

становится фраза: “Ты не можешь обеспечить семью”, и конфликты имеют особо разрушительную силу.

После этого у 24% молодых семей ссоры затягиваются на несколько дней, но большинство молодых семей (60%) предпочитают не затягивать конфликты и быстро налаживают отношения. Но чем больше супруги вместе, тем выше неудовлетворенность браком и тем чаще ссоры и конфликты.

И исходя из того, что молодые супруги, в основном, в возрасте 21-23 лет, то большинство из них еще не имеет детей, так как для этого сначала необходимо “встать на ноги”, а появление ребенка переведет молодую семью в разряд малообеспеченных семей с низким материальным достатком. К тому же, в решении не иметь ребенка еще одним главным фактором являются стесненные жилищные условия. Детей имеют лишь 30% молодых семей.

Таким образом, экономическое благосостояние молодой семьи напрямую и тесно связано с всесторонними отношениями между супругами. Именно молодая семья испытывает материальные и жилищные трудности в первые годы брака так сильно, как никакая другая. Сегодняшняя молодая семья действительно молода, а следовательно, не имеет экономической самостоятельности и социальной независимости, а ее материальная обеспеченность находится на сравнительно невысоком уровне. Потому желательно оказание экономической и социальной помощи молодой семье. Укрепление молодой семьи — это решение целого комплекса проблем: жилищной, продовольственной, проблемы обеспечения товарами народного потребления, обеспечения детскими учреждениями и значительного повышения жизненного уровня.

С.Б. Силаева

Деньги как социальная ценность в оценках поколенческих групп

В настоящее время тема денег приобретает особую актуальность и в реальной жизни, и в науке. Во всем мире активно развивается экономическая социология, в том числе и у нас.

Деньги занимают одно из основных мест в структуре экономического поведения, определяют реальные возможности социальных субъектов. Поэтому рациональное изучение некоторых моделей экономического поведения может прояснить ряд

проблем, которые мало изучены в социологии. Прежде всего это проблема выявления специфики экономического поведения тех людей, кто жил в прежних экономических условиях, и тех, чья экономическая деятельность формировалась в новых рыночных условиях.

Различия в системе социальных ценностей могут быть причиной конфликтов, межличностных и социальных. Знание особенностей различных поколений позволяет прогнозировать и оптимизировать отношения.

Исследование было проведено в феврале-марте 1996 года методом анкетного опроса.

Объектом нашего исследования выступали поколенческие группы. Мы опирались на понимание поколения как потомства супружеской пары или совокупности супружеских пар по степени родства, причем эти пары считаются нулевым поколением, их дети — первым, а внуки — вторым поколением.

В ходе исследования было опрошено 203 человека: 50 подростков 15—16 лет, 51 ребенок 10—11 лет и 102 человека старше 27 лет.

Отбор респондентов производился на основе производственной стратифицированной выборки. Первым опрашивался ребенок, затем один из его родителей и дедушка или бабушка по этой же линии. Таким образом опрашивалось три поколения одной семьи. Это дало возможность сравнить влияние фактора возраста и семейных традиций, снизить влияние таких факторов, как различие в социальном происхождении, доходах, в референтных группах.

Для того, чтобы полнее раскрыть исследуемую проблему, мы рассмотрели ее в нескольких аспектах: реальное монетарное поведение, стереотипы и прожективные установки экономического поведения, деньги в системе жизненных ценностей и, наконец, семейные экономические традиции (в том числе экономическая социализация в семье). Это позволило нам сделать вывод о существующих в данное время моделях экономического поведения и социальной ценности денег.

Основная гипотеза исследования, предполагавшая существование внутригруппового сходства системы ценностей в рамках одной поколенческой группы, подтвердилась. В разных поколениях проявляются различные типы личности и соответствующего экономического поведения. Отметим основные характеристики каждого из изучаемых поколений.

Дети предстают как желающие помочь всему миру, начиная с себя и заканчивая человечеством. При этом деньги рас-

смаатриваются ими как средство установления социальной справедливости. Кроме того, дети наиболее остро чувствуют некую “опасную зону” рядом с деньгами: они указали на страх, который несут с собой деньги.

Подростки — это самостоятельные, “теоретически” не зависящие от родителей люди, озабоченные исключительно своей собственной судьбой, где на первом месте стоит желание разбогатеть, иметь свое дело, хорошо устроиться в жизни. При этом многие видят путь к этому через повышение своего образовательного и культурного статуса. Это поколение, в котором романтизм (мечты о “красивой жизни”, славе, власти) самым тесным образом переплетается с прагматизмом (ставка на собственные силы, личную карьеру, готовность к социально неодобряемым действиям).

Первое поколение (поколение родителей) не прочь изменить свою жизнь за счет смены деятельности, их желание колеблется от простого “уехать отдохнуть” до “почувствовать себя свободным”. Они видят в деньгах средство избавления от многих сегодняшних повседневных проблем, дающее уверенность и независимость. Отметим высокий уровень экономических стереотипов у людей данного поколения и нежелание что-либо менять в своих привычках.

У людей нулевого (старшего) поколения деньги ассоциируются с возможностью тихо и спокойно дожить свою жизнь, помогая другим. Это единственная группа, в которой присутствовали негативные высказывания о деньгах. Они озабочены скорее не своим материальным положением, а невозможностью помогать близким и тем, что деньги искажают отношения между людьми.

Мы предполагали, что большинство опрошенных (особенно среди молодого поколения) поставит деньги на первое место. Однако только 13% определили роль денег в их жизни как первостепенную. Основная часть респондентов считает, что деньги играют важную, но не главную роль. Здесь видна сильная тенденция к возрастанию роли денег от детей к старшему поколению: чем человек старше, тем сильнее значимость денег в его жизни.

У респондентов есть четкое осознание важности и необходимости денег как средства, базы для других достижений. Важной ценностью считается семья, интересная работа.

Деньги как жизненная ценность во всех группах (кроме подростков) занимают позицию ниже пятой. Они оцениваются как важный, но не главный элемент жизни, не как самоцель, а

как необходимый элемент для нормальной жизнедеятельности. Деньги рассматриваются как средство удовлетворения соответствующих возрасту актуальных потребностей.

В настоящее время остро стоит вопрос о росте числа незаконных, преступных и социально неодобряемых способов получения денег. Наше исследование касалось представлений респондентов о допустимости тех или иных способов. Большинство взрослых отрицает возможность использовать социально неодобряемые способы как для себя, так и для других людей. У трети набор способов, применяемых для них лично, уже, чем число способов, допустимых с их точки зрения для других людей. У подростков выбор допустимых методов гораздо шире, а у 16% способы, приемлемые для них, не совпадают с теми, которые они считают допустимыми для других (при этом требования, предъявляемые к другим, выше, должны носить более социально одобряемый характер).

На основании изучения системы жизненных ценностей респондентов, одобряемых и реальных способов получения и хранения денег, представлений о себе как богатом человеке, оценки различных жизненных судеб, мы можем сделать несколько основных выводов.

Реалии экономического поведения очень часто отходят от оптимальной модели. Мы бы выделили две основные, с нашей точки зрения, причины. Во-первых, низкий уровень экономических знаний, скорее даже полная безграмотность людей в экономических вопросах. Во-вторых, воспитанная в людях ориентация на стабильность, а не на динамизм, низкая адаптация к переменам.

Наиболее прагматичным при выборе реальной работы оказалось первое поколение: как правило, для них содержание работы отходит на второй план по сравнению с её оплатой; в то время как в гипотетических ситуациях, в планах на будущее прагматический мотив гораздо сильнее у подростков. Отметим, что во всех поколениях преобладает желание просто разбогатеть, чем получать больше за свою работу.

Мы обнаружили, что мальчики проявляют больший интерес и большую осведомленность в этой сфере, чем девочки. Современные дети рано вступают в активную экономическую жизнь, часто не имея необходимых навыков и знаний, что может создавать серьезные проблемы.

У членов одной семьи разные взгляды на жизненные ценности, оптимальный образ жизни, разные желания. Это говорит о том, что сегодня на ведущее место выходит принадлеж-

ность человека к поколению, а семейные традиции отходят на второй план.

В рамках одной поколенческой группы мы можем наблюдать элементы различных моделей экономического поведения. Черты же рыночной модели (хорошая ориентация и знание экономики, инициативность, открытость) проявляются довольно слабо; однако во всех поколенческих группах мы видим тенденцию адаптации к новым экономическим условиям, главным образом за счет изменения инструментальных и сохранения базовых ценностей.

Характер социальной ценности денег во многом определяется именно принадлежностью к определенной поколенческой группе. Мы зафиксировали только факт наличия данной межгрупповой дифференциации, предполагая дальнейшее исследование особенностей каждого поколения.

О.А. Хазиева

Факторы внутрипрофессиональной мобильности менеджеров

Анализ механизмов и проблем социальной мобильности — актуальная социальная проблема в условиях болезненно протекающего в обществе процесса стратификации и адаптации населения к новым рыночным реалиям.

Исходя из концепции П.А.Сорокина, под социальной мобильностью понимается любой переход индивида или социального объекта (ценности) из одной социальной позиции в другую. Выделяются два основных типа мобильности — горизонтальная и вертикальная. Горизонтальная социальная мобильность — это перемещение индивида или социального объекта из одной социальной позиции в другую, расположенную на том же уровне. Вертикальная социальная мобильность — это перемещение индивида или социального объекта из одного социального пласта в другой. В зависимости от направления перемещения выделяются два вида вертикальной социальной мобильности — восходящий и нисходящий, т.е. социальный подъем или социальный спуск. Начальным моментом в концепции социальной мобильности выступает понятие “социальное пространство”, которое разделяется на экономическое, социальное, профессиональное подпространства. Одним из каналов