменателя потребительских практик, причем не только сугубо национального уровня, но и наднационального – глобального.

Потребление – это путь к конструированию новой социальной среды, либерального общества, делающего личность «свободной», однако это лишь

¹ Батюта Е.А. Трансформация "человека потребляющего" при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2008. С. 4.

² О чем мечтают россияне: идеал и реальность / под ред. М.К. Горшкова [и др.]. М.: Весь Мир, 2013. С. 232.

³ Резник Н.Ю. Вещь в дизайне: анализ социокультурных парадигм: дис. ...канд. филос. наук. Пермь, 2008. С. 104.

новая иллюзия, лишаящая «человека потребляющего» своего собственного «Я». Через потребление создается специфическая «виртуальная» реальность, куда помещается личность в ее связи со средой – «симулятивная реальность» или «гиперреальность» (по Бодрийару). «Симулятивная реальность» – сфера, где создаются смыслы жизни современного человека, посредством обмена символов осуществляются взаимодействия людей, данная сфера опосредует социальную структуру общества, создает виртуальный образ статуса личности.

Виртуализация социальной коммуникации набирает темпы. Так, к примеру, «в сфере выбора университета для получения образования важным инструментом для выбора становятся ИСТ (информационные коммуникационные технологии). Они играют важную роль в борьбе с исторической и почти естественной информационной асимметрией... Как дестинацию выбирают с учетом всего многообразия предложений, так и будущее место учебы, вуз выбирают, опираясь на информацию о полноте предложений и персонализацию в оказании услуг. Решение и выбор осуществляются очень быстро, если инструменты презентации многообразия предложений доступны и просты в использовании»¹, что обеспечивает интернет. Благодаря глобализации и созданию каналов массовой коммуникации «симулятивная реальность» становится общезначимой, делая человека «одномерным» и излишне подверженным манипуляции (Г. Маркузе, М. Маклюэн, Ю. Хабермас и др.). Психологической особенностью современного «человека потребляющего» и в то же время основной проблемой – следствием процессов виртуализации является преобладание символического контекста, виртуализация личности, ее переход в киберпространство. Символическая культура постиндустриального общества обладает качеством фрагментарности, что можно раскрыть посредством трех характерных особенностей: мозаичность, серийность, дискретность. Данные характеристики преимущественно продуцируются посредством СМИ (телевидение и интернет в частности). Нет таких экономических, социальных, производственных и других

¹ Колодий Н.А., Родионова Е.В. Технологии брендинга как способ развития территорий // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. С. 1713.

процессов, характерных для периода расцвета информатизации, в которых СМИ не становились проводниками общественного мнения.

Учитывая характеристики «симулятивной реальности» как глобальной и всеобъемлющей, возникает необходимость рассмотреть позицию личности в обществе будущего. Тот самый дискурс, который становится определяющим в создании виртуальной реальности нового общества, – это и путь к массовому обществу, личности, неотделимой от тех символов, которые транслируются извне. Способна ли личность избавиться от предопределяющих ее поведение символов, которые поступают со стороны общества? Иными словами, может ли представитель постиндустриального общества считать себя самостоятельным / независимым!? «В массовом обществе потребление реабилитируется экономистами и признается важнейшей стороной жизни, но оно подчиняется законам «рыночной стихии» и порождает несамостоятельного, нерационального потребителя-обывателя, утрачивающего свойства свободного субъекта и служащего объектом манипулирования для рыночных сил»¹.

Потреблять – не значит приобрести товар с определенным набором характеристик, это значит приобрести символ, характеризующий принадлежность к тому или иному стилю потребления. Ключевым звеном в деятельности экономического института является создание продукта не столько инновационного в плане технической начинки, сколько в плане расширения (развития) определенных *потребительских стандартов*. Таким образом, свойства продукта – это виртуальное (символическое) значение, зачастую имеющее лишь иллюзорную связь с объективной полезностью данного продукта. Крайне затруднительно представить, какую роль современная продукция играла бы для представителей другой культуры, а тем более при вынесении за рамки социума вообще: «этот ‘предмет’ [автомобиль] имеет выдающийся дизайн» (Повозка, Российская империя XVI век.); «данная ‘деталь’ [костюм] как нельзя лучше подчеркивает вашу индивидуальность (ваш стиль)»

¹ Батюта Е.А. Трансформация "человека потребляющего" при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург. 2008. С. 6.

(Тога, Римская империя I век д.н.э.). Для реальности эпохи консьюмеризма значимым становится «не потребительная стоимость товара, а тот фетиш, которым он обладает. Товар покупается за ту ауру, которая его окружает и кажется способной повысить статус его обладателя. Так, уже не считается человеком тот, кто видит ценность товара в его прямом предназначении, например, чтобы использовать ткань как рубашку; наоборот, этикетка рубашки «маркирует» своего обладателя так же, как роскошный автомобиль служит платформой для социального вознесения своего владельца. Человека начинают воспринимать по украшающим его вещам»¹. В итоге индустрия постиндустриального общества обрастает множеством типических моделей потребления, рассчитанных на целевые аудитории, в рамках которых личности-потребители стремятся развивать собственную «индивидуальность».

Важную роль в создании этих потребительских мифов играют представители «новых профессионалов», чья деятельность, рассматриваемая под этим углом, оказывается двойственной. Она увеличивает противоречия между социальными стратами. «Информационные бедняки» становятся заложниками создателей новых мифов и в политике, и в моде, и в индустрии потребления в целом; прогресс и регресс экономики и социальных институтов теряют прежнюю определенность. Привычные границы между элитарной и массовой культурами стираются, образуется разветвленная схема типизированных моделей потребления. Шаблоны потребительских моделей различаются по субъекту-носителю: территориальные, этнические, профессиональные, демографические, субкультурные и пр. При этом такие факторы, как принадлежность к классу или национальности (мы рассматриваем национальность как государственно-юридический статус субъекта), особо значимые для индустриального периода, более не играют роли в процессе структурирования общества, а следовательно, и не влияют на появление специфических потребительских практик. Также в результате нарастания

¹ Бетто Ф. Неолиберализм: новая фаза капитализма // Скепсис. 2008. №5. URL: <http://saint-juste.narod.ru/freiBetto2.html> (дата обращения: 30.12.2015.)

глобалистических тенденций происходит постепенное снижение актуальности территориального и этнического факторов. Различия между моделями поведения (а также потребления) жителей города и села постепенно исчезают; аналогичные процессы происходят и с этническими культурами, они оказываются ассимилированными глобальной культурой массового общества.

Современный «человек потребляющий» – существо беспокойное, лишенное ориентира на стабильность. Наоборот, ориентация на изменчивость, мобильность позволяют ему адаптироваться к постоянным переменам в окружающей его жизни, к развитию общества в виде обновления технологий, наконец, к изменяющимся стандартам потребления. Данная ценностная ориентация субъекта становится неременным условием функционирования общества потребления. Становление отмеченных потребительских практик в литературе принято ассоциировать с наступлением так называемой эпохой постмодерна¹.

Тем временем специфика существования «человека потребляющего» скрывает в себе мощный конфликтоген. В социальном контексте смешение границ в обществе выражается опасностью увеличения доли прекариата. Уточним, что по современным исследованиям «прекарии – представители неформального наемного труда, подвергающиеся депривации (отсутствие самостоятельного выбора и неформальный характер занятости). Их социальная полиидентичность: неформально занятые, ошибочно причисляющие себя к “среднему классу”, но обладающие статусной неопределенностью»².

Личность потребителя, поглощенная «симулятивной реальностью», теряет связь с окружающей потребителя социальной средой (для личности она заменяется ее виртуальным отражением). Под влиянием тенденции современной культуры в представлении личности закрепляется главенствующая ориентация на

¹ См.: Добреньков В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2011. С. 387-399; Судас Л.Г. Социальная теория постмодернизма: исходные постулаты [Электронный ресурс] // Учебные материалы по курсу социологии. URL: <http://www.chem.msu.ru/rus/teaching/sociology/2.html> (дата обращения: 10.10.2015.); Беляева Е.В. Нравственные ценности эпохи постмодерна // Философия и социальные науки. 2010. №1 С. 60-64; Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. 390 с.; Ильюшина Э. Глобализация и постмодерное общество // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. №4. С. 79–98.

² Голенкова З.Т., Голиусова Ю.В. Прекариат как новая группа наемных работников // Уровень жизни населения регионов России. 2015. № 1 (195). С. 47.

индивидуализм, становление и развитие собственного «Я». Однако внутри самой личности понятие собственного «Я» приобретает иллюзорное значение. Смысл целей и жизненных ориентиров, являющихся для потребителя производными от его индивидуальности, в действительности имеют строго ограниченные источники происхождения – все ту же массовую культуру. В результате, чем больше проявляется стремление личности выделиться из массы «обывателей», продемонстрировать собственную «непохожесть», тем более нормативными и обычными считаются для самой массовой культуры её действия, возводя данную личность в ряды массовых потребителей. Подмена понятий заставляет актора эпохи потребления действовать, редко отдавая себе отчет в истинных причинах собственной мотивации.

Анализ текущих трендов развития культуры позволяет сделать вывод, что совершенствование и развитие средств массовой коммуникации вкупе с сопутствующими глобалистическими тенденциями – это путь к формированию действительно массовой культуры, содержащей унифицированный набор ценностей и норм. В данном контексте значительно возрастает продуктивность целенаправленной регуляции культуры.

Характеристика статуса трансформируется до неузнаваемости: статус «человека потребляющего» низводится к совокупности символов, которые он приобретает в процессе потребления. Процесс идентификации – процедура соотнесения себя с группой на основе сопоставления символов, которыми он располагает. Ориентиром (путем) для изменения (модернизации) идентичности является потребление готовых символов новой идентичности через вещи (новая одежда, телефон, машина – новый «Я»). Желание приобрести тот или иной предмет в сознании индивида подменяет неосознаваемую потребность обладания каким-либо качеством, свойством, иначе говоря, какой-либо символической ценностью. Физические свойства и характеристики товара становятся малозначительными в сравнении с теми значениями, образами, что он подразумевает (символизирует) в общественном сознании. Товаропроизводящая экономика трансформируется в экономику по производству символов.

Для потребителя символического контента стерта грань между реальностью и виртуальностью, точнее, виртуальность заполняет (заменяет) собой социальную реальность. «Выполняя роль социальной панацеи ... общества потребления, при реальной ситуации отсутствия обеспеченного среднего класса и наличии бинарной оппозиции – «новых богатых» и «новых бедных», ...хотя бы виртуально... гламур заставляет людей, имеющих средства, превращаться в подобие рекламных картинок, а не имеющих необходимых средств – заниматься «визуальным потреблением»: «Езжайте на Канары, а если денег нет – читайте, как туда едут другие»¹. Интегральной ценностью для потребляющей личности становится производство определенных символьных конструктов, встраивающих её в стандарты потребления, транслируемые обществом. Вокруг данной цели личность выстраивает систему мотивации, для достижения которой аккумулируется энергия, направляющая активность субъекта.

Потребитель сознательно манипулирует символическими значениями товаров, моделируя, а затем и конструируя некий образ-символ собственной личности, рассчитывая на определенное восприятие со стороны «других». «Этот амбициозный подход делает бренд центром внимания ..., главным событием»². Так, компании «Джордан» и «Nike» являются «символами новой парадигмы, где устранены всяческие барьеры между брендингом и культурой, где не охваченному маркетингом пространству вообще нет места»³. С другой стороны, несмотря на то, что современный потребитель является активным манипулятором (актором) символическими значениями товаров, мотивация его поступков является следствием попытки вписать себя в идентичность, навязанную ему извне. Таким образом, современный «человек потребляющий» характеризуется субъект-объектным положением в социальном институте экономики.

¹ Резник Н.Ю. Идеология гламура и вещный мир постсоветской эпохи // Интеграция культурно-информационной деятельности учреждений образования и культуры в работе со студенческой молодежью. Пермь, 2006 С. 65.

² Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брэндов. М.: Хорошая книга, 2003. С. 57.

³ Там же, с. 92

Естественным результатом тенденций изменения личности является появление общесоциальной потребности в выработке потребительской компетентности. Оценка данной компетентности носит двоякий характер:

– с одной стороны, это способность расчетливо действовать в условиях свободного рынка, потреблять товары и услуги, исходя из рациональной оценки их полезности для актора в соотношении со стоимостным измерением. В таком контексте содержательный смысл компетентности максимально близко приближается к понятию «потребительская грамотность»;

– с другой стороны, потребительскую компетентность можно рассматривать как умение оперировать символическими конструкциями для создания определенного представления о себе в социальном пространстве. Другими словами, речь идет о способности рационально решать потребительские задачи и удовлетворять потребности в рамках «симулятивной реальности». «Как сформировать наилучшее представление о себе среди коллег/одногоруппников/одноклассников?», «как произвести впечатление на девушку/молодого человека?», «какую субкультурную среду выбрать для развития и совершенствования собственного статуса?». Назовем эти навыки «коммуникативной грамотностью», которая очень важна для реализации компетентности потребителя.

Итогом личностной трансформации является достаточно парадоксальная модель, своеобразный оксюморон: в ней объединяются свойства «экономического человека» – умелого, рационального и расчетливого, и в то же время «человека потребляющего», которым движет рынок через его стремление обладать. Синтетическая модель личности переходного периода представляет собой рационального потребителя, чья мотивация, побуждающая к активности, является производной от символического наполнения, производимого массовой культурой (причем самой личностью это зачастую никак не осознается).

Очерченные закономерности преимущественно характеризуют переходный период, в рамках которого лишь выстраивается «новая культура», непосредственно присущая информационному обществу. Что же касается оценки перспективной модели личности информационного этапа, её характерной

особенностью, как мы предполагаем, должно быть противоречие, заключающееся в противопоставлении двух поведенческих практик, двух типов личности. Первый тип, представленный в атавистическом наследии индустриального периода, включенный в «потребительскую культуру», и прямо противоположный второй, продукт «информационной культуры». Причем необходимо отметить, что принципиальное значение в плане реализации очерченных прогнозов имеет институт высшего образования, который играет роль условной точки бифуркации.

Стоит отметить, что существуют объективные предпосылки к выстраиванию модели всеобщего высшего образования для личности позднего информационного общества. Подобная модель может быть рассмотрена как новая форма утопии, так как в её рамках снимается социоструктурный антагонизм, являющийся основным источником конфликтов. Однако усложнение требований к личности развитого информационного этапа предполагает замену одних противоречий на другие. В очаге главных новых требований к личности находится общекультурная коммуникативная компетентность, а также ориентация на постоянное развитие (самообразование на всю жизнь). При подобном сценарии очевидны последствия в виде исчезновения противоречия между слоями, стратами и активизация точечных противоречий. Ввиду всеобщности образования, превращающего самого работника («нового профессионала») в самое совершенное средство производства, саморазвивающееся и не имеющее объективных преград к расширению границ полезности, каждое рабочее место (каждый творческий работник) представляет собой ценность для всего общества. Такой работник ввиду инновационности и творческого характера его труда становится наиболее весомой составляющей стоимости производимого продукта, что в то же время снимает с него напряженность, вызванную отчуждением труда, избавляя от тяготеющего давления со стороны социума или отдельных социальных институтов. Итогом является гармонизация (гомогенизация) социальной структуры. Помимо всего прочего, информационно развитый работник, «новый профессионал» избавляется от зависимостей, свойственных

«человеку потребляющему»: развитость коммуникативной компетентности позволяет личности адекватно оценивать коммуникативные свойства продукта, не подменяя реальную полезность продукта иллюзорной, символической полезностью, навязываемой производителем. Эксплуатация уменьшается, так как не остается рычагов манипулирования данной группой при межклассовом взаимодействии.

Однако в то же время на пути к модели всеобщего высшего образования существует основное противоречие: целенаправленная самоизолированность от ожидаемой ориентации на саморазвитие (самообразование) части населения. Отказ происходит в пользу нацеленности на инструментальную направленность, т.е. образование (в нашем случае высшее) – это путь к удовлетворению ряда потребностей. Подобный сценарий предполагает минимизацию собственных усилий в плане саморазвития и, как следствие, попадание в зависимость от бесконечно развивающейся информационной составляющей бизнеса (новую форму отчуждения, «закабаление»). Личность становится бездумным потребителем, лишенным критичности в плане оценки тех практик и стандартов поведения, которые транслируются извне. Потенциал личности в данном раскладе постоянно снижается ввиду больших темпов развития общества, где требования к личности имеют перманентную направленность на усложнение, как результат – попадание в категорию «информационных бедняков». Ориентация на инструментальную направленность личности, т.е. стремление к удовлетворению сиюминутных потребностей, страстное стремление к гедонизму – путь к увеличению разрыва между социальными слоями (в сравнении с творческой работой «новых профессионалов»). «Информационный бедняк» не имеет возможности накапливать опыт, ему сложно оценить реальное положение вещей, так как его основной целью является потребление брендов, трендов (стандартов поведения), диктуемых массовой культурой. Статусное положение «информационных бедняков» имеет тенденцию к снижению вплоть до ситуации, когда личность больше будет не в состоянии образовываться (развиваться). Это делает людей зависимыми от информационной продукции

(оценка объективной стоимости продукта для них затруднена ввиду невысокого интеллектуального развития), в цене которой могут быть скрыты сверхприбыли производителя (искусственное взвинчивание цены). Погоня за товарами, неоправданно дорогими, в совокупности с невысоким имущественным цензом заставляет таких работников трудиться всю жизнь, лишь покрывая навязанные искусственно потребности. Что касается статуса, то и дети работников воспроизводят низкий статус родителей ввиду передачи культурной ориентации на отказ от самообразования, передачи по наследству деструктивных потребительских установок и отсутствия материальных ресурсов на образование, что затрудняет возможности вертикальной мобильности для потомков слоя «новых бедняков. Таким образом, для информационного общества явление передачи статуса по наследству характерно в значительно большей степени, чем для индустриального.

В итоге «информационный бедняк» приобретает закабаленное положение, лишая себя пути к саморазвитию, попадая под все более сложные и изощренные механизмы принуждения, обрекающие его на «рабский труд». Система экономического принуждения работника к труду, которую описывал К.Маркс, в ходе развития постиндустриального общества не прекращает свое действие. «По мере развития... разделения труда, с одной стороны, и накопления капиталов, с другой, рабочий все в большей степени попадает в полную зависимость от работы, и притом от определенной, весьма односторонней, машинообразной работы. Наряду с духовным и физическим принижением его до роли машины, с превращением человека в абстрактную деятельность и в желудок он попадает все в большую и большую зависимость от всех колебаний рыночной цены, от применения капиталов и прихоти богачей»¹. Механизмы принуждения к работе становятся более изощренными, полностью перейдя из области физического стимулирования в информационное поле.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Экономическо-философские рукописи 1844 года // Соч. 2-е изд. Т. 42. М., 1974. С. 50.

Необходимыми переходными моментами к высшему образованию являются показатели уровня грамотности взрослого населения и так называемого «третичного образования».

«Показатель «Уровень грамотности взрослых». Тут мы опережаем все страны-лидеры – незначительно, но опережаем. Доля грамотных взрослых людей в России составляет 99,5 %. Для подавляющего большинства стран-лидеров значение этого показателя составляет 99 %, меньше оно только у двух стран: Сингапур (94,5 %) и Тайвань (97,8 %). Также необходимо отметить, что Россию по этому показателю опережают бывшие республики Советского Союза и страны Восточной Европы: Эстония (99,8 %); Латвия (99,8 %); Грузия (99,7 %); Казахстан (99,7 %); Литва (99,7 %); Словения (99,7 %); Таджикистан (99,7 %); Украина (99,7 %). Одинаковый показатель с Россией имеют Азербайджан, Армения и Польша. По этому показателю России совершенствоваться фактически невозможно»¹.

«Показатель “Валовый показатель охвата третичным образованием”. Третичное образование включает ступени 5B (обучение в учреждениях среднего профессионального образования на базе полной школы), 5A (обучение в высших учебных заведениях) и 6 (обучение в аспирантуре и докторантуре)... Значение показателя для России составляет 77,2 %, что обеспечивает 20-е место в общем рейтинге. Среднее значение для стран-лидеров составляет 64,7 %, медианное значение 66,6 %, наименьшее значение – 10 % (Люксембург), наибольшее значение – 98,1 % (Корея). Охват третичным образованием в России превышает среднее значение стран-лидеров, но уступает 6 странам (Новая Зеландия, Дания, США, Тайвань, Финляндия, Корея). Потенциал информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в российском образовании не задействован полностью, несмотря на многочисленные разрозненные успехи на этом поприще. Пределы роста использования ИКТ в образовании находятся на дальнем горизонте, и проектная деятельность может

¹ Мельникова Н.И. Индекс готовности к сетевому обществу в плену у экспертных показателей //Вестник Саратов. гос. тех. ун-та. 2014. Т. 2. № 1 (75). С. 262,263.

способствовать охвату третичным образованием в России значительно большего количества людей, снимая тем самым социокультурные барьеры на пути модернизации национальной молодежной политики. Таким образом, улучшение значения данного показателя может быть обусловлено проектной деятельностью в области ИКТ и, прежде всего, на основе продуктивного использования этих технологий непосредственно в образовании»¹.

Другой немаловажной составляющей в роли социального института высшей школы как агента социализации является формирование продуктивной системы ценностей, позволяющей избежать гегемонии потребительских практик.

Показательным с данной точки зрения является среднестатистическое разделение студентов высших учебных заведений на противоположные типологические модели. С одной стороны, личности, в чьей системе ценностей (в том числе и по отношению к образованию) преобладает инструментальная, т.е. потребительская ориентация; с другой стороны, личности, у которых прослеживается доминирование терминальной ориентации, рассматривающие образование как самоцель. При подобном ракурсе исследования становится наглядным зачаточное разделение, характерное для информационного общества: на «информационных бедняков» и «новых профессионалов» соответственно. Первый тип рассматривает образование как инструментальную потребность, некий тренд-символ, встраивающийся в сиюминутный стандарт потребления. Результатом данной ориентации является низкая продуктивность образовательного процесса, так как личность стремится минимизировать издержки на пути к достижению своей символической цели. Потребительские установки лишь усиливаются, также повышается управляемость объекта, когда личность преимущественно реагирует на запросы, транслируемые извне. Диаметально противоположный второй тип личности – это рациональная нацеленность на образование как процесс самосовершенствования и саморазвития. Пролонгация подобной ориентации позволяет сконструировать

¹ Мельникова Н.И. Индекс готовности к сетевому обществу в плену у экспертных показателей //Вестник Саратов. гос. тех. ун-та. 2014. Т. 2. № 1 (75). С. 262.

динамичный личностный портрет, обладающий высоким потенциалом адаптивности и саморегуляции, что проявляется в выработке интегральной личностной ценности – стремления к самообразованию на протяжении всей жизни. Более того, творчество, являясь неотъемлемым атрибутом терминальной ориентации личности, – это путь к инновационной деятельности, расширяющей грани социальной реальности, совершенствующей общество или отдельные его практики. Также необходимо отметить, что данный тип личности приобретает независимость от воздействия со стороны социума, выходя в надклассовую плоскость.

Таким образом, два типа личности, выведенные из преобладающих ценностных ориентаций, – это два противоположных полюса. С одной стороны, не способный к саморазвитию инструментальный тип, обреченный на репродуктивную деятельность и погоню за навязанными символами, и, с другой стороны, терминальный тип, направленный на постоянное саморазвитие и развивающий окружающее его общество за счет продуктивной деятельности. Подчеркнем, что именно терминальный тип способен приобретать автономность от внешнего отчуждающего воздействия.

К примеру, единым свойством для личности информационного общества является ее публичность. Взамен современного понимания «публичной личности» как некоего представителя элиты (будь то деятель шоу-бизнеса, политики или спорта, к чьей жизни приковано повышенное внимание) данным свойством оказывается наделен каждый представитель «новых профессионалов». Именно публичность формирует так называемый «индекс готовности к сетевому обществу» (Network Readiness Index: NRI), данные которого публикуются с 2001 года в документах «The Global Information Technology Report» в рамках всемирных экономических форумов. Основной целью применения индекса NRI являются оценка и надежная научная интерпретация состояния и перспектив использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в глобальном масштабе. «За годы подсчета индекса NRI в число двадцатки лидеров входили 25 стран. Постоянными лидерами являются: Австралия; Великобритания;

Германия; Гонконг; Дания; Исландия; Канада; Нидерланды; Норвегия; Сингапур; США; Тайвань; Финляндия; Швейцария; Швеция. Кроме них в числе лидеров в разные годы были: Япония – 8 раз; Корея – 7 раз; Австрия – 6 раз; Израиль и Франция – 5 раз; Ирландия, Эстония и Люксембург – 3 раза; Новая Зеландия – 2 раза; Бельгия – 1 раз»¹. «Отметим, что по показателю ... «В какой степени бизнес и университеты сотрудничают в области научных исследований и разработок (НИОКР) в стране?» Россия получила экспертную оценку 3,56 (среднее значение по всем странам равно 3,71) и заняла по этому показателю 61-е место – вслед за султанатом Бруней»².

Данное противоречие оказывается значимым в период ускоренного развития информатизации общества, так как лишь часть обучающихся, способная уловить не только новые навыки, но и новые ценности, может вывести культуру страны, региона к преодолению культурного шока: «Хотя обычно под термином «культурный шок» рассматриваются проблемы личности, оказавшейся внутри незнакомой ей цивилизации..., данный термин будет уместен при описании состояния личности, оказавшейся в условиях информационного общества. Информационная культура столь же чужда неподготовленному к ней человеку, сколько современная культура чужда гипотетическому пигмею... Носитель информационной культуры свободно ориентируется в информационной среде: овладевает средствами, методами и технологией работы, быстро воспринимает большие объемы информации и т.д. Не овладев данными компетенциями, личность рискует, вследствие реакции, ... оказаться в своеобразном гетто маргинальной культуры и социальной группы»³.

При оценке вопроса о возможности построения модели всеобщего высшего образования и влиянии высшей школы на социальную структуру информационного общества невозможно не учитывать дополнительный фактор – влияние со стороны бизнес-структур. Экономически активные акторы

¹ Мельникова Н.И. Индекс готовности к сетевому обществу в плену у экспертных показателей // Вестник Саратов. гос. техн. ун-та. 2014. Т. 2. № 1 (75). С. 260.

² Там же, с. 260-261

³ Осинковский А.Г. Социальный аспект использования информационных технологий в информационно-образовательной среде современного вуза // Совет ректоров. 2014. № 12. С. 39-40.

заинтересованы в развитии информационной составляющей в продукции, т.е. ориентированы на возрастание наукоемкости производства, расширение границ информатизации. Одновременно с этим отдельные группы бизнеса не заинтересованы в развитии потребителя, так как нацелены на возможность манипуляции со стоимостью товара (если потребитель не компетентен). «Человеческое и социально-экономическое развитие объединены системой прямых и обратных связей... По итогам 2012 года Россия в отчете по «Сводному индексу человеческого развития» (Human Development Index) занимала 55-е место в мире, пропустив вперед не только традиционно лидирующие страны: Норвегию, Австралию, Нидерланды, Соединенные Штаты Америки, Германию и другие высокоразвитые страны, но и страны, экономики которых в недалеком прошлом классифицировались как «переходные»: Словению, Чехию, Эстонию, Словакию, Польшу и др. В связи с этим перед нашей страной стоит задача «догоняющего развития» в области человеческого потенциала, точнее, восстановления высоких позиций, которыми характеризовалась социально-экономическая система Советского Союза. Главной целью человеческого развития является создание условий для долгой, здоровой и творческой жизни людей. С позиций такого подхода именно человеческое развитие (а не экономический рост) должно приниматься во внимание при оценке успешности или неуспешности государственной политики»¹.

Результатом противоречивого лоббирования бизнесом своих интересов является блокирование ориентации на всеобщее высшее образование. Напротив, очевидна тенденция к стимулированию сегментации, разделению работников на 2 типа: на профессиональных творческих работников («новых профессионалов»), ориентированных на саморазвитие, и на «информационных бедняков». Второй тип – потребители информации, занятые рутинной деятельностью (классический тип наемного работника по Марксу), обеспечены по минимальному

¹ Плотников В.А., Исаев М.И. Экономика и человеческое развитие: российские реалии //Экономическое возрождение России. 2015. № 1 (43). С. 128.

уровню, покрывающему потребности, продиктованные требованиями социума (мода, дорогостоящая высокотехнологическая техника, бренды и т.д.).

Обобщим вышеперечисленные тенденции сохранения информационного рабства в обществе, прогрессирующем на основе интеллектуальной собственности работника: пока существует труд низкостатусный, общество будет заинтересовано в навязывании отдельным работникам ложной информации в области потребностей, в создании модели нового «человека потребляющего». Информационное неравенство информационного общества повторяет в превращенной форме институт рабства в античности. «Недопуск» к умственному труду осуществляется в основном за счет уничтожения потребности в нем у достаточно весомой части населения. «Развитие сетевых технологий создает условия манипуляции сознанием людей. По природе люди внушаемы и поддаются целенаправленному психологическому воздействию на уровне подсознания. Эту особенность используют в управлении большим количеством людей, создавая иллюзии, скрытно лишая свободы выбора, изменяя мнение, побуждая людей в нужном (некоторой группе) направлении»¹.

Если ориентации, которые человек осознает в качестве значимых, соответствуют отсталым, изжившим себя периодам развития (индустриальный – в нашем варианте исследования), то человек не может быть заинтересован в саморазвитии выше наличного уровня запроса на его рабочую силу. «Доступность информации снижает мотивацию к созданию новых знаний, к развитию новых способов познания. Отторжение знания из-за увеличения его объемов говорит о неподготовленности внутренних личностных структур к увеличению нагрузок, что проявляется в отсутствии навыков оценки качества, объема и глубины получаемой информации, приводящим к возрастанию социального неравенства»².

Причиной данной закономерности является погружение каждой личности в единое глобальное информационное пространство, лишенное всякого рода

¹ Юрьев В.М., Чванова М.С. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы// Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2014. № 2 (24). С. 20.

² Там же

естественных ограничений. Бурное развитие сферы массовой коммуникации (СМК) – это своеобразный индикатор, символ перестроения роли личности от реципиента, на которого направлено воздействие СМИ в индустриальный период, к полноценному субъекту, активно включающемуся во взаимодействие посредством СМК в информационном обществе. «Человек на конвейерном производстве боится увольнения – он замкнут на это производство. Человек новой экономики в обществе знаний сам является **средством производства**, и за него идет борьба. Можно привести множество примеров, когда людей удерживают на работе не только высокой зарплатой, а созданием хороших условий для труда и отдыха¹. Неотвратимым требованием информационной эпохи для каждой личности является развитие коммуникативной компетенции. Коммуникативная составляющая окружает личность повсюду: от транслируемых социальных норм и моделей поведения и вплоть до символических компонентов товаров и услуг. Реальностью для личности информационной эпохи становится глобальная гиперреальность, в которую она (личность) стремится встроить свою собственную символическую реальность. Примерами проявления подобной сонастройки могут служить:

выработка определенных поведенческих предпочтений: выбор образовательного учреждения и уровня образования, выбор занятия спортом или других форм хобби, избрание сферы трудовой деятельности и т.д.;

проведение самопрезентации, что включает моделирование определенного образа-представления для окружающих: потребляемые товары и услуги, социальное окружение (друзья, коллеги, семья), а также разделяемые ценности, жизненные цели, ориентиры и т.п.

В результате личность постоянно соизмеряет собственные представления с типическими для окружающей ее культуры, а также, занимаясь безостановочной самопрезентацией, вбрасывает в информационное пространство информацию о себе. В данном случае это не просто искусственно смоделированный образ-

¹ Юрьев В.М., Чванова М.С. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы// Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2014. № 2 (24). С. 17.

символ личности; социальные представления становятся частью реальности, встраиваемыми деятельной активностью личности. Имеющиеся в информационном пространстве данные моделируют практически целостный портрет каждой личности информационного периода: история жизни, достижения, предпочтения и увлечения, а также идеалы – все это находится в открытом доступе. Следовательно «человеку информационному» необходимо не только выработать способность оперировать данным контентом, но также иметь возможность ориентироваться в окружающих его потоках информации, в частности, собирать данные о других личностях, группах и социальных институтах, встраивая их в собственные практики, а также защищаться от возможных рисков. Самые вероятные риски для личности информационной эпохи – это обнародование скрытой или персональной информации либо информации компрометирующего толка: место жительства или другая контактная информация, религиозные и политические предпочтения (в случае, если эти данные не обнародуются намеренно самой личностью); экономические сведения: источники и размер доходов, номера счетов, перечень объектов собственности, а также данные о состоянии здоровья, сексуальной ориентации, отдельные факты из жизни, которые могут нанести вред репутации личности и т.д. В данном ракурсе информация о личности не имеет – благодаря сетевому характеру информационного пространства – ни локализации, ни срока давности. Любой поступок, любая точка зрения или событие становятся достоянием неиссякаемого хранилища информации, доступом к которому может воспользоваться любой субъект информационного общества. Следствием данных тенденций становятся возросшие требования к актуальному уровню социализации «человека информационного» в плане тех общесоциальных компетенций, которые им должны быть освоены. Этот момент позволяет судить о новых требованиях института базового образования. Для логического обоснования этого вывода приведем следующие суждения исследователей-преподавателей М.С. Чвановой, В.М. Юрьева: «Информация – это ценность не самого высокого уровня. Для того чтобы получить собственно знание о мире и о человеке, нужно

переработать большой объем информации и обладать мышлением. Еще более высокая гуманитарная ценность – это развитие самого человека, а не только его знаний. Развиваясь, информационные технологии способствуют развитию всего общества. Поэтому особенно важно понимать, что с развитием технологий роль человека, личности становится критичной. А это значит, что роль образования приобретает архиважный характер... Не все могут воспользоваться новыми возможностями в силу особенностей самой личности: мотивация, информационная компетенция, лингвистическая культура. Если сам человек не хочет быть грамотным, то никакие технологии не помогут»¹.

Социальное неравенство углубляется, видоизменяясь. Одновременно с этим, учитывая плотность взаимодействия каждого «информационного человека» со сферой массовых коммуникаций, степень контроля над деятельностью личности и ее соответствия определенным нормам и стандартам возрастает. Возможность контролировать процесс социализации в этом плане, сохраняя субъектную позицию и противодействуя манипулированию личностью, – это прерогатива деятельности высшей школы в новых условиях.

В итоге личность информационного этапа развития является достаточно сложным и противоречивым образованием. Отталкиваясь от условной точки бифуркации в виде высшей школы, мы можем обобщить картину противостояния терминальному (развитому) типу личности её противоположности – человека инструментального типа. В социальной структуре это соответствует противоречию между «новыми профессионалами» и «информационными бедняками».

Инструментальный тип – это тип личности, не ориентированный на саморазвитие и самообразование, вовлеченный в погоню за навязанными ему ценностями-символами и ограниченный репродуктивным характером деятельности, условный «информационный бедняк»; **терминальный тип** – источник инноваций в обществе, противодействующий внешнему

¹ Юрьев В.М., Чванова М.С. Человек в информационном обществе: новые возможности и перспективы// Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2014. № 2 (24). С. 17,20.

манипулированию, ориентированный на постоянное развитие/саморазвитие и способный к продуктивному труду – так называемый «новый профессионал». Данная социальная дифференциация может считаться детерминированной рациональными законами развития информационной экономики, которая сохраняет и упрочивает характерные особенности капиталистической формации. Типы личности в описанной нами модели взаимодействия взаимно дополняют и компенсируют друг друга, позволяя достичь в известной мере устойчивости системы информационного общества. В целом перед информационным человеком предстает необходимость встраиваться в окружающую его гиперреальность глобального информационного пространства. Как говорит *Брюно Ланвэн, один из "электронных лидеров" информационного общества в своем интервью: «Для меня самая суть информационного общества может быть описана тремя словами: глобальность, контент, человек»*¹.

При рассмотрении вопроса о ключевых тенденциях трансформации социальных институтов в процессе становления информационного общества обобщающим является тот факт, что доминирующим ресурсом во всех сферах жизнедеятельности будет являться информация. И, как следствие, очевидно и то, что упор в развитии общества в ближайшей перспективе будет сосредоточен на технологиях обработки и передачи огромных объёмов информации.

«Кто будет основной социальной группой: тот, кто владеет капиталом, или тот, кто владеет знаниями? Уже сегодня мы имеем дело с процессом, в котором тот, кто имеет контроль над информацией и её интерпретацией, имеет и контроль над общественным мнением»². В связи с этим имеет смысл говорить о возникновении новой проблемы, не характерной для предыдущего, индустриального этапа развития общества, проблемы контроля информации, обеспечения доступа к ней, то есть «информационной безопасности». «...Развитие коммуникационной инфраструктуры привело к невероятной скорости движения и передела собственности, раздвинуло географические

¹ Ланвэн Б. Эксклюзивное интервью Т. Ершовой // Информационное общество. 2010. № 6. С. 10.

² Стегний В.Н. Прогнозирование будущей социальной модели развития России // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2010. № 5. С. 9.

границы собственности. Это еще в большей мере относится к обладанию информацией»¹. Необходимо отметить, что круг вопросов, которые подпадают под разряд данной характеристики информационного общества, достаточно обширен. Помимо основной составляющей защиты информации, подразумеваемой при разговоре об информационной безопасности (предотвращение несанкционированного доступа к информационным ресурсам и обеспечение сохранности информации), сюда можно также отнести и обеспечение доступности информации, и проверку её достоверности, и организацию эффективных и целесообразных способов передачи информации, и некоторые другие.

Причём вышеобозначенные аспекты такой характеристики, как информационная безопасность, могут быть рассмотрены на любом уровне социологического анализа, а в качестве субъекта, носителя данной характеристики, можно выделить и государство, и личность, и отдельные бизнес-структуры, социальные институты или даже всё общество.

Крайне высокая скорость передачи информации, её повсеместность и нелимитируемость (полностью ограничить распространение какой-либо информации, за исключением частных ситуаций, практически не представляется возможным) вкупе с категоричной социальной значимостью делают информацию важнейшим социальным ресурсом информационного общества. Как следствие, контроль над информационными потоками предоставляет возможность значительного влияния на различные сферы общества, отдельные социальные институты и всю систему.

Ещё одним существенным моментом, касающимся информации как основополагающего ресурса информационного общества, является информационная безопасность личности. С учётом того, что помимо физических и психических особенностей, свойственных любому индивиду, личность приобретает и виртуальную характеристику, представляющую собой массив

¹ Насибуллин Р.Т., Фазлыев А.А. Социально-экономическая модернизация в России в контексте социального времени // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. РИК УГАТУ, 2016. С. 96.

разнородной информации о какой-либо персоне, оперирование данной персональной информацией становится социально-значимой потребностью для граждан информационного общества.

Если информационная безопасность в глобальном масштабе и на уровне отдельных государств представляет собой предмет профессиональной работы специализированных управлений и ведомств, то личная информационная безопасность – это перспективное направление будущего. Данная сфера деятельности теоретически должна будет предоставлять целый спектр услуг наподобие «создания благоприятного личного образа в информационном поле» или «зачистки персонального имиджа от порочащих фактов биографии».

Понятие информационной безопасности – это новый вызов, который встаёт перед обществом в результате чрезмерно возросшего значения информации в жизни человека. Любой социальный актор в информационном обществе, будь то группа людей, отдельная личность или государство, вынужден адаптироваться к требованиям информатизации: научиться использовать и управлять информацией, иметь доступ к каналам распространения информации, противостоять рискам, которые накладывает информатизация на различных участников взаимодействия в глобальном сетевом пространстве.

Приложение 2. Характеристика выборочной совокупности

На основании разработанной программы (см. приложение 3) были проведены социологические исследования в 2012 году и повторное в 2016 году. Объектом исследования являлись студенты одного из крупнейших пермских вузов – Пермского национального исследовательского политехнического университета (ПНИПУ), обучающиеся на младших курсах (2-й курс) и старших курсах (4-й курс, а также студенты, обучающиеся в магистратуре).

Размер выборочной совокупности составил 1246 респондентов (799 человек в 2012 и 447 в 2016 г.), среди которых: 60,8 % (758) респондентов – студенты младших курсов; 39,2 % (488) – старшекурсники.

Подробнее охарактеризуем исследуемую выборочную совокупность.

В составе респондентов представлены студенты всех факультетов ПНИПУ, приблизительно в равном соотношении (см. приложение 4).

Что касается дифференциации опрошенных *по полу*, мужчины и женщины составляют приблизительно равные группы (660 (53 %) и 586 (47 %) человека соответственно).

Возрастной состав выборочной совокупности был сгруппирован в три категории: «до 19 лет», «От 20 до 22 лет» и «Старше 23» (515 (41,3 %), 619 (49,7 %) и 112 (9 %) человек соответственно).

Соотнося показатели респондентов по полу и возрасту, можно проиллюстрировать приближенную тождественность возрастных групп по критерию «Пол» (см. таблицу 48). Таким образом, половозрастную структуру можно считать сбалансированной, отражающей распределение генеральной совокупности (см. рис. 4).

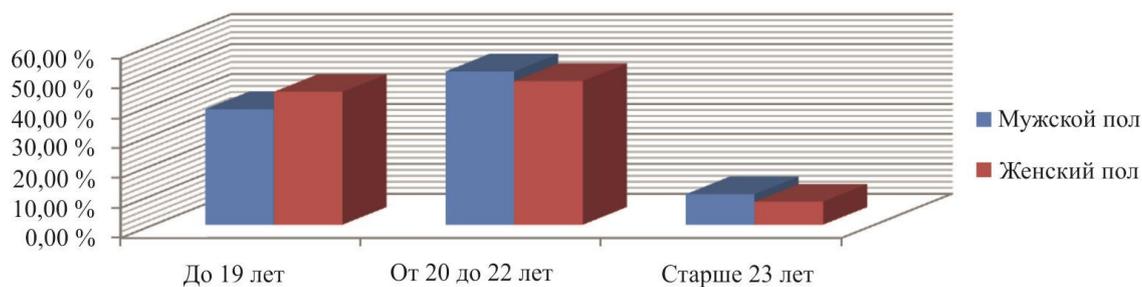


Рис. 4 – Соотношение половозрастных характеристик респондентов выборочной совокупности

При оценке *жилищных условий* респондентов можно отметить, что около половины от числа опрошенных проживает с родителями, а треть – в общежитии (573 (46 %) и 425 (34,1 %), соответственно). При анализе зависимости жилищных условий от возраста обращаем внимание на то, что по данному критерию в двух младших возрастных группах наблюдаются минимальные различия, тогда как в старшей возрастной группе наблюдается некоторое перераспределение весов (ответов) в пользу студентов, живущих в отдельной квартире или снимающих жильё (см. таблицу 49). Данная закономерность может быть объяснена двумя возможными причинами: с одной стороны, более стабильным и благоприятным финансовым положением студентов старшей возрастной группы, возможным наличием трудоустройства (так как речь идёт преимущественно о старших курсах бакалавриата и магистратуры).

Преобладающее большинство респондентов *до поступления в вуз* учились в общеобразовательной школе, четверть респондентов учились в специализированной школе (лицей, гимназия) (791 (63,5 %) и 309 (24,8 %) соответственно), остальные же категории отвечавших оказались статистически малозначимыми.

Образование матери и отца. Более чем у половины респондентов матери имеют «высшее или незаконченное высшее» образование, причем данная категория респондентов к 2016 году увеличилась (53,4 % (427) в 2012 и 62,4 % (279) в 2016). Отцов же с подобным образовательным уровнем немногим

меньше (42,2 % (337) в 2012 и 44,3 % (198) в 2016 соответственно). У трети опрошенных родители имеют «среднее специальное» образование. Отдельно необходимо отметить существенное количество пропущенных ответов в вопросе об образовании отца (7,8 % от числа опрошенных), что может свидетельствовать, предположительно, о наличии значительного числа неполных семей, в состав которых входят респонденты, принимающие участие в опросе.

Плата за обучение. Подавляющее большинство опрошенных, а именно 82,7 % (661) в 2012 и 77,4 % (346) в 2016 году обучаются на бюджетной основе, т.е. не платят за обучение. При этом, сопоставляя аналогичные группы по курсу обучения, можно отметить, что чем выше курс обучения, тем пропорционально меньше становится среди них доля «платников». Возможными причинами, которые, как мы полагаем, могут пролить свет на данную закономерность, являются: традиционно высокий отсев среди студентов-«платников», вызванный сравнительно более низкой успеваемостью в сравнении с студентами на бюджетной основе и достаточно парадоксальной, но не менее традиционной для российской системы образования немотивированностью студентов на контрактной основе; в качестве альтернативной причины обозначим возможный переход с контрактной на бюджетную основу обучения. Также мы фиксируем, что в группах студентов, работающих или служивших в армии до вуза, значительно больше тех, кто платит за обучение, чем в аналогичных группах, дифференцированных по занятию до вуза. Данный факт может быть объяснён наличием существенных сложностей при сдаче вступительных экзаменов не в год выпуска из общеобразовательного учреждения, что вызвано, в первую очередь, элементарным забыванием материалов абитуриентами, необходимых для успешной сдачи экзамена, а также изменчивостью заданий единого государственного экзамена. Следующей закономерностью является достаточно сильная зависимость выбора формы обучения (платная / бесплатная) от материального положения: сравнивая группы респондентов, разделённых по материальному благосостоянию, мы фиксируем, что чем выше материальное благополучие группы, тем пропорционально больше в ней студентов контрактной

формы обучения. Лишь 8 % респондентов, чье материальное положение находится на уровне прожиточного минимума, могут позволить себе учиться на платной основе, тогда как в группе респондентов, которые могут себе практически ни в чем не отказывать, доля студентов-«платников» уже 30,8 %. Ещё одним фактором, при учёте которого обнаруживается влияние на форму обучения, являются отметки: так, явственно проявляется зависимость, что чем выше уровень успеваемости студентов, тем пропорционально меньше в данной группе студентов-«платников» при сопоставлении с аналогичными группами респондентов, разделённых по преобладающим отметкам.

При этом *стипендию* получают лишь около половины студентов, принимающих участие в опросе, – 49,2 % в 2012 и 61,5 % в 2016 году. Мы отмечаем наличие сильной связи между фактом получения стипендии и курсом обучения: чем выше курс обучения, тем больше тех студентов в процентном соотношении, которые получают стипендию, чем в аналогичных группах по курсу обучения. Стипендия также естественным образом зависит от уровня успеваемости: чем выше оценки, тем больше шансов на получение стипендии. Прослеживается зависимость получения стипендии студентами от материального положения. Сопоставляя группы студентов, различающихся по материальному положению, выявляется зависимость: чем выше уровень благосостояния студентов, тем меньше среди них доля тех, кто получает стипендию. Стипендия является значимым мотиватором преимущественно для студентов с невысоким уровнем материального обеспечения. Что касается *источников доходов* для студентов, принимающих участие в опросе, то для подавляющего числа таковыми являются родители (76,7 % в 2012 и 70,7 % в 2016 г.), вторичными по популярности источниками дохода являются подработка и стипендия (29,2 и 24,2 % соответственно) в 2012 году, тогда как к 2016 вторичными источниками дохода значатся стипендия и постоянная работа (27,5 и 26,6 % соответственно), что может свидетельствовать об усилении тенденции, ведущей к совмещению студентами-очниками учебы в университете с постоянной трудовой деятельностью. С одной стороны, отмеченные тенденции

усиливают уровень включенности студента в требования рынка труда, с другой стороны, это может быть рассмотрено как свидетельство недостаточности деятельности высшей школы в области практического знакомства с профессиональными обязанностями. Отдельно отметим, что постоянное трудоустройство не сказывается негативно на успеваемости студентов, напротив, среди работающих большее количество круглых отличников. Также закономерно выявлены зависимости при соотнесении источников дохода с такими показателями, как возраст и курс обучения.

При учёте влияния на данную переменную фактора возраста можно отметить ряд закономерностей (см. таблицу 50): подавляющее большинство респондентов младшей возрастной группы (до 19 лет) живут на помощь родителей (85,2 % от общего числа респондентов в группе «до 19 лет»), второстепенные источники доходов – стипендия и подработка; средняя возрастная группа (от 20 до 22 лет) обладает схожим с предыдущей группой распределением, но отличным является сравнительное уменьшение доли респондентов (в процентном соотношении с аналогичными группами по возрасту), получающих деньги от родителей и, наоборот, увеличение доли тех респондентов, которые подрабатывают или работают постоянно; старшая возрастная группа (старше 23) обладает кардинально иным распределением: преобладающий источник дохода – постоянное место работы (59,8 % от общего числа респондентов в группе «старше 23»), заметно снизилась доля тех респондентов (в процентном соотношении с аналогичными группами по возрасту), которые получают деньги от родителей, аналогичное снижение доли тех, для кого основным источником дохода является стипендия (40,2 и 18,8 % соответственно). Исследование влияния курса на выбор источника дохода выявляет аналогичную закономерность (см. таблицу 51).

С точки зрения *материального положения*, респонденты в основном склонны относить себя к среднему слою (73,6 % в 2012 и 79 % в 2016). Студентов, определяющих своё положение полярно, меньшинство, но тех, кто считает свой достаток наименьшим, всё же больше, чем тех, кто позиционирует себя как представителя обеспеченного слоя (16,8 % (12,1 % в 2016) и 8,6 % (8,5 % в 2016

соответственно). Необходимо отметить, что материальное положение оценивалось нами только лишь посредством самоидентификации опрашиваемых, следовательно, в зависимости от различий в системах ценностей респондентов реальное положение в экономической структуре может отличаться от указанного.

Успеваемость. По данным, полученным в ходе опроса, в 2012 году среди студентов наиболее распространенными являются средняя успеваемость и успеваемость ниже среднего, преобладают варианты ответов с отметками: ««4» и «5», но есть несколько «3»», а также ««4» и «3»» (25,2 и 25,4 % соответственно), порядка пятой части респондентов учатся в основном на ««4» и «5»» (21,9 %). По результатам исследования 2016 года мы можем говорить об улучшении уровня успеваемости: наибольшее число респондентов учится на ««4» и «5»» (29,1 %), ««4» и «5», но есть несколько «3»» (26,4 %), сократилась доля респондентов, учащихся на тройки, а также на ««4» и «3»»

Что касается возможных факторов, влияющих на успеваемость, было выявлено несколько закономерностей. Для начала хотелось бы отметить, что распространённый миф, касающийся различий успеваемости студентов, имеющих разные условия проживания (студенты, проживающие в общежитии, имеют систематически более низкую успеваемость), не подтвердился, даже наоборот, студенты, проживающие в общежитии, имеют в среднем немногим более высокую успеваемость. Успеваемость студентов принципиально не зависит от места проживания (см. таблицу 52).

Контрактная / бюджетная форма обучения – студенты, обучающиеся на контрактной основе, имеют в среднем более низкую успеваемость, чем группа студентов на бюджетной основе при сопоставлении результатов в пропорции. Так, среди контрактников 70,7 % – это имеющие тройки в зачётной книжке против 29,3 % «хорошистов» и «отличников»; среди бюджетников 54,2 % имеют тройки, 45,5 % учатся на «хорошо» и «отлично».

Курс обучения – при анализе таблиц сопряжённости (см. таблицу 53) на предмет обнаружения зависимости успеваемости студентов от курса обучения отмечаем, что у студентов старших курсов успеваемость в среднем выше.

Приложение 3. Программа социологического исследования **Методологический раздел программы**

Предмет исследования – социальные представления студентов ПНИПУ об информационном обществе

Объектом являются субъекты образовательного процесса (элементы образовательной системы) – студенты ПНИПУ

Цель исследования заключается в изучении уровня информированности, представлений об информационном обществе и требованиях, предъявляемых им к работнику нового типа, а также об оценке степени адаптивности студентов к трансформационным изменениям

Для достижения цели необходимо решить некоторые **задачи**:

1. Выявить социальные представления субъектов образования об информационном обществе, в том числе:

- представления о различных составляющих информационного общества;
- о требованиях к работнику информационного общества, его подготовке;
- оценить уровень информированности об информационном обществе и его отдельных социальных институтах.

2. Выявить наиболее значимые и востребованные каналы передачи информации для субъектов образования.

3. Установить наиболее значимые факторы, влияющие на формирование социальных представлений студентов об информационном обществе и требованиях к соответствующему ему типу работника.

4. Оценить результаты современного образования на предмет его соответствия требованиям, предъявляемым информационным обществом.

5. Разработать типологию студентов, позволяющую выделить различия в социальных представлениях респондентов об информационном обществе.

6. Вывести социально-демографический портрет эмпирических типов.

7. Описать характерные особенности современного студента.

8. Обрисовать модель работника информационного общества на основании представлений респондентов.

9. Произвести сравнение полученных результатов с аналогичными исследованиями.

10. Разработать рекомендации по оптимизации системы подготовки кадров с учётом требований формирующегося информационного общества.

Теоретическое уточнение и эмпирическая интерпретация основных понятий

Социальные представления студентов ПНИПУ об информационном обществе. По существу можно выделить 3 составных элемента социальных представлений:

– объективный – совокупность информации и знаний об информационном обществе является следствием воздействия на личность социальных институтов или групп. При рассмотрении объективного компонента социальных представлений ключевое значение имеют полнота и достоверность имеющейся информации об объекте, а также каналы передачи информации;

– субъективный элемент – собственно представления, т.е. качественная организация знаний и информации об информационном обществе в виде целостной модели. Формируется на основе объективной составляющей социальных представлений с учётом персонального опыта и специфики интерпретации студентов;

– диспозиции (установки) – предрасположенности к определённому восприятию и поведению по отношению к объекту представления.

Эмпирическая интерпретация понятий

▪ Объективные показатели социальных представлений:

I. Рейтинг специальностей в вузе, соотнесение с характерной для информационного общества иерархией профессий.

II. Рейтинг дополнительных специальностей, получаемых студентами, соотнесение их с характерной для информационного общества иерархией профессий.

III. Выбор образовательной программы (магистр, бакалавр, специалист (инженер)).

- IV. Тип и частота использования каналов получения информации:
- предпочтительные источники информации и периодичность обращения к ним;
 - разновидность и частота просматриваемых телепередач;
 - количество прочитываемых книг в месяц;
 - характер интересующей литературы и частота обращения к ней.
- V. Успеваемость студентов.
- VI. Форма образования (бюджетная или контрактная).
- VII. Современная материально-техническая база образовательных учреждений, её соответствие потребностям образовательной системы, характерной для информационного общества.

▪ *Субъективные показатели социальных представлений:*

I. Степень осведомлённости об информационном обществе:

- информированность об информационном обществе.
- определение информационного общества.

II. Оценка различных составляющих общества информационного типа:

– Сферы организации производства:

- предпринимательские расходы при организации производства сегодня и в информационном обществе.
- затраты предприятия информационного общества на высокие технологии.
- достижение конкурентного преимущества предприятием в информационном обществе.

– Сферы труда:

- соотнесение затрат времени и денег при подготовке специалиста в информационном обществе;
- заменит ли машина человека в тяжелом труде в информационном обществе;
- высокостатусный труд в информационном обществе;
- разделение труда в информационном обществе.

– Социально-экономической структуры:

- частная собственность в информационном обществе;
- владение информацией в информационном обществе;
- потребительские отношения в информационном обществе;
- социально-экономическая структура информационного общества;
- информация как основной источник дохода в информационном обществе.

- Социально-профессиональной структуры:
 - наиболее предпочтительные направления подготовки в вузе в информационном обществе;
 - преобладающие профессии в информационном обществе;
 - престижные виды деятельности для работника информационного общества;
 - предпочтительные виды деятельности для работника информационного общества.
- Института семьи;
 - количество детей в семье информационного общества;
 - возраст вступления в брак в информационном обществе;
 - распределение власти в семье информационного общества.
- Поселенческой структуры:
 - территориальная структура информационного общества;
 - предпочтительное место проживания в информационном обществе.
- Сферы экологии: экологическая ситуация в информационном обществе.
- Политики:
 - интерес к политике;
 - государственная система информационного общества.
- Работника информационного общества:
 - трудовые ценности работника информационного общества и современного работника;
 - компетенции, необходимые для работника информационного общества;
 - качества, характерные для работника информационного общества.

III. Оценка социального института высшей школы как фактора адаптации к информационному обществу:

- Система ценностей современного человека и представителя информационного общества;
- Мотивация выбора высшего образования современного человека и представителя информационного общества;
- Причины поступления в данное учебное заведение.
- Дополнительное образование.
- Мотивация получения дополнительного образования.
- Оценка суждений, касающихся процесса обучения в вузе.
- Отношение к специальности.
- Осведомлённость о технологиях и их использование в учебном процессе.
- Применение информационных технологий в вузе.
- Соответствие вуза требованиям, предъявляемым к подготовке

компетентного специалиста современным обществом.

- Соотношение качеств, необходимых работнику сегодня, формируемых в вузе и требуемых от работника информационного общества.
- Оценка перспектив трудоустройства, конкурентоспособности на рынке труда.
- Свободное время и организованный досуг.
- Формы досуга.

Факторы, влияющие на социальные представления:

▪ *Общие:*

- 1) Возрастание роли информационных технологий, информатизация общества.
- 2) Процессы глобализации, создание единого информационного пространства.
- 3) Социально-экономическая ситуация в стране.
- 4) Трансформация рынка труда: потребность в работниках, соответствующих требованиям информационного общества.
- 5) Государственная политика в сфере образования.

▪ *Специфические:*

- 1) Пол.
- 2) Возраст / курс обучения.
- 3) Профиль образования (гуманитарный, технический, естественно-научный).
- 4) Довузовская подготовка / образование.
- 5) Образование родителей.
- 6) Материальное положение.
- 7) Социальные ориентации (ценностные, трудовые, экономические, политические, семейные).
- 8) Уровень образования, специализация (бакалавр, специалист, магистр).

Структурный анализ

Для оценки различий в социальных представлениях субъектов образования и выявления степени адаптивности к происходящим изменениям нами была разработана типология, включающая 3 типа личностей студентов, обусловленных расхождениями в типах мотивации и системах ценностей.

1. *Инструментальный* тип. Данный тип студента ориентируется на инструментальные ценности, обладает инструментальной мотивацией. В данном случае не сама работа является ценностью, а получаемые в качестве

вознаграждения за труд заработок, престиж и другие блага.

При выборе высшего образования для представителя инструментального типа будет иметь превалирующее значение следующие составляющие: «Высшее образование гарантирует нормальные материальные условия жизни» и «Более высокий социальный престиж работников с высшим образованием». Выбор учебного заведения определяется следующими мотивами: «Специальность, которую Вы получаете в данном вузе, позволит занять более высокое положение в обществе» и «Этот вуз пользуется высоким престижем по сравнению с другими вузами города». Среди жизненных ценностей данный тип предпочтёт: «Высокую материальную обеспеченность, жизненный комфорт» и «Высокое положение в обществе». Трудовые ценности для данного типа определяются следующими соображениями: «Уважение, престижность работы в глазах окружающих» и «Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.)».

Номера вопросов с ответами, конструирующими инструментальный тип: вопрос № 33-43, ответы: 33, 35; вопрос № 55-63, ответы: 56, 61; вопрос № 65-78, ответы: 65, 74; вопрос № 96-107, ответы: 96, 97.

2. Терминальный тип. Работник этого типа ценит в работе её содержание, возможность проявить себя. Такой тип личности ориентируется на самостоятельность, саморазвитие, интерес и максимальную реализацию собственных способностей.

При принятии решении о получении высшего образования данный тип ориентировался на следующие точки зрения: «Высшее образование открывает путь к всестороннему развитию личности, реализации способностей человека и высокой культуре», «Интерес к данной отрасли знаний (профессии, специальности)» и «Стремление заниматься научно-исследовательской деятельностью». Выбор учебного заведения мотивирован: «Вам интересна специальность, которую Вы можете получить в этом вузе». Для данного типа будет характерно в качестве ценностных ориентаций: «Хорошее образование» и «Квалифицированная интересная работа». Среди трудовых ценностей для

представителей терминального типа значимыми являются: «Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы); «Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе)»; «Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их».

Номера вопросов с ответами, конструирующими терминальный тип: вопрос № 33–43, ответы: 34, 39, 41; вопрос № 55–63, ответ: 55; вопрос № 65–78, ответы: 66, 67; вопрос № 96–107, ответы: 98, 99, 106.

3. Инертный (застойный). Для данного типа характерна мотивационная направленность личности на избегание неудач, но при этом отсутствие каких-либо иных рабочих ценностей. Часто опосредуется гедонистической направленностью. Данный тип пассивен и безынициативен («пассивный исполнитель»), подвержен влиянию большинства.

По Сарно данный тип можно было бы охарактеризовать так: «труд – неприятная обязанность; если бы мог, не работал бы»¹.

Высшее образование для него – это: «Страх безработицы» и «Массовость высшего образования, желание быть не хуже других». Решение о выборе учебного заведения принималось под воздействием следующих мотивов: «В этот вуз поступали Ваши друзья, и Вы решили поступать вместе с ними» «В этот вуз был невысокий конкурс»; Для инертного типа будет актуальна ориентация на следующие ценности: «Надежная стабильная работа». Трудовые ценности, разделяемые представителем инертного типа: «Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива» и «Не очень сложная, неустойчивая и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.)».

Номера вопросов с ответами, конструирующими инертный тип: вопрос № 33–43, ответы: 36, 38; вопрос № 55–63, ответы: 59, 60; вопрос № 65–78, ответ: 69; вопрос № 96–107, ответы: 101, 103.

¹ См.: Сарно А.А. Типы трудовой мотивации и их динамика // Социологические исследования. 1999. № 5. С. 44–45.

Для конструирования типологии мы использовали следующие вопросы:

33–43. Что Вы считаете определяющим в выборе высшего образования современным человеком и представителем информационного общества? (отметьте, пожалуйста, ВСЁ необходимое)

	Значимо при выборе высшего образования
	Сегодня
Высшее образование гарантирует нормальные материальные условия жизни	33
Высшее образование открывает путь к всестороннему развитию личности, реализации способностей человека и высокой культуре	34
Более высокий социальный престиж работников с высшим образованием	35
Массовость высшего образования, желание быть не хуже других	36
Востребованность на рынке труда специалистов, имеющих высшее образование	37
Страх безработицы	38
Интерес к данной отрасли знаний (профессии, специальности)	39
Стремление заниматься руководящей работой, организаторской деятельностью	40
Стремление заниматься предпринимательской деятельностью	41
Стремлением заниматься научно-исследовательской деятельностью	42

55–63. Почему Вы поступили в данное учебное заведение? (Можно выбрать несколько ответов)

55. Вам интересна специальность, которую Вы можете получить в этом вузе.
56. Специальность, которую Вы получаете в данном вузе, позволит занять более высокое положение в обществе.
57. Диплом данного вуза гарантирует получение работы на рынке труда.
58. Вам все равно было, в каком вузе учиться, лишь бы только получить диплом о высшем образовании.
59. В этот вуз поступали Ваши друзья, и Вы решили поступать вместе с ними.
60. В этот вуз был невысокий конкурс.
61. Этот вуз пользуется более высоким престижем по сравнению с другими вузами города.
62. В этом вузе наряду с учебой хорошо организован досуг студентов.
63. Учеба в этом вузе позволяет избежать призыва в армию.

65–78. Что, по Вашему мнению, является наиболее важным для современного человека и представителя информационного общества? (отметьте, пожалуйста, ВСЁ необходимое)

	Самое важное
	Сегодня
Высокая материальная обеспеченность, жизненный комфорт	65
Хорошее образование	66
Квалифицированная интересная работа	67
Благополучная семья	68
Надежная стабильная работа	69
Отдых, развлечение	70
Свободу	71
Здоровье	72
Любовь	73
Высокое положение в обществе	74
Наличие надежных друзей	75
Мир в обществе	76
Возможность удовлетворять свои культурные интересы	77

96–107. Что, на Ваш взгляд, является наиболее важным при оценке той или иной работы? (Можно выбрать несколько ответов)

96. Уважение, престижность работы в глазах окружающих.
97. Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.).
98. Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы).
99. Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе).
100. Самостоятельность в работе (самостоятельность в принятии решений, способность взять ответственность на себя, самоконтроль и самодисциплинированность).
101. Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива.
102. Долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной.
103. Не очень сложная, неумолимая и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.).
104. Возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации.
105. Польза, приносимая людям.
106. Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их.
107. Возможность общаться с людьми, быть на людях.

Гипотезы:

Основной гипотезой является предположение о том, что большинство респондентов являются в малой степени информированными как об информационном обществе, отдельных его составляющих, так и о качествах, характерных для работника информационного общества.

– Предполагается, что суждения и представления большинства опрошенных будут несистемными и малоупорядоченными, а также в основном представят собой немного искажённую проекцию текущей ситуации в обществе.

– Ожидается наличие систематических пропусков ответов в вопросах, касающихся информационного общества и его отдельных составляющих, что можно интерпретировать как невыраженная или полная неинформированность части респондентов.

В качестве дополнительных гипотез рассматриваются следующие:

- I. Наиболее востребованными каналами передачи информации будут являться: «интернет», «телевидение» и «газеты».
- II. Результаты образования в оценках студентов не будут соответствовать требованиям, предъявляемым информационным обществом к высшей школе.
- III. Наиболее выраженным типом среди студентов будет инструментальный тип.

Приложение 4. Итоговая анкета

1. *Вуз, в котором Вы учитесь?*

	2012	2016
ПНИПУ	100,0 % (799)	100,0 % (447)

2. *Факультет*

Факультет	2012 г.		2016 г.		Итого
Автомобильный (АДФ)	8,6 %	69	7,4 %	33	8,2 % (102)
Аэрокосмический (АКФ)	13,9 %	111	14,3 %	64	14,0 % (175)
Горно-нефтяной (ГНФ)	13,0 %	104	13,4 %	60	13,2 % (164)
Гуманитарный (ГУМФ)	11,9 %	95	13,2 %	59	11,0 % (137)
Механико-технологический (МТФ)	16,6 %	133	17,0 %	76	16,8 % (209)
Строительный (СТФ)	7,5 %	60	6,0 %	27	7,0 % (87)
Прикладной математики и механики (ФПММ)	11,0 %	88	11,0 %	49	11,0 % (137)
Химико-технологический (ХТФ)	7,3 %	58	6,5 %	29	7,0 % (87)
Электротехнический (ЭТФ)	10,1 %	81	11,2 %	50	10,5 % (131)
Итого					1229

3. *На каком курсе Вы учитесь?*

	2012 г.	2016 г.
Младшие курсы	68,2 % (545)	47,7 % (213)
Старшие курсы	31,8 % (254)	52,3 % (234)

4. *Ваш пол*

	2012 г.	2016 г.
1 Мужской	53,3 % (426)	52,3 % (234)
2 Женский	46,7 % (373)	47,7 % (213)

5. *Ваш возраст (укажите число полных лет)*

	2012г.	2016г.
До 19 лет	45,6 % (364)	33,8 % (151)
От 20 до 22 лет	46,9 % (375)	54,6 % (244)
Старше 23	7,5 % (60)	11,6 % (52)
Всего	100,0 % (799)	100,0 % (447)

6. *Ваши жилищные условия*

	2012 г.	2016 г.
1) живете вместе с родителями	50,3 % (402)	38,3 % (171)
2) живете в отдельной благоустроенной квартире	8,1 % (65)	15,2 % (68)
3) снимаете квартиру, комнату	7,8 % (62)	7,4 % (33)
4) живете в общежитии в общей комнате	32,4 % (259)	37,1 % (166)
5) живете в общежитии в отдельной комнате	1,0 % (8)	1,6 % (7)
нет ответа	0,4 % (3)	0,4 % (2)

7. Чем Вы занимались до поступления в вуз?

		2012 г.	2016 г.
1	учились в средней школе	61,8 % (494)	66,4 (297)
2	учились в специализированной школе, лицее	24,7 % (197)	25,1 (112)
3	учились в колледже, техникуме	7,5 % (60)	3,4 (15)
4	служили в армии	2,1 % (17)	1,6 % (7)
5	работали	3,8 % (30)	3,6 % (16)
<i>Нет ответа</i>		0,1 % (1)	0 % (0)

8–9. Какое образование имеют Ваши родители? (Дайте ответ по каждому столбцу)

		2012 г.		2016 г.	
		<i>Мать</i>	<i>Отец</i>	<i>Мать</i>	<i>Отец</i>
1	начальное	0,3 % (2)	0,6 % (5)	0,4 % (2)	0,9 % (4)
2	неполное среднее	1,5 % (12)	2,8 % (22)	1,3 % (6)	1,6 % (7)
3	среднее специальное	34,5 % (276)	35,3 % (282)	25,3 % (113)	32,0 % (143)
4	общее среднее	8,0 % (64)	10,3 % (82)	9,2 % (41)	13,2 % (59)
5	высшее или незаконченное высшее	53,4 % (427)	42,2 % (337)	62,4 % (279)	44,3 % (198)
6	имеют ученую степень	1,3 % (10)	0,8 % (6)	0,4 % (2)	0,9 % (4)
<i>Нет ответа</i>		1,0 % (8)	8,1 % (65)	0,9 % (4)	7,2 % (32)

10. Приходится ли Вам платить за обучение?

		2012 г.	2016 г.
1	Да	17,3 % (138)	22,6 % (101)
2	Нет	82,7 % (661)	77,4 % (346)

11. Получаете ли Вы стипендию?

		2012 г.	2016 г.
1	Да	49,2 % (393)	61,5 % (275)
2	Нет	50,6 % (404)	38,3 % (171)
3	<i>Нет ответа</i>	0,3 % (2)	0,2 % (1)

12–16. На что Вы живете? (Можно выбрать несколько ответов)

		2012 г.	2016 г.
12	В основном на стипендию	24,2 % (193)	27,5 % (123)
13	Помогают родители	76,7 % (613)	70,7 % (316)
14	Помогают родственники	5,8 % (46)	5,6 % (25)
15	Подрабатываете от случая к случаю	29,2 % (233)	23,7 % (106)
16	Работаете постоянно	16,3 % (130)	26,6 % (119)

17. Какой из приведенных ниже примеров наиболее соответствует материальному положению Вашей семьи?

		2012 г.	2016 г.
1	На уровне прожиточного минимума и ниже	16,8 % (134)	12,1 % (54)
2	В основном денег хватает, можем кое-что откладывать	73,6 % (588)	79,0 % (353)
3	В настоящее время можем практически ни в чем себе не отказывать	8,6 % (69)	8,5 % (38)
Нет ответа		1,0 % (8)	0,4 % (2)

18. Получаете ли Вы дополнительное образование по второй профессии (отличной от Вашей нынешней)?

		2012 г.	2016 г.
1	Да	6,1 % (49)	4,3 % (19)
2	Нет (переходите к вопросу 26)	93,5 % (747)	94,4 % (422)
3	Нет ответа	0,4 % (3)	1,3 % (6)

19. По какой профессии Вы получаете дополнительное образование?

20–25. Что повлияло на Ваше решение о получении дополнительной профессии? (Можно выбрать несколько ответов)

		2012 г.	2016 г.
20	Беспокоитесь, что не сможете найти работу по основной специальности	1,8 % (14)	0,7 % (3)
21	Эта профессия более высоко оплачивается	1,4 % (11)	0,4 % (2)
22	В ходе обучения появился интерес к новой профессии	2,1 % (17)	1,6 % (7)
23	Эта профессия пользуется большим спросом на рынке труда	1,1 % (9)	0,7 % (3)
24	Эта профессия более престижна в обществе	0,8 % (6)	0,0 % (0)
25	Хотите расширить свой кругозор, получить новые знания	4,4 % (35)	3,4 % (15)

26. По какой образовательной программе (уровню специализации) вы планируете продолжать (или заканчивать) обучение?

		2012 г.	2016 г.
1	Магистерской	32,7 % (261)	44,7 % (200)
2	Бакалаврской	10,9 % (87)	30,0 % (134)
3	С получением степени специалиста (инженера)	39,9 % (319)	5,8 % (26)
4	Пока не решил(а)	16,0 % (128)	19,2 % (86)
5	Нет ответа	0,5 % (4)	0,2 % (1)

27. Какие оценки в зачетной книжке у Вас преобладают?

		2012 г.	2016 г.
1	«5»	10,5 % (84)	12,8 % (57)
2	«4» и «5»	21,9 % (175)	29,1 % (130)
3	«4» и «5», но есть несколько «3»	25,2 % (201)	26,4 % (118)
4	«4»	5,4 % (43)	8,7 % (39)
5	«4» и «3»	25,4 % (203)	16,8 % (75)
6	в основном «3»	11,4 % (91)	6,0 % (27)
7	Нет ответа	0,3 % (2)	0,2 % (1)

28–32. С каким из ниже следующих суждений Вы согласны? (Дайте ответ по каждой строке)

		2012 г		2016 г.	
		Согласен	Не согласен	Согласен	Не согласен
		1	2	1	2
28	Чтобы получить глубокие знания, необходимо регулярно заниматься	88,6 % (708)	10,8 % (86)	87,2 % (390)	12,1 % (54)
29	Главное получать хорошие отметки, а знания потом накопятся	10,0 % (80)	87,6 % (700)	8,9 % (40)	89,5 % (400)
30	Можно вообще нерегулярно учиться, пропускать занятия, только если это не отражается на полученных отметках	28,2 % (225)	69,5 % (555)	23,5 % (105)	74,5 % (333)
31	Главное получить диплом, а какими средствами и с какими оценками – это неважно	22,3 % (178)	75,2 % (601)	19,7 % (88)	78,5 % (351)
32	Зачем учиться, если диплом можно купить?	3,9 % (31)	93,1 % (744)	3,1 % (14)	94,9 % (424)

33–54. Что Вы считаете определяющим в выборе высшего образования современным человеком и представителем информационного общества? (отметьте, пожалуйста, ВСЁ необходимое) (от общего числа ответивших)

	Год	Значимо при выборе высшего образования	
		Сегодня	В информационном обществе
Высшее образование гарантирует нормальные материальные условия жизни	2012 г.	33. 57,9 % (446)	44. 58,7 % (430)
	2016 г.	33. 44,3 % (198)	44. 57,9 % (259)
Высшее образование открывает путь к всестороннему развитию личности, реализации способностей человека и высокой культуре	2012 г.	34. 54,5 % (420)	45. 64,1 % (470)
	2016 г.	34. 53,2 % (238)	45. 50,8 % (227)
Более высокий социальный престиж работников с высшим образованием	2012 г.	35. 68,3 % (526)	46. 56,2 % (412)
	2016 г.	35. 57,3 % (256)	46. 48,5 % (217)
Массовость высшего образования, желание быть не хуже других	2012 г.	36. 58,2 % (448)	47. 35,5 % (260)
	2016 г.	36. 53,0 % (237)	47. 37,1 % (166)
Востребованность на рынке труда специалистов, имеющих высшее образование	2012 г.	37. 66,5 % (512)	48. 54,2 % (397)
	2016 г.	37. 60,2 % (269)	48. 47,9 % (214)
Страх безработицы	2012 г.	38. 57,1 % (440)	49. 35,7 % (262)
	2016 г.	38. 53,5 % (239)	49. 33,3 % (149)
Интерес к данной отрасли знаний (профессии, специальности)	2012 г.	39. 53,2 % (410)	50. 54,7 % (401)
	2016 г.	39. 53,7 % (240)	50. 44,7 % (200)
Стремление заниматься руководящей работой, организаторской деятельностью	2012 г.	40. 68,6 % (528)	51. 49,4 % (362)
	2016 г.	40. 62,9 % (281)	51. 37,8 % (169)
Стремление заниматься предпринимательской деятельностью	2012 г.	41. 52,3 % (403)	52. 42,0 % (308)
	2016 г.	41. 48,1 % (215)	52. 36,2 % (162)
Стремление заниматься научно-исследовательской деятельностью	2012 г.	42. 32,2 % (248)	53. 61,0 % (447)
	2016 г.	42. 29,1 % (130)	53. 52,6 % (235)
Что-то ещё.		43.	54.
Напишите _____			

55–63. Почему Вы поступили в данное учебное заведение? (Можно выбрать несколько ответов)

	2012 г.	2016 г.
55. Вам интересна специальность, которую Вы можете получить в этом вузе	65,1 % (520)	67,1 % (300)
56. Специальность, которую Вы получаете в данном вузе, позволит занять более высокое положение в обществе	40,2 % (321)	31,3 % (140)
57. Диплом данного вуза гарантирует получение работы на рынке труда	44,6 % (356)	34,2 % (153)
58. Вам все равно было, в каком вузе учиться, лишь бы только получить диплом о высшем образовании	11,4 % (91)	10,5 % (47)
59. В этот вуз поступали Ваши друзья, и Вы решили поступать вместе с ними	10,3 % (82)	7,4 % (33)
60. В этот вуз был невысокий конкурс	8,4 % (67)	9,2 % (41)
61. Этот вуз пользуется высоким престижем по сравнению с другими вузами города	50,3 % (402)	51,5 % (230)
62. В этом вузе наряду с учебой хорошо организован досуг студентов	12,0 % (96)	12,1 % (54)
63. Учеба в этом вузе позволяет избежать призыва в армию	12,6 % (101)	10,5 % (47)

64 Ваше отношение к специальности:

	2012 г.	2016 г.
1 Очень нравится	20,3 % (162)	19,5 % (87)
2 В общем нравится	67,5 % (536)	68,7 % (307)
3 Безразлично	7,8 % (62)	6,5 % (29)
4 Не нравится	3,5 % (28)	4,5 % (20)
5 Совершенно не нравится	0,6 % (5)	0,7 % (3)
6 Нет ответа	0,4 % (3)	0,2 % (1)

65–92. Что, по Вашему мнению, является наиболее важным для современного человека и представителя информационного общества? (отметьте, пожалуйста, ВСЁ необходимое)

	Год	Самое важное	
		Сегодня	В информационном обществе
Высокая материальная обеспеченность, жизненный комфорт	2012 г.	65. 84,2 % (673)	79. 49,3 % (394)
	2016 г.	65. 81,4 % (364)	79. 46,5 % (208)
Хорошее образование	2012 г.	66. 63,6 % (508)	80. 60,2 % (481)
	2016 г.	66. 57,0 % (255)	80. 57,0 % (255)
Квалифицированная интересная работа	2012 г.	67. 69,0 % (551)	81. 57,1 % (456)
	2016 г.	67. 69,1 % (309)	81. 49,7 % (222)
Благополучная семья	2012 г.	68. 79,8 % (638)	82. 46,8 % (374)
	2016 г.	68. 76,7 % (343)	82. 37,1 % (166)
Надежная стабильная работа	2012 г.	69. 76,0 % (607)	83. 49,4 % (395)
	2016 г.	69. 75,6 % (338)	83. 44,3 % (198)
Отдых, развлечение	2012 г.	70. 69,3 % (554)	84. 39,5 % (316)
	2016 г.	70. 64,7 % (289)	84. 35,8 % (160)
Свободу	2012 г.	71. 59,9 % (479)	85. 47,4 % (379)
	2016 г.	71. 60,0 % (268)	85. 43,6 % (195)
Здоровье	2012 г.	72. 74,6 % (596)	86. 50,4 % (403)
	2016 г.	72. 74,0 % (331)	86. 41,2 % (184)
Любовь	2012 г.	73. 68,7 % (549)	87. 40,8 % (326)
	2016 г.	73. 65,3 % (292)	87. 34,5 % (154)
Высокое положение в обществе	2012 г.	74. 57,7 % (461)	88. 48,9 % (391)
	2016 г.	74. 51,2 % (229)	88. 46,8 % (209)

Наличие надежных друзей	2012 г.	75. 75,3 % (602)	89. 38,5 % (308)
	2016 г.	75. 67,3 % (301)	89. 37,6 % (168)
Мир в обществе	2012 г.	76. 46,3 % (370)	90. 53,3 % (426)
	2016 г.	76. 50,3 % (225)	90. 47,4 % (212)
Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	77. 49,1 % (392)	91. 55,7 % (445)
	2016 г.	77. 49,4 % (221)	91. 46,5 % (208)
Другое, напишите _____		78.	92.

93. Вы лично имеете представления о сущности информационного общества?

		2012 г.	2016 г.
1	Да	11,8 % (94)	8,9 % (40)
2	Скорее да, чем нет	51,6 % (412)	54,6 % (244)
3	Скорее нет, чем да	25,5 % (204)	24,2 % (108)
4	Нет	6,4 % (51)	7,4 % (33)
5	Затрудняюсь ответить	4,4 % (35)	4,5 % (20)
6	Нет ответа	0,4 % (3)	0,4 % (2)

94. Какие из представленных способностей (качеств), по Вашему мнению, являются необходимыми для работника информационного общества? (Можно выбрать несколько ответов)

		2012 г.	2016 г.
1	Умение быть лидером	49,7 % (397)	42,1 % (188)
2	Навыки работы с компьютером (на уровне пользователя)	45,9 % (367)	51,7 % (231)
3	Умение и навыки работы со всеми новинками в сфере цифровых технологий и мультимедиа на продвинутом уровне	63,2 % (505)	62,0 % (277)
4	Высокая грамотность в родном языке	42,9 % (343)	45,9 % (205)
5	Высокий уровень владения несколькими языками	56,1 % (448)	53,2 % (238)
6	Коммуникационные навыки и умения (культура общения, понимания, психологическая лабильность)	73,0 % (583)	76,7 % (343)
7	Способности к творческому труду (креативность)	48,8 % (390)	40,0 % (179)
8	Высокий профессиональный уровень	61,5 % (491)	62,0 % (277)
9	Умение создавать и организовывать свободное время (досуг)	24,7 % (197)	27,3 % (122)
10	Финансовая грамотность, позволяющая умело ориентироваться в финансовых потоках и грамотно инвестировать	52,7 % (421)	55,5 % (248)
11	Физическая культура, обеспечивающая адекватные показатели здоровья для активного образа жизни	26,5 % (212)	24,8 % (111)
12	Склонность к постоянному самообучению	68,0 % (543)	69,8 % (312)

95. Какое из определений информационного общества Вы разделяете? (Выберите один ответ)

	2012 г.	2016 г.
1. Теоретическая концепция постиндустриального общества; историческая фаза возможного эволюционного развития цивилизации, в которой информация и знания умножаются в едином информационном пространстве. Главными продуктами производства информационного общества становятся информация и знания	43,4 % (347)	40,7 % (182)
2. Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы — знаний	19,6 % (157)	17,0 % (76)

3. Общество, обеспеченное всеми необходимыми материальными ресурсами и сориентированное на стратегическое доминирование интеллектуально-информационного ресурса во всех его аспектах, который (ИИР) характеризуется: абсолютной неисчерпаемостью, экологичностью, социальной интегративностью и др.	35,0 % (280)	36,0 % (161)
<i>Нет ответа</i>	1,8 % (14)	4,5 % (20)

96–107. Что, на Ваш взгляд, является наиболее важным при оценке той или иной работы? (Можно выбрать несколько ответов)

	2012 г.	2016 г.
96. Уважение, престижность работы в глазах окружающих	38,8 % (310)	30,6 % (137)
97. Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.)	71,1 % (568)	70,7 % (316)
98. Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)	82,1 % (656)	77,9 % (348)
99. Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе)	43,9 % (351)	37,6 % (168)
100. Самостоятельность в работе (самостоятельность в принятии решений, способность взять ответственность на себя, самоконтроль и самодисциплинированность)	47,2 % (377)	45,2 % (202)
101. Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива	32,9 % (263)	30,6 % (137)
102. Долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной	17,4 % (139)	12,3 % (55)
103. Не очень сложная, неумолимая и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.)	22,3 % (178)	16,1 % (72)
104. Возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации	72,6 % (580)	65,8 % (294)
105. Польза, приносимая людям	38,5 % (308)	40,5 % (181)
106. Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их	60,6 % (484)	50,8 % (227)
107. Возможность общаться с людьми, быть на людях	36,4 % (291)	25,3 % (113)

108-124. Какие источники информации Вы используете, чтобы получить полную информацию о тех или иных вопросах жизни, которые Вас больше всего волнуют? Как часто Вы к ним обращаетесь?

	Год	Постоянно	Время от времени	Не обращаетесь
108. Родители	2012	1 – 37,9 % (303)	2 – 52,8 % (422)	3 – 6,9 % (55)
	2016	1 – 37,6 % (168)	2 – 56,2 % (251)	3 – 6,3 % (28)
109. Родственники	2012	1 – 9,0 % (72)	2 – 53,9 % (431)	3 – 31,4 % (251)
	2016	1 – 6,7 % (30)	2 – 60,0 % (268)	3 – 33,3 % (149)
110. Друзья	2012	1 – 43,9 % (351)	2 – 48,7 % (389)	3 – 5,0 % (40)
	2016	1 – 30,9 % (138)	2 – 60,2 % (269)	3 – 8,9 % (40)
11. Школьные учителя	2012	1 – 4,6 % (37)	2 – 31,3 % (250)	3 – 57,4 % (459)
	2016	1 – 2,9 % (13)	2 – 27,7 % (124)	3 – 69,4 % (310)
112. Преподаватели вуза	2012	1 – 13,1 % (105)	2 – 51,8 % (414)	3 – 30,0 % (240)
	2016	1 – 15,4 % (69)	2 – 49,9 % (223)	3 – 34,7 % (155)
113. Специалисты	2012	1 – 13,4 % (107)	2 – 43,4 % (347)	3 – 37,5 % (300)
	2016	1 – 16,3 % (73)	2 – 43,6 % (195)	3 – 40,0 % (179)

114. Политики	2012	1 – 1,9 % (15)	2 – 11,6 % (93)	3 – 79,5 % (635)
	2016	1 – 2,2 % (10)	2 – 14,1 % (63)	3 – 83,7 % (374)
115. Экстрасенсы, ясновидящие	2012	1 – 1,8 % (14)	2 – 2,9 % (23)	3 – 87,9 % (702)
	2016	1 – 2,5 % (11)	2 – 4,3 % (19)	3 – 93,3 % (417)
116. Телевидение	2012	1 – 19,6 % (157)	2 – 45,7 % (365)	3 – 29,8 % (238)
	2016	1 – 7,8 % (35)	2 – 44,3 % (194)	3 – 48,8 % (218)
117. Интернет	2012	1 – 73,3 % (586)	2 – 23,2 % (185)	3 – 2,4 % (19)
	2016	1 – 68,2 % (305)	2 – 26,8 % (120)	3 – 4,9 % (22)
118. Книги	2012	1 – 33,3 % (266)	2 – 52,4 % (419)	3 – 10,0 % (80)
	2016	1 – 30,6 % (137)	2 – 55,3 % (247)	3 – 14,1 % (63)
119. Газеты	2012	1 – 14,4 % (115)	2 – 49,4 % (395)	3 – 30,5 % (244)
	2016	1 – 9,6 % (43)	2 – 39,8 % (178)	3 – 50,6 % (226)
120. Журналы	2012	1 – 11,3 % (90)	2 – 45,8 % (366)	3 – 37,3 % (298)
	2016	1 – 8,5 % (38)	2 – 33,6 % (150)	3 – 57,9 % (259)
121. Реклама	2012	1 – 11,0 % (88)	2 – 36,5 % (292)	3 – 45,9 % (367)
	2016	1 – 7,4 % (33)	2 – 31,1 % (139)	3 – 61,5 % (275)
122. Официальные документы	2012	1 – 16,3 % (130)	2 – 54,3 % (434)	3 – 23,9 % (191)
	2016	1 – 21,9 % (98)	2 – 51,7 % (231)	3 – 26,4 % (118)
123. Используете свой личный опыт, свои размышления, наблюдения за жизнью других людей	2012	1 – 65,3 % (522)	2 – 29,3 % (234)	3 – 1,9 % (15)
	2016	1 – 59,5 % (266)	2 – 33,8 % (151)	3 – 6,7 % (30)
124. Другие источники				

125–136. Какие телевизионные передачи Вы смотрите?

	Год	Постоянно, регулярно	Часто	Редко	Практически никогда
125. Информационно-политические и аналитические	2012	4 – 6,8 % (54)	3 – 22,8 % (182)	2 – 44,2 % (353)	1 – 20,5 % (164)
	2016	4 – 7,6 % (34)	3 – 18,3 % (82)	2 – 39,8 % (178)	1 – 34,2 % (153)
126. Игровые шоу	2012	4 – 3,0 % (24)	3 – 17,3 % (138)	2 – 38,8 % (310)	1 – 34,8 % (278)
	2016	4 – 3,8 % (17)	3 – 17,2 % (77)	2 – 35,3 % (158)	1 – 43,6 % (195)
127. Спортивные	2012	4 – 14,9 % (119)	3 – 24,5 % (196)	2 – 34,8 % (278)	1 – 21,8 % (174)
	2016	4 – 12,8 % (57)	3 – 22,8 % (102)	2 – 35,6 % (159)	1 – 28,9 % (129)
128. Художественные фильмы (отечественные)	2012	4 – 8,4 % (67)	3 – 30,5 % (244)	2 – 43,8 % (350)	1 – 13,6 % (109)
	2016	4 – 6,9 % (31)	3 – 28,0 % (125)	2 – 41,6 % (186)	1 – 23,5 % (105)
129. Художественные фильмы (зарубежные)	2012	4 – 18,4 % (147)	3 – 41,2 % (329)	2 – 27 % (219)	1 – 9,8 % (78)
	2016	4 – 14,1 % (63)	3 – 41,8 % (187)	2 – 26,4 % (118)	1 – 17,7 % (79)
130. Сериалы (отечественные)	2012	4 – 5,3 % (42)	3 – 13,9 % (111)	2 – 32,3 % (258)	1 – 43,8 % (350)
	2016	4 – 8,5 % (38)	3 – 18,8 % (84)	2 – 30,0 % (134)	1 – 42,7 % (191)
131. Сериалы (зарубежные)	2012	4 – 10,3 % (82)	3 – 19,0 % (152)	2 – 35,2 % (281)	1 – 30,4 % (243)
	2016	4 – 17,9 % (80)	3 – 27,1 % (121)	2 – 29,1 % (130)	1 – 26,0 % (116)
132. Образовательно-познавательные	2012	4 – 11,6 % (93)	3 – 35,0 % (280)	2 – 35,7 % (285)	1 – 12,9 % (103)
	2016	4 – 10,7 % (48)	3 – 35,1 % (157)	2 – 32,4 % (145)	1 – 21,7 % (97)
133. Эротические	2012	4 – 4,0 % (32)	3 – 3,6 % (29)	2 – 22,3 % (178)	1 – 63,3 % (506)
	2016	4 – 6,3 % (28)	3 – 2,9 % (13)	2 – 19,2 % (86)	1 – 71,6 % (320)
134. Мультфильмы	2012	4 – 17,6 % (141)	3 – 22,4 % (179)	2 – 35,3 % (282)	1 – 20,8 % (166)
	2016	4 – 13,6 % (61)	3 – 24,6 % (110)	2 – 33,3 % (149)	1 – 28,4 % (127)

135. Религиозные	2012	4 – 1,0 % (8)	3 – 1,9 % (15)	2 – 12,3 % (98)	1 – 77,6 % (620)
	2016	4 – 2,2 % (10)	3 – 1,8 % (8)	2 – 12,1 % (54)	1 – 83,9 % (375)
136. Музыкальные	2012	4 – 18,9 % (151)	3 – 26,7 % (213)	2 – 25,3 % (202)	1 – 25,7 % (205)
	2016	4 – 8,7 % (39)	3 – 19,5 % (87)	2 – 34,0 % (152)	1 – 37,8 % (169)

137. Сколько примерно книг Вы читываете в месяц (кроме учебников)?

	2012 г.	2016 г.
1) одну, да и то не каждый месяц	45,9 % (367)	54,6 % (244)
2) регулярно 1-2 книги	23,4 % (187)	22,6 % (101)
3) регулярно 3 и более книг	7,1 % (57)	4,0 % (18)
4) не читаете	21,8 % (174)	16,3 % (73)
Нет ответа	1,8 % (14)	2,5 % (11)

138–151. Какого характера литературу Вы читаете?

	Год	Постоянно, регулярно	Часто	Редко	Практически никогда
138. Учебники и учебные пособия	2012	4 – 17,1 % (137)	3 – 33,0 % (264)	2 – 37,4 % (244)	1 – 8,0 % (64)
	2016	4 – 14,1 % (63)	3 – 32,2 % (144)	2 – 36,2 % (162)	1 – 17,4 % (178)
139. Литература по специальности	2012	4 – 12,3 % (98)	3 – 33,8 % (270)	2 – 37,4 % (299)	1 – 11,9 % (95)
	2016	4 – 12,8 % (57)	3 – 30,6 % (137)	2 – 38,7 % (173)	1 – 17,9 % (80)
140. Романы, повести, рассказы	2012	4 – 12,3 % (98)	3 – 23,3 % (186)	2 – 30,5 % (244)	1 – 29,2 % (233)
	2016	4 – 11,9 % (53)	3 – 30,0 % (134)	2 – 28,6 % (128)	1 – 29,5 % (132)
141. По истории, политике, философии	2012	4 – 3,4 % (27)	3 – 11,9 % (95)	2 – 33,3 % (266)	1 – 45,1 % (360)
	2016	4 – 2,7 % (12)	3 – 7,4 % (33)	2 – 3,6 % (150)	1 – 56,4 % (252)
142. По искусству	2012	4 – 1,9 % (15)	3 – 7,4 % (59)	2 – 24,0 % (192)	1 – 59,3 % (474)
	2016	4 – 0,9 % (4)	3 – 6,3 % (28)	2 – 19,2 % (86)	1 – 73,6 % (329)
143. О спорте	2012	4 – 5,9 % (47)	3 – 12,5 % (100)	2 – 18,9 % (151)	1 – 56,6 % (452)
	2016	4,5 % (20)	3 – 9,2 % (41)	2 – 23,0 % (103)	1 – 63,3 % (283)
144. Об экономике, бизнесе, менеджменте	2012	4 – 3,8 % (30)	3 – 10,4 % (83)	2 – 27,3 % (218)	1 – 51,6 % (412)
	2016	4 – 4,7 % (21)	3 – 11,6 % (52)	2 – 27,1 % (121)	1 – 56,6 % (253)
145. О проблемах секса	2012	4 – 1,3 % (10)	3 – 1,9 % (15)	2 – 16,3 % (130)	1 – 72,6 % (580)
	2016	4 – 1,3 % (6)	3 – 0,9 % (4)	2 – 11,0 % (49)	1 – 86,8 % (388)
146. Религиозная	2012	4 – 1,4 % (11)	3 – 2,4 % (19)	2 – 10,4 % (83)	1 – 78,0 % (623)
	2016	4 – 1,1 % (5)	3 – 2,7 % (12)	2 – 8,5 % (38)	1 – 87,7 % (392)
147. О моде, косметике и т.п.	2012	4 – 5,0 % (40)	3 – 13,9 % (111)	2 – 19,6 % (157)	1 – 54,2 % (433)
	2016	4 – 3,1 % (14)	3 – 9,2 % (41)	2 – 17,7 % (79)	1 – 70,0 % (313)
148. О проблемах права, морали	2012	4 – 2,9 % (23)	3 – 7,5 % (60)	2 – 28 % (224)	1 – 54,3 % (434)
	2016	4 – 2,7 % (12)	3 – 7,2 % (32)	2 – 25,3 % (113)	1 – 64,9 % (290)
149. О необычных, непознанных явлениях	2012	4 – 6,0 % (48)	3 – 16,0 % (128)	2 – 31,5 % (252)	1 – 38,8 % (310)
	2016	4 – 3,6 % (16)	3 – 13,9 % (62)	2 – 28,0 % (125)	1 – 54,6 % (244)
150. Книги, которые учат жить	2012	4 – 8,0 % (64)	3 – 20,3 % (162)	2 – 30,4 % (243)	1 – 34,5 % (276)
	2016	4 – 5,8 % (26)	3 – 19,0 % (85)	2 – 28,9 % (129)	1 – 46,3 % (207)
151. Детективы, приключения, научная фантастика	2012	4 – 12,0 % (96)	3 – 18,0 % (144)	2 – 26,8 % (214)	1 – 36,3 % (290)
	2016	4 – 13,2 % (59)	3 – 24,2 % (108)	2 – 23,5 % (105)	1 – 39,1 % (175)

152 Соотнесите затраты времени и денег необходимые для подготовки специалиста в информационном обществе:

	2012 г.	2016 г.
1. Необходимы только деньги	1,1 % (9)	2,2 % (10)
2. Больше денег, чем времени	4,5 % (36)	5,6 % (25)
3. Необходимы как значительные затраты денег, так и времени	58,9 % (471)	56,2 % (251)
4. Больше времени, чем денег	26,8 % (214)	25,7 % (115)
5. Необходимо только время. Методика самообразования.	7,6 % (61)	8,5 % (38)
Нет ответа	1,0 % (8)	1,8 % (8)

153–154. Что, по Вашему мнению, составляет для предпринимателей основной блок расходов при организации производства? (Дайте ответ по каждому столбцу)

		2012 г.		2016 г.	
		153. Сегодня	154. В информационном обществе	153. Сегодня	154. В информационном обществе
1	Основной капитал	2,9 % (23)	1,1 % (9)	4,7 % (21)	1,1 % (5)
2	Оборотный капитал	5,5 % (44)	3,0 % (24)	2,5 % (11)	3,4 % (15)
3	Заработная плата работников	9,1 % (73)	1,8 % (14)	7,2 % (32)	2,2 % (10)
4	Реклама	21,2 % (169)	10,8 % (86)	17,9 % (80)	9,6 % (43)
5	Социальное обеспечение персонала	16,5 % (132)	10,6 % (85)	16,6 % (74)	8,5 % (38)
6	Обучение (переобучение) персонала	37,0 % (296)	58,8 % (470)	36,5 % (163)	54,6 % (244)
7	Нет ответа	7,8 % (62)	13,6 % (109)	13,9 % (62)	19,5 % (87)

155. Оцените, какова должна быть доля затрат предприятия информационного общества на высокие технологии (компьютеры, средства связи, цифровую аппаратуру и другие):

	2012 г.	2016 г.
1. Преобладающая статья расходов предприятия	21,4 % (171)	18,3 % (82)
2. Половина от всех расходов	41,2 % (329)	41,2 % (184)
3. Около 20 % всех затрат	35,8 % (286)	34,9 % (156)
4. Не существенная доля расходов	1,4 % (11)	2,9 % (13)
Нет ответа	0,3 % (2)	2,7 % (12)

156. Заменит ли машина человека в тяжелом труде?

	2012 г.	2016 г.
1. Да, человек всю трудоёмкую и опасную работу возложит на машину	27,5 % (220)	21,5 % (96)
2. В целом да, но сохранится низкоквалифицированный труд (труд необразованных, гастарбайтеров)	13,5 % (108)	14,8 % (66)
3. Некоторую долю труда будут выполнять машины, но сохранится ряд профессий, где человеческий труд будет преобладающим	35,4 % (283)	42,5 % (190)
4. Технологии будут лишь облегчать труд человека, без него они бесполезны	21,2 % (169)	19,2 % (86)
5. Нет, не заменит	2,1 % (17)	0,9 % (4)
Нет ответа	0,3 % (2)	1,1 % (5)

157. *Каким образом предприятие информационного общества сможет достичь конкурентного преимущества?*

	2012 г.	2016 г.
1. Приобретением патентов на технологии и другую интеллектуальную собственность	23,8 % (190)	30,2 % (135)
2. Регулярным повышением квалификации работников	31,8 % (254)	30,2 % (135)
3. Путём проведения крупных рекламных компаний	10,3 % (82)	10,1 % (45)
4. Путём использования «нужных» связей	7,3 % (58)	6,9 % (31)
5. Объединяясь с другими предприятиями, образуя крупные корпорации	25,9 % (207)	19,2 % (86)
<i>Нет ответа</i>		2,5 % (11)

158. *Чем в первую очередь отличается высокостатусный труд в индустриальном обществе от аналогичного по статусу труда в информационном обществе?*

	2012 г.	2016 г.
1. Предметами труда	12,1 % (97)	12,8 % (57)
2. Средствами труда	22,8 % (182)	26,8 % (120)
3. Содержанием трудовых операций	18,5 % (148)	17,9 % (80)
4. Уровнем образования специалиста	27,8 % (222)	23,5 % (105)
5. Вознаграждением за труд (уровнем оплаты)	18,0 % (144)	16,1 % (72)
<i>Нет ответа</i>	0,5 % (4)	2,9 % (13)

159. *Какие профессии должны преобладать в информационном обществе?*

	2012 г.	2016 г.
1. Связанные со сферой экономики (торговля, предпринимательство)	32,5 % (260)	28,2 % (126)
2. Рабочие профессии	11,6 % (93)	14,5 % (65)
3. Связанные с социальной сферой (образование, медицина)	27,0 % (216)	26,0 % (116)
4. Связанные с развитием и производством информационных технологий	61,5 % (491)	60,9 % (272)
5. Связанные со сферой обслуживания	21,5 % (172)	9,8 % (44)
6. Сфера управления (административный персонал, гос. служащие, политики)	17,0 % (136)	9,8 % (44)
7. Множество узкоспециализированных профессий в разных сферах	22,0 % (176)	16,3 %

160. *Что, на Ваш взгляд, является наиболее важным для работника информационного общества? (Можно выбрать несколько ответов)*

	2012 г.	2016 г.
1. Уважение, престижность работы в глазах окружающих	32,5 % (260)	31,8 % (142)
2. Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.)	47,9 % (383)	50,3 % (225)
3. Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)	60,3 % (482)	57,9 % (359)
4. Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе)	46,6 % (372)	43,8 % (196)

5. Самостоятельность в работе (самостоятельность в принятии решений, способность взять ответственность на себя, самоконтроль и самодисциплинированность)	49,2 % (393)	47,2 % (211)
6. Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива	29,0 % (232)	27,1 % (121)
7. Долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной	18,6 % (149)	17,2 % (77)
8. Не очень сложная, не утомительная и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.)	17,9 % (143)	16,8 % (75)
9. Возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации	56,3 % (450)	51,9 % (232)
10. Польза, приносимая людям	34,7 % (277)	33,6 % (150)
11. Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их	51,3 % (410)	48,3 % (216)
12. Возможность общаться с людьми, быть на людях	29,7 % (237)	25,7 % (115)

161 *Исчезнет ли частная собственность?*

	2012 г.	2016 г.
1. Да, частная собственность исчезнет, так как все будут работать на себя. Следовательно, не будет эксплуатации	4,1 % (33)	3,8 % (17)
2. Частная собственность лишится своих отрицательных характеристик, превратится в индивидуализированную	30,7 % (245)	32,2 % (144)
3. Нет, частная собственность вытеснит все остальные формы и займёт доминирующее положение	33,2 % (265)	28,9 % (129)
4. Не изменится по сравнению с индустриальным обществом	30,7 % (245)	31,5 % (141)
<i>Нет ответа</i>	1,0 % (8)	2,0 % (9)

162 *Как изменится разделение труда?*

	2012 г.	2016 г.
1. Разделение труда направится в обратную сторону, возникнет потребность в универсализме	21,3 % (170)	25,1 % (112)
2. Разделение труда увеличится. Предельная специализация	50,4 % (403)	47,4 % (212)
3. Не изменится (существенно) по сравнению с индустриальным обществом	26,3 % (210)	22,8 % (102)
<i>Нет ответа</i>	1,6 % (13)	3,6 % (16)

163 *Какое направление является наиболее предпочтительным в рамках информационного общества (самое востребованное) в вузе?*

	2012 г.	2016 г.
1. Инженерно-техническое	29,5 % (236)	31,3 % (140)
2. Гуманитарное	9,5 % (76)	5,6 % (25)
3. Связанное с информационными технологиями	38,8 % (310)	38,7 % (173)
4. Естественно-научное	4,8 % (38)	4,5 % (20)
5. Медицина и здравоохранение	3,8 % (30)	7,2 % (32)
6. Экономика	12,5 % (100)	10,1 % (45)
<i>Нет ответа</i>	0,5 % (4)	1,8 % (8)

164 Считаете ли Вы сегодня справедливым утверждение: «тот, кто владеет информацией – тот владеет миром»!?

	2012г.	2016г.
Да	78,6 % (628)	82,8 % (370)
Нет	11,3 % (90)	4,3 % (19)
Затрудняюсь ответить	10,1 % (81)	13,0 % (58)

165 Потребительские отношения в информационном обществе, сохранятся ли!?

	2012 г.	2016 г.
1. Да, информационное общество будет охарактеризовано как общество тотального потребления	40,8 % (326)	43,2 % (193)
2. Структура потребления станет ещё более дифференцированной для различных слоев общества, чем в индустриальную эпоху	48,8 % (390)	46,1 % (206)
3. Нет, потребление будет вытеснено духовными интересами	8,6 % (69)	6,0 % (27)
Нет ответа	1,4 % (11)	2,9 % (13)

166 Как должна выглядеть экономическая структура в странах информационного общества?

	2012 г.	2016 г.
1. Общество «всеобщего благополучия»: каждый может позволить себе всё, что захочет	17,1 % (137)	23,5 % (105)
2. Подавляющее большинство населения будет относиться к «среднему классу»	50,9 % (407)	48,1 % (215)
3. Общество будет наиболее дифференцировано: разница между богатыми и бедными будет расти	20,0 % (160)	15,9 % (71)
4. Существенно не изменится по сравнению с индустриальным этапом	10,4 % (83)	9,2 % (41)
Нет ответа	1,1 % (9)	2,2 % (10)

167 Какие виды деятельности являются наиболее престижными для работника информационного общества?

	2012 г.	2016 г.
Высокооплачиваемые	54,4 % (435)	54,6 % (244)
С перспективой карьерного роста	51,1 % (408)	52,6 % (235)
Творческие, связанные с креативностью	28,9 % (231)	26,4 % (118)
Публичные, на виду у многих	11,5 % (92)	10,3 % (46)
Управленческие, с большим количеством подчинённых	19,8 % (158)	18,3 % (82)
С льготами, дополнительно к заработку	1,4 % (91)	9,4 % (42)
Необременительные, позволяющие значительную долю времени отводить на досуг	11,1 % (89)	9,6 % (43)
Способствующие саморазвитию	33,3 % (266)	34,0 % (152)

168 Станет ли информация (собственность на информацию) основным источником дохода в информационном обществе?

	2012 г.	2016 г.
1. Да	59,8 % (478)	55,5 % (248)
2. Нет	18,9 % (151)	14,8 % (66)
3. Затрудняюсь ответить	21,2 % (169)	28,2 % (126)
Нет ответа	0,1 % (1)	1,6 % (7)

169 Сколько детей является «достаточным» для семьи информационного общества?

	2012г.	2016г.
1. 1	12,0 % (103)	11,2 % (50)
2. 2	56,4 % (451)	60,6 % (271)
3. Более 2-х	22,3 % (178)	18,8 % (84)
4. Чем больше детей, тем семья благополучнее	7,3 % (58)	6,3 % (28)
5. Без детей	1,6 % (13)	1,6 % (7)
Нет ответа	0,4 % (3)	1,6 % (7)

170 В каком возрасте желательно вступление в брак в информационном обществе?

	2012 г.	2016 г.
1. До 25	12,9 % (103)	14,1 % (63)
2. От 25 до 30	62,2 % (497)	60,2 % (269)
3. От 30 до 35	9,8 % (78)	9,4 % (42)
4. Свыше 35	1,9 % (15)	0,9 % (4)
5. Не важно, главное материальное благополучие	4,0 % (32)	4,0 % (18)
6. Не важно, главное любовь	8,4 % (67)	7,6 % (34)
Нет ответа	0,4 % (3)	1,8 % (8)

171 Кто, по Вашему мнению, главнее в семье информационного общества?

	2012 г.	2016 г.
1. Жена	2,1 % (17)	1,1 % (5)
2. Муж	26,8 % (214)	26,8 % (120)
3. Оба супруга равноправны	47,4 % (379)	53,9 % (241)
4. В зависимости от заработка	3,3 % (26)	2,5 % (11)
5. В каждой семье по-разному	19,6 % (157)	13,9 % (62)
Нет ответа	0,3 % (2)	1,8 % (8)

172 Какие виды деятельности являются самыми привлекательными для работника информационного общества?

	2012 г.	2016 г.
1. Связанные с чётким графиком работы и фиксированной зарплатой	23,2 % (185)	25,1 % (112)
2. Свободно организованная деятельность, основанная на творчестве, с гибким режимом оплаты и максимальной вовлечённостью в работу с целью продвижения по карьерной лестнице и увеличения заработка	41,1 % (328)	38,0 % (170)
3. Работа с достаточным количеством свободного времени, затрачиваемого на самообучение	18,0 % (144)	16,8 % (75)
4. Работа с достаточным количеством свободного времени, затрачиваемого на хобби, семью, отдых и т.д.	17,5 % (140)	17,7 % (79)
Нет ответа	0,3 % (2)	1,8 % (8)

173 Представьте себе, как, по-вашему, преимущественно должны выглядеть поселения информационного общества?

	2012 г.	2016 г.
1. Небольшое количество мегаполисов	61,2 % (489)	60,6 % (271)
2. Множество мелких городов	22,3 % (178)	21,5 % (96)
3. Преимущественно «частный сектор»	15,0 % (120)	13,9 % (62)
Нет ответа	0,8 % (6)	1,1 % (5)

174 Как, по Вашему мнению, должно характеризоваться информационное общество с точки зрения ситуации с экологией?

	2012 г.	2016 г.
1. Внедрено использование технологий, позволяющих исключить вредное воздействие на природу: производство преимущественно безотходное, решена проблема использования природных ресурсов, жесткий контроль над состоянием окружающей среды	52,8 % (422)	53,7 % (240)
2. Минимизировано вредное воздействие на природу, но сохранена проблема истощения природных ресурсов	33,0 % (264)	30,6 % (137)
3. Ситуация с экологией неизменна, аналогична положению в индустриальную эпоху	6,4 % (51)	6,9 % (31)
4. Ситуация с экологией критична: бесконтрольное потребление природных ресурсов и всёвозрастающие темпы загрязнения окружающей среды. Состояние глобального экологического кризиса	7,1 % (57)	6,5 % (29)
Нет ответа	0,6 % (5)	2,0 % (9)

175 Где бы Вы лично хотели, чтобы проживали Вы и Ваша семья?

	2012 г.	2016 г.
1. В квартире, в крупном мегаполисе	13,1 % (105)	15,2 % (60)
2. В частном секторе (собственном доме), в крупном мегаполисе	42,4 % (339)	42,7 % (191)
3. В квартире, в небольшом городе	6,0 % (48)	8,1 % (36)
4. В частном секторе (в собственном доме), в небольшом городе	32,2 % (257)	27,7 % (124)
5. В сельской местности	5,0 % (40)	4,3 % (19)
Нет ответа	0,9 % (7)	0,7 % (3)

176–177. Укажите, сколько в среднем Вы имеете свободного времени в день и сколько из данного времени вы отводите на организованный досуг (театр, кино, спортивные мероприятия и т.д.)? (Дайте ответ по каждой строке)

176. Свободное время, ч.

	2012 г.		2016 г.	
	%	ч.	%	ч.
До 3 часов	20,3 %	162	24,4 %	109
От 4 до 6 часов	44,3 %	354	44,7 %	200
От 7 до 9 часов	23,0 %	184	21,3 %	95
Более 10 часов	12,4 %	99	9,6 %	43

177. Организованный досуг, ч.

	2012 г.		2016 г.	
	%	ч.	%	ч.
До 3 часов	67,7 %	541	70,9 %	317
От 4 до 6 часов	26,0 %	208	23,3 %	104
От 7 до 9 часов	3,6 %	29	3,4 %	15
Более 10 часов	2,6 %	21	2,5 %	11

178. Интересуетесь ли Вы политикой?

	2012 г.	2016 г.
1. Да, Вы активно интересуетесь происходящими политическими событиями, участвуете в деятельности политической партии или движения, в мероприятиях и акциях политической направленности	6,1 % (49)	5,6 % (25)
2. Да, Вы регулярно читаете газеты, слушаете радио, смотрите информационные и политические телепередачи	18,8 % (150)	19,7 % (88)
3. В какой-то мере, да, Вы время от времени следите за политическими событиями, хотя особого интереса к политике не испытываете	54,8 % (438)	58,4 % (261)
4. Нет, политика Вас не интересует	20,3 % (162)	15,2 % (68)
Нет ответа		1,1 % (5)

179. Как, по-вашему, будет выглядеть государственная система будущего?

	2012 г.	2016 г.
1. Несколько сверхдержав (наподобие СССР и США)	27,8 % (222)	34,2 % (153)
2. Несколько конфедераций, объединений государств (Евросоюз)	36,7 % (293)	28,0 % (125)
3. Множество отдельных государств	22,0 % (176)	23,9 % (107)
4. Государства как таковые перестанут существовать, общество будет единым	10,9 % (87)	8,7 % (39)
Нет ответа	1,9 % (15)	2,0 % (9)

180–205. Чем сейчас Вы обычно занимаетесь в свободное от основных занятий и домашней работы время? (Дайте ответ по каждой строке)

	Год	Постоянно, регулярно	Часто	Редко	Практически никогда
180. Занимаетесь физкультурой, спортом, туризмом	2012	4 – 22,5 % (180)	3 – 30,9 % (247)	2 – 35,5 % (284)	1 – 9,3 % (74)
	2016	4 – 23,7 % (106)	3 – 28,2 % (126)	2 – 37,4 % (167)	1 – 10,7 % (48)
181. Ходите на рыбалку, охоту, за грибами, ягодами	2012	4 – 2,4 % (19)	3 – 10,6 % (85)	2 – 39,4 % (315)	1 – 43,8 % (350)
	2016	4 – 1,6 % (7)	3 – 11,4 % (51)	2 – 37,1 % (166)	1 – 49,9 % (223)

182. Посещаете спортивные зрелища, соревнования	2012	4 – 5,9 % (47)	3 – 13,1 % (105)	2 – 38,3 % (306)	1 – 39,7 % (317)
	2016	4 – 4,0 % (18)	3 – 10,7 % (48)	2 – 43,0 % (192)	1 – 42,3 % (189)
183. Ходите в кино	2012	4 – 13,1 % (105)	3 – 32,8 % (262)	2 – 43,4 % (347)	1 – 9,0 % (72)
	2016	4 – 8,3 % (37)	3 – 32,7 % (146)	2 – 49,7 % (222)	1 – 9,4 % (42)
184. Бываете в театре, на концертах, выставках	2012	4 – 4,6 % (37)	3 – 15,3 % (122)	2 – 50,9 % (407)	1 – 25,8 % (206)
	2016	4 – 3,4 % (15)	3 – 18,8 % (84)	2 – 50,6 % (226)	1 – 27,3 % (122)
185. Совершаете прогулки (в одиночестве или с друзьями)	2012	4 – 35,5 % (284)	3 – 39,7 % (317)	2 – 19,0 % (152)	1 – 2,9 % (23)
	2016	4 – 27,1 % (121)	3 – 42,1 % (188)	2 – 25,7 % (115)	1 – 5,1 % (23)
186. Читаете газеты, журналы	2012	4 – 5,6 % (45)	3 – 22,0 % (176)	2 – 41,9 % (335)	1 – 27,3 % (218)
	2016	4 – 3,6 % (16)	3 – 12,5 % (56)	2 – 41,8 % (187)	1 – 42,1 % (188)
187. Читаете художественную литературу	2012	4 – 9,3 % (74)	3 – 21,9 % (175)	2 – 39,5 % (316)	1 – 26,7 % (213)
	2016	4 – 8,3 % (37)	3 – 24,8 % (111)	2 – 36,7 % (164)	1 – 30,2 % (135)
188. Изучаете философию, читаете научную и научно-популярную литературу по собственной инициативе	2012	4 – 2,6 % (21)	3 – 10,0 % (80)	2 – 29,3 % (234)	1 – 54,5 % (435)
	2016	4 – 2,9 % (13)	3 – 8,5 % (38)	2 – 26,8 % (120)	1 – 61,7 % (276)
189. Читаете религиозную литературу	2012	4 – 1,4 % (11)	3 – 3,4 % (27)	2 – 9,1 % (73)	1 – 81,5 % (651)
	2016	4 – 1,3 % (6)	3 – 3,1 % (14)	2 – 10,1 % (45)	1 – 85,5 % (382)
190. Смотрите телевизионные передачи и фильмы	2012	4 – 15,8 % (126)	3 – 34,5 % (276)	2 – 33,3 % (266)	1 – 12,9 % (103)
	2016	4 – 11,6 % (52)	3 – 36,7 % (164)	2 – 35,1 % (157)	1 – 16,6 % (74)
191. Слушаете музыку, радиопередачи	2012	4 – 33,4 % (267)	3 – 36,7 % (293)	2 – 21,3 % (170)	1 – 6,5 % (52)
	2016	4 – 28,6 % (128)	3 – 43,2 % (193)	2 – 18, % (81)	1 – 10,1 % (45)
192. Мастерите что-нибудь своими руками (шьёте, строите, конструируете, выращиваете растения и т.п.)	2012	4 – 6,4 % (51)	3 – 13,6 % (109)	2 – 32,9 % (263)	1 – 42,6 % (340)
	2016	4 – 7,8 % (35)	3 – 15,7 % (70)	2 – 38,0 % (170)	1 – 38,5 % (172)
193. Посещаете занятия для получения второго образования	2012	4 – 2,0 % (16)	3 – 4,6 % (37)	2 – 8,4 % (67)	1 – 80,0 % (639)
	2016	4 – 2,2 % (10)	3 – 5,6 % (25)	2 – 8,9 % (40)	1 – 83,2 % (372)
194. Играете в компьютерные игры	2012	4 – 9,5 % (76)	3 – 14,6 % (117)	2 – 29,0 % (232)	1 – 43,3 % (346)
	2016	4 – 9,2 % (41)	3 – 15,0 % (67)	2 – 28,0 % (125)	1 – 47,9 % (214)
195. Участвуете в художественной самодеятельности, КВН	2012	4 – 3,8 % (30)	3 – 4,6 % (37)	2 – 15,6 % (125)	1 – 70,8 % (566)
	2016	4 – 2,5 % (11)	3 – 4,0 % (18)	2 – 12,1 % (54)	1 – 81,4 % (364)
196. Играете на музыкальных инструментах, сочиняете стихи, рисуете, поёте, занимаетесь танцами и т.п.	2012	4 – 8,5 % (68)	3 – 13,3 % (106)	2 – 19,6 % (157)	1 – 54,8 % (438)
	2016	4 – 8,9 % (40)	3 – 12,5 % (56)	2 – 19,7 % (88)	1 – 58,8 % (263)
197. Занимаетесь коллекционированием, фотографией, видеосъемкой, компьютерной графикой и т.п.	2012	4 – 4,5 % (36)	3 – 9,3 % (74)	2 – 24,4 % (195)	1 – 57,4 % (459)
	2016	4 – 4,3 % (19)	3 – 8,3 % (37)	2 – 19,7 % (88)	1 – 67,8 % (303)
198. Посещаете дискотеки	2012	4 – 4,6 % (37)	3 – 12,9 % (103)	2 – 33,4 % (267)	1 – 44,7 % (357)
	2016	4 – 2,5 % (11)	3 – 8,7 % (39)	2 – 28,4 % (127)	1 – 60,4 % (270)
199. Бываете в ресторанах, кафе, пивных барах и т.п.	2012	4 – 9,9 % (79)	3 – 26,4 % (211)	2 – 42,2 % (337)	1 – 19,0 % (152)
	2016	4 – 6,9 % (31)	3 – 24,4 % (109)	2 – 41,8 % (187)	1 – 26,8 % (120)
200. Ходите в гости или принимаете гостей	2012	4 – 14,5 % (116)	3 – 37,3 % (298)	2 – 32,7 % (261)	1 – 11,8 % (94)
	2016	4 – 11,9 % (53)	3 – 40,7 % (182)	2 – 33,8 % (151)	1 – 13,6 % (61)
201. Ходите в религиозные учреждения, совершаете религиозные обряды	2012	4 – 1,8 % (14)	3 – 1,8 % (14)	2 – 10,8 % (86)	1 – 81 % (647)
	2016	4 – 1,8 % (8)	3 – 3,1 % (14)	2 – 10,1 % (45)	1 – 58,0 % (380)
202. Принимаете участие в общественной и партийной работе	2012	4 – 1,5 % (12)	3 – 3,9 % (31)	2 – 13,1 % (105)	1 – 76,1 % (608)
	2016	4 – 1,1 % (5)	3 – 2,0 % (9)	2 – 12,8 % (57)	1 – 84,1 % (376)

203. Зарабатываете деньги	2012	4 – 14,0 % (112)	3 – 20,5 % (164)	2 – 34,2 % (273)	1 – 27,5 % (220)
	2016	4 – 16,1 % (72)	3 – 25,7 % (115)	2 – 31,3 % (140)	1 – 26,8 % (120)
204. Просто отдыхаете, ничего не делаете	2012	4 – 16,1 % (129)	3 – 30,3 % (242)	2 – 34,0 % (272)	1 – 16,4 % (131)
	2016	4 – 14,1 % (63)	3 – 31,8 % (142)	2 – 33,3 % (149)	1 – 20,8 % (93)
205. Другие занятия (Напишите, какие)					

206 Как Вы считаете, насколько сегодня Ваш вуз соответствует требованиям, предъявляемым к подготовке компетентного специалиста современным обществом?

	2012 г.	2016 г.
1. Полностью соответствует	19,1 % (153)	20,4 % (91)
2. Скорее соответствует	60,8 % (486)	61,1 % (273)
3. Скорее нет, чем да	14,9 % (119)	10,3 % (46)
4. Полностью не соответствует	1,5 % (12)	1,6 % (7)
5. Затрудняюсь ответить	2,8 % (22)	6,7 % (30)
Нет ответа	0,9 % (7)	

207–212. В какой мере Вам знакомы следующие инновационные технологии и каково ваше отношение к использованию их в учебном процессе? (Дайте ответ по каждой строке)

	Год	Осведомлены	Одобряете	Применяете
		1	2	3
207. Компьютерные технологии (портативные компьютеры, источники передачи и хранения информации, проекторы, электронные доски и т.п.)	2012	16,0 % (128)	23,2 % (185)	57,8 % (462)
	2016	13,4 % (60)	17,0 % (76)	65,1 % (291)
208. Аудиоматериалы (лекции, художественно-литературные произведения, аудиопрограммы и т.п.)	2012	24,5 % (196)	47,8 % (382)	23,7 % (189)
	2016	29,3 % (131)	41,4 % (185)	23,9 % (107)
209. Видеоматериалы (презентации, рисунки, схемы, таблицы, диаграммы с использованием анимационных технологий, графика и т.п.)	2012	11,8 % (110)	32,8 % (262)	49,2 % (393)
	2016	13,0 % (58)	27,3 % (122)	54,6 % (244)
210. Тьюторство (Служба академических консультантов)	2012	53,3 % (426)	28,2 % (225)	4,8 % (38)
	2016	53,7 % (240)	27,7 % (124)	7,4 % (33)
211. Система зачетных единиц (Технология оценки качества образования)	2012	42,3 % (338)	37,5 % (300)	9,5 % (76)
	2016	43,2 % (193)	36,5 % (163)	11,0 % (49)
212. Глобальная сеть интернет и электронная почта	2012	8,9 % (71)	14,9 % (119)	73,2 % (585)
	2016	9,4 % (42)	11,0 % (49)	74,0 % (331)

213–254. Какие качества, по Вашему мнению, необходимы для успешной деятельности выпускников вуза (вашей специальности), на формирование каких качеств нацелен вуз и какие будут необходимы для работника информационного общества (отметьте, пожалуйста, ВСЁ необходимое):

	Год	Востребованы на рынке труда сегодня	Формирует вуз	Необходимы для работника информационного общества
Глубокие знания по специальности	2012	213 – 59,9 % (479)	227. -53,8 % (430)	241. – 50,7 % (405)
	2016	213– 59,1 % (264)	227-48,1 % (215)	241– 48,8 % (218)
Организаторские навыки	2012	214 – 49,2 % (393)	228– 29,5 % (236)	242– 48,8 % (390)
	2016	214– 51,5 % (230)	228– 26,4 % (118)	242– 43,6 (195)

Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	2012	215 – 59,1 % (472)	229 – 43,8 % (350)	243 – 38,7 % (309)
	2016	215 – 59,1 % (264)	229 – 44,7 % (200)	243 – 38,9 % (174)
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	2012	216 – 30,2 % (241)	230 – 62,7 % (501)	244 – 45,3 % (362)
	2016	216 – 28,0 % (125)	230 – 69,8 % (312)	244 – 36,7 % (164)
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	2012	217 – 61,5 % (491)	231 – 30,4 % (243)	245 – 53,9 % (431)
	2016	217 – 58,4 % (261)	231 – 29,1 % (130)	245 – 50,8 % (227)
Интерес к работе	2012	218 – 47,2 % (377)	232 – 26,2 % (209)	246 – 55,6 % (444)
	2016	218 – 45,2 % (202)	232 – 26,0 % (116)	246 – 50,1 % (224)
Высокий уровень активности	2012	219 – 51,4 % (411)	233 – 25,9 % (207)	247 – 54,2 % (433)
	2016	219 – 47,2 % (211)	233 – 26,2 % (117)	247 – 49,0 % (219)
Способность творчески решать поставленные задачи	2012	220 – 42,8 % (342)	234 – 31,2 % (249)	248 – 55,2 % (441)
	2016	220 – 41,2 % (184)	234 – 28,6 % (128)	248 – 50,6 % (226)
Трудолюбие	2012	221 – 65,7 % (525)	235 – 31,4 % (251)	249 – 47,3 % (378)
	2016	221 – 67,1 % (300)	235 – 27,1 % (121)	249 – 43,8 % (196)
Дисциплинированность	2012	222 – 58,2 % (465)	236 – 46,8 % (374)	250 – 45,1 % (360)
	2016	223 – 62,2 % (278)	236 – 44,1 % (197)	250 – 40,5 % (181)
Широкий общественно-политический и Общекультурный кругозор	2012	223 – 23,9 % (191)	237 – 30,7 % (245)	251 – 53,8 % (430)
	2016	223 – 24,2 % (108)	237 – 27,7 % (124)	251 – 43,2 % (193)
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	2012	224 – 60,3 % (482)	238 – 35,2 % (281)	252 – 55,4 % (443)
	2016	224 – 56,4 % (252)	238 – 32,4 % (145)	252 – 53,5 % (239)
Высокая ответственность	2012	225 – 64,0 % (511)	239 – 32,0 % (256)	253 – 53,7 % (429)
	2016	225 – 65,3 % (292)	239 – 30,4 % (136)	253 – 46,8 % (209)
Целеустремленность, настойчивость в работе	2012	226 – 65,0 % (519)	240 – 34,7 % (277)	254 – 57,4 % (459)
	2016	226 – 62,4 % (279)	240 – 33,6 % (150)	254 – 50,3 % (225)

255 Каково Ваше мнение об использовании в учебном процессе современных информационных технологий (электронные учебные программы, компьютерные лабораторные работы и т.п.)? (Выберите один ответ)

	2012 г.	2016 г.
1. Применяются недостаточно	42,2 % (337)	34,2 % (153)
2. Применяются в должной мере	48,8 % (390)	53,5 % (239)
3. Применяются чересчур интенсивно	4,4 % (35)	4,9 % (22)
4. Другое, напишите	0,1 % (7)	1,1 % (5)
Нет ответа	3,8 % (30)	6,3 % (28)

Итоговая анкета (типология для открытых вопросов)

19. Профессия доп. Образование

Менеджмент 2,8 % (35) – 51,5 %	Менеджер по маркетингу	0,9 % (11)
	Управление качеством	0,2 % (2)
	Государственное и муниципальное управление	0,1 % (1)
	Экономика управления	0,2 % (2)
	Экономика	0,4 % (5)
	Управление инновационной и предпринимательской деятельностью	0,2 % (2)
	Управление персоналом	0,1 % (1)
	Экономист, Экономист-менеджер, Экономист-аналитик	0,6 % (8)
	Специалист по управлению недвижимостью	0,2 % (3)
Юриспруденция 0,4 % (5) – 7,4 %	Юриспруденция	0,4 % (5)
Сфера услуг 0,2 % (3) – 4,4 %	Парикмахер	0,2 % (2)
	Стилист-закройщик, модельер	0,1 % (1)
Иностранные языки, лингвистика, связи с общественностью 0,8 % (10) – 14,7 %	Переводчик в сфере проф. коммуникаций	0,6 % (8)
	Лингвист-переводчик	0,2 % (2)
Оператор ЭВМ 0,2 % (3) – 4,4 %	Программист	0,1 % (1)
	Оператор-программист	0,2 % (2)
Инженерные профессии 0,2 % (2) – 2,9 %	Инженер-исследователь	0,1 % (1)
	Обработка металлов давлением	0,1 % (1)
Другие виды профессий 0,6 % (7) – 10,3 %	Сметное дело	0,1 % (1)
	Бухгалтер	0,1 % (1)
	Оценщик	0,1 % (1)
	Режиссура	0,1 % (1)

33–54. Определяющее в выборе высшего образования

Потребность в саморазвитии, самоопределении 0,5 % (4)	Внутреннее развитие	0,1 % (1)
	Мозги есть – иди, развивай	0,1 % (1)
	Посмотреть, чего стоишь	0,1 % (1)
	Получение именно В.О., а не профессии	0,1 % (1)
Отсрочка от армии 0,3 % (2)	Отсрочка от армии	0,3 % (2)
Настояли родители 0,1 % (1)	Родители; Мнение родителей	0,1 % (1)

65–92. Наиболее важное для современного человека

Возможность саморазвития и самореализации 0,3 % (2)	Саморазвитие	0,1 % (1)
	Самореализация	0,1 % (1)
Наличие творческой деятельности 0,1 % (1)	Наличие творческой деятельности	0,1 % (1)
Уверенность в завтрашнем дне 0,4 % (3)	Независимость от мирового экономического состояния	0,1 % (1)
	Возможность жить завтрашним днём	0,1 % (1)
	Уметь дать сдачи	0,1 % (1)

94. Качества, необходимые для работника информационного общества

Стремление к самореализации и адаптации 0,6 % (5)	Умение быть полезным обществу, другим людям	0,1 % (1)
	Самореализация, уверенность	0,1 % (1)
	Трудоспособность, трудолюбие	0,1 % (1)
	Умение всё успевать	0,1 % (1)
	Оптимизм	0,1 % (1)
Высокий интеллект 0,1 % (1)	Высокий интеллект	0,1 % (1)
Правовая грамотность 0,1 % (1)	Правовая грамотность	0,1 % (1)

95. Определение информационного общества

Общество, где в экономике доминирует сфера услуг	0,1 % (1)
---	------------------

96–107. Наиболее важное при оценке работы

Доступ к каналам передачи информации, возможность обмена информацией	0,4 % (3)
---	------------------

153–154. Основной блок расходов при организации производства

Часть основного капитала, способствующая достижению конкурентного преимущества (патенты, технологии, оборудование) 0,3 % (2)	Научно-исследовательская деятельность	0,1 % (1)
	Наличие усовершенствованных технологий	0,1 % (1)

158. Чем отличается высокостатусный труд

Технологии	0,1 % (1)
Не отличается	0,1 % (1)

159. Какие профессии должны преобладать в информационном обществе

Связанные с наукой 0,1 % (1)	Связанные с наукой	0,1 % (1)
Инженерные профессии 0,3 % (2)	Стремление к овладению техническими профессиями, а не гуманитарными	0,1 % (1)
	Строительство	0,1 % (1)

162. Как изменится разделение труда

Наличие одновременно двух разнонаправленных тенденций: универсализации профессий и специализации	0,1 % (1)
Затрудняюсь ответить	0,3 % (2)

163. Какое направление является более предпочтительным в информационном обществе?

Всё важно в разной степени, все должны гармонично развиваться 0,6 % (5)	Все важно в разной степени	0,1 % (1)
	Все должны гармонично развиваться	0,1 % (1)
	Нет такого	0,3 % (2)

160. Что является важным для работника информационного общества

Обмен информации 0,1 % (1)	Доступ к каналам передачи информации, возможность обмена информацией	0,1 % (1)
---	--	-----------

161. Исчезнет ли частная собственность?

Не исчезнет	0,3 % (2)
Затрудняюсь ответить	0,1 % (1)

162. Как изменится разделение труда

Наличие одновременно двух разнонаправленных тенденций: универсализации профессий и специализации	0,1 % (1)
Затрудняюсь ответить	0,3 % (2)

163. Предпочтительное направление в рамках информационного общества

Всё важно в разной степени, все должны гармонично развиваться	0,1 % (1)
--	------------------

165. Сохранятся ли потребительские отношения

В России - да	0,1 % (1)
Затрудняюсь ответить	0,3 % (2)

166. Экономическая структура информационного общества

Затрудняюсь ответить	0,4 % (3)
-----------------------------	------------------

170. В каком возрасте желательно вступление в брак в информационном обществе?

Для женщин – до 25; для мужчин – 25–30	0,3 % (2)
От 20 до 30 лет	0,1 % (1)
Никогда	0,1 % (1)

171. Кто главнее в семье информационного общества

Кто обладает большим знанием	0,1 % (1)
Не важно, главное любовь	0,1 % (1)
Главенство не зависит от того, информационное общество или нет	0,1 % (1)
В таком обществе будут только феминистки и женоненавистники	0,1 % (1)

173. Поселения информационного общества

Наличие большого числа мегаполисов	0,6 % (5)
Смешанный тип	0,1 % (1)

175. Где бы вы хотели проживать?

Иметь квартиру в мегаполисе и дом в частном секторе 0,4 % (3)	Иметь квартиру в мегаполисе и дом в частном секторе	0,1 % (1)
	Квартиру в мегаполисе и собственность за городом	0,1 % (1)
	В квартире – я, в собственном доме – семья	0,1 % (1)

179. Государственная система будущего

Одна сверхдержава – США	0,1 % (1)
Одна сверхдержава – Китай	0,1 % (1)
Раздробленность	0,1 % (1)
Не изменится	0,3 % (2)
Одно государство, остальные подчинены	0,1 % (1)

180–205 Досуг

Проводите время «в интернете» 0,1 % (1)	Сижу в интернете	0,1 % (1)
	Походы, прыжки с моста на верёвке	0,1 % (1)
Занимаетесь физкультурой, спортом, туризмом (активным отдыхом) 0,4 % (3)	Конный спорт, йога	0,1 % (1)
	Страйкбол	0,1 % (1)

Проводите время с семьёй, детьми 0,5 % (4)	Занимаюсь с ребёнком	0,1 % (1)
	Провожу время с семьёй	0,1 % (1)
	Дети	0,1 % (1)
	Люблю сына	0,1 % (1)
Занимаюсь хозяйством / отдыхаю на природе 0,3 % (2)	Огород	0,1 % (1)
	Дача	0,1 % (1)
Самообразование 0,1 % (1)	Учусь на водителя	0,1 % (1)
Другие виды досуга 0,1 % (1)	Гонки	0,1 % (1)

207–212. Мнение об использовании в учебном процессе современных информационных технологий

Негативное отношение к использованию в учебном процессе современных информационных технологий 0,5 % (4)	Применяется достаточно, но отношение негативное	0,1 % (1)
	Применяется неумело, неграмотно	0,1 % (1)
	Лучше непосредственный контакт с преподавателем, у которого можно спросить, если что-то непонятно. Многие воспринимают на слух лучше	0,1 % (1)
	Человек с высшим образованием должен разговаривать и работать руками, а не тыкать кнопки!	0,1 % (1)
	Не надо реформы образования, промышленности и экономике нужны специалисты, а не бакалавры, надо не придумывать, а учить	0,1 % (1)
Не применяются вообще 0,4 % (3)	Не применяются	0,1 % (1)
	Они вообще применяются!?	0,3 % (2)

Приложение 5. Таблицы

Таблица 1 – Социальная структура информационного общества

Страта	Класс	Обозначение	Сфера деятельности	Специфика труда	Профессии
	Собственники	Информационные собственники:	Собственность на информационные средства производства		
		Индустриальные собственники	Собственность на индустриальные средства производства		
Высший слой	Наемные работники	«Новые профессионалы»	Топ-менеджеры предприятий и организаций различных направлений деятельности / Политические деятели высшего уровня государственного управления		
			«Инновационная сфера» обслуживания	Использование информационных средств производства, конечный результат труда – создание инноваций	Трейдеры; экономисты; редакторы; журналисты; маркетологи; менеджеры (в том числе и госслужащие); дизайнеры; работники PR и т.д.
				Высокая квалификация, труд обладает повышенной социальной и/или экономической значимостью	Актеры; режиссеры; музыканты; Дирижеры и т.д.
Средний слой	Наемные работники	«Новые профессионалы»	«Инновационная сфера» промышленности	Использование компьютерных технологий и средств коммуникации	Преподаватели; учителя; врачи; юристы; летчики гражданской авиации, военные, полиция и т.д.
					Операторы автоматизированных производственных комплексов; инженеры; химики; биологи и т.д.

Социальное дно / Низший слой	«Информационные бедняки»	«Традиционная сфера» обслуживания	Выполнение шаблонной деятельности	Продавцы; бухгалтеры; сотрудники кадровых служб; секретари и т.д.
		«Традиционная сфера» промышленности	Выполнение рутинных операций, труд, не требующий значительной подготовки	Слесари; электрики; механики; металлурги; шахтеры; разнорабочие и т.д.
		Сфера неквалифицированного труда		Грузчики; официанты; дворники; уборщики и т.д.

Таблица 2 – Распределение респондентов по определению информационного общества в зависимости от оценки представления об информационном обществе (в % от числа опрошенных в каждой группе по оценке представления об информационном обществе)

Определение ИО	Представление об ИО					
	Нет ответа	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить
Нет ответа	40,0	3,0	2,3	1,9	4,8	5,5
Теоретическая концепция постиндустриального общества; главными продуктами производства становятся информация и знания	60,0	41,8	42,5	44,2	35,7	41,8
Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации	0,0	23,1	17,4	19,2	27,4	9,1
Общество, обеспеченное материальными ресурсами с преобладанием интеллектуально-информационного ресурса	0,0	32,1	37,3	33,7	29,8	41,8
Другое: общество, где в экономике доминирует сфера услуг	0,0	,0	,5	1,0	2,4	1,8

Таблица 3 – Распределение респондентов по оценке трудовых ценностей современного работника в зависимости от группы молодежи (в % от числа опрошенных по группам молодежи)

Трудовые ценности современного работника	2012 г.	2016 г.	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)	Безработные	«Сибариты»
Уважение, престижность работы в глазах окружающих	38,8	30,6	13,4	16,7	11,9	4,1	3,1
Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот)	71,1	70,7	41,4	65,2	46,3	30,6	52,0
Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)	82,1	77,9					
Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе)	43,9	37,6	14,0	27,3	20,5	12,2	6,3
Самостоятельность в работе (самостоятельность в принятии решений, способность взять ответственность на себя, самоконтроль и самодисциплинированность)	47,2	45,2	11,0	14,4	14,6	6,1	7,1
Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива	32,9	30,6					
Долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной	17,4	12,3					
Не очень сложная, неустойчивая и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.)	22,3	16,1	9,9	7,5	6,3	22,4	5,5
Возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации	72,6	65,8	20,5	46,6	33,2	24,5	14,2
Польза, приносимая людям	38,5	40,5					
Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их	60,6	50,8	24,7	48,9	34,7	30,6	10,2
Возможность общаться с людьми, быть на людях	36,4	25,3					
соответствие работы полученному образованию, профессии			40,4	29,3	20,1	18,4	8,7
возможность сделать карьеру			26,7	50,6	28,7	22,4	28,3
гарантированность рабочего места и зарплаты			23,3	49,1	35,8	42,9	33,1
хорошие условия труда			21,9	51,4	36,2	32,7	29,9
хороший коллектив			30,1	46,0	48,9	30,6	33,1

Таблица 4 – Распределение респондентов по оценке социальных проблем в зависимости от группы молодежи (коэффициент остроты проблемы)

Социальные проблемы	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)	Безработные	«Сибариты»
Работа, занятость	2,44	2,48	2,69	2,50	2,75
безработица	2,64	2,66	2,81	2,77	2,83
трудности с устройством молодежи на работу в соответствии с образованием, квалификацией	2,52	2,72	2,88	2,70	2,83
нарушение трудового законодательства	2,33	2,36	2,65	2,45	2,79
низкий уровень оплаты труда молодежи	2,59	2,70	2,86	2,73	2,83
мало возможностей для занятия бизнесом	2,46	2,45	2,63	2,44	2,72
недостаточная профориентационная работа среди молодежи	2,27	2,34	2,49	2,23	2,63
ограниченные возможности для повышения квалификации	2,23	2,13	2,49	2,21	2,60
Общественный порядок, безопасность	2,31	2,44	2,65	2,60	2,81
пьянство, алкоголизм среди молодежи	2,57	2,66	2,89	2,93	2,89
распространение наркомании, токсикомании в молодежной сфере	2,37	2,57	2,78	2,70	2,89
бродяжничество, попрошайничество детей, подростков	2,35	2,33	2,65	2,65	2,81
подростковая молодежная преступность	2,40	2,54	2,78	2,83	2,85
правонарушения среди молодежи на национальной почве	2,21	2,35	2,47	2,30	2,62
безразличие молодежи к фактам правонарушений и преступлений	2,21	2,46	2,65	2,55	2,77
проституция	2,10	2,23	2,42	2,36	2,73
низкий уровень правовой грамотности среди молодежи	2,39	2,52	2,71	2,48	2,85
произвол правоохранительных органов по отношению к молодежи	2,20	2,29	2,49	2,58	2,87
Семья, демографическая ситуация	2,21	2,43	2,66	2,59	2,59
плохое состояние здоровья детей, молодежи	2,30	2,51	2,67	2,62	2,63
отток молодежи из села	1,79	2,32	2,62	2,70	2,33
распространение ранних добрых половых связей	2,19	2,34	2,56	2,57	2,45

неблагоприятные условия для создания семьи	2,15	2,27	2,59	2,43	2,52
большое число незарегистрированных браков, разводов	2,19	2,29	2,47	2,39	2,41
неудовлетворительное решение жилищных проблем молодежи	2,48	2,55	2,77	2,79	2,83
недостаток детских дошкольных учреждений	2,24	2,39	2,62	2,47	2,68
высокая плата за содержание детей в детских дошкольных учреждениях	2,28	2,59	2,75	2,63	2,69
недостаточная социальная поддержка молодых семей	2,29	2,65	2,85	2,73	2,77
Общественно-политическая жизнь	2,16	2,22	2,39	2,26	2,55
недостаточное развитие территориального общественного самоуправления	2,19	2,18	2,29	2,20	2,48
низкий уровень доверия молодежи местным органам управления	2,26	2,43	2,51	2,41	2,64
недостаток или отсутствие по месту жительства молодежных организаций	2,13	2,15	2,40	2,25	2,54
проявление националистических и фашистских тенденций среди молодежи	2,08	2,10	2,17	1,95	2,41
недостаточный учет мнения молодежи при принятии важных решений	2,21	2,30	2,44	2,30	2,60
невысокая активность местных органов управления в решении проблем молодежи	2,18	2,28	2,58	2,49	2,63
низкая активность молодежи в общественно-политической жизни	2,16	2,20	2,51	2,30	2,57
подверженность части молодежи влиянию экстремистских организаций, групп, движений	2,08	2,15	2,20	2,19	2,50
Досуг	2,15	2,08	2,33	2,16	2,20
недостаток или отсутствие по месту жительства культурно-досуговых учреждений	2,18	2,15	2,39	2,29	2,08
клубов, Дворцов культуры	2,13	1,93	2,28	2,07	2,06
библиотек	1,95	1,84	2,04	1,81	1,93
кинотеатров	2,13	1,94	2,27	2,19	1,98
театров, музеев	2,16	1,98	2,34	2,30	1,94
музыкальных, художественных школ	2,01	1,88	2,19	1,82	1,95
спортплощадок, спортзалов	2,15	2,16	2,36	2,12	2,18
зон отдыха (скверы, сады)	2,31	2,27	2,49	2,20	2,22

высокие цены на билеты, стоимость услуг	2,37	2,47	2,50	2,48	2,62
недостаточный учет в работе культурно-досуговых учреждений интересов молодежи	2,17	2,09	2,36	2,13	2,45
недостаточное развитие самодеятельного творчества молодежи	2,13	2,05	2,26	2,18	2,41
неудовлетворительное состояние МТБ культурно-досуговых учреждений	2,17	2,21	2,46	2,38	2,55
Образование, учеба	2,14	2,04	2,24	2,00	2,09
недостаток по месту жительства школ (гимназий, лицеев)	2,09	1,91	2,05	1,77	1,94
недостаток или отсутствие учреждений профессионального образования	2,17	1,88	2,03	1,80	1,98
профучилищ, лицеев	2,09	1,72	1,95	1,70	1,91
техникумов, колледжей	2,11	1,77	2,07	1,71	1,92
вузов или их филиалов	2,25	1,83	2,23	2,02	2,01
неудовлетворительное состояние МТБ образовательных учреждений	2,27	2,20	2,44	2,26	2,27
нехватка квалифицированных преподавателей	2,15	2,13	2,33	2,19	2,22
слабое развитие самоуправления с участием школьников, студентов	2,16	2,16	2,30	2,05	2,22
низкое качество получаемого образования	2,15	2,07	2,36	2,23	2,08
в школах	2,04	2,12	2,19	2,00	2,03
в профучилищах, лицеях	2,00	2,13	2,21	1,95	2,02
в техникумах, колледжах	2,00	2,05	2,18	1,87	1,98
в вузах	2,02	2,05	2,20	1,81	1,95
недоступность для молодежи из малообеспеченных семей платного обучения, доп.образовательных услуг	2,41	2,57	2,78	2,66	2,78

Таблица 5 – Распределение респондентов по уровню использования персональных компьютеров в зависимости от группы населения (в % от числа опрошенных по группам населения)

Группа населения	2000 год	2001 год	2002 год	2003 год	2004 год	2005 год	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Ученик школы, гимназии, ПТУ, ПУ, ПЛ	61,3	69,2	,0	70,2	71,1	75,9	82,8	84,6	89,1	91,7	93,0	95,3	96,2	94,0	94,9	93,6	95,3
Студент вуза, техникума, колледжа	85,1	90,8	,0	86,4	87,9	90,6	90,4	92,6	95,4	96,2	96,3	97,9	98,2	98,1	99,0	98,6	97,6
Не работает, пенсионер, инвалид	2,6	3,1	,0	1,6	2,1	2,2	3,4	4,2	4,5	6,1	8,1	10,6	13,8	16,3	17,1	18,7	21,3
Домохозяйка, находится в декретном отпуске, отпуске по уходу за ребенком	26,2	34,7	,0	19,9	27,7	30,2	37,3	39,9	44,6	58,5	56,9	68,2	72,8	75,4	79,6	79,4	76,2
Безработный	22,8	27,7	,0	20,2	17,4	21,1	23,4	22,8	36,7	38,5	38,5	45,4	50,5	48,6	52,9	57,7	56,9
Работает	31,0	36,0	,0	33,1	37,2	39,8	45,4	48,6	52,8	59,0	63,2	68,3	71,8	73,4	76,7	76,5	78,9

Таблица 6 – Распределение респондентов по уровню использования интернета в зависимости от группы населения (в % от числа опрошенных по группам населения)

Группа населения	2003 год	2004 год	2005 год	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Ученик школы, гимназии, ПТУ, ПУ, ПЛ	26,4	27,3	31,1	39,5	47,6	60,7	72,3	86,8	91,7	93,5	92,8	95,5	97,3	97,7
Студент вуза, техникума, колледжа	46,4	51,2	55,0	65,7	73,1	81,2	89,5	95,6	98,2	98,2	97,9	99,8	99,8	99,4
Не работает, пенсионер, инвалид	23,8	22,2	37,7	26,5	40,7	48,8	49,7	66,1	81,7	12,2	14,8	16,2	18,5	21,6
Домохозяйка, находится в декретном отпуске, отпуске по уходу за ребенком	36,4	37,7	34,3	39,2	51,6	64,1	74,1	84,0	89,3	70,6	75,5	80,2	83,6	83,8
Безработный	37,0	33,3	34,7	44,7	43,8	56,4	67,7	84,3	85,2	47,8	47,5	54,7	62,0	63,0
Работает	36,5	38,3	42,8	47,1	52,6	61,9	71,3	82,1	89,3	67,9	71,0	76,3	77,0	81,8

Таблица 7 – Распределение респондентов по оценке ценностей в зависимости от группы молодежи (в % от числа опрошенных по группам молодежи)

Ценности	Год	Современная личность	Личность информационного общества	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)	Безработные	«Сибариты»																																																																																																																																																																														
Высокая материальная обеспеченность, жизненный комфорт	2012 г.	84,2	49,3	47,2	65,1	55,2	51,4	30,2																																																																																																																																																																														
	2016 г.	81,4	46,5						Хорошее образование	2012 г.	63,6	60,2	50,3	47,6	35,4	18,9	14,7	2016 г.	57,0	57,0	Квалифицированная интересная работа	2012 г.	69,0	57,1	59,3	76,9	66,4	59,5	24,0	2016 г.	69,1	49,7	Благополучная семья	2012 г.	79,8	46,8	65,2	87,0	79,5	62,2	54,3	2016 г.	76,7	37,1	Надежная стабильная работа	2012 г.	76,0	49,4	25,2	56,5	51,1	32,4	33,3	2016 г.	75,6	44,3	Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6	2016 г.	64,7	35,8	Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе		
Хорошее образование	2012 г.	63,6	60,2	50,3	47,6	35,4	18,9	14,7																																																																																																																																																																														
	2016 г.	57,0	57,0						Квалифицированная интересная работа	2012 г.	69,0	57,1	59,3	76,9	66,4	59,5	24,0	2016 г.	69,1	49,7	Благополучная семья	2012 г.	79,8	46,8	65,2	87,0	79,5	62,2	54,3	2016 г.	76,7	37,1	Надежная стабильная работа	2012 г.	76,0	49,4	25,2	56,5	51,1	32,4	33,3	2016 г.	75,6	44,3	Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6	2016 г.	64,7	35,8	Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2						
Квалифицированная интересная работа	2012 г.	69,0	57,1	59,3	76,9	66,4	59,5	24,0																																																																																																																																																																														
	2016 г.	69,1	49,7						Благополучная семья	2012 г.	79,8	46,8	65,2	87,0	79,5	62,2	54,3	2016 г.	76,7	37,1	Надежная стабильная работа	2012 г.	76,0	49,4	25,2	56,5	51,1	32,4	33,3	2016 г.	75,6	44,3	Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6	2016 г.	64,7	35,8	Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																		
Благополучная семья	2012 г.	79,8	46,8	65,2	87,0	79,5	62,2	54,3																																																																																																																																																																														
	2016 г.	76,7	37,1						Надежная стабильная работа	2012 г.	76,0	49,4	25,2	56,5	51,1	32,4	33,3	2016 г.	75,6	44,3	Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6	2016 г.	64,7	35,8	Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																														
Надежная стабильная работа	2012 г.	76,0	49,4	25,2	56,5	51,1	32,4	33,3																																																																																																																																																																														
	2016 г.	75,6	44,3						Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6	2016 г.	64,7	35,8	Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																										
Отдых, развлечения	2012 г.	69,3	39,5	27,2	59,8	40,7	35,1	11,6																																																																																																																																																																														
	2016 г.	64,7	35,8						Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7	2016 г.	60,0	43,6	Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																						
Свободу	2012 г.	59,9	47,4	31,7	47,9	29,5	24,3	21,7																																																																																																																																																																														
	2016 г.	60,0	43,6						Здоровье	2012 г.	74,6	50,4						2016 г.	74,0	41,2	Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																		
Здоровье	2012 г.	74,6	50,4																																																																																																																																																																																			
	2016 г.	74,0	41,2						Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6	2016 г.	65,3	34,5	Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																														
Любовь	2012 г.	68,7	40,8	39,7	53,3	38,1	29,7	32,6																																																																																																																																																																														
	2016 г.	65,3	34,5						Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7	2016 г.	51,2	46,8	Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																										
Высокое положение в обществе	2012 г.	57,7	48,9	25,2	39,6	23,1	18,9	14,7																																																																																																																																																																														
	2016 г.	51,2	46,8						Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9	2016 г.	67,3	37,6	Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																																						
Наличие надежных друзей	2012 г.	75,3	38,5	50,0	69,8	54,9	48,6	34,9																																																																																																																																																																														
	2016 г.	67,3	37,6						Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3						2016 г.	50,3	47,4	Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																																																		
Мир в обществе	2012 г.	46,3	53,3																																																																																																																																																																																			
	2016 г.	50,3	47,4						Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0	2016 г.	49,4	46,5	Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																																																														
Возможность удовлетворять свои культурные интересы	2012 г.	49,1	55,7	13,8	33,4	17,9	16,2	7,0																																																																																																																																																																														
	2016 г.	49,4	46,5						Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2	Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3	Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0	Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																																																																										
Развитие и реализация способностей				16,2	41,1	24,3	16,2	6,2																																																																																																																																																																														
Уважение, авторитет в ближайшем окружении				23,8	34,3	29,5	16,2	9,3																																																																																																																																																																														
Возможность быть полезным для общества				25,9	30,5	23,1	13,5	7,0																																																																																																																																																																														
Достижения в работе				27,2	32,5	26,9	27,0	6,2																																																																																																																																																																														

Таблица 8 – Распределение респондентов по оценке ценностей в зависимости от группы молодежи (коэффициент реализации ценностей)

Ценности	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)	Безработные	«Сибариты»
иметь хорошую профессию, интересную работу	0,07	0,03	0,37	0,06	0,06
уметь приспосабливаться к любой жизненной ситуации	0,35	0,79	0,58	1,00	0,67
занимать высокую должность	0,05	0,01	0,09	0,00	0,06
иметь высокий заработок	0,08	0,03	0,05	0,03	0,04
стать образованным, культурным человеком	0,23	0,44	0,48	0,72	0,45
заслужить авторитет, уважение среди окружающих	0,43	0,62	0,69	1,27	1,16
иметь собственное дело, бизнес	0,07	0,05	0,07	0,00	0,00
стать счастливым в семейной жизни	0,12	0,24	0,36	0,22	0,41
быть полезным для общества человеком	0,30	0,28	0,34	0,08	0,10
иметь широкий круг общения, много друзей	0,93	1,40	1,38	1,33	1,50
иметь возможность отдыхать, где хотите, интересно проводить досуг	0,29	0,22	0,16	0,29	0,31
стать членом общественной организации или политической партии и активно влиять на положение дел	0,19	0,09	0,03	0,09	0,07

Таблица 9 – Распределение респондентов по мотивации к получению высшего образования в зависимости от группы молодежи (в % от числа опрошенных по группам молодежи)

Мотивация к получению высшего образования	Год	Исследование студентов ПНИПУ		Исследование молодежи Перми				
		Современная личность	Личность информационного общества	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)	Безработные	«Сибариты»
Высшее образование гарантирует нормальные материальные условия жизни	2012 г.	57,9 %	58,7 %	44,2%	51,9%	44,2%	25,0%	27,1%
	2016 г.	44,3 %	57,9 %					
Высшее образование открывает путь к всестороннему развитию личности, реализации способностей человека и высокой культуре	2012 г.	54,5 %	64,1 %	17,3%	29,2%	18,4%	16,7%	10,0%
	2016 г.	53,2 %	50,8 %					
Более высокий социальный престиж работников с высшим образованием	2012 г.	68,3 %	56,2 %	21,4%	34,4%	25,2%	36,1%	32,9%
	2016 г.	57,3 %	48,5 %					
Массовость высшего образования, желание быть не хуже других	2012 г.	58,2 %	35,5 %					
	2016 г.	53,0 %	37,1 %					
Востребованность на рынке труда специалистов, имеющих высшее образование	2012 г.	66,5 %	54,2 %	36,1%	39,5%	32,0%	30,6%	22,9%
	2016 г.	60,2 %	47,9 %					
Страх безработицы	2012 г.	57,1 %	35,7 %					
	2016 г.	53,5 %	33,3 %					
Интерес к данной отрасли (профессии, специальности)	2012 г.	53,2 %	54,7 %	56,5%	65,0%	33,0%	22,2%	54,3%
	2016 г.	53,7 %	44,7 %					
Стремление заниматься руководящей работой, организаторской деятельностью	2012 г.	68,6 %	49,4 %					
	2016 г.	62,9 %	37,8 %					
Стремление заниматься предпринимательской деятельностью	2012 г.	52,3 %	42,0 %	7,5%	13,5%	7,3%	2,8%	11,4%
	2016 г.	48,1 %	36,2 %					
Стремление заниматься научно-исследовательской деятельностью	2012 г.	32,2 %	61,0 %					
	2016 г.	29,1 %	52,6 %					

Таблица 10 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от успеваемости (в % от числа опрошенных в каждой группе по успеваемости)

Образовательная программа	Оценки						
	Нет ответа	«5»	«4» и «5»	«4» и «5», но есть несколько «3»	«4»	«4» и «3»	В основном «3»
Нет ответа	0,0	0,0	0,3	0,9	1,2	0,0	0,0
Магистратура	66,7	57,4	47,9	36,4	39,0	24,5	13,6
Бакалавриат	0,0	13,5	15,1	20,1	22,0	17,6	21,2
Получение степени специалиста (инженера)	0,0	19,1	20,0	24,1	22,0	40,3	42,4
Пока не решил(а)	33,3	9,9	16,7	18,5	15,9	17,6	22,9

Таблица 11.1 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от курса (в % от числа опрошенных в каждой группе по курсу), 2012 г.

Образовательная программа	Курс	
	младшие курсы	старшие курсы
Нет ответа	0,4	0,8
Магистратура	26,2	46,5
Бакалавриат	15,8	0,4
Получение степени специалиста (инженера)	37,6	44,9
Пока не решил(а)	20,0	7,5

Таблица 11.2 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от курса (в % от числа опрошенных в каждой группе по курсу), 2016 г.

Образовательная программа	Курс	
	младшие курсы	старшие курсы
Нет ответа	0,0	0,4
Магистратура	31,5	56,8
Бакалавриат	39,9	20,9
Получение степени специалиста (инженера)	1,4	9,8
Пока не решил(а)	27,2	12,0

Таблица 12.1 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от материального положения (в % от числа опрошенных в каждой группе по материальному положению), 2012 г.

Образовательная программа	Материальное положение			
	Нет ответа	На уровне прожиточного минимума и ниже	В основном денег хватает, можем кое-что откладывать	В настоящее время можем практически ни в чем себе не отказывать
Нет ответа	0,0	0,7	0,5	0,0
Магистратура	12,5	40,3	31,8	27,5
Бакалавриат	12,5	12,7	11,1	5,8
Получение степени специалиста (инженера)	37,5	29,1	40,8	53,6
Пока не решил(а)	37,5	17,2	15,8	13,0

Таблица 12.2 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от материального положения (в % от числа опрошенных в каждой группе по материальному положению), 2016 г.

Образовательная программа	Материальное положение			
	Нет ответа	На уровне прожиточного минимума и ниже	В основном денег хватает, можем кое-что откладывать	В настоящее время можем практически ни в чем себе не отказывать
Нет ответа	0,0	0,0	0,3	0,0
Магистратура	50,0	38,9	46,2	39,5
Бакалавриат	0,0	18,5	30,6	42,1
Получение степени специалиста (инженера)	0,0	14,8	4,8	2,6
Пока не решил(а)	50,0	27,8	18,1	15,8

Таблица 13 – Распределение респондентов по оценке навыков, необходимых современному работнику в зависимости от группы молодежи (коэффициент реализации востребованных навыков)

Востребованы	2012	2016	Учатся в школе, лицее, училище	Учатся в колледже, техникуме, вузе	Работают (и учатся на в/о, з/о)
Глубокие знания по специальности	0,90	0,81	0,66	0,93	0,63
Организаторские навыки	0,60	0,51	0,47	0,61	0,50
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	0,74	0,76	0,70	1,60	0,51
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	2,08	2,50	0,61	1,50	1,00
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	0,49	0,50	1,17	0,77	1,25
Интерес к работе	0,55	0,57	0,80	0,90	0,54
Высокий уровень активности	0,50	0,55			
Способность творчески решать поставленные задачи	0,73	0,70			
Трудолюбие	0,48	0,40			
Дисциплинированность	0,80	0,71			
Широкий общественно-политический и Общекультурный кругозор	1,28	1,15	0,85	1,08	0,75
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	0,58	0,58	1,23	1,77	1,70
Высокая ответственность	0,50	0,47			
Целеустремленность, настойчивость в работе	0,53	0,54			
Развитие способностей			1,41	0,89	1,45
Подготовку для дальнейшей учебы			1,03	1,91	0,85
Повышение интеллектуального, культурного уровня			1,44	1,66	1,07
Практические навыки, которые пригодятся в повседневной жизни, в семье			0,98	0,79	0,77

Таблица 14 – Распределение респондентов по полу в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Пол	
	Мужской	Женский
Инструментальный	49,3	50,7
Терминальный	54,0	46,0
Инертный	66,7	33,3

Таблица 15 – Распределение респондентов по возрасту в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Возраст		
	До 19 лет	От 20 до 22 лет	Старше 23 лет
Инструментальный	45,3	48,0	6,7
Терминальный	42,9	47,6	9,4
Инертный	47,4	43,6	9,0

Таблица 16 – Распределение респондентов по жилищным условиям в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Жилищные условия	Тип		
	инструментальный	терминальный	инертный
Нет ответа	0,2	0,5	1,3
Живут вместе с родителями	43,1	45,5	48,7
Живут в отдельной благоустроенной квартире	10,5	11,1	5,1
Снимают квартиру, комнату	8,0	6,9	9,0
Живут в общежитии в общей комнате	37,3	35,1	34,6
Живут в общежитии в отдельной комнате	0,9	0,9	1,3

Таблица 17 – Распределение респондентов по материальному положению в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Материальное положение			
	Нет ответа	На уровне прожиточного минимума и ниже	В основном денег хватает, можем кое-что откладывать	В настоящее время можем практически ни в чем себе не отказывать
Инструментальный	0,2	16,5	75,8	7,5
Терминальный	0,4	13,8	77,7	8,2
Инертный	1,3	17,9	74,4	6,4

Таблица 18 – Распределение респондентов по источникам дохода в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Источники дохода				
	стипендия	помощь родителей	помощь родственников	подрабатывает	работает
Инструментальный	28,5	77,8	6,5	28,7	17,1
Терминальный	28,6	74,3	5,6	27,7	21,9
Инертный	33,3	80,8	10,3	30,8	16,7

Таблица 19 – Распределение респондентов по занятию до ВУЗа в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Занятие до вуза					
	Нет ответа	Учились в средней школе	Учились в специализированной школе, лицее	Учились в колледже, техникуме	Служили в армии	Работали
Инструментальный	,0	66,4	23,5	5,8	2,5	1,8
Терминальный	,2	61,6	26,6	5,6	2,4	3,6
Инертный	,0	64,1	28,2	3,8	2,6	1,3

Таблица 20 – Распределение респондентов по образованию родителей в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Образование родителей	Тип		
	инструментальный	терминальный	инертный
Мать			
Нет ответа	1,1	0,4	0,0
Начальное	0,4	0,2	0,0
Неполное среднее	1,5	1,4	1,3
Среднее специальное	32,0	32,4	33,3
Общее среднее	8,7	7,1	9,0
Высшее или незаконченное высшее	55,3	57,2	53,8
Имеют ученую степень	1,1	1,3	2,6
Отец			
Нет ответа	7,1	8,9	10,3
Начальное	0,7	0,9	0,0
Неполное среднее	2,0	2,4	0,0
Среднее специальное	36,4	31,5	43,6
Общее среднее	10,5	11,1	7,7
Высшее или незаконченное высшее	42,4	44,2	38,5
Имеют ученую степень	0,9	1,1	0,0

Таблица 21 – Распределение респондентов по успеваемости в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Оценки						
	Нет ответа	«5»	«4» и «5»	«4» и «5», но есть несколько «3»	«4»	«4» и «3»	В основном «3»
Инструментальный	0,2	12,7	26,0	26,7	5,1	20,9	8,4
Терминальный	0,4	15,4	27,4	23,2	6,5	20,1	7,1
Инертный	1,3	12,8	26,9	16,7	5,1	19,2	17,9

Таблица 22 – Распределение респондентов по отношению к специальности в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Отношение к специальности				
	Очень нравится	В общем нравится	Безразлична	Не нравится	Совершенно не нравится
Инструментальный	21,6	68,4	5,8	3,6	0,5
Терминальный	31,0	67,6	0,7	0,7	0,0
Инертный	11,5	73,1	11,5	2,6	1,3

Таблица 23 – Распределение респондентов по оценке суждений в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Суждения		Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
«Чтобы получить глубокие знания, необходимо регулярно заниматься»	Нет ответа	0,2	0,0	0,0
	Согласен	88,4	92,0	88,5
	Не согласен	11,5	8,0	11,5
«Главное получать хорошие отметки, а знания потом накопятся»	Нет ответа	2,0	1,3	1,3
	Согласен	10,2	7,8	16,7
	Не согласен	87,8	90,9	82,1
«Можно вообще нерегулярно учиться, пропускать занятия, только если это не отражается на полученных отметках»	Нет ответа	2,0	,9	1,3
	Согласен	29,1	24,1	30,8
	Не согласен	68,9	75,0	67,9
«Главное получить диплом, а какими средствами и с какими оценками – это неважно»	Нет ответа	2,4	1,3	1,3
	Согласен	21,3	14,3	29,5
	Не согласен	76,4	84,4	69,2
«Зачем учиться, если диплом можно купить?»	Нет ответа	2,5	1,4	1,3
	Согласен	2,0	1,8	5,1
	Не согласен	95,5	96,7	93,6

Таблица 24 – Распределение респондентов по выбору образовательной программы в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Образовательная программа				
	Нет ответа	Магистратура	Бакалавриат	Получение степени специалиста (инженера)	Пока не решил(а)
Инструментальный	0,4	37,5	17,8	26,2	18,2
Терминальный	0,4	40,9	15,2	26,1	17,4
Инертный	0,0	29,5	16,7	34,6	19,2

Таблица 25 – Распределение респондентов по используемым каналам получения информации в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Каналы получения информации		Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Родители	Нет ответа	0,7	1,3	0,0
	Постоянно	41,5	38,0	34,6
	Время от времени	52,9	55,6	60,3
	Не обращаются	4,9	5,1	5,1
Родственники	Нет ответа	2,4	2,5	1,3
	Постоянно	7,5	8,3	2,6
	Время от времени	61,6	57,1	56,4
	Не обращаются	28,5	32,1	39,7
Друзья	Нет ответа	0,4	0,9	0,0
	Постоянно	42,5	41,7	50,0
	Время от времени	53,6	52,4	44,9
	Не обращаются	3,5	5,1	5,1
Школьные учителя	Нет ответа	2,4	3,4	,0
	Постоянно	4,4	3,6	5,1
	Время от времени	30,7	33,7	39,7
	Не обращаются	62,5	59,2	55,1
Преподаватели	Нет ответа	1,8	3,1	0,0
	Постоянно	13,8	16,7	12,8
	Время от времени	52,9	53,6	57,7
	Не обращаются	31,5	26,6	29,5
Специалисты	Нет ответа	2,4	3,3	1,3
	Постоянно	15,6	14,7	10,3
	Время от времени	42,5	47,8	46,2
	Не обращаются	39,5	34,2	42,3
Политики	Нет ответа	3,1	4,2	,0
	Постоянно	1,8	1,6	1,3
	Время от времени	11,3	12,0	6,4
	Не обращаются	83,8	82,2	92,3

Экстрасенсы	Нет ответа	3,3	4,5	0,0
	Постоянно	1,6	1,4	2,6
	Время от времени	2,5	2,0	3,8
	Не обращаются	92,5	92,0	93,6
Телевидение	Нет ответа	1,8	2,9	,0
	Постоянно	16,2	13,9	21,8
	Время от времени	49,1	47,6	43,6
	Не обращаются	32,9	35,5	34,6
Интернет	Нет ответа	0,5	0,4	0,0
	Постоянно	75,8	72,3	84,6
	Время от времени	22,0	25,0	14,1
	Не обращаются	1,6	2,4	1,3
Книги	Нет ответа	1,8	2,4	,0
	Постоянно	31,6	33,3	37,2
	Время от времени	55,3	56,9	47,4
	Не обращаются	11,3	7,4	15,4
Газеты	Нет ответа	2,2	3,6	,0
	Постоянно	13,8	13,0	15,4
	Время от времени	50,0	46,9	48,7
	Не обращаются	34,0	36,4	35,9
Журналы	Нет ответа	2,4	3,4	,0
	Постоянно	10,7	9,8	11,5
	Время от времени	42,9	44,9	43,6
	Не обращаются	44,0	41,8	44,9
Реклама	Нет ответа	2,5	3,8	,0
	Постоянно	10,7	9,1	7,7
	Время от времени	38,4	35,5	48,7
	Не обращаются	48,4	51,6	43,6
Официальные документы	Нет ответа	2,2	2,9	0,0
	Постоянно	20,2	19,2	15,4
	Время от времени	55,6	56,3	60,3
	Не обращаются	22,0	21,6	24,4
Личный опыт	Нет ответа	1,5	1,4	,0
	Постоянно	67,3	64,3	64,1
	Время от времени	29,6	31,9	33,3
	Не обращаются	1,6	2,4	2,6

Таблица 26 – Распределение респондентов по количеству книг, читаемых в месяц, в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Количество книг, читаемых в месяц				
	Нет ответа	Одну, да и то не каждый месяц	Регулярно 1-2 книги	Регулярно 3 и более книг	Не читают
Инструментальный	1,8	49,1	20,9	7,1	21,1
Терминальный	1,6	50,9	23,9	6,3	17,2
Инертный	1,3	42,3	19,2	7,7	29,5

Таблица 27 – Распределение респондентов по количеству часов свободного времени в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Свободное время			
	До 3 часов	От 4 до 6 часов	От 7 до 9 часов	Более 10 часов
Инструментальный	20,7	45,3	23,5	10,5
Терминальный	21,6	45,1	24,6	8,7
Инертный	20,5	37,2	30,8	11,5

Таблица 28 – Распределение респондентов по количеству часов организованного досуга в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Организованный досуг			
	До 3 часов	От 4 до 6 часов	От 7 до 9 часов	Более 10 часов
Инструментальный	69,6	25,3	3,3	1,8
Терминальный	69,2	24,8	3,3	2,7
Инертный	59,0	34,6	2,6	3,8

Таблица 29 – Распределение респондентов по наличию представления об информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Представление об информационном обществе				
	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить
Инструментальный	9,1	52,7	26,9	6,2	5,1
Терминальный	11,8	54,5	25,2	4,7	3,8
Инертный	9,0	46,2	30,8	10,3	3,8

Таблица 30.1 – Распределение респондентов по определению информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012г.

Определение ИО	Тип		
	инструментальный	терминальный	инертный
Нет ответа	0,5	0,3	3,6
Теоретическая концепция постиндустриального общества; главными продуктами производства становятся информация и знания	45,1	45,5	43,6
Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации	17,8	19,0	20,0
Общество, обеспеченное материальными ресурсами с преобладанием интеллектуально-информационного ресурса	36,5	35,2	32,7
Другое: общество, где в экономике доминирует сфера услуг	0,0	0,0	0,0

Таблица 30.2 – Распределение респондентов по определению информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016г.

Определение ИО	Тип		
	инструментальный	терминальный	инертный
Нет ответа	2,2	2,5	4,3
Теоретическая концепция постиндустриального общества; главными продуктами производства становятся информация и знания	36,1	48,5	43,5
Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации	19,4	17,5	21,7
Общество, обеспеченное материальными ресурсами с преобладанием интеллектуально-информационного ресурса	40,0	30,0	26,1
Другое: общество, где в экономике доминирует сфера услуг	2,2	1,5	4,3

Таблица 31.1 – Распределение респондентов по оценке предпринимательских расходов при организации производства в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Предпринимательские расходы при организации производства		Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Сегодня	Нет ответа	4,9	6,0	5,5
	Основной капитал	3,5	4,0	1,8
	Оборотный капитал	6,8	7,4	5,5
	Зарботная плата работников	8,4	9,9	3,6
	Реклама	20,3	18,8	25,5
	Социальное обеспечение персонала	17,3	16,2	20,0
	Обучение (переобучение) персонала	38,9	37,8	38,2
В информационном обществе	Нет ответа	10,8	9,9	10,9
	Основной капитал	1,6	1,1	1,8
	Оборотный капитал	3,2	2,3	0,0
	Зарботная плата работников	1,4	2,3	0,0
	Реклама	10,3	10,5	10,9
	Социальное обеспечение персонала	9,7	9,4	5,5
	Обучение (переобучение) персонала	62,4	64,5	70,9

Таблица 31.2 – Распределение респондентов по оценке предпринимательских расходов при организации производства в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Предпринимательские расходы при организации производства		Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Сегодня	Нет ответа	11,7	9,5	17,4
	Основной капитал	5,0	4,5	4,3
	Оборотный капитал	2,8	2,0	8,7
	Зарботная плата работников	8,3	6,5	8,7
	Реклама	16,1	20,0	26,1
	Социальное обеспечение персонала	18,9	18,0	8,7
	Обучение (переобучение) персонала	36,7	39,5	26,1
В информационном обществе	Нет ответа	15,6	14,5	17,4
	Основной капитал	1,1	1,5	4,3
	Оборотный капитал	2,8	3,0	,0
	Зарботная плата работников	2,8	1,0	,0
	Реклама	12,2	11,0	8,7

	Социальное обеспечение персонала	5,6	8,5	8,7
	Обучение (переобучение) персонала	60,0	60,0	60,9

Таблица 32 – Распределение респондентов по оценке затрат на технологии в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Затраты на технологии в информационном обществе				
	Нет ответа	Преобладающая статья расходов предприятия	Половина от всех расходов	Около 20 % всех затрат	Несущественная доля расходов
Инструментальный	0,7	20,5	41,3	36,5	0,9
Терминальный	0,5	20,7	43,3	34,6	0,9
Инертный	0,0	19,2	41,0	39,7	0,0

Таблица 33 – Распределение респондентов по выбору способа достижения конкурентного преимущества в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Достижение конкурентного преимущества в ИО					
	Нет ответа	Приобретение патентов на технологии и другую интеллектуальную собственность	Регулярное повышение квалификации работников	Проведение крупных рекламных компаний	Использование «нужных» связей	Объединение с другими предприятиями, образуя крупные корпорации
Инструментальный	1,1	26,5	30,4	10,7	6,5	24,5
Терминальный	1,1	27,5	31,9	10,0	6,2	23,2
Инертный	1,3	30,8	28,2	5,1	9,0	25,6

Таблица 34 – Распределение респондентов по оценке затрат на подготовку специалиста в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Затраты на подготовку специалиста в ИО					
	Нет ответа	Необходимы только деньги	Больше денег, чем времени	Необходимы как значительные затраты денег, так и времени	Больше времени, чем денег	Необходимо только время. Методика самообразования
Инструментальный	1,3	1,3	4,9	60,5	25,3	6,7
Терминальный	,5	1,1	3,1	59,8	27,9	7,6
Инертный	,0	2,6	5,1	56,4	25,6	10,3

Таблица 35 – Распределение респондентов по оценке перспектив замены человека машиной в тяжелом труде в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Затраты на подготовку специалиста в ИО					
	Нет ответа	Да, человек всю трудоёмкую и опасную работу возложит на машину	В целом да, но сохранится низкоквалифицированный труд (труд необразованных, гастарбайтеров)	Некоторую долю труда будут выполнять машины, но сохранится ряд профессий, где человеческий труд будет преобладающим	Технологии будут лишь облегчать труд человека, без него они бесполезны	Нет, не заменит
Инструментальный	,2	26,0	14,4	39,5	18,7	1,3
Терминальный	,0	23,0	15,0	37,9	22,8	1,3
Инертный	1,3	30,8	11,5	37,2	16,7	2,6

Таблица 36.1 – Распределение респондентов по указанным отличиям высокостатусного труда в информационном обществе от индустриального общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Тип	Отличие высокостатусного труда в ИО от индустриального общества					
	Нет ответа	Предметами труда	Средствами труда	Содержанием трудовых операций	Уровнем образования специалиста	Вознаграждением за труд (уровнем оплаты)
Инструментальный	0,5	11,6	23,0	19,2	28,6	16,8
Терминальный	0,6	12,8	23,9	22,2	24,4	15,9
Инертный	0,0	16,4	12,7	21,8	27,3	21,8

Таблица 36.2 – Распределение респондентов по указанным отличиям высокостатусного труда в информационном обществе от индустриального общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Тип	Отличие высокостатусного труда в ИО от индустриального общества					
	Нет ответа	Предметами труда	Средствами труда	Содержанием трудовых операций	Уровнем образования специалиста	Вознаграждением за труд (уровнем оплаты)
Инструментальный	1,1	12,8	26,1	14,4	21,7	23,9
Терминальный	2,0	12,5	26,5	19,0	24,0	16,0
Инертный	4,3	17,4	13,0	30,4	21,7	13,0

Таблица 37 – Распределение респондентов по оценке разделения труда в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Тип	Разделение труда в ИО по сравнению с индустриальным обществом			
	Нет ответа	Разделение труда направится в обратную сторону, возникнет потребность в универсализме	Разделение труда увеличится. Предельная специализация	Не изменится (существенно) по сравнению с индустриальным обществом
Инструментальный	2,0	22,4	46,9	28,2
Терминальный	1,1	21,9	51,6	25,0
Инертный	0,0	20,5	47,4	32,1

Таблица 38.1 – Распределение респондентов по оценке экономической структуры информационного общества в зависимости типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Тип	Экономическая структура ИО				
	Нет ответа	Общество «всеобщего благополучия»: каждый может позволить себе всё, что захочет	Подавляющее большинство населения будет относиться к «среднему классу»	Общество будет наиболее дифференцировано: разница между богатыми и бедными будет расти	Существенно не изменится по сравнению с индустриальным этапом
Инструментальный	0,5	20,5	50,3	17,3	11,4
Терминальный	0,9	18,2	52,8	17,9	10,2
Инертный	0,0	16,4	56,4	14,5	12,7

Таблица 38.2 – Распределение респондентов по оценке экономической структуры информационного общества в зависимости типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Тип	Экономическая структура ИО				
	Нет ответа	Общество «всеобщего благополучия»: каждый может позволить себе всё, что захочет	Подавляющее большинство населения будет относиться к «среднему классу»	Общество будет наиболее дифференцировано: разница между богатыми и бедными будет расти	Существенно не изменится по сравнению с индустриальным этапом
Инструментальный	0,6	27,8	41,7	20,0	8,3
Терминальный	1,5	19,0	51,5	17,5	9,0
Инертный	0,0	17,4	43,5	26,1	13,0

Таблица 39.1 – Распределение респондентов по оценке высказывания: информация – основной источник дохода в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Тип	Информация – основной источник дохода в ИО			
	Нет ответа	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Инструментальный	0,3	60,8	19,2	19,7
Терминальный	0,3	61,4	17,9	20,5
Инертный	0,0	63,6	16,4	20,0

Таблица 39.2 – Распределение респондентов по оценке высказывания: информация – основной источник дохода в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016г.

Тип	Информация – основной источник дохода в ИО			
	Нет ответа	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Инструментальный	0,6	60,0	15,0	24,4
Терминальный	1,0	54,5	14,5	30,0
Инертный	0,0	60,9	13,0	26,1

Таблица 40.1 – Распределение респондентов по оценке предпочтительных направлений подготовки в ВУЗе в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Тип	Предпочтительные направления подготовки в вузе в ИО						
	Нет ответа	Инженерно-техническое	Гуманитарное	Связанное с информационными технологиями	Естественно-научное	Медицина и здравоохранение	Экономика
Инструментальный	0,5	29,7	6,5	40,5	3,5	4,9	13,8
Терминальный	0,3	30,4	6,8	42,3	4,5	3,1	11,4
Инертный	0,0	25,5	10,9	36,4	1,8	7,3	18,2

Таблица 40.2 – Распределение респондентов по оценке предпочтительных направлений подготовки в вузе в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Тип	Предпочтительные направления подготовки в вузе в ИО						
	Нет ответа	Инженерно-техническое	Гуманитарное	Связанное с информационными технологиями	Естественно-научное	Медицина и здравоохранение	Экономика
Инструментальный	0,6	35,6	3,9	41,7	1,1	8,3	8,3
Терминальный	0,5	28,5	4,5	41,0	4,0	8,0	13,0
Инертный	0,0	30,4	8,7	26,1	8,7	13,0	13,0

Таблица 41.1 – Распределение респондентов по определению преобладающих профессий в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Преобладающие профессии в информационном обществе	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Связанные со сферой экономики (торговля, предпринимательство)	37,0	33,7	38,9
Рабочие профессии	12,5	11,1	16,7
Связанные с социальной сферой (образование, медицина)	29,9	28,3	29,6
Связанные с развитием и производством информационных технологий	64,4	66,3	48,1
Связанные со сферой обслуживания	23,1	20,9	20,4
Сфера управления (административный персонал, гос. служащие, политики)	18,5	19,4	11,1
Множество узкоспециализированных профессий в разных сферах	22,6	22,6	29,6

Таблица 41.2 – Распределение респондентов по определению преобладающих профессий в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Преобладающие профессии в информационном обществе	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Связанные со сферой экономики (торговля, предпринимательство)	30,3	33,5	27,3
Рабочие профессии	21,1	13,9	13,6
Связанные с социальной сферой (образование, медицина)	28,0	27,8	27,3
Связанные с развитием и производством информационных технологий	62,3	60,3	54,5
Связанные со сферой обслуживания	10,9	10,3	9,1
Сфера управления (административный персонал, гос. служащие, политики)	9,7	10,8	9,1
Множество узкоспециализированных профессий в разных сферах	12,6	17,0	9,1

Таблица 42 – Распределение респондентов по оценке престижных видов деятельности в информационном обществе в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Престижные виды деятельности в информационном обществе	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Высокооплачиваемая	56,7	54,3	61,8
С перспективой карьерного роста	55,2	54,7	56,6
Творческие, связанные с креативностью	28,6	29,7	27,6
Публичные, на виду у многих	11,4	12,5	13,2
Управленческие, с большим количеством подчинённых	22,2	19,4	35,5
С льготами, дополнительно к заработку	13,4	10,5	15,8
Необременительные, позволяющие значительную долю времени отводить на досуг	13,2	10,3	13,2
Способствующие саморазвитию	33,4	36,3	36,8

Таблица 43 – Распределение респондентов по оценке трудовых ценностей работника информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Трудовые ценности работника информационного общества	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Уважение, престижность работы в глазах окружающих	36,5	36,5	44,7
Связанные с работой блага (возможность хорошо зарабатывать, получить квартиру, наличие льгот: детсад для ребенка, путёвки на отдых и т.д.)	55,6	53,0	51,3
Работа, интересная сама по себе (интересная специальность, содержательная сторона работы)	62,8	63,5	64,5
Возможность творческой работы (постоянно обновлять свои знания, использовать новое, передовое в своей работе)	50,3	51,2	48,7
Самостоятельность в работе (самостоятельность в принятии решений, способность взять ответственность на себя, самоконтроль и самодисциплинированность)	51,6	50,6	51,3
Возможность работать под руководством профессионально-грамотного руководителя, способного организовать работу коллектива	29,8	30,1	35,5
Долг, чувство ответственности перед людьми, перед страной	18,6	20,9	21,1
Не очень сложная, неутомительная и необременительная работа (даёт возможность больше внимания уделять семье, хорошо проводить свободное время и т.п.)	20,6	18,2	15,8
Возможность постоянного профессионального роста, повышения квалификации	60,8	59,3	67,1
Польза, приносимая людям	35,0	39,6	38,2
Возможность проявлять свои способности, деловые качества, развивать их	56,7	56,7	59,2
Возможность общаться с людьми, быть на людях	31,5	29,5	30,3

Таблица 44 – Распределение респондентов по отмечаемым качествам, необходимым работнику информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу)

Качества работника ИО	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Умение быть с лидером	51,9	48,8	56,4
Навыки работы с компьютером	52,5	48,5	61,5
Умение и навыки работы со всеми новинками в сфере цифровых технологий и мультимедиа на продвинутом уровне	65,4	67,2	74,4
Высокая грамотность в родном языке	47,7	44,4	39,7
Высокий уровень владения несколькими языками	58,5	57,2	59,0
Коммуникационные навыки и умения	75,0	78,5	78,2
Способности к творческому труду (креативность)	47,3	48,8	57,7
Высокий профессиональный уровень	65,1	65,6	66,7
Умение создавать и организовывать свободное время (досуг)	27,1	25,1	30,8
Финансовая грамотность, позволяющая умело ориентироваться в финансовых потоках и грамотно инвестировать	55,9	56,3	61,5
Физическая культура, обеспечивающая адекватные показатели здоровья для активного образа жизни	25,4	27,3	30,8
Склонность к постоянному самообучению	70,9	73,0	78,2

Таблица 45.1 – Распределение респондентов по оценке навыков, необходимых современному работнику в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Востребованы	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	69,8	66,6	67,3
Организаторские навыки	61,2	54,3	65,4
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	65,9	69,5	69,2
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	33,8	35,8	30,8
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	67,6	68,9	73,1
Интерес к работе	49,2	54,5	36,5
Высокий уровень активности	53,4	58,9	59,6
Способность творчески решать поставленные задачи	48,3	50,7	38,5
Трудолюбие	69,6	71,6	61,5
Дисциплинированность	65,1	66,9	63,5
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	27,4	27,9	25,0
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	67,6	69,8	69,2
Высокая ответственность	70,1	76,2	63,5
Целеустремленность, настойчивость в работе	74,9	74,5	71,2

Таблица 45.2 – Распределение респондентов по оценке навыков, необходимых современному работнику в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Востребованы	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	66,1	70,1	61,9
Организаторские навыки	55,0	57,7	52,4
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	69,6	69,6	71,4
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	31,0	33,0	19,0
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	64,3	69,6	66,7
Интерес к работе	51,5	55,7	66,7
Высокий уровень активности	52,0	58,2	66,7
Способность творчески решать поставленные задачи	39,8	47,4	57,1
Трудолюбие	77,8	77,8	71,4
Дисциплинированность	71,3	73,2	57,1
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	25,7	21,1	14,3
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	60,8	71,1	61,9
Высокая ответственность	73,7	74,7	76,2
Целеустремленность, настойчивость в работе	73,7	75,3	71,4

Таблица 46.1 – Распределение респондентов по оценке навыков, которые формируются вузом в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Формируются вузом	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	59,3	63,4	60,8
Организаторские навыки	31,1	32,3	27,5
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	48,3	48,6	52,9
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	67,2	72,2	70,6
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	35,0	36,9	39,2
Интерес к работе	29,9	30,5	33,3
Высокий уровень активности	31,1	32,9	23,5
Способность творчески решать поставленные задачи	35,0	34,1	27,5
Трудолюбие	36,4	38,1	25,5
Дисциплинированность	50,3	53,2	56,9
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	34,5	32,0	43,1
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	39,8	39,9	37,3
Высокая ответственность	37,0	34,1	43,1
Целеустремленность, настойчивость в работе	39,8	44,1	43,1

Таблица 46.2 – Распределение респондентов по оценке навыков, которые формируются вузом в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Формируются вузом	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	54,1	53,2	57,1
Организаторские навыки	30,8	28,4	33,3
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	50,0	48,4	61,9
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	80,2	82,6	71,4
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	34,3	37,9	47,6
Интерес к работе	29,7	32,6	23,8
Высокий уровень активности	31,4	27,9	19,0
Способность творчески решать поставленные задачи	30,2	35,3	33,3
Трудолюбие	30,2	35,8	19,0
Дисциплинированность	49,4	56,3	38,1
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	27,3	34,2	23,8
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	38,4	37,9	42,9
Высокая ответственность	37,2	36,8	28,6
Целеустремленность, настойчивость в работе	39,5	40,5	23,8

Таблица 47.1 – Распределение респондентов по оценке навыков, необходимых работнику информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2012 г.

Необходимы	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	59,6	61,2	56,0
Организаторские навыки	56,7	58,2	62,0
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	47,7	46,4	48,0
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	53,2	57,0	48,0
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	62,8	64,2	64,0
Интерес к работе	65,4	65,2	64,0
Высокий уровень активности	63,1	63,3	66,0
Способность творчески решать поставленные задачи	61,6	67,6	60,0
Трудолюбие	57,6	56,7	72,0
Дисциплинированность	56,7	55,5	54,0
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	61,9	64,2	64,0
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	64,8	67,0	66,0
Высокая ответственность	64,2	64,5	66,0
Целеустремленность, настойчивость в работе	67,7	67,0	78,0

Таблица 47.2 – Распределение респондентов по оценке навыков, необходимых работнику информационного общества в зависимости от типа (в % от числа опрошенных в каждой группе по типу), 2016 г.

Необходимы	Инструментальный тип	Терминальный тип	Инертный тип
Глубокие знания по специальности	58,9	62,0	52,6
Организаторские навыки	56,0	57,6	63,2
Практическое знакомство с профессиональными обязанностями	47,0	53,3	57,9
Владение знаниями и навыками научно-исследовательской работы	41,1	49,5	52,6
Желание и умение работать с людьми, находить с ними общий язык	59,5	58,2	73,7
Интерес к работе	54,8	58,2	63,2
Высокий уровень активности	57,1	59,8	63,2
Способность творчески решать поставленные задачи	59,5	58,2	73,7
Трудолюбие	53,6	55,4	63,2
Дисциплинированность	50,6	51,1	47,4
Широкий общественно-политический и общекультурный кругозор	48,8	53,3	63,2
Способность самостоятельно и оперативно принимать правильные решения	60,7	68,5	63,2
Высокая ответственность	51,8	60,9	68,4
целеустремленность, настойчивость в работе	61,3	63,6	68,4

Таблица 48 – Распределение респондентов по возрасту в зависимости от пола (в % от числа опрошенных в каждой группе по полу)

Возраст	Пол	
	Мужской	Женский
До 19 лет	38,6	44,4
От 20 до 22 лет	51,2	48,0
Старше 23	10,2	7,7

Таблица 49 – Распределение респондентов по жилищным условиям в зависимости от возраста (в % от числа опрошенных в каждой группе по возрасту)

Возраст	Жилищные условия					
	Нет ответа	Живут вместе с родителями	Живут в отдельной благоустроенной квартире	Снимают квартиру, комнату	Живут в общежитии в общей комнате	Живут в общежитии в отдельной комнате
До 19 лет	,4	46,4	6,8	5,8	40,0	,6
От 20 до 22 лет	,5	48,1	9,5	8,6	31,8	1,5
Старше 23	,0	32,1	34,8	10,7	19,6	2,7

Таблица 50 – Распределение респондентов по источникам дохода в зависимости от возраста (в % от числа опрошенных в каждой группе по возрасту)

Источники дохода	Возраст		
	До 19 лет	От 20 до 22 лет	Старше 23
Стипендия	26,6	25,6	18,8
Помощь родителей	85,2	72,0	40,2
Помощь родственников	5,6	6,1	3,6
Подработка	25,6	29,4	22,3
Работаю	5,8	24,6	59,8

Таблица 51 – Распределение респондентов по источникам дохода в зависимости от курса (в % от числа опрошенных в каждой группе по курсу)

Источник дохода	Курс	
	младшие курсы	старшие курсы
Стипендия	22,5	29,9
Помощь родителей	81,4	64,1
Помощь родственников	5,3	6,4
Подработка	26,6	28,3
Работаю	11,4	33,4

Таблица 52 – Распределение респондентов по уровню успеваемости в зависимости от жилищных условий (в % от числа опрошенных в каждой группе по жилищным условиям)

Успеваемость	Жилищные условия					
	нет ответа	Живут вместе с родителями	Живут в отдельной благоустроенной квартире	Снимают квартиру, комнату	Живут в общежитии в общей комнате	Живут в общежитии в отдельной комнате
Нет ответа	0,0	,0	,8	1,1	,2	,0
«5»	40,0	10,6	8,3	11,6	12,5	20,0
«4» и «5»	40,0	21,8	29,3	24,2	26,4	26,7
«4» и «5», но есть несколько «3»	,0	26,2	21,8	25,3	26,6	20,0
«4»	20,0	6,3	6,8	9,5	6,4	,0
«4» и «3»	0,0	24,3	24,1	25,3	18,6	26,7
В основном «3»	0,0	10,8	9,0	3,2	9,4	6,7

Таблица 53 – Распределение респондентов по уровню успеваемости в зависимости от курса (в % от числа опрошенных в каждой группе по курсу)

Успеваемость	Курс	
	младшие курсы	старшие курсы
Нет ответа	,1 %	,4 %
«5»	9,4 %	14,3 %
«4» и «5»	24,7 %	24,2 %
«4» и «5», но есть несколько «3»	23,7 %	28,5 %
«4»	6,5 %	6,8 %
«4» и «3»	24,1 %	19,5 %
В основном «3»	11,5 %	6,4 %