

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
по направлению подготовки 39.03.01 Социология, профиль
«Экспертно-аналитическая деятельность в управленческих структурах»

**«РОЛЬ СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ
СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ
РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ)»**

Студент 4 курса очной формы
обучения, группа 15411

_____ **В.Д. Загородний**
подпись

Научный руководитель:
заведующий кафедрой социальной
философии и социологии,
доктор философских наук,
профессор

_____ **В.А. Решетников**
подпись

Рецензент:
заместитель министра по
молодежной политике Иркутской
области

_____ **А. Ф. Ахмадулин**
подпись

«К защите допускается»

Зав. кафедрой,
проф. В.А. Решетников
«___» _____ 2019 г.

Нормоконтролер: профессор
Грабельных Т. И.

подпись

Иркутск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
РАЗДЕЛ 1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ РОССИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....	20
1.1. Социокультурные ценности как опорный элемент мировоззрения современной молодежи России: категориальный анализ базовых понятий.....	20
1.2. Специфика и проблемы формирования социокультурных ценностей современной молодежи: научные подходы, социальные практики и экспертные оценки	27
1.3. Методики и техники социологического исследования процесса влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России.....	34
РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	51
2.1. Динамика символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области: институты и агенты влияния.....	51
2.2. Социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области: инновационный проект по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала «СКМ СВ».....	64
2.3. Разработка практических рекомендаций министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	92
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	96
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	105

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. XXI век характеризуется как период социальных, культурных и экономических трансформаций, которые имеют свое отражение во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Особую роль данные трансформации оказывают на ценности, нормы и принципы современной молодежи, которая является самой активной социальной группой. Стоит отметить, что молодое поколение с одной стороны является крайне нестабильной социальной группой, а с другой стороны пытается преодолеть барьер нестабильности путем формирования мировоззрения, поиска своего места в социуме, планированием своей собственной жизни, выбором профессии, хобби и своего окружения и т.д.

После распада СССР актуальность исследования динамики социокультурных ценностей российского населения, в частности молодежи, приобрели особую актуальность, ведь началась интеграция западных ценностей (индивидуализм, свобода в широком смысле, материальный достаток) в традиционную ценностную матрицу населения России. В условиях отсутствия единой государственной идеологии и основных механизмов ее формирования, при исследовании социокультурных ценностей на предмет их наличия / отсутствия и динамики, необходимо обращать особое внимание на факторы формирования данных ценностей и на роль системного влияния факторов на них.

Также стоит отметить, что в современных российских реалиях ценностный разрыв между молодежью и более старшим поколением носит более существенный характер, ведь внешние условия формирования ценностных ориентаций значительно отличаются, а, как следствие, представления органов государственной власти о современной молодежи в вопросе ценностных ориентаций может отличаться от действительной ситуации. Система корректировки ценностных ориентаций и стимуляции молодежи к реализации своего внутреннего потенциала в рамках

государства, а не за его пределами, особенно в регионах, носит нечеткий характер и требует нового подхода к осмыслению данного вопроса.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области на конец 2018 года в регионе насчитывается 407 777 человек в возрасте от 18 до 30 лет, что составляет 16,96 % от общего числа населения Иркутской области, соответственно, исследование социокультурных ценностей современной молодежи Иркутской области является одним из приоритетных [70].

А. Ш. Назарова, раскрывая сущность социокультурных ценностей молодежи, говорил, что «на формирование у молодого поколения социокультурных ценностей оказывают влияние следующие факторы: современное состояние общества, характер развития его социальной, экономической, политической, культурно-нравственной сферы; место и роль личности в общественной жизни, ее принадлежность к классу, социальной группе, профессиональному коллективу, а также идеи и образ жизни, которые она принимает; уровень общей культуры личности, как результат приобретения социального опыта, усвоения моральных принципов и норм, определяющий степень ее самосознания; умение оценивать объективные закономерности, интересы и потребности общественного и индивидуального развития; возрастные и психофизиологические особенности личности» [36]. Исходя из некоторых положений, описанных выше, можно сказать, что на формирование социокультурных ценностей индивида влияют следующие категории: образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность, кредит доверия, навыки речи, знаки высокого социального статуса. Эти понятия являются статусными характеристиками человека, а количество и качество совокупности этих характеристик, приобретённых индивидов при постоянной их демонстрации, является его символическим капиталом. То есть, можно сказать, что символический капитал - это совокупность неэкономических категорий, которые могут

служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами.

Полагаем, что проведение комплексного социологического анализа роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи позволит получить данные прикладного характера, которые могут быть положены в основу современных концепций перспективного развития молодежи регионов и страны в целом, а также послужит основой в инновационном развитии российской науки и образования.

Степень научной разработанности проблемы. В исследовании роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи существует ряд ключевых концепций, которые могут лечь в основу исследования.

Началось фундаментальное исследование изменений социальных и культурных ценностей во второй половине XIX века. Причиной этому стало то, что такие категории, как: культура и ценности, стали предметом изучения социологов: К. Риккерт [37], М. Вебер [5], Т. Парсонс [51], изучающие масштабные социальные механизмы и культурные особенности в динамичных ценностях. В данных исследованиях инновационными стали методология и теоретический базис, ведь они позволили обосновать социокультурные изменения как естественный процесс, опирающийся на деятельность политики и экономики как социальных институтов общества.

Психолого-социологическое направление в изучение социокультурных ценностей является одним из основных в формировании комплексного представления о данном объекте исследования. Ф. Теннис [21], К. Маркс [33], Э. Гидденс [49], Г. Тард [40], Ч. Кули [34] и Э. Дюркгейм [15] являются основными социологами, которые внесли огромный вклад в изучение развития взглядов об институциональных механизмах изменения цены, коррелирующих с динамикой социокультурных ценностей. При формировании теоретических основ социокультурной динамики огромное

влияние оказали теоретико-методологические работы таких социологов цивилизованного подхода, как Шпенглер [46] и А. Тойнби [42].

Социальные и культурные изменения молодого поколения в базе имеют концепцию социальной и культурной динамики П. Сорокина [39]. Данная концепция основана на философской школе неокантианцев и русской социологической школы. Теорию П. Сорокина можно трактовать как общую социальную теорию, которая имеет междисциплинарный подход, а именно находится на стыке философии и социологии (теория среднего класса и теории разной молодежи).

В новейшей социологической науке изучение социокультурных изменений, коррелирующих с социологическими теориями молодежи, представлено в теоретических работах Л. Н. Москвичева [35], И. М. Ильинского [19], М. К. Горшкова [10], Н. И. Лапина [27]. Под призмой социокультурной динамики Т. Б. Сергеевой [65] изучались ценности воспитания и образования.

Системный подход к исследованию состояния и перспектив ценностных ориентаций российской молодежи предприняли Ю. Г. Волков [8], В. И. Добреньков [14], Ф. Д. Кадария [22], И. П. Савченко [22], В. А. Шаповалов [22]. Для социологического исследования социокультурной динамики молодежи в области духовно-культурных ценностей важное значение приобретает анализ аксиологических аспектов личностного становления. Н. П. Медведев исследовал ценности российской молодежи, в частности студентов, в контексте общей переоценки ценностей, произошедшей в последнее десятилетие в нашей стране [34].

Сравнительный анализ исторически развивающихся ценностных отношений в различных социокультурных системах содержится в исследованиях А. Г. Здравомыслова [16], А. С. Ахиезера [2], В. М. Розина [38].

Наиболее важным ресурсом для социальных и культурных ценностей является символический капитал. Заслуга его исследования восходит к

выдающемуся французскому социологу Б. Бурдьё [4]. В конце двадцатого века он впервые ввел понятие символического капитала в своей работе «Практический смысл». Будучи важнейшей формой нематериального капитала, П. Бурдьё тем временем сосредоточил свой анализ на проблеме развития проблемы символического капитала в области социальных и культурных взаимодействий. Поскольку это универсальный тип капитала можно сказать, что роль символического капитала могут играть все другие формы капитала.

Понятие и интерпретация символического капитала существует относительно давно, но из-за противоречивости его понимания есть немного фундаментальных исследований данного вопроса и в основном они строятся на осмыслении понятий «капитал» и «символ», а также их взаимосвязи.

Д. С. Максимович, исследовавший символический капитал в контексте власти, характеризует его как «...особый вид капитала, которым располагают органы власти,...основным инструментом его реализации выступают средства массовой коммуникации» [19, с. 12]. Капитал понимается как некий синтез социальных отношений, то есть Максимович отходит от понимания символического капитала как отдельного явления. Основная задача символического капитала – донесение общественно-значимой информации до населения и сохранение/изменение ценностей в обществе.

Однако, при наличии фундаментальной теоретической и эмпирической исследовательской базы, следует указать на недостаточность работ, отражающих роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной российской молодежи. Теоретический аспект проблемы заключается в недостаточной степени изученности институтов и агентов влияния символического капитал на социокультурные ценности, анализа факторов в условиях социально-экономической нестабильности. Практический аспект проблемы связан с невысокой эффективностью органов государственной власти, бизнес-сообщества и некоммерческих организаций в помощи молодежи в

присвоении символического капитала и корректировки социокультурных ценностей молодежи «мягкими» инструментами с корреляцией с желанием молодежи и государственной политикой в сфере молодежи.

Объект исследования – социокультурные ценности современной российской молодежи.

Предмет исследования – влияние символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи в региональном аспекте.

Цель исследования – выявить и проанализировать систему влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области.

Реализация указанной цели исследования предполагала постановку и решение следующих **приоритетных задач**:

1. Произвести категориальный анализ базовых понятий: «социокультурные ценности», «символический капитал», «молодежь»;
2. Рассмотреть современные подходы изучения основных специфик и проблем формирования социокультурных ценностей современной молодежи;
3. Представить и обосновать методики и техники социологического исследования влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России;
4. Проанализировать динамику символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области: институты и агенты влияния;
5. Составить социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области;
6. Провести факторный анализ проблем и основных путей реализации инновационного проекта «СКМ СВ»;
7. Разработать практические рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что символический капитал является важной составляющей в формировании социокультурных ценностей, а динамика этого капитала способна корректировать социокультурные ценности современной молодежи, соответственно, без создания эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала невозможно комплексное развитие региона и страны в целом.

Теоретико-методологическая основа исследования. Теоретико-методологическую основу исследования отображают научные труды в области социологии молодежи, базовые концепции социокультурной динамики, а также были использованы концептуальные положения теоретических разработок и обобщение практического опыта отечественных и зарубежных социологов, определяющих социологический подход к исследованию символического капитала и социокультурных ценностей.

Содержание и методологию дипломного исследования составили подходы: трансформаций социокультурных ценностей в работах М. Вебера [5] и Т. Парсонса [51], концепция социальной и культурной динамики, созданной П. Сорокиным [39]. Системный подход к исследованию состояния и перспектив ценностных ориентаций российской молодежи Ю.Г. Волкова [8], В.И. Добренькова [14], Ф.Д. Кадария [22], И. П. Савченко [22], В.А. Шаповалова [22].

В работах П. Бурдье [3] было проанализировано место символического капитала в социокультурном поле интеракций, а также влияние символического капитала на жизнедеятельность индивида в социальных реалиях.

Методы и методики исследования. Для решения поставленных задач были использованы общенаучные и социологические методы исследования. Активно использовались теоретико-познавательные методы: анализ научной литературы, синтез всех имеющихся (доступных для автора) знаний по изучаемой проблеме, категоризация содержания обобщенных и

осмысленных материалов, классификация и схематизация полученных результатов.

Практическая реализация поставленных задач осуществлена посредством применения таких методов, как: статистический анализ; анализ документальных источников; вторичный анализ материалов социологических исследований; экспертное интервьюирование; онлайн-опрос населения; метод экспертных оценок.

Метод статистического анализа дает точную и надежную информацию, помогает прогнозировать, делать определенные выводы. Благодаря статистике можно судить о современном состоянии рассматриваемого явления, проводить сравнительный анализ с показателями прошлых лет, прогнозировать возможные будущие сценарии развития событий. Эмпирическую базу исследования в соответствии с данным методом составили: территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. Всего анализу было подвергнуто 3 документа.

Анализ документальных источников проводился с целью обоснования нормативно-правовой базы по проблемам молодежи в области культуры, как в Иркутской области, так и в России в целом. В данном исследовании использовался качественный анализ документальных источников, посредством которого были выявлены общие тенденции и направления. За период с 1992 по 2018 год нами были рассмотрены 13 документов регионального и всероссийского уровня.

Вторичный анализ материалов социологического исследования осуществляется посредством анализа уже проведенных исследований, сравнения результатов различных опросов с данными лично проведенного исследования. Вторичному анализу подверглись результаты 2 социологических исследований 2014 - 2017 гг.

Экспертное интервьюирование проводилось с целью выявления мнений и оценок роли символического капитала в формировании

социокультурных ценностей современной молодежи России. Интервьюирование было проведено при помощи специально разработанного бланка вопросов. Связь с экспертами осуществлялась посредством личной встречи, использования электронной почты, а также бланки интервью были доставлены лично экспертам с последующим возвратом. Каждый эксперт заполнял бланк интервью самостоятельно. Когда интервью были заполнены всеми необходимыми для исследования экспертами, была составлена аналитическая справка.

В данном исследовании эксперты составляют несколько групп: эксперты от органов государственной власти; эксперты от высших учебных заведений и научных учреждений; эксперты от специализированных организаций; эксперты из органов общественного контроля. Всего было опрошено 15 экспертов. Эксперты отбирались в зависимости от наличия необходимых компетенций (см. Приложение 1-3).

Выбор *онлайн-опроса* предполагает проведение анкетирования в режиме онлайн в сети Интернет среди молодёжи Иркутской области в возрасте от 18 до 30 лет. Всего было опрошено 305 человек. Основным инструментом в проведении опроса являлись анкета, которая представляла собой список определенным образом сгруппированных специальных вопросов, связанных с центральной задачей исследования. Анкета включала в себя закрытые вопросы, допускающие ответы, приведённые самим анкетёром, открытые вопросы, где ответ следует привести самому респонденту и комбинированные вопросы. Анкета была размещена в свободном доступе на сайте IAnketa.ru (см. Приложение 1, 5-6, 8).

Метод экспертных оценок. Метод экспертных оценок является одним из видов экспертного опроса, предполагающий получение оценок по исследуемой проблеме. Существует две группы экспертных оценок: индивидуальные, основанные на использовании отдельных экспертов, независимых друг от друга, и коллективные, основанные на использовании коллективного мнения экспертов. Учитывая, что содержание экспертных

методов состоит в выработке коллективного мнения группы специалистов в данной области, автором была разработана программа по определению методики оценки эффективности программ, в частности государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019-2024 годы. (см. Приложение 9).

Методика подготовки аналитического отчета. По результатам комплексного социологического исследования был составлен научный документ, который в установленной форме отразил содержание программы исследования, ее выполнение, полученные в конечном итоге научные выводы, практические рекомендации, возможности их внедрения (см. Приложение 8). Аналитический отчет состоит из введения, основной части и заключения. Введение включает общие сведения о проведенном исследовании с указанием организации, проводящей исследования, места проведения, целей и задач исследования; краткое изложение методов и методик исследования. В основной части представлен социально-демографический портрет экспертов и респондентов, основные выводы и результаты исследования по экспертному опросу, опросу населения, онлайн-опроса, сравнительный анализ результатов исследования гайд-интервью и опроса населения. В заключение указываются основные выводы и результаты, полученные в ходе анализа данных исследования. Результаты и выводы представляются в форме таблиц, графиков, диаграмм (см. Приложение 7).

Методы обработки и анализа данных. Статистическая обработка данных осуществлена при помощи программы Microsoft Office Excel и SPSS Statistic for Windows 22.0. С помощью SPSS были созданы три базы данных социологического исследования, на основе которых были получены частотные распределения ответов респондентов. Также были получены таблицы сопряженности, показывающие взаимосвязь разных переменных (специфика ответов на вопрос, в зависимости от разных социально-демографических характеристик), и построены графики.

В качестве методов анализа данных выступали причинный, факторный, сравнительный, графический анализ, а также широкое распространение получил табличный метод.

Эмпирическую базу исследования составили данные статистического анализа; данные анализа документальных источников; результаты вторичного анализа материалов социологических исследований; результаты экспертного интервьюирования; результаты онлайн-опроса; результаты с использованием метода экспертных оценок, а именно:

1. *Результаты статистического анализа данных* предполагал анализ статистических сведений за 2018 год. Эмпирическую базу исследования в соответствии с данным методом составили: территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. Всего анализу было подвергнуто 3 документа.

2. *Результаты анализа документальных источников* федерального и регионального уровней в отношении молодежи в сфере молодежной и культурной политики за период с 1992 по 2018 гг. Всего было проанализировано 13 документальных источников.

3. *Данные вторичного анализа социологических исследований* федерального уровня, проведенных в 2014-2017 гг. по всероссийским репрезентативным выборкам. Вторичному анализу были подвергнуты результаты 2-х исследований:

- Результаты исследования на тему «О молодежи: возрастные границы, ценности, особенности», проведенного Фондом «Общественное мнение» (ФОМ) в 43 субъекта РФ, 100 населенных пунктов России 6-7 сентября 2014 г., опрошено 1500 граждан РФ от 18 лет и старше. Цель опроса заключалась в выяснении, как россияне относятся к нынешней молодежи, что о ней думают [67].

- Результаты исследования на тему «Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики», который был проведен 1-10 мая 2017 года авторским

коллективом ФГБОУ «Государственный университет управления» в рамках исполнения государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации №28.4377.2017/НМ. Опрошено 1600 респондентов и 10 экспертов [68].

4. *Результаты экспертного интервьюирования* по теме «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного лично автором на базе Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» в период с апрель по май 2019 г. В соответствии с выборкой было опрошено 15 экспертов (см. Приложение 1-3, 8). В основу выбора экспертов был положен принцип отбора представителей эксперты от органов государственной власти; эксперты от высших учебных заведений и научных учреждений; эксперты от специализированных организаций; эксперты из органов общественного контроля.

Результаты онлайн-опроса населения г. Иркутска по теме «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного лично автором на базе Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» в мае 2019 г. В опрос населения проводился среди молодёжи Иркутской области в возрасте от 18 до 30 лет. Всего было опрошено 305 человек (см. Приложение 1-3, 8).

В рамках *метода экспертных оценок* нами была разработана программа, предназначенная для проведения комплексного анализа (экспертизы) ведомственной целевой программы Иркутской области «Молодёжная политика» на 2019 - 2024 гг. (см. Приложение 9-10). С использованием данного метода был проанализирован 1 документ.

Научная новизна результатов исследования.

1. На основе проведенного исследования уточнено понятие «социокультурные ценности» и представлено авторское видение понятия «символический капитал»;

2. Систематизированы современные научные подходы и социальные практики изучения основных специфик и проблем формирования социокультурных ценностей современной молодежи;

3. Представлены методики и техники социологического исследования влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России;

4. Проанализированы институты и агенты влияния на динамику символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области;

5. Разработан социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области;

6. Выявлены основные типы проблем и основные пути реализации инновационного проекта «СКМ СВ»;

7. Разработаны практические рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.

Научно-практическое значение результатов исследования. Теоретическая и практическая значимость результатов исследования заключается, прежде всего, в том, что дается целостное представление о роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России, также в создании инновационного проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала «СКМ СВ».

Социологический инструментарий, разработанный в ходе исследования, может применяться в опросах разного уровня по соответствующей проблематике. Результаты инновационного проекта могут

быть использованы при осуществлении подобных программ в других регионах Российской Федерации.

Теоретические выводы и практические рекомендации по результатам проведенного исследования могут представлять интерес для министерства по молодежной политике Иркутской области, некоммерческим организациям и бизнес-сообществу региона.

Результаты и выводы могут быть также использованы в образовательном процессе при разработке программ лекционных курсов и семинарских занятий, учебных пособий по дисциплине «Социология молодежи», «Социальная культуры», «Социология символа».

Апробация результатов исследования. Основные положения выпускной квалификационной работы были апробированы в процессе прохождения «Практикума по научно-исследовательской и проектной деятельности» на базе министерства по молодежной политике Иркутской области (отдел «Реализации стратегических направлений государственной молодежной политики»), а также в рамках изучения следующих дисциплин: «Экспертно-аналитическая деятельность», «Практикум по экспертно-аналитической деятельности», «Социологические проблемы изучения общественного мнения» и др.

Результаты исследования также были апробированы в рамках научных мероприятий:

– Всероссийская конференция с международным участием «Социально-демографические процессы в XXI веке: кризис, вызовы, стратегии безопасности» выступление с докладом «Влияние социокультурных особенностей Восточной части России на демографическую ситуацию региона: сравнительный анализ» (16 марта 2017 г.);

– Всероссийская конференция с международным участием «Социальный опыт комсомола и его значение для модернизации

современной России» выступление с докладом «Роль символа в системе символического капитала молодежи» (28 сентября 2018г.);

- X Всероссийской научной Интернет-конференции ИГУ ИСН «Культура и взрыв: социальные смыслы в эпоху перемен» выступление с докладом «Идеализированный образ успешного студента: анализ стереотипов российской молодежи на примере студенческой группы» (15.11 2018 г.);

- XII Международная научная конференция «Сорокинские чтения» заочное участие (19-20 февраля 2018 г.);

- XXV Международная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» выступление с докладом «Условия и основные тенденции формирования символического капитала молодежи в Иркутской области» (9-13 марта 2018 г.);

- VI Всероссийская научная конференция с международным участием «Роль социального образования в обеспечении национальной безопасности» выступление с докладом «Разработка эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей в целях обеспечения национальной безопасности» (29-30 марта 2018 г.).

Отдельные положения исследования были изложены в следующих научных публикациях:

- Загородний В.Д. Влияние социокультурных особенностей Восточной части России на демографическую ситуацию региона: сравнительный анализ. Социально-демографические процессы в XXI веке : кризис, вызовы, стратегии безопасности : сб. науч. тр. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; Служба ЗАГС Иркутской области ; [науч. ред.: Т. И. Грабельных, А. В. Аргучинцев]. - Иркутск: ООО Оперативная типография «На Чехова», 2017. - с. 239-240

- Загородний В.Д. Социокультурное моделирование в перспективном развитии России / В.Д. Загородний // Вестник Иркутского

государственного университета / ФГБОУ ВПО "ИГУ". - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2017. - Вып. 20

- Загородний В. Д. Символический капитал как явление, дезинтегрирующее молодежную среду // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы: материалы IV всерос. науч.-практ. конф. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [под общ. ред. О. А. Кармадонова, О. А. Полюшкевич]. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. – С. 57-59

- Загородний В. Д. Неравенство стартовых возможностей в молодежной среде как проблема формирования символического капитала молодежи // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира: XII Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2018»: Сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2018. – С.

- Загородний В. Д. Разработка эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей в целях обеспечения национальной безопасности // Высшее образование, социальные науки и национальная безопасность : сб. науч. тр. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [науч. ред.: Т. И. Грабельных, А. Ф. Шмидт]. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. – С. 373-375

- Загородний В. Д. Условия и основные тенденции формирования символического капитала молодежи в Иркутской области // Материалы Международной молодежной научного форума "ЛОМОНОСОВ - 2018" / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2018. — 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. ISBN 978-5-317-05800-5

- Загородний В. Д. Роль символа в системе символического капитала молодежи // Социальный опыт комсомола и его значение для модернизации современной России: сборник материалов всероссийской конференции с международным участием ИГУ ИСН // ИСН ФГБОУ ВО

«ИГУ», 2018.

- Загородний В.Д., Ландина А.О., Кожевников Н.Б. Идеализированный образ успешного студента: анализ стереотипов российской молодежи на примере студенческой группы / А.О. Ландина, В.Д. Загородний, Н.Б. Кожевников // Культура и взрыв: социальные смыслы в эпоху перемен: сборник материалов X Всероссийской научной Интернет-конференции ИГУ ИСН // ИСН ФГБОУ ВО «ИГУ», 2018.

Структура и объем работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений. ВКР выполнена на 95 страницах. Библиографический список составляет 71 источников. Имеют место 10 приложений. Всего разработано и представлено 54 таблиц, 8 рисунков. Общий объем работы 202 страницы.

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ РОССИИ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1.1. Социокультурные ценности как опорный элемент мировоззрения современной молодежи России: категориальный анализ базовых понятий

В настоящее время в изучении социокультурных ценностей накоплен достаточный опыт. Однако, раскрывая сущность понятия «социокультурные ценности», стоит, в-первую очередь, рассматривать его как опорный или базисный элемент мировоззрения индивидов. Мировоззрение является одним из ключевых понятий «социологии культуры» и рассматривается именно как совокупность жизненного опыта и ценностей индивида, а, как следствие, взгляд на окружающий его мир под этой призмой.

Первое упоминание понятия «мировоззрение» было сделано И. Кантом [23], однако сама категория ещё не была отделена от понятия «миросозерцание», соответственно, синтез данных понятий являлся слишком широкой категорией, не имеющая четкие границы. Как отмечает Карл Манхейм: «мировоззрение ни в коей мере не является самодовлеющей, объясняемой из себя самой величиной, а всегда формулируется только в определенных узловых пунктах, на стыках ситуаций, в связи с конкретными проблемами» [32]. Хотя вопрос границ понятия «мировоззрение» до сих пор остается спорным, ведь философские и социологические споры ведутся и на сегодняшний день. Данные расхождения в суждениях ученых затрудняет выработки концепции регулирования мировоззрения индивида и на основе данного понятия работать над разработкой адекватной идеологической системой государства.

Возвращаясь к анализу понятия «мировоззрение», стоит отметить, что в работе «Феноменология духа» Георг Фридрих Вильгельм Гегель [9] по аналогии с Кантом [23] считал, что данное понятие является не раскрытым, хотя оно и было вынесено в название заглавия как «моральное

мировоззрение». Уже современное значение термин получает в работах В. Шеллинга [50], а в дальнейшем В. Дильтей [13]. В русской философской школе понятие «мировоззрение» появляется немного позже в работах В. И. Вернадского [6], В. И. Ленина [28] и А. М. Деборина [12].

Согласно немецкому философу и социологу М. Шелеру, мировоззрение – «управляющий всей культурой или одной личностью вид селекции и членения, в котором оно (мировоззрение) фактически вбирает чистую сущность физических, психических и идеальных вещей, независимо от того, как совершается их осознание и даже происходит ли это осознание вообще» [45]. Так как Шелер был одним из родоначальников социальной антропологии, в своих научных изысканиях он пытался раскрыть сущность человека, отвечая на вопросы: «что есть человек?» и «какая его миссия?». Человек стремится к реализации своего собственного «Я», опираясь на свое мировоззрение. Критика Шелера строится на том, что автор воспринимал человека не только творение Бога, а его «соавтором».

Если к категориальному анализу подходить с психологической точки зрения, то мировоззрением можно назвать систему представлений на рациональный мир и место индивида, взгляды на окружающую его реальность, а также ключевые жизненные ситуации людей, идеалы принципы, убеждения, восприятия и деятельности, а также ценностные тенденции, вызванные по этим взглядам. Восприятие мира - это сущность социальной и индивидуальной осведомленности. Это отражение и общее понимание мира, человека, общества и ценное отношение к ним, а также определение социальной, политической, философской, религиозной, моральной, эстетической и научной ориентации личности. Будучи средством осознания реальности, мировоззрение включает в себя принципы жизни, которые определяют характер деятельности людей. Важнейшим элементом мировоззрения являются идеалы как ключевые жизненные цели. С точки зрения содержания и социального значения, мировоззрение постоянно является научным или ненаучным, атеистическим или религиозным,

революционным или консервативным и т. д. Содержание сознания становится универсальным, когда оно осуждается. Мировоззрение имеет большое практическое значение. Это влияет на стандарты поведения, отношение человека к работе и других лиц, характер его жизненных устремлений, его жизнь, его вкусы и его интересы. Глобальное мировоззрение формируется путем обобщения естественных наук и социальных, художественных и философских знаний и под влиянием условий жизни, которые передаются из поколения в поколение с опытом людей в форме здравого смысла и спонтанного, нерегулярные и традиционные идеи по всему миру. Особый вклад в осмыслении этого понятия внес австрийский психолог З. Фрейд, в научных трудах мировоззренческого направления которого строились теории и научные изыскания многих психологов. Согласно З. Фрейду, мировоззрение – «интеллектуальная конструкция, которая единообразно решает все проблемы нашего бытия, исходя из некоего высшего предположения; в ней ни один вопрос не остается открытым, и все, что вызывает интерес, занимает определенное место» [43].

В марксистско-ленинской философии понятие «мировоззрение» соотносится с понятием «идеология». К. Маркс и Ф. Энгельс о мировоззрении говорили следующим образом: «...которое овладевает нашей мыслью, подчиняет себе наши убеждения и к которому разум приковывает нашу совесть, — это узы, из которых нельзя вырваться, не разорвав своего сердца, это демон, которого человек может победить, лишь подчинившись ему» [33].

Самое оптимальное определение, на наш взгляд, является следующее, мировоззрение — «система взглядов, оценок и образных представлений о мире и месте в нём человека, общее отношение человека к окружающей действительности и самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации» [20]. Исходя из данного

определения, можно сказать, что мировоззрение является комплексным понятием, включающим себя множество аспектов рационального и иррационального мироощущения человека, однако фундаментальной категорией можно назвать именно «ценностные ориентации».

Как отвечал П. Сорокин «не существует личности как социума, то есть как носителя, создателя и пользователя значениями, ценностями и нормами, без корреспондирующих культуры и общества» [39]. Мировоззрение формируется во время процесса социализации личности, то можно смело утверждать о том, что ценности индивида являются отражением определенной социокультурной среды, идеи и принципы которой транслируются индивиду, в большей степени, ближайшим окружением индивида и, уже в меньшей, этносом или нацией в целом. Поэтому вполне справедливо говорить о том, что «мировоззрение» включает не только ценностные ориентации, а именно «социокультурные ценности», которые являются опорным элементом системы мировоззрения человека.

Само понятие «социокультурные ценности» образовано путем использования таких терминов, как «культура» и «ценности», но имеет социальный характер формирования. Серьезный вклад в изучение социокультурных ценностей и их динамики внес П. Сорокин. Сорокин характеризует исторический процесс следующим образом: если культура находится в упадке, это означает, что данные социокультурные ценности исчерпали себя и зарождаются новые основания для формирования иного культурного типа.

Исследование по данной теме всецело направлено на изучение влияния символического капитала на социокультурные ценности именно молодежи, соответственно, проводя категориальный анализ основных понятий, следует изучить понятие «молодежь».

Определение понятия «молодежь» началось задолго до появления социологии. Ещё античные философы пытались дать определение данному понятию, понимая его под призмой своего времени. Также предпринимались

попытки не только дать определение, но и изучить молодежь, изучить ее характеристики как особой социально-демографической группы, выявить ключевые характеристики. Одним из первых попыток изучить молодежь является греческий философ Сократ [25].

Немецкий социолог Карл Манхейм определил, что молодёжь является своего рода резервом, выступающим на передний план, когда такое оживление становится необходимым для приспособления к быстро меняющимся или качественно новым обстоятельствам. Динамичные общества рано или поздно должны активизировать и даже организовывать их (ресурсы, которые в традиционном обществе не мобилизуются и не интегрируются, а часто подавляются). Молодёжь, по мысли Манхейма, ни прогрессивна, ни консервативна по своей природе, она — потенция, готовая к любому начинанию[31].

Одно из первых трактовок категории «молодёжь» в отечественной социологии было дано в 1968 г. В. Т. Лисовским, молодёжь — «поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции» [29].

Ю. Р. Вишневский определил молодежь, как «социально-демографическая группа, выделяемую на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей» [19, с. 60].

Был проведен анализ нормативно-правовых документов, связанных с молодежью и ее социокультурными ценностями. Однако, на наш взгляд, основное решение проблемы адекватного конструирования социокультурного пространства молодежи и развитие социокультурных ценностей молодежи с корреляцией с интересами государства является научный подход к реализации данного вопроса, причем решение должно носить комплексный характер.

Таким образом, проведя анализ нормативно-правовых документов, связанных с молодежью, ее социокультурными ценностями и развитию молодежи в сфере культуры, можно сделать вывод, что законодательная база Российской Федерации не имеет четко установленную категориальную базу таких понятий как «ценности», «социокультурные ценности», «культурные ценности», которые необходимо транслировать современной молодежи. Отсутствует систематизация ценностей, которые необходимо прививать современной молодежи, а единственная выраженная ценность – любовь к своей Родине, то есть патриотизм.

Обобщая весь имеющийся опыт социологической науки, мы рассмотрели социокультурные ценности молодежи как синтез понятий «культура» и «ценности», на которые оказывает влияние социальное окружение. Социокультурные ценности являются базисом мировоззрения, под которым понимается система ценностей, представлений, убеждений, взглядов, оценок и жизненного опыта, на основе которых человек определяет себя и свое место в мире, свою модель поведения в конкретных ситуациях, основные жизненные позиции.

В соответствии с проведенным категориальным анализом, представим базовые авторские категории и понятия:

Мировоззрение - система ценностей, представлений, убеждений, взглядов, оценок и жизненного опыта, на основе которых человек определяет себя и свое место в мире, свою модель поведения в конкретных ситуациях, основные жизненные позиции [авт.];

Социокультурные ценности – ценности и нормы поведения, формирующиеся у человека в процессе социализации, которые находятся в постоянной динамике ввиду воздействия социального окружения и культуры в целом [авт.];

Молодежь – особая социальная группа в возрасте от 14 до 30 лет, находящаяся в стадии становления системы ценностей и норм поведения под воздействием культуры и общества [авт.];

Символический капитал - совокупность неэкономических категорий, которые могут служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами [авт.].

В заключение параграфа 1.1. Раздела 1 резюмируем, что проведенный теоретический анализ литературы позволил нам уточнить понятие «молодежь» под призмой рассмотрения мировоззрения и социокультурных ценностей, а также дать авторские понятия «мировоззрение» и «социокультурные ценности» с учетом различных подходов. Были рассмотрены философские, социологические и психологические подходы в трактовке категориальной базы данного исследования.

На сегодняшний день понятие «социокультурные ценности» широко используется, однако отсутствует четкая категориальная база в нормативно – правовых документах, но на основе данного понятия формируются государственные документы. Возникает сложность в трактовке понятий в ознакомлении с нормативно – правовыми документами, а также из-за этой проблемы вопросы формирования комплексной системы ценностей у молодежи с прописанными инструментами трансляции их остается без должного внимания на государственном уровне, носит нечеткий характер, а реализуемые государственные программы не имеют понятийного фундамента.

Таким образом, под «социокультурными ценностями» понимаются ценности и нормы поведения, формирующиеся у человека в процессе социализации, которые находятся в постоянной динамике ввиду воздействия социального окружения и культуры в целом.

1.2. Специфика и проблемы формирования социокультурных ценностей современной молодежи: научные подходы, социальные практики и экспертные оценки

Основная специфика и проблемы формирования социокультурных ценностей современной молодежи является предметом изучения целого ряда направлений и научных школ.

Первый подход – структурный функционализм Т. Парсонса [51]. В своих трудах Парсонс уделял большое внимание проблеме общественного порядка. Он утверждал, что социальная жизнь является скорее признаком «взаимной выгоды и мирного сотрудничества, чем взаимной враждебности и разрушения» на этом основании, что приверженность только общим ценностям обеспечивает основу для порядка в обществе [51]. Консенсус о ценностях является неотъемлемым принципом общества. Общепринятые ценности следуют общим целям, которые определяют направление действий в конкретных ситуациях. Общая цель становится стимулом для сотрудничества. Средства перевода ценностей и целей в действия являются ролями. Любой социальный институт предполагает набор ролей, содержание которых может быть выражено с помощью правил, определяющих права и обязанности в отношении каждой конкретной роли. Стандарты стандартизируют и организуют ролевое поведение, делая его предсказуемым, создавая основу социального порядка.

Когда ценности институционализированы, а поведение организовано в соответствии с ними, возникает стабильная система - состояние «социального равновесия». Существует способа достижения этой ситуации - социализация, посредством которой социальные ценности передаются из поколения в поколение наиболее важными институтами, выполняющими эту функцию, являются семья, образование.

Предметом социологии является система действий (социальных), которая, в отличие от социальных действий (действий индивида), включает в себя деятельность многих людей. Система работы включает в себя

подсистемы, которые выполняют взаимосвязанные функции: социальная подсистема (группа людей) - функция интеграции людей; культурная подсистема - клонирование модели поведения, используемой группой людей; поведенческий объект - функция адаптации к внешней среде.

Культурная подсистема - это производство духовных (культурных) ценностей - символических значений, которые распознаются людьми, организованными в социальные подсистемы, в их поведении. Культурные значения определяют деятельность человека, придают ему смысл.

Основная специфика формирования социокультурных ценностей молодежи в рамках данного научного подхода состоит в том, что ценности формируются путем трансляции их от старшего поколения младшему, то есть происходит процесс социализации при помощи воздействия социальных институтов. Однако стоит обратить внимание, что основная проблема этой теории – исключение внутренних факторов, влияющих на социокультурные ценности молодежи. Индивид, хоть и находится в постоянном социальном окружении, коммуницирует с социумом, имеет определенные социальные роли и статусы, но опускаются психологические особенности личности, поэтому данная теория является лишь частично верной.

Второй подход принят в теории традиций Г. Тарда [40]. Г. Тард следует индивидуальной линии в психологии социологии и рассматривает общество как продукт взаимодействия индивидуального сознания, основанного на человеческом взаимодействии. Тард выделяет три основных типа традиции: взаимное подражание; традиции привычек и паттернов; вдумчивая традиция. Их механизмами являются мода, обычаи и традиции, которые составляют ценности группы, отдельных лиц, их ассимиляцию и социальность. Это означает решающую роль психологической позиции - убеждений и желаний как своего рода ядро социального взаимодействия индивидов и социальных групп, которые организуют человеческое общество. По этой причине правовая основа

является приоритетной в обществе, поскольку она основана на взаимном распределении обязанностей, разрешений, прав и обязанностей.

Закон подражания отражает неограниченное желание людей поглощать, восстанавливать и распространять инновации, которые обогащают образ жизни и культуру народов. В этой интерпретации концептуальная сущность социальных конструкторов, является ключом к пониманию массового поведения.

Социокультурные ценности нации складываются из усредненной совокупности ценностных ориентаций и убеждений каждого индивида. На основе своих убеждений и ценностей люди формируются в конгломерации, начиная от малых (круг друзей), заканчивая глобальными (общественные объединения государственного уровня). Интересный факт, что малые группы имеют большее значение и влияние на индивида, ведь они постоянно осуществляют коммуникацию именно с ними, соответственно, непринятие индивида группой из-за отклоняющегося от общих норм поведения ведет к отчуждению личности.

Третий подход - теория социокультурной динамики П. Сорокина [39]. Сорокин утверждает, что культура и ее подсистемы, будь то произведения живописи, архитектуры, скульптуры, музыки, философии, права, религии, морали или форм общественных, политических и экономических организаций, содержат в себе факторы и основу изменений. Постоянные изменения в культуре происходят благодаря их присутствию и активности. Их деятельность определяется возможной природой конкретной социокультурной системы и набором характеристик. Сорокин называет этот принцип самоопределением или эквивалентом свободы. Культура развивается в соответствии со своими внутренними (фундаментальными) законами, а потенциальные различия или отклонения зависят от природы суперзаказа и условий окружающей среды. Они могут замедлять внешние факторы, ускорять динамические операции, ослаблять или усиливать функции системы, а также препятствовать или облегчать ее возможности. Но

они не могут заставить культуру показать то, чем она не может обладать, стать тем, чем она не может стать, произвести то, что она не может создать.

Внутренние характеристики культуры настолько важны, что их игнорируют, не устраивают внешние воздействия. Их влияние на систему будет кратковременным, не повлияет на основные характеристики и не сможет принципиально изменить характер и качество каждого этапа культурного развития.

Индивидуальность каждой культурной системы не означает полного лишения роли внешних обстоятельств. Землетрясения, пожары, эпидемии, наводнения и другие факторы вне системы, семья, группа художников, религиозное или политическое сообщество - могут уничтожить всех или часть ее членов, одним словом или сотнями способов. Остановить присутствие системы. Но это не значит, что культура приобретет характеристики и цели, которые не имеют внутренней основы. Культура отдалена от самоопределения. Чем больше знаний, опыта и мудрости в их распоряжении, все они функционируют эффективно, и чем больше энергии накапливается в культурной системе, тем выше ее стабильность, стабильность и независимость от внешних воздействий.

Четвертый подход - теория полей и капиталов Пьера Бурдьё. Пьер Бурдьё понимает общества как переплетение различного рода поле, в каждом из которых есть свои правила [23]. Все выгоды человека (агента) в том или ином поле зависят от его позиции в этом поле, а отношения между агентами в поле зависят от количества силы (капитала). Соответственно, чем ближе агент к источнику силы, тем выше его позиция среди других агентов. Самые важные поля для молодежи выстраиваются из суб-поля. Определение важности того или иного поля осуществляется под влиянием определенных социокультурных ценностей, а также под влиянием символического капитала самих социокультурных ценностей. То есть можно сказать, что набор ценностных ориентиров значимых для данного социума в данный период времени и в данных социальных ситуациях формируют предпочтения

индивида при выборе полей, в которых он будет взаимодействовать с другими индивидами.

Опять же стоит понимать, что это может привести и к обратной ситуации, когда неудачи в том или ином поле приведут к утрате значимости тех или иных социокультурных ценностей, а символический капитал данного поля для индивида стремительно будет уменьшаться. Однако это может привести к минимизации количества важных полей для человека, что может привести его к «социальной смерти». Это одна из причин появления девиантного поведения. На наш взгляд, одно из приоритетных направлений со стороны государства - поддержка тенденции увеличения количества полей, в которые включена молодежь и в которых она активна.

XXI век характеризуется как период социальных, культурных и экономических трансформаций, которые имеют свое отражение во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Особую роль данные трансформации оказывают на ценности, нормы и принципы современной молодежи, которая является самой активной социальной группой. Стоит отметить, что молодое поколение с одной стороны является крайне нестабильной социальной группой, а с другой стороны пытается преодолеть барьер нестабильности путем формирования мировоззрения, поиска своего места в социуме, планированием своей собственной жизни, выбора профессии, хобби и своего окружения и т.д. Г. Д. Зимулина отмечает, что молодежь – «это та часть современного общества, которая еще формирует свою собственную систему ценностей, и эта система во многом зависит от того, что происходит вокруг – в обществе, в семье и в вузе в частности» [17].

Исторический опыт свидетельствует: проблема ценностей всегда актуализировалась, ее постановка обострялась, приобретала широкое социальное и нравственное значение в сложные, переломные эпохи, когда культурные традиции обесценивались, прежние идеологические и этические устои общества подвергались дискриминации, начиналась поспешная их замена новыми идеалами и целями [11].

После распада СССР актуальность исследования динамики социокультурных ценностей российского населения, в частности молодежи, приобрели особую актуальность, ведь началась интеграция западным ценностям (индивидуализм, свобода в широком смысле, материальный достаток) в традиционную ценностную матрицу населения России. В условиях отсутствия единой государственной идеологии и основных механизмов ее формирования, при исследовании социокультурных ценностей на предмет их наличия / отсутствия и динамики, необходимо обращать особое внимание на факторы формирования данных ценностей и на роль системного влияния факторов на них.

Также стоит отметить, что в современных российских реалиях ценностный разрыв между молодежью и более старшим поколением носит более существенный характер, ведь внешние условия формирования ценностных ориентаций значительно отличается, а как следствие, представления органов государственной власти о современной молодежи в вопросе ценностных ориентаций может отличаться от действительной ситуации. Система корректировки ценностных ориентаций и стимуляции молодежи к реализации своего внутреннего потенциала в рамках государства, а не за его пределами, особенно в регионах, носит нечеткий характер и требует нового подхода к осмыслению данного вопроса.

А. Ш. Назарова раскрывая сущность социокультурных ценностей молодежи, говорил, что «на формирование у молодого поколения социокультурных ценностей оказывают влияние следующие факторы: современное состояние общества, характер развития его социальной, экономической, политической, культурно-нравственной сферы; место и роль личности в общественной жизни, ее принадлежность к классу, социальной группе, профессиональному коллективу, а также идеи и образ жизни, которые она принимает; уровень общей культуры личности, как результат приобретения социального опыта, усвоения моральных принципов и норм, определяющий: степень ее самосознания; умение оценивать объективные

закономерности, интересы и потребности общественного и индивидуального развития; возрастные и психофизиологические особенности личности» [36]. Исходя из некоторых положений, описанных выше, можно сказать, что на формирование социокультурных ценностей индивида влияют следующие категории: образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность, кредит доверия, навыки речи, знаки высокого социального статуса. Эти понятия являются статусными характеристиками человека, а количество и качество совокупности этих характеристик приобретённых индивидов при постоянной их демонстрации является его символическим капиталом. То есть можно сказать, что символический капитал - это совокупность неэкономических категорий, которые могут служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами.

Представляется важным отметить мнение экспертов, которые выделили следующие основные тенденции в вопросе социокультурных ценностей. *Во-первых*, эксперты считают, что социокультурные ценности современной молодежи значительно отличаются от социокультурных ценностей старшего поколения.

Во-вторых, эксперты считают, что тесное общение именно с родителями и друзьями способствуют формированию социокультурных ценностей у молодежи, поэтому при разработке данного вопроса необходимо обращать именно на эти группы.

В заключение параграфа 1.2. Раздела 1 резюмируем, что проблема формирования социокультурных ценностей современной молодежи носит междисциплинарный характер.

В числе научных *подходов*, изучающих ценностные ориентации и социокультурные ценности молодёжи, нами были выделены: структурно-функциональный, социокультурный и полевой и другие подходы. Особое место имеет социокультурный подход. Так как *проблемы и основные*

специфики социокультурных ценностей современной молодежи во многом обусловлены состоянием социального окружения и общества в целом.

К ключевым *проблемам* формирования социокультурных ценностей современной молодежи относятся: межпоколенческий конфликт из-за смены социокультурного пространства в государстве; сложность дифференциации ценностных ориентаций современной молодежи, невозможность изучения внутренних факторов формирования социокультурных ценностей молодежи ввиду их закрытости; слабая корреляция между ценностными потребностями современной молодежи и имеющимся (доступными) полями для их удовлетворения.

В современных сложных условиях проявляются *основные специфики* формирования социокультурных ценностей современной молодежи, в числе которых социальный характер формирования ценностей молодежи, тесная связь социокультурных ценностей с культурным пространством, сложность регулирования социокультурных ценностей со стороны государства. Каждая из этих специфик носит как положительный, так и негативный характер, что напрямую отражается на всех социальных институтах государства.

1.3. Методики и техники социологического исследования процесса влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России

В настоящем исследовании, по типу получаемого знания, использовался эмпирико-теоретический вид социологического исследования. Теоретическую основу исследования обеспечил анализ научной литературы и синтез всех имеющихся (доступных для автора) знаний по изучаемой проблеме.

Практическая реализация поставленных задач осуществлена посредством применения таких методов: методы сбора, методы обработки и методы анализа данных.

Статистические данные дают точную и надежную информацию, помогают прогнозировать, делать определенные выводы. Благодаря статистике можно судить о современном состоянии рассматриваемого явления, проводить сравнительный анализ с показателями прошлых лет, прогнозировать возможные будущие сценарии развития событий. Эмпирическую базу исследования в соответствии с данным методом составили: территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. Всего анализу было подвергнуто 3 документа.

Анализируя статистики Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области по численности населения по полу и возрасту на начало 2018 года, можно увидеть численность молодежи региона. Самая большая по численности группа молодежи является группа от 25 до 29 лет – 188771 человек (20,1% от общего числа). Вторая по численности возрастная группа молодежи является группа от 0 до 4 лет – 177110 (18,9% от общего числа). Третья по численности возрастная группа молодежи является группа от 5 до 9 лет – 175941 (18,7% от общего числа). Возрастные группы 10-14 лет, 15-19 лет и 20-24 года, в сравнении с другими группами, является самые малочисленные, а именно, 15,3%, 13,3% и 13,75 соответственно. Если смотреть по возрасту, то самые многочисленные группы являются: мужчины в возрасте от 25 до 29 лет (10,2%), женщины в возрасте от 25 до 29 лет (9,9%), мужчины в возрасте от 0 до 4 лет (9,7%). Самые малочисленные группы: женщины в возрасте от 20 до 24 лет (6,9%), мужчины в возрасте от 25 до 29 лет (6,7%), женщины в возрасте от 15 до 19 лет (6,5%) [70].

В данном социологическом исследовании рассматривается молодежь Иркутской области в возрасте от 18 до 30 лет, а по данным на конец 2018 года в регионе насчитывается 407 777 человек в возрасте от 18 до 30 лет, что составляет 16,96 % от общего числа населения Иркутской области.

Соответственно, исследование социокультурных ценностей современной молодежи Иркутской области является одним из приоритетных [70].

Численность обучающихся по Иркутской области с 2015 по 2018 годы, отражается динамику обучающихся за последние три года. Интересно отметить, что за последние 3 года, количество обучающихся меняется по синусоиде, а именно, с учебного года 2015-2016 по учебный год 2016-2017 изменилось на 1,3%, а с учебного года 2016-2017 по учебный год 2017-2018 изменилось на 3,7%. Количество воспитанников детского дошкольного образования с каждым учебным годом возрастает, если говорить в процентном соотношении, то с 2015-2016 учебный год по 2016-2017 учебный год на 0,3%, а с 2016-2017 учебного года по 2017-2018 учебный год на 0,6%. Общая положительная динамика наблюдается в дошкольном детском образовании, дневном образовании и средне-профессиональном, однако, стоит сказать, что количество обучающихся по программам высшего профессионального образования, как в государственных, так и в негосударственных ВУЗа, сократилось. С 2015-2016 учебный год по 2016-2017 учебный год на 6,2%, а с 2016-2017 учебный год по 2017-2018 учебный год на 1,65%, общий процент отрицательной динамики за 2 года составляет 7,75%, это данные по государственным ВУЗам. Негосударственные ВУЗы: с 2015-2016 учебный год по 2016-2017 учебный год на 56,1%, а с 2016-2017 учебный год по 2017-2018 учебный год ещё на 42,1%, общий процент отрицательной динамики за 2 года составляет 25,4%. Этому может служить процессы, связанные с государственной аккредитацией ВУЗов Иркутской области, а также объединение части ВУЗов в городе Иркутске. Однако, можно и говорить о том, что важность высшего образования, как вообще наличие его, так и отдача приоритету средне-специальному образованию, с каждым годом снижается. Исходя из вышеуказанной статистики, можно говорить о том, что институт образования в Иркутской области имеет важное значение для формирования социокультурных ценностей и символического капитала у молодежи [69].

Анализ статистических данных в контексте темы «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи (на примере Иркутской области)», к сожалению, не может предоставить развернутого раскрытия проблематики указанной темы. Во-первых, стоит сказать, что тема мировоззрения, социокультурных ценностей и символического капитала не является предметом государственной статистики, как по всей стране, так и в конкретном регионе. Если говорить о полученных результатах анализа статистических данных, то они могут лишь помочь в расчете выборки предстоящего исследования или несут лишь косвенное значение для темы.

Стоит отметить, что социокультурные ценности современной молодежи и ее символический капитал хоть и невозможно отследить в статистических данных, все-таки отдельные статистики могут показать важные тенденции, которые могут коррелироваться, например, с изменениями ценностных ориентаций современной молодежи. В частности, стоит сказать о том, что отрицательной динамикой количества обучающихся в ВУЗах может явиться тем, что важность высшего образования, как вообще наличие его, так и отдача приоритету средне-специальному образованию, с каждым годом снижается.

Метод анализа документов предполагает исследование, при котором источником информации служат текстовые сообщения, содержащиеся в любых документах: протоколах, докладах, публикациях газет, журналов, в письмах, художественных произведениях. Анализ документов отличается от других методов социологических исследований тем, что оперирует уже готовой информацией. Изучение документов дает исследователю возможность увидеть многие важные стороны жизни общества. Изучение по текстам одного и того же явления на протяжении многих лет позволяет установить тенденции и динамику его развития. В данном исследовании использовался качественный анализ документов. Были выявлены основные исполнители, цели программ, основные направления, предполагаемые

результаты.

Аналізу были подвергнуты 13 документов регионального и всероссийского уровня за период 1992 - 2018 гг.:

Федерального значения:

1. Государственная программа Российской Федерации, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации №1493 от 30.12.2015 г. «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы» [55];

2. Постановление Верховного Суда Российской Федерации № 5090-1 от 03.06.1993 г. «Об Основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации» [59];

3. Указ Президента РФ № 1075 от 16.09.1992 г. «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» [62].

4. Федеральный закон № 98 от 28.06.1995 г. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» [64];

5. Постановление Государственной думы РФ № 881-II от 05.12.1996 г. «О социальной защите и поддержке семьи, детей и молодежи» [60];

6. Указ Президента Российской Федерации № 325 от 06.04.2006 г. «О мерах государственной поддержки талантливой молодежи» [62];

7. Распоряжение Правительства Российской Федерации №2403-р от 29.11.2014 г. «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [61];

Регионального значения:

8. Ведомственная целевая программа, утвержденная министерством по молодежной политике Иркутской области №4-мпр от 09.06.2016 г. «Выявление, поддержка и обеспечение самореализации талантливой и социально активной молодежи» на 2016 - 2020 годы [52];

9. Государственная программа Иркутской области, утвержденная постановлением Правительства Иркутской области № 797-пп от 01.11.2018 г. «Молодежная политика» на 2019-2024 годы [53];

10. Государственная программа Иркутской области, утвержденная постановлением Правительства Иркутской области №438-пп от 10.10.2018 г. «Развитие культуры» на 2014 - 2020 годы [54];

11. Закон Иркутской области № 109-ОЗ от 17.12.2008 г. «О государственной молодежной политике в Иркутской области» [56].

12. Закон Иркутской области № 142-оз от 20.12.07 г. «Об областной государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений в иркутской области» [57]:

13. Отчет о деятельности Министерства по молодежной политике Иркутской области за 2016 год [58].

В распоряжении Правительства Российской Федерации №2403-р от 29.11.2014 г. «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» определяется система принципов, приоритетные задачи и механизмы, обеспечивающие реализацию государственной молодежной политики [61]. Целями государственной молодежной политики являются совершенствование правовых, социально-экономических и организационных условий для успешной самореализации молодежи, направленной на раскрытие ее потенциала для дальнейшего развития Российской Федерации, а также содействие успешной интеграции молодежи в общество и повышению ее роли в жизни страны.

Целью Государственная программа Иркутской области №438-пп от 10.10.2018 г., утвержденная постановлением Правительства Иркутской области «Развитие культуры» на 2014 - 2020 годы является развитие культурного потенциала личности и общества в целом [54].

Задачи государственной программы:

1. Эффективное использование средств областного бюджета, предоставляемых на поддержку культурной деятельности и архивного дела бюджетам муниципальных образований Иркутской области;

2. Создание единого культурного пространства на территории Иркутской области;

3. Совершенствование государственной региональной политики в сфере культуры, архивного дела и сохранения национальной самобытности.

Сроки реализации программы: 2014-2020 годы.

Целевые показатели программы:

1. Число участников культурно-досуговых мероприятий;
2. Удовлетворенность населения качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере культуры;
3. Число участников мероприятий в области сохранения и развития национальной самобытности народов, традиционно проживающих на территории Усть-Ордынского Бурятского округа;
4. Доля объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, находящихся в удовлетворительном состоянии, в общем количестве объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, находящихся в собственности Иркутской области, расположенных на территории Иркутской области;
5. Доля архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области (хранящихся в государственных и муниципальных архивах Иркутской области), находящихся в нормативных условиях, обеспечивающих их постоянное (вечное) хранение, по отношению к общему количеству архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области.

В региональном аспекте особое внимание следует уделить единственной государственной программе, которая в определенной степени связана с социокультурными ценностями и пространством молодежи, а именно Закон Иркутской области № 109-ОЗ от 17.12.2008 г. «О государственной молодежной политике в Иркутской области» [56].

Приоритетными направлениями молодежной политики является формирование условий для духовного, нравственного, патриотического, гражданского воспитания и физического развития молодежи.

Духовное, нравственное, патриотическое, гражданское воспитание и физическое развитие молодежи является приоритетным направлением молодежной политики. Органы государственной власти области, органы местного самоуправления, иные субъекты молодежной политики формируют условия для развития данного направления.

При формировании областных программ в сферах экологии, здравоохранения, образования, культуры и спорта и в иных смежных сферах вопросы, затрагивающие духовное, нравственное и физическое здоровье и развитие молодежи, ее патриотическое и гражданское воспитание, выделяются в отдельное направление.

Субъекты молодежной политики формируют систему организации досуга детей и молодежи, предусматривая развивающее направление наряду с развлекательным. Досуговая деятельность для детей и молодежи должна быть ориентирована на обеспечение самоопределения личности, создание условий для ее самореализации.

Таким образом, проведя анализ нормативно-правовых документов, связанных с молодежью, ее социокультурными ценностями и развитию молодежи в сфере культуры, можно сделать вывод, что законодательная база Российской Федерации не имеет четко установленную категориальную базу таких понятий как «ценности», «социокультурные ценности», «культурные ценности», которые необходимо транслировать современной молодежи. Отсутствует систематизация ценностей, которые необходимо прививать современной молодежи, а единственная выраженная ценность – любовь к своей Родине, то есть патриотизм.

Таким образом, проведя анализ нормативно-правовых документов, связанных с молодежью и ее ценностными ориентациями, можно сделать вывод, что законодательная база Российской Федерации не имеет четко установленных ценностей, которые необходимо транслировать современной молодежи. Единственная выраженная ценность – любовь к своей Родине, то есть привитие чувства патриотизма.

Тем самым можно выделить следующие проблемы молодежной сферы в государстве и регионе:

1. Недостаточное финансирование молодежных программ;
2. Ограниченная грантовая поддержка талантливой молодежи;
3. Отсутствие областных молодежных центров;
4. Слаборазвитая коммуникация с муниципальными отделами по молодежной политике;
5. Высокая конкуренция между областными и муниципальными властями в сфере молодежной политики;
6. Бюрократизация и вертикальное подчинение федеральными властям в сфере молодежной политики;
7. Слаборазвитая система стимуляции молодежи в достижении статусных возможностей.

Говоря с позиции социолога, решение следующих проблем на государственном уровне позволит сориентировать молодежь на развитие в сферах присвоения статусных характеристик и культуры. В целом решение указанных задач в рамках ведомственной целевой программы позволит сократить разрыв между властными структурами и молодежью, снизить социальную напряженность в молодежной среде, развить социокультурный потенциал молодежи и решить ключевые проблемы молодежной политики.

Вторичный анализ материалов социологических исследований осуществляется посредством анализа уже проведенных исследований, сравнения результатов различных опросов с данными, полученными лично автором в ходе исследования.

В данном случае вторичный анализ дополняет и подтверждает данные исследования, проведенного лично автором. Вторичному анализу были подвергнуты следующие исследования:

1. Результаты исследования на тему «О молодежи: возрастные границы, ценности, особенности», проведенного Фондом «Общественное мнение» (ФОМ) в 43 субъекта РФ, 100 населенных пунктов России 6-7

сентября 2014 г., опрошено 1500 граждан РФ от 18 лет и старше. Цель опроса заключалась в выяснении, как россияне относятся к нынешней молодежи, что о ней думают [72].

2. Результаты исследования на тему «Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики», который был проведен 1-10 мая 2017 года авторским коллективом ФГБОУ «Государственный университет управления» в рамках исполнения государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации №28.4377.2017/НМ. Опрошено 1600 респондентов и 10 экспертов [68].

Тема молодежи играет важную роль при изучении любого социального явления, потому что именно она является мобильной, структурообразующей единицей общества. По данным исследования ФОМ в сравнении с молодежью начала 2000-х годов, современная молодежь считается более целеустремленной и трудолюбивой. Среди целей, которые, по мнению россиян, ставит перед собой молодое поколение, – карьера, образование, деньги и материальный достаток. Тем не менее, немало и тех, кому молодежь не нравится: в упрек ставится невоспитанность, наглость, безнравственность. Хотя все-таки тех, кому молодежь нравится, больше. Кроме того, люди чаще стали сообщать, что они понимают нынешних молодых [67].

В ходе работы автору было необходимо выяснить, как россияне относятся к нынешней молодежи. По-нашему мнению, результаты не могут носить объективный характер, потому что опрашивались респонденты от 18 лет, т.е. в данный диапазон входила «исследуемая молодежь». Именно поэтому большинство респондентов отметили, что молодежь это люди в возрасте от 14 до 16 лет.

Нельзя не согласиться с результатами, которые показывают конформизм современной молодежи, за 12 лет данный показатель снизился, но все же остается достаточно высоким. Здесь опять же необходимо выявить причины данного поведения со стороны молодого поколения.

Анализ результатов исследования на тему «Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики», который был проведен коллективом ФГБОУ «Государственный университет управления» показал, что сфера государственной молодежной политики остро нуждается в принятии комплексных решений по ресурсному насыщению, нормативно-правовому и кадровому обеспечению. В настоящий момент в России созданы современные практики работы с молодежью, показывающие свою эффективность, однако недостаток ресурсов в сфере сказывается на эффективности предпринимаемых действий [68].

В ходе исследования было выявлено, что пятая часть молодежи не может согласиться с окружающей действительностью. Эта группа не интегрирована в позитивные практики, благодаря чему демонстрирует нигилизм, использует девиантные формы поведения, антипатриотизм, не доверяет государственным институтам и пессимистично смотрит в будущее. Авторы исследования предполагают, что решение данной проблемы возможно путем расширения спектра возможных работ по взаимодействию с молодежью, усиление воспитательной деятельности, насыщение данной практики необходимыми ресурсами может изменить ситуацию к лучшему.

В работе были использованы данные *экспертного интервьюирования*, проведенного лично автором на базе Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» в период с апреля по май 2019 г. (см. Приложения 2-3, 10). Как разновидность социологического опроса, в ходе которого респондентами выступает особый тип людей – эксперты. Это компетентные лица, имеющие глубокие знания о предмете или объекте исследования. Отличительная особенность этого метода состоит в том, что он предполагает компетентное участие экспертов в анализе и решении проблем исследования. Как правило, экспертный опрос нацелен на уточнение гипотез, разработку прогноза и пополнение интерпретации определенных социальных явлений и процессов. В таких опросах доминируют открытые формулировки, а закрытые вопросы

предназначены лишь для оценки уровня уверенности, меры согласия или несогласия с уже высказанными позициями других специалистов. Основное назначение экспертного опроса: выявление наиболее существенных, важных аспектов исследуемой проблемы, повышение надежности, достоверности, обоснованности информации, выводов и практических рекомендаций благодаря использованию знаний и опыта экспертов.

Экспертное интервьюирование было проведено при помощи специально разработанного бланка вопросов (см. Приложения 2-3, 10). Связь с экспертами осуществлялась посредством личной встречи, использования электронной почты, а также бланки интервью были доставлены лично экспертам с последующим возвратом. Каждый эксперт заполнял бланк интервью самостоятельно. Когда интервью были заполнены всеми необходимыми для исследования экспертами, была составлена аналитическая справка.

В экспертном интервьюировании приняли участие 15 чел. (100%) (см. Приложения 2-3, 10). В соответствии с критериями отбора участники экспертного интервьюирования распределились в следующей пропорции: от органов государственной власти регионального значения – 46,6% экспертов; от органов общественного контроля – 13,3% экспертов; от специализированных организаций по профилю – 6,6% экспертов; от высших учебных заведений – 33,5% экспертов.

По должностному статусу эксперты распределились по 3 категориям: руководители организаций или их заместители – 7,0%; руководители структурных подразделений организации (служб, департаментов, отделов) или их заместители- 33,0%; специалисты разного уровня в организации (в том числе, главные и ведущие специалисты, эксперты, аналитики, консультанты и др.)- 60,0% %. По стажу работы в занимаемой должности эксперты составляют 3 группы: менее 1 года - 0%; от 1 до 5 лет- 60,0%; от 6 и больше- 40,0%.

Как показало экспертное интервьюирование, согласие на участие в опросе дали преимущественно руководители и специалисты среднего звена, представляющие органы исполнительной власти Иркутской области и высшие учебные учреждения, имеющие разный стаж работы. При этом, значительная часть экспертов дали согласие на использование персональных данных в материалах исследования, что в целом характеризует их как достаточно открытую группу экспертного сообщества региона. Исследование также показало, что по данному кругу рассматриваемых проблем большая часть экспертов не имеет ученую степень / звание.

Таким образом, социальный и профессиональный портрет эксперта соответствующей отрасли знания видится через призму его включенности в сферу молодежной политики, науки и образования, и государственного управления.

Онлайн - опрос представляет собой заполнение респондентом анкеты в сети Интернет, доступ к которой он получает, пройдя по специальной ссылке. Онлайн-исследования являются инновационным средством, позволяющим познавать новую социальную реальность в ее виртуальном преломлении. Инновационная методика онлайн-опроса основана на повсеместной информатизации населения и использует опосредованное компьютером общение, что кардинально изменяет отношения «социолог-респондент».

Одним из главных преимуществ онлайн-опросов является его оперативность и практически неограниченный географический охват. Также не следует забывать о сокращении временных и денежных издержек. Метод онлайн-опроса удобен для респондентов, так как дает время обдумать вопрос и ответ на него. Заполнение интернет-анкеты осуществляется по определенным правилам, установленным создателем, следовательно, в результате полученные данные максимально удобны для дальнейшего анализа. Возможно условие «обязательности» заполнения всех вопросов анкеты, это в свою очередь предоставит полную картину интересов, вкусов и

мнений. Анонимность анкеты добавит откровенности в результате исследования, что, безусловно, отразится на результатах. Также при помощи современных технических средств обработка анкет проходит намного быстрее, что является преимуществом данного вида опросов.

Онлайн анкетирование имеет и свои отрицательные черты. К ним относится и целевая аудитория Интернета. Так, например, следует отметить, что сеть Интернет пользуются в основном молодое поколение. Люди пожилого возраста сеть Интернет не пользуются.

Для размещения онлайн-анкеты в сети Интернет необходимо определить специализированный Интернет-сайт для создания таких анкет. В данном исследовании был использован сайт iAnketa.ru. iAnketa.ru является сайтом, который предоставляет возможность сбора и обработки информации для своих пользователей. Зарегистрированные пользователи собирают информацию путем создания опросов и могут делать их доступными для третьих лиц, разослав приглашения или опубликовав ссылку на опрос.

В данном исследовании (см. Приложения 4-5, 10) на сайте iAnketa.ru была размещена анкета, состоящая из 44 вопросов. Рассылка данного опросника осуществлялась посредством распространения в социальных сетях и предложения для заполнения посетителям самого сайта iAnketa.ru. Результаты онлайн-опроса отображаются в личном кабинете на сайте iAnketa.ru и представлены в форме таблиц и диаграмм.

В онлайн-опросе приняли участие 305 человек (100%). По социально-демографическому статусу в исследовании участвовало 152 мужчин (49,8%), 153 женщины (50,2%).

В данном опросе приняли участие граждане в возрасте от 18 до 30 лет. Более детальное распределение по возрасту показало, что основную долю составило молодежь в возрасте от 26 до 30 лет. По уровню образования респонденты распределились на 4 группы: респонденты со средним – 13,1%; респонденты с средне специальным образованием – 5,9%; респонденты со незаконченным или неполным высшим образованием – 55,7%; респонденты

со высшим образованием – 25,2%. По месту проживания респонденты распределились на 2 категории: респонденты, проживающие в городе – 81,3%; респонденты, проживающие в сельской местности – 18,7%;

В заключение параграфа 1.3. Раздела 1 резюмируем что исследование роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области) было проведено с помощью широкого спектра методов и методик. Использование различных методик и техник позволило в значительной степени раскрыть изучаемое явление с разных точек зрения (экспертов и населения) и подходов. Основными методами сбора эмпирических данных стали: метод статистического анализа, анализ документальных источников, вторичный анализ материалов социологических исследований, экспертное интервьюирование, онлайн - опрос населения, метод экспертных оценок. Была разработана авторская программа социологического исследования и подготовлен аналитический отчет по итогам онлайн – опроса и экспертного интервьюирования. При помощи экспертного интервьюирования и опроса населения была определена целесообразность разработки инновационного проекта по разработке инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала через создание молодежного центра.

Выводы по Разделу 1:

В рамках данного раздела было уточнено понятие «молодежь» под призмой рассмотрения мировоззрения и социокультурных ценностей, а также было дано авторские понятия «мировоззрение» и «социокультурные ценности» с учетом различных подходов. Были рассмотрены философские, социологические и психологические подходы в трактовке категориальной базы данного исследования.

Таким образом, под «социокультурными ценностями» понимаются ценности и нормы поведения, формирующиеся у человека в процессе

социализации, которые находятся в постоянной динамике ввиду воздействия социального окружения и культуры в целом.

Было выявлено, что проблема формирования социокультурных ценностей современной молодежи носит междисциплинарный характер. В числе научных *подходов*, изучающих ценностные ориентации и социокультурные ценности молодежи, нами были выделены: структурно-функциональный, социокультурный и полевой и другие подходы. Особое место имеет социокультурный подход. Так как *проблемы* и *основные специфики* социокультурных ценностей современной молодежи во многом обусловлены состоянием социального окружения и общества в целом.

К ключевым *проблемам* формирования социокультурных ценностей современной молодежи относятся: межпоколенческий конфликт из-за смены социокультурного пространства в государстве; сложность дифференциации ценностных ориентаций современной молодежи; невозможность изучения внутренних факторов формирования социокультурных ценностей молодежи ввиду их закрытости; слабая корреляция между ценностными потребностями современной молодежи и имеющимся (доступными) полями для их удовлетворения.

В современных сложных условиях проявляются *основные специфики* формирования социокультурных ценностей современной молодежи, в числе которых социальный характер формирования ценностей молодежи, тесная связь социокультурных ценностей с культурным пространством, сложность регулирования социокультурных ценностей со стороны государства. Каждая из этих специфик носит как положительный, так и негативный характер, что напрямую отражается на всех социальных институтах государства.

Исследование роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области) было проведено с помощью широкого спектра методов и методик. Использование различных методик и техник позволило в значительной степени раскрыть изучаемое явление с разных точек зрения

(экспертов и населения) и подходов. Основными методами сбора эмпирических данных стали: метод статистического анализа, анализ документальных источников, вторичный анализ материалов социологических исследований, экспертное интервьюирование, онлайн - опрос населения, метод экспертных оценок. Была разработана авторская программа социологического исследования и подготовлен аналитический отчёт по итогам онлайн – опроса и экспертного интервьюирования. При помощи экспертного интервьюирования и опроса населения была определена целесообразность разработки инновационного проекта по разработке инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала через создание молодежного центра.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1. Динамика символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области: институты и агенты влияния

Символический капитал и символ как понятие, обозначающее один из аспектов социального взаимодействия на эмоциональном/чувственном уровне, существует с самого начала осознанной жизнедеятельности человека. С появлением определенных жестов, языка, предметов власти/принадлежности к какой-либо социальной группе начинается активное усиление значения символов и символического капитала как совокупности статусных характеристик человека. Символический капитал и символы в целом, являются в современном обществе неотъемлемой частью его жизнедеятельности, на основе которых строится жизнедеятельность и поведение человека, его выстраивание отношений с другими людьми или общностями. Особую роль эти понятия играют в жизнедеятельности молодежи в формировании мировоззрения, в планировании дальнейшей жизни, в выборе профессии, хобби, окружения, соответственно, для корректировки этих позиций необходимо создавать / улучшать инструменты, при помощи которых молодежь сможет конструктивно адекватно формировать свой символический капитал.

Возвращаясь к проблематике научного изыскания, стоит отметить, что символ неразрывно связан с понятием, введенным Пьером Бурдьё, - символический капитал. П. Бурдьё выделяет следующие виды капиталов: экономический (материальные блага), культурный (культурный уровень, образование), социальный (семья, друзья, церковь, клубы и т.д.) и символический капитал как разновидность социального (авторитет, репутация) [4].

«Символический капитал, – пишет Бурдьё, – это доверие, это власть, представленная тем, кто получил достаточное признание» [4]. Если рассуждать дальше над природой символического капитала, преломляя его в современных реалиях, то можно сказать, что символический капитал - это возможности, которыми обладает человек или сообщество в рамках общества, обусловленные некоторыми неэкономическими категориями, таких как: образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к тому или иному сообществу, выгодные связи, репутация, внешность, кредит доверия, навыки речи, знаки высокого социального статуса и многое другое.

Символический капитал не экономическая единица, а социальная, культурная, политическая, психологическая и эстетическая, поэтому можно утверждать об его особой значимости для современного человека, а в особенности для молодежи, ведь большинство видов капитала, в особенности экономический, для подавляющего большинства молодых людей находится в малодоступности, не принимается объективная часть капитала или же отвергается эгоистическая часть человеческой сущности (только для экономического капитала).

Молодежь является самой активной социальной группой, находящаяся в переходном периоде, она обладает высокой социальной мобильностью, осваивает новые социальные роли (студент, работник, гражданин, родитель и т.д.) по причине изменения статуса, ищет место жительства и работы, ведет активную деятельность в социальных сетях и т.д., то есть проявляется социальную активность. Уровень данной активности напрямую зависит от количества и качества символического капитала, которым обладает человек. Интересно отметить тот факт, что символический капитал является сборным понятием, включающий в себя множество позиций, то и внутри данного капитала можно произвести дифференциацию и ранжирование статусных характеристик и выстроить систему различных категорий символического капитала по уровню значимости для молодежи или других социальных

групп. Соответственно, обладание более значимыми статусными характеристиками ставит человека на более высокий уровень в социально-символической стратификации и дает ему возможность обладать более высоким уровнем символического капитала и многих других видов капитала.

Значимость символического капитала была подтверждена в комплексном социологическом исследовании, разработанным лично автором, проведенного в период с апрель по май 2019 г. на базе Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ», целью которого является выявление и анализ системы влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение населения		Мнение экспертов	
		Кол-во ответов	Доля, в %	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	В значительной степени	87	28.5%	3	20,0%
2.	В определенной степени	145	47.5%	8	53,3%
3.	В некоторой степени	51	16.7%	2	13,3%
4.	Не оказывает влияния	5	1.6%	0	0%
5.	Затрудняюсь ответить	17	5.6%	2	13,3%
Всего		917	100,0%	15	100,0%

Анализируя данные исследования, приведенные в таблице 1, видно, что большинство молодежи Иркутской области в возрасте от 18 до 30 лет считает, что символический капитал в достаточной степени влияет на жизнедеятельность молодежи («в значительной степени» - 28,5%, «в определенной степени» - 47,5%). Сравнивая результаты исследования, полученные во время опроса населения, с результатами экспертного опроса, можно сказать, что отношение молодежи и экспертов в вопросе влияния символического капитала на жизнедеятельность отличается несильно.

На формирование символического капитала человека влияет множество различных факторов, которые можно разделить на следующие категории: внутренние и внешние. Внутренние факторы - это те, которые исходят от самого человека и на которые в той или иной степени сам человек может повлиять. Если говорить об основных факторах формирования символического капитала молодежи, то к внутренним факторам можно отнести психические, физические, этнические в узком смысле (национальность человека), религиозные (принадлежность к какой-нибудь конфессии) и др. Внешние факторы подразумевают влияние окружающего мира на самого человека, на его способность и возможность формирования данного капитала. К ним можно отнести социальные, культурно-этнические, экономические, политические и семейные факторы. Условно, без учета талантливости и девиации, можно вывести формулу формирования символического капитала человека:

$$\Delta f * \Delta F = S$$

f – Внутренние факторы;

F – Внешние факторы;

S – Символический капитал.

Использование институционального подхода в изучении динамики символического капитала позволяет раскрывать значимость каждого отдельного института на данный процесс (см. табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Семья	186	17,7%
2.	Образование	183	17,4%
3.	Социальные сети	110	10,4%
4.	Государство	107	10,2%
5.	Культура	95	9,0%
6.	Общественное мнение	83	7,9%
7.	Экономика	64	6,1%

8.	СМИ	59	5,6%
9.	Наука	40	3,8%
10.	Политика	28	2,7%
11.	Все вышеперечисленные	26	2,5%
12.	Религия	26	2,5%
13.	Затрудняюсь ответить	24	2,2%
14.	Общественный контроль	22	2,1%
Всего		1053	100,0%

Традиционные институты влияния на молодежь остаются на лидирующих позициях («семья» - 17,7%; «Образование» - 17,4%; «государство» - 10,2%; «культура» - 9,0%), однако, ввиду информатизации современного общества стоит обратить внимание на роль социальных сетей в формировании символического капитала (10,4%). Стоит также обратить внимание на тот факт, что «СМИ» (5,6%) и «общественный контроль» (2,1%) имеют минимальное значение в формировании символического капитала.

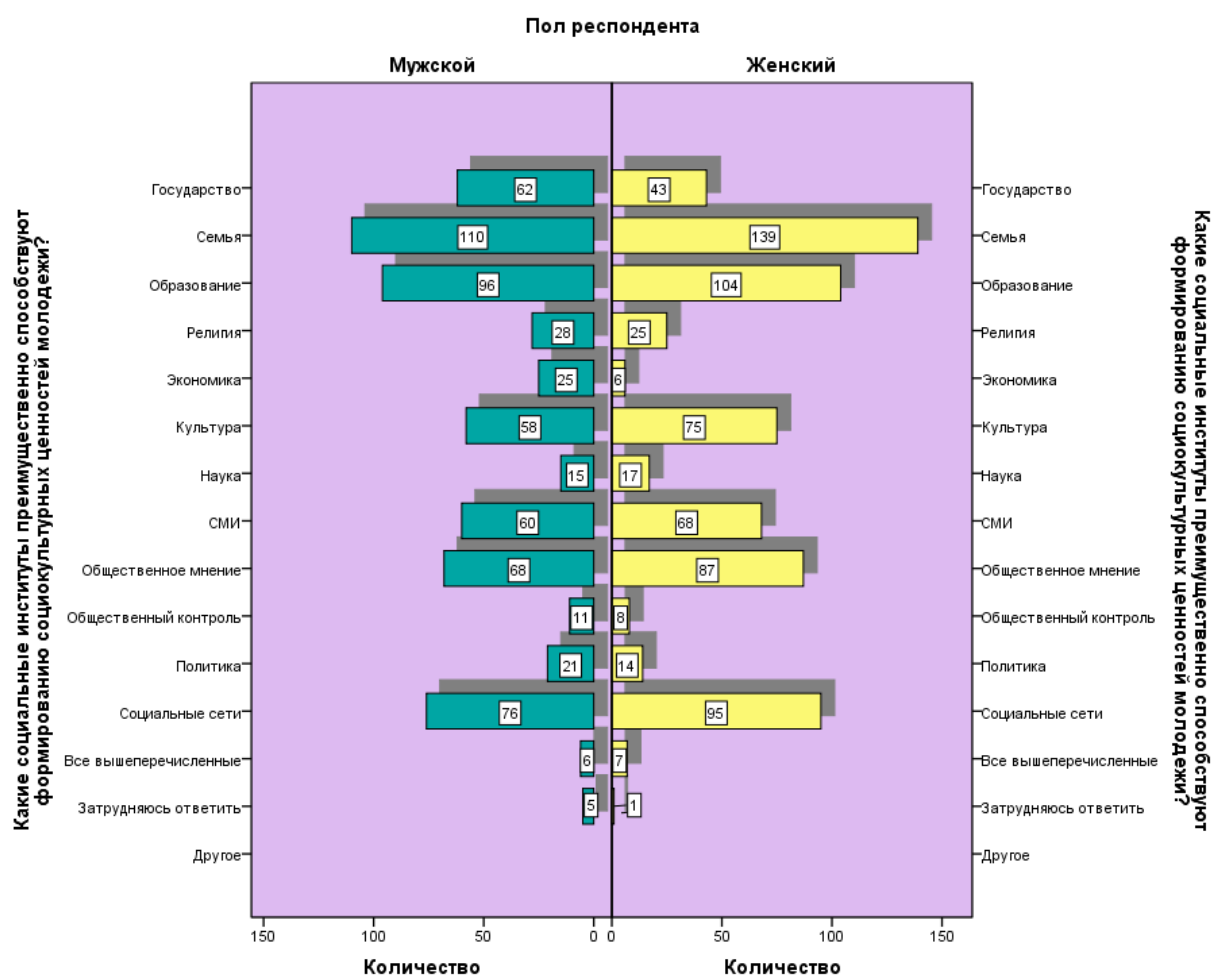


Рис.1 Распределение ответов на вопрос: «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи?» в зависимости от пола респондентов, в количестве

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «В какие сферы (поля) лично Вы включены и активно взаимодействуете в них?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Социальное поле	198	18,6%
2.	Образовательное поле	177	16,7%
3.	Семейное поле	145	13,6%
4.	Сетевые поля (социальные сети)	137	12,9%
5.	Культурное поле	105	9,9%
6.	Профессиональное поле	83	7,8%
7.	Общественное поле (некоммерческие общественные организации)	66	6,2%
8.	Научное поле	35	3,3%
9.	Политическое поле	32	3,0%
10.	Религиозное поле	30	2,8%
11.	Экономическое поле	23	2,2%
12.	Затрудняюсь ответить	16	1,5%
13.	Все вышеперечисленное	9	0,8%
14.	Поле общественного контроля	7	0,7%
	Всего	1063	100,0%

Если проводить корреляцию между институтами влияния на символический капитал и на социокультурные ценности (см. рис. 1), а также полями, в которые включена молодежь (см. табл. 3), то можно сказать, что молодежь включена в поля, на пространстве которых действуют традиционные социальные институты (образование, семья и культура). Особое значение также приобретает «сетевое поле» (12,9%). Две трети респондентов активно включено в социальное поле, в котором влияние на символический капитал молодежи в особом значении имеет окружение (агенты).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у Вас?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Родители и близкие родственники	84	27,5%
2.	Дальние родственники	3	1,0%
3.	Друзья	86	28,2%

4.	Коллеги/приятели	65	21,3%
5.	Знакомые	11	3,6%
	Затрудняюсь ответить	52	18,3%
Всего		917	100,0%

Анализ таблицы 4 показывает, что в социальном поле имеет особое влияния на молодежи помимо родителей и близких родственников (27,5%), то есть агенты семейного поля, друзья (28,2%) и коллеги / приятели (21,3%) оказывают достаточное влияние на молодежь в процессе присвоения символического капитала. Можно выделить 2 основных канала присвоения символического капитала путем коммуникации с социумом: семья и внешнее окружение. Семья, в-первую очередь, является институтом первичной социализации личности, но с точки зрения количества и качества символического капитала вопрос стоит следующим образом: индивид может присвоить лишь то количество символического капитала, которым располагает семья. Например, если человек родился в семье среднего достатка, то он не сможет изначально присвоить такой символический капитал, как высокий социальный статус или высокий экономический капитал. Во-вторых, в данном контексте у индивида стоят ограничения, которые вводятся членами семьи, то есть если обращаться к вышеописанном примеру, члены семьи могут ограничить доступ к семейному экономическому капиталу.

Внешнее окружение (друзья, коллеги, приятели) – это второй канал присвоения символического капитала. В случаи семьи, процесс присвоения довольно понятен, однако в данном случае символический капитал может формироваться только путем активной коммуникации с внешней средой и положительной социальной активности самого индивида. Ведь при отсутствии этих двух условий индивид будет отчужден самим окружением, ведь он будет тормозить формирование группового символического капитала, а в отдельных случаях мешать или даже способствовать потери данного капитала. Именно поэтому вопрос сложности присвоения символического капитала является актуальным для современной молодежи

России (см. рис. 2).

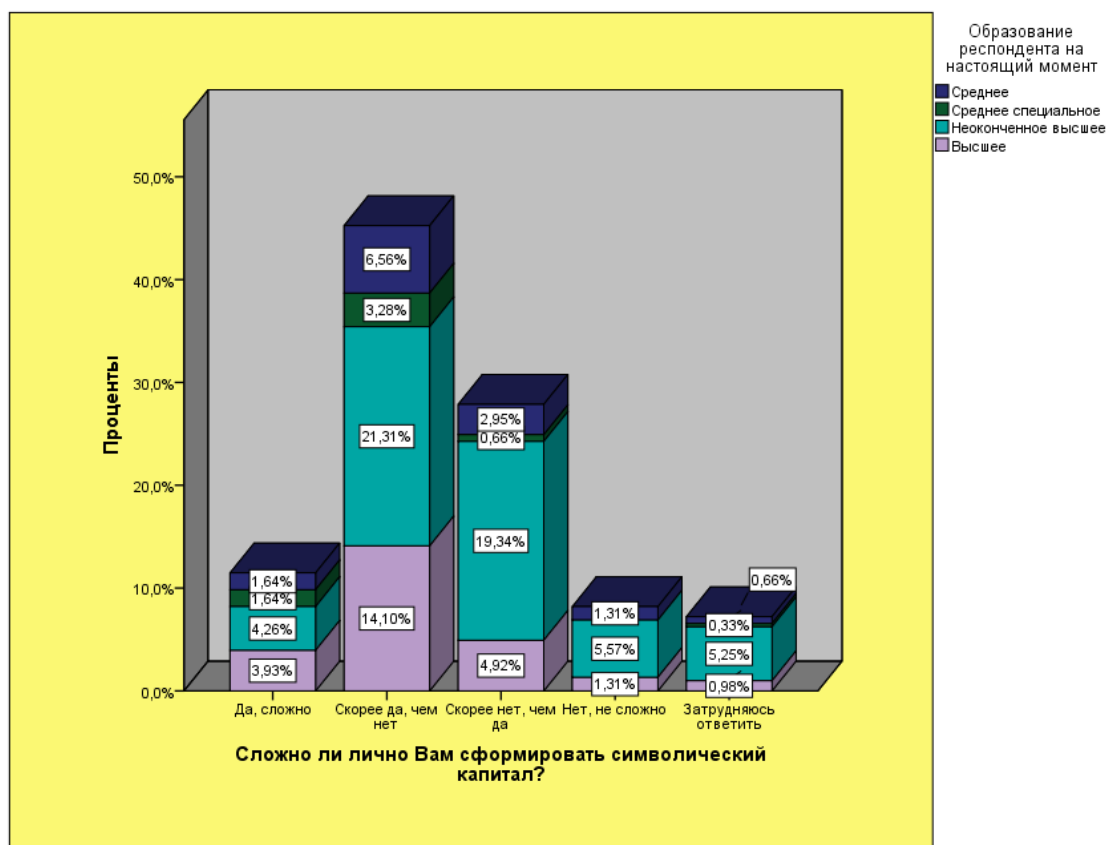


Рис.2 Распределение ответов на вопрос: «Сложно ли лично Вам сформировать символический капитал?» в зависимости от уровня образования, в %

Возвращаясь к предмету настоящего исследования, необходимо оценить степени влияния символического капитала на социокультурные ценности молодежи. Для исследования данного вопроса был разработан инновационный инструментарий на базе методики Ш. Шварца по изучению ценностных ориентаций индивида. За основу были взяты 10 основных укрупнённых человеческих социокультурных ценностей, а именно: власть / богатство; достижения; универсализм; благожелательность; традиции; конформность; безопасность; гедонизм; риск–новизна; самостоятельность. Данные социокультурные ценности были объединены в более крупные группы: самоутверждение; выход за пределы собственного «Я»; сохранение; открытость изменениям.

Были получены следующие результаты (см. табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень схожести описанной личности с Вами?» - анализ по группам ценностей, в %

№ п/п	Вариант ответов		Очень похож на меня		Довольно похож на меня		Немного похож на меня		Не похож на меня		Всего	
			Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %
1.	Самоутверждение	Власть / богатство	34	11,1 %	111	36,4 %	96	31,5 %	64	21,0 %	305	100,0 %
2.		Достижения	82	26,9 %	111	36,4 %	78	25,6 %	34	11,1 %	305	100,0 %
3.	Выход за пределы собственного «Я»	Универсализм	68	22,3 %	94	30,8 %	113	37,0 %	30	9,8 %	305	100,0 %
4.		Благожелательность	122	40,0 %	125	41,0 %	45	14,8 %	13	4,3 %	305	100,0 %
5.	Сохранение	Традиции	40	13,1 %	79	25,9 %	103	33,8 %	83	27,2 %	305	100,0 %
6.		Конформность	93	30,5 %	103	33,8 %	75	24,6 %	34	11,1 %	305	100,0 %
7.		Безопасность	96	31,5 %	110	36,1 %	69	22,6 %	30	9,8 %	305	100,0 %
8.	Открытость изменениям	Гедонизм	90	29,5 %	113	37,0 %	78	25,6 %	24	7,9 %	305	100,0 %
9.		Риск-новизна	68	22,3 %	104	34,1 %	93	30,5 %	40	13,1 %	305	100,0 %
10.		Самостоятельность	134	43,9 %	110	36,1 %	48	15,7 %	13	4,3 %	305	100,0 %

Анализ таблицы 5 показал, что самая главная ценность для молодежи Иркутской области является «самостоятельность» («очень похож на меня» - 43,9%, «довольно похож на меня» - 36,1%). Это можно охарактеризовать именно спецификой данной социальной группы, ведь молодежь осваивает новые социальные роли и старается освободиться от влияния родителей, а также современные условия, а именно мода на «демократию», усиливают значимость свободы и самостоятельность как основной социокультурной ценности. Интересно обратить внимание на тот факт, что значимость власть, богатства («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%) и достижения («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%) находятся ниже, чем благожелательность («очень похож на

меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%), но имеют все-таки высокие показатели (см. рис 3).

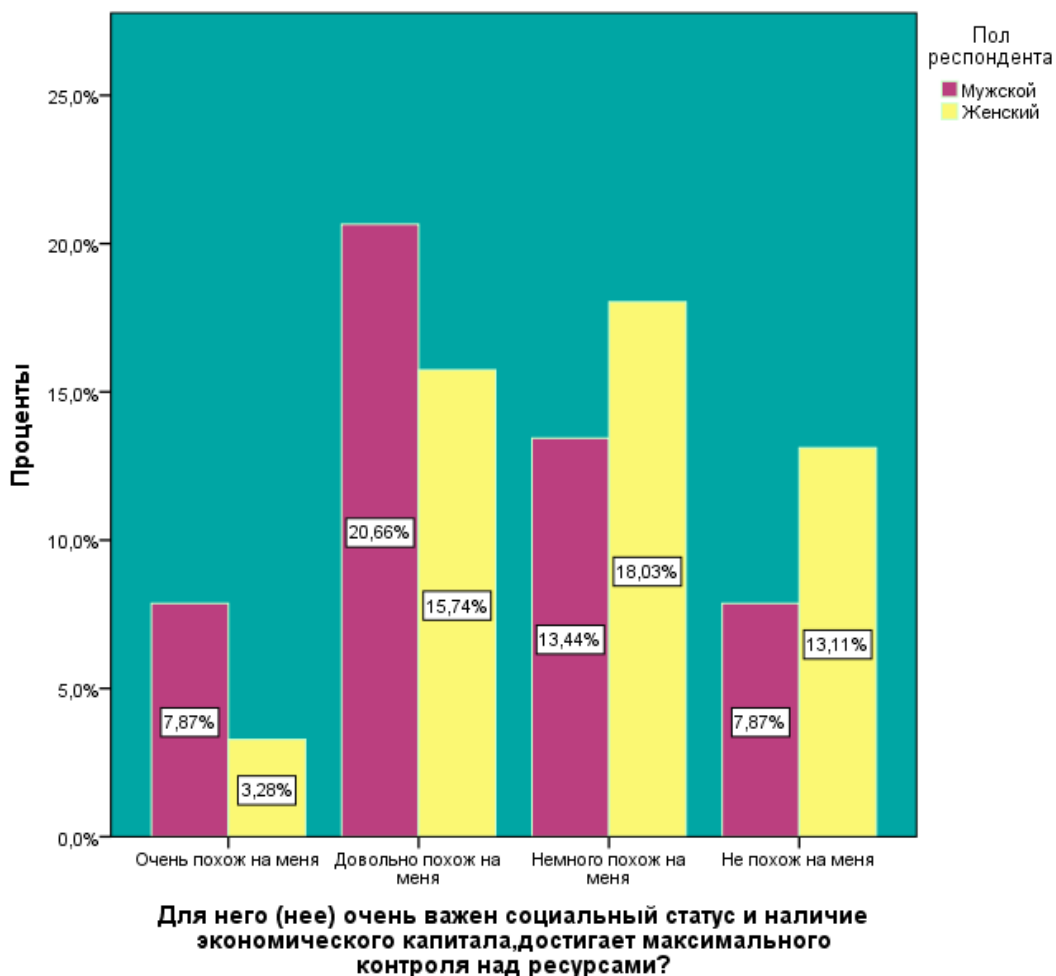


Рис.3 Распределение ответов на вопрос: «Для него (нее) очень важен социальный статус и наличие экономического капитала, достигает максимального контроля над ресурсами?» в зависимости от пола, в %

Это можно объяснить тем, что Россия находится на стыке западной и восточной культуры, а, как следствие, имеет уникальную социокультурную среду, поэтому, даже находясь на пути принятия молодежью западных ценностей (эгоцентризм, индивидуализм, значимость материальных ценностей и т.д.), у нее остается восточное восприятие окружающей действительности и ее значимость, как одной из ценностных ориентаций. Самая маловыраженная социокультурная ценность среди молодежи является традиции («немного похож на меня» - 33,8%, «не похож на меня» - 27,2%). Это объясняется глобализацией, техническим прогрессом, информатизацией

общества и переход в мультикультурное пространство, где национальная самобытность воспринимается как препятствие в процессе социализации.

Осталась лишь понять влияет символический капитал на социокультурные ценности, определить на какие именно и с каким эффектом (см. табл. 6). Это можно сделать путем корреляции таблицы 6 и таблицы 7, где можно проанализировать изменения в каждой позиции.

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень схожести описанной личности с Вами. Попробуйте вспомнить периоды, когда Вы имели низкий и высокий символический капитал для себя?» - анализ по группам ценностей, в %

№ п/п	Вариант ответов		Очень похож на меня		Довольно похож на меня		Немного похож на меня		Не похож на меня		Всего	
			Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %
1.	Самоутверждение	Власть / богатство	52	17,0	92	30,2	89	29,2	72	23,6	305	100,0%
2.		Достижения	70	23,0	108	35,4	86	28,2	41	13,4	305	100,0%
3.	Выход за пределы собственного «Я»	Универсализм	43	14,1	121	39,7	97	31,8	44	14,4	305	100,0%
4.		Благожелательность	84	27,5	136	44,6	59	19,3	26	8,5	305	100,0%
5.	Сохранение	Традиции	33	10,8	97	31,8	91	29,8	84	27,5	305	100,0%
6.		Конформность	66	21,6	115	37,7	84	27,5	40	13,1	305	100,0%
7.		Безопасность	72	23,6	127	41,6	72	23,6	34	11,1	305	100,0%
8.	Открытость изменениям	Гедонизм	67	22,0	92	30,2	100	32,8	46	15,1	305	100,0%
9.		Риск-новизна	60	19,7	108	35,4	82	26,9	55	18,0	305	100,0%
10.		Самостоятельность	104	34,1	101	33,1	69	22,6	31	10,2	305	100,0%

Анализ таблицы 6 и 7 показывает, что при увеличении символического капитала происходит динамика социокультурных ценностей. Происходит резкое отрицательное изменение благожелательности как социокультурной ценностей присущей молодежи. Благожелательность в первом случае

(«очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 14,8%, «не поход на меня» - 4,3%), благожелательность после увеличения символического капитала («очень похож на меня» - 27,5%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 19,3%, «не поход на меня» - 8,5%). То есть можно утверждать, что символический капитал отрицательно влияет на сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он часто общается (семья и друзья), соответственно, индивидуальное благополучие становится более приоритетным. Незначительная отрицательная динамика видна по многим социокультурным ценностям.

Власть и богатство: («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случаи («очень похож на меня» - 17,0%, «довольно похож на меня» - 30,2%). Достижения: в первом случаи («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случаи («очень похож на меня» - 23,0%, «довольно похож на меня» - 35,4%). Данные изменения говорят о том, что при достаточном накоплении символического капитала значимость достижений новых высот или присвоения ещё большего количество ресурсом начинает немного повышаться или находится на том же уровне.

Универсализм («очень похож на меня» - 22,3%, «довольно похож на меня» - 30,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 14,1%, «довольно похож на меня» - 39,7%). Динамика данной социокультурной ценности говорит о снижении уровня общей толерантности ко всем окружающим, а также о спаде желания защищать всех людей и окружающую природу.

Традиции («очень похож на меня» - 13,1%, «довольно похож на меня» - 25,9%); во втором случаи («очень похож на меня» - 10,8%, «довольно похож на меня» - 31,8%). Безопасность («очень похож на меня» - 31,5%, «довольно похож на меня» - 36,5%); во втором случаи («очень похож на меня» - 23,6%, «довольно похож на меня» - 41,6%). Отрицательная динамика данного

показателя говорит о снижении роли значимости традиций и обычаев, исходящих из традиционной культуры и религии. Также снижается важность безопасности и стабильности общества в целом.

Конформность («очень похож на меня» - 30,5%, «довольно похож на меня» - 33,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 21,6%, «довольно похож на меня» - 37,7%). Понижение значимости данной социокультурной ценности говорит о том, что человек начинает меньше избегать ситуаций, в которых он может навредить другим людям или нарушить общественные нормы. Это говорит о повышении значимости своих интересов, своего собственного «Я».

Понижение значимости гедонизма, риска и самостоятельности говорит о том, что молодежь в условиях повышения символического капитала становится более сдержанной, то есть собственное чувственное удовольствие и поиска рисков, новизны сменяется размеренным жизненным циклом. Самостоятельность молодёжи как социокультурная ценность присущая максималистам сменяется на независимость взрослого человека.

В заключение параграфа 2.1. Раздела 2 резюмируем, что при увеличении символического капитала у молодежи значительнее становятся следующие социокультурные ценности: индивидуализм, эгоцентризм, внутренняя гармония, влияние, самоуважение, самодисциплина, право на уединение, сдержанность.

Стоит отметить, что уровень следующих ценностей: мудрость, вежливость, социальный порядок, уважение мнения других, истинная дружба и честность не является нулевым, соответственно, происходит лишь синергия данных видов ценностей. А при должном влиянии социального окружения, семьи, системы образования, государства возможно достичь должного уровня нравственной ориентации молодежи, которая в базисе будет иметь положительные для общества ценности с ориентацией на саморазвитие и финансовое благосостояние. Соответственно, если выработать систему воспитания и образования с ориентацией на положительные для общества

ценности, а, впоследствии, внедрить в нее систему постепенного присвоения символического капитала путем предоставления возможностей со стороны государства, бизнес-сообществ и некоммерческих организаций, то возможно положительное воздействие на молодежи и перспективное развитие региона, государства в целом.

2.2. Социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области: инновационный проект по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала «СКМ СВ»

Социокультурный портрет молодежи Иркутской области:

Самые значимые ценности: верность (преданный друзьям, группе), честность (откровенный, искренний), полезность (работающий на благо других), ответственность (надежный, заслуживающий доверия), прощение (стремящийся прощать другого), свобода (свобода мыслей и действий), креативность (уникальность, богатое воображение), самостоятельность (надеющийся на себя, самодостаточный), любознательность (интересующийся всем, пытливый).

Значимые ценности: социальный порядок (стабильность общества), уважение мнения других (учет интересов других людей, избегание), удовольствие (удовлетворение желаний), наслаждение жизнью (наслаждение едой, сексом, развлечениями и др), потворствующий своим желаниям (занимающийся тем, что доставляет удовольствие), вежливость (предупредительность, хорошие манеры), уважение (проявляющий уважение в родителям и старшим), целеустремленность (трудолюбивый, вдохновенный), влияние (имеющий влияние на людей и события), способность (компетентный, способный эффективно действовать), успешность (достигающий цели).

Менее значимые ценности: жизнь полная впечатлений (стремление к новизне), смелость (ищущий приключений, риск), равенство (равные

возможности для всех), мир во всем мире (свобода от войн и конфликтов), мудрость (зрелое понимание мира), социальная справедливость (исправление несправедливости, забота о слабых), открытость к чужому мнению (терпимый к различным идеям и верованиям), сохранение природы.

Практически не значимые ценности: социальная сила (контроль над другими, доминантность), богатство (материальная собственность, деньги), авторитет (право быть лидером или командовать), сохранение своего имиджа (защита своего «лица»).

Не значимые ценности: уважение традиций (сохранение признанных традиций, обычаев), сдержанность (избегающий крайностей в чувствах и действиях), скромность (простой, не стремящийся привлечь к себе внимание), благочестие (придерживающийся религиозной веры и убеждений).

В проведенном исследовании были выявлены основные статусные характеристики молодежи Иркутской области, которые оставляют ее символический капитал (см. табл. 7).

Таблица 7

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	149	18,7%
2.	Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	82	10,3%
3.	Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	74	9,3%
4.	Наличие выгодных связей	69	8,7%
5.	Репутация / престижность индивида	61	7,7%
6.	Наличие профессиональных навыков	59	7,4%
7.	Затрудняюсь ответить	57	7,2%
8.	Кредит доверия к индивиду	53	6,7%
9.	Статусный внешний вид	49	6,2%
10.	Признание личных достижений представителями статусных групп	41	5,2%
11.	Экспертное влияние (важность	41	5,2%

	авторитетного мнения для окружающих)		
12.	Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	28	3,5%
13.	Экономический капитал	17	2,1%
14.	Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	10	1,3%
15.	Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	5	0,6%
	Всего	795	0,0%

Анализ таблицы 7 показывает, что самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (19,0%), высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков (16,7%), принадлежность к статусным социальным группам/сообществам (16,7%), наличие выгодных связей (9,5%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было получено 4,8% ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что определенный процент молодежи плохо ориентируется и разбирается в своих статусных характеристиках. Самый нераспространенной статусной характеристикой является знаки высокого социального статуса (0,6%).

Также были выявлены основные проблемы присвоения символического капитала молодежью Иркутской области.

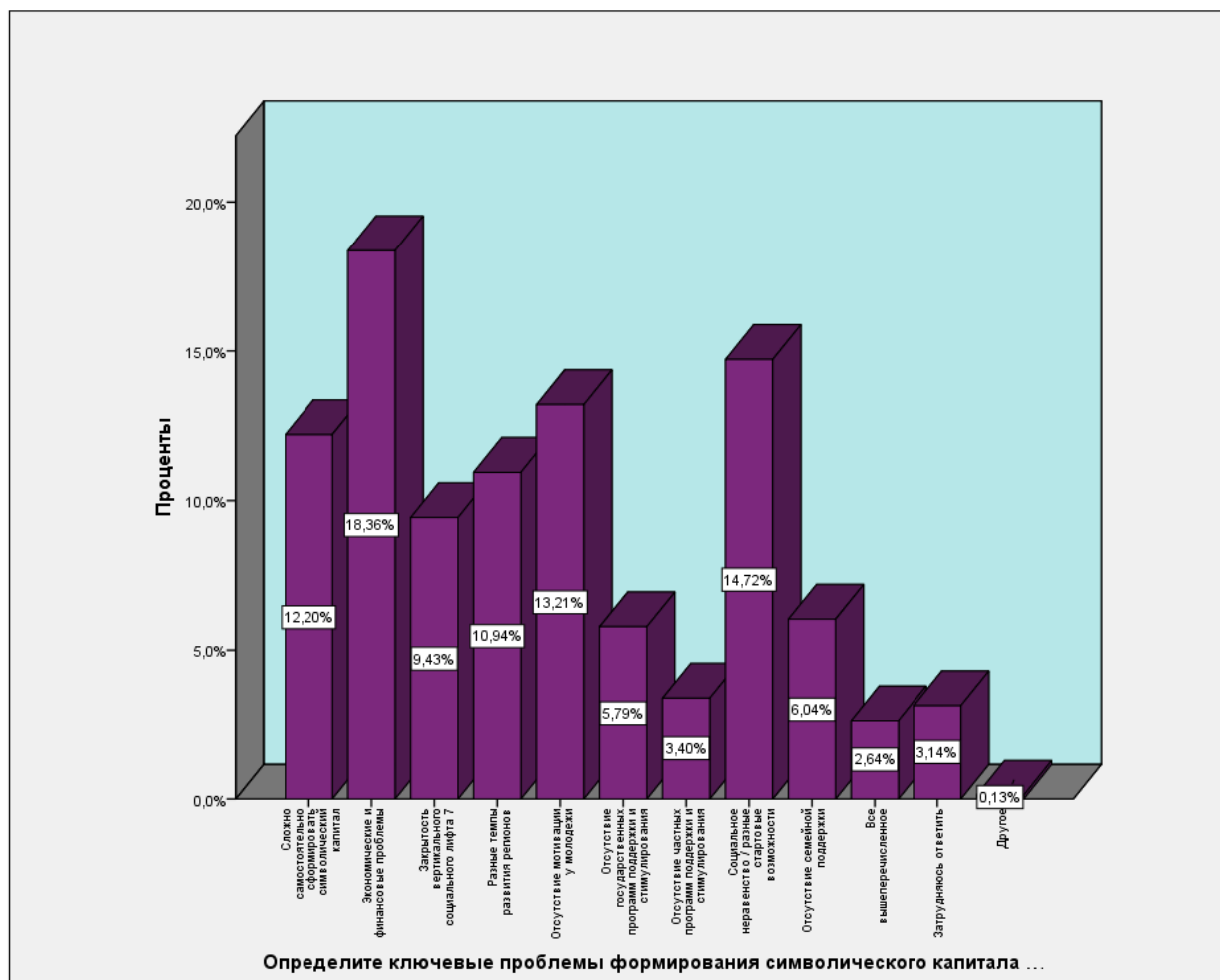


Рис.4 Распределение ответов населения на вопрос: «Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи?», в %

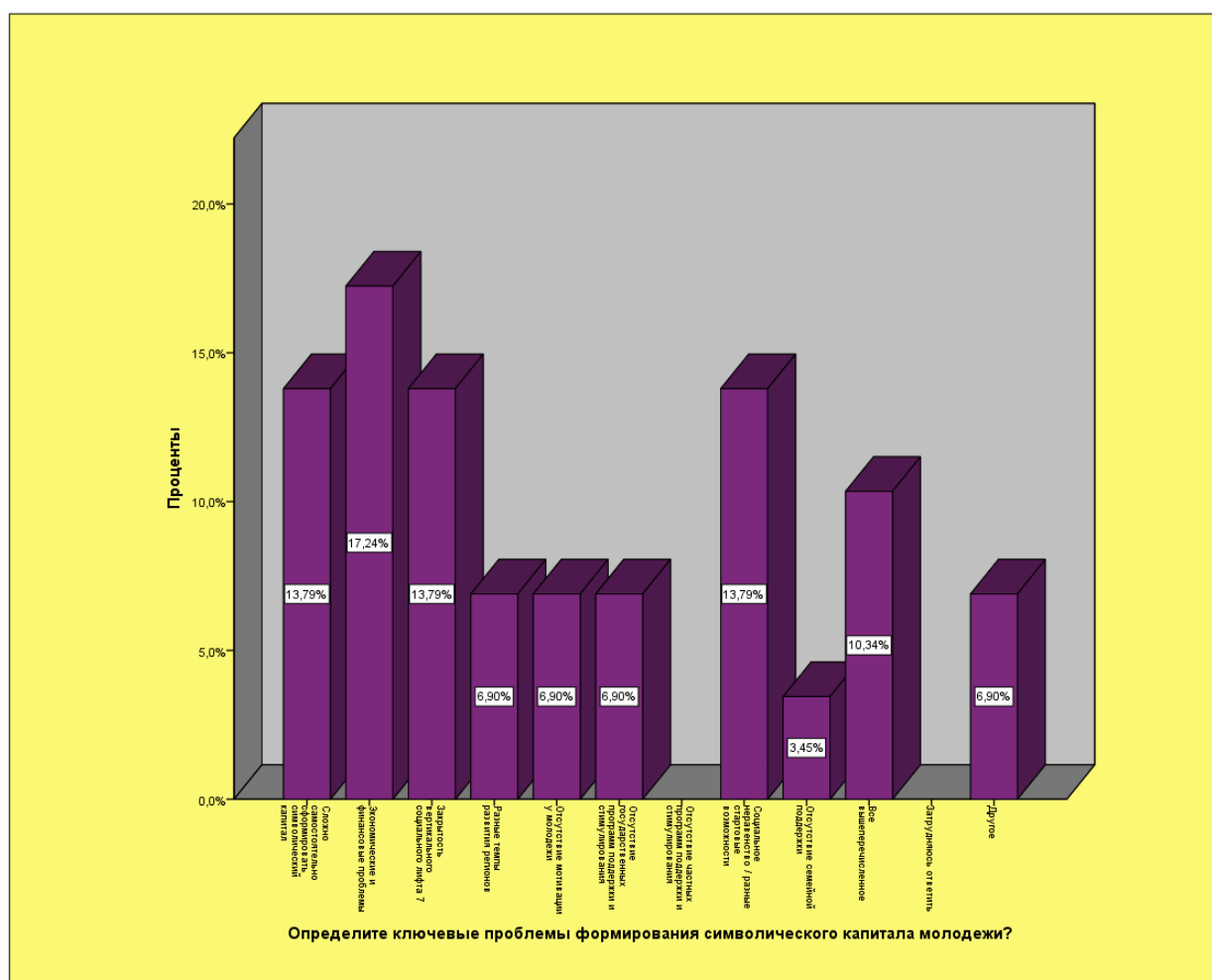


Рис.5 Распределение ответов экспертов на вопрос: «Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи?», в %

На основе полученных данных был разработан инновационный проект по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала «СКМ СВ».

Актуальность и содержание проблемы. В майских указах Президента Российской Федерации В. В. Путина одним из приоритетных направлений развития государства выделил сферу культуры в молодежной среде. Последнее заседание совета по культуре и искусству при президенте РФ было посвящено национальной программе в сфере культуры. Задача её формирования была поставлена в майском указе, где были определены ключевые направления развития страны. И в эти приоритеты входит культура как основа общественной жизни и нашей идентичности. Глобальная конкуренция за создание лучших условий для самореализации, раскрытия

потенциала каждого человека растёт, и ведущие страны мира справедливо видят в этом «ключ» к будущему. Развитие социокультурных ценностей молодежи – одна из приоритетных задач государства, а реализация этой задачи видится через создание культурных центров в крупных субъектах государства / в региональных (окружных) центрах.

Современные реалии можно охарактеризовать как период социальных, культурных и экономических трансформаций, которые имеют свое отражение во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Особую роль данные трансформации оказывают на ценности, нормы и принципы современной молодежи, которая является самой активной социальной группой. Стоит отметить, что молодое поколение с одной стороны является крайне нестабильной социальной группой, а с другой стороны пытается преодолеть барьер нестабильности путем формирования мировоззрения, поиска своего места в социуме, планированием своей собственной жизни, выбора профессии, хобби и своего окружения и т.д.

А. Ш. Назарова раскрывая сущность социокультурных ценностей молодежи, говорил, что «на формирование у молодого поколения социокультурных ценностей оказывают влияние следующие факторы: современное состояние общества, характер развития его социальной, экономической, политической, культурно-нравственной сферы; место и роль личности в общественной жизни, ее принадлежность к классу, социальной группе, профессиональному коллективу, а также идеи и образ жизни, которые она принимает; уровень общей культуры личности, как результат приобретения социального опыта, усвоения моральных принципов и норм, определяющий: степень ее самосознания; умение оценивать объективные закономерности, интересы и потребности общественного и индивидуального развития; возрастные и психофизиологические особенности личности» [36]. Исходя из некоторых положений, описанных выше, можно сказать, что на формирование социокультурных ценностей индивида влияют следующие категории: образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное

влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность, кредит доверия, навыки речи, знаки высокого социального статуса. Эти понятия являются статусными характеристиками человека, а количество и качество совокупности этих характеристик приобретённых индивидов при постоянной их демонстрации является его символическим капиталом. То есть можно сказать, что символический капитал - это совокупность неэкономических категорий, которые могут служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами.

Проведение комплексного социологического анализа роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи позволит получить данные прикладного характера, которые были положены в основу инновационного проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала путем создания специализированного центра.

Положение дел в молодежной сфере региона. Молодежная политика Иркутской области является одной из отстающих отраслей региона. Существуют следующие проблемы:

1. Недостаточное финансирование молодежных программ;
2. Ограниченная грантовая поддержка талантливой молодежи;
3. Отсутствие областных молодежных центров;
4. Слаборазвитая коммуникация с муниципальными отделами по молодежной политике;
5. Высокая конкуренция между областными и муниципальными властями в сфере молодежной политики;
6. Бюрократизация и вертикальное подчинение федеральными властям в сфере молодежной политики;
7. Слаборазвитая система стимуляции молодежи в достижении статусных возможностей.

Символический капитал является крайне широким понятие, так как включает в себя огромное количество статусных характеристик человека, некоторые из которых изучены не в полном объеме или же исследования не являются принятыми в нашем регионе / государстве. Таким образом, острота и новизна проблемы формирования символического капитала молодёжью, незначительное количество исследований, ограниченность инструментов молодежной политики Иркутской области в стимуляции молодежи в формировании символического капитала обуславливают актуальность проекта.

Для решения поставленных проблем был разработан данный инновационный проект, при реализации которого возможно достичь минимизации влияния проблемных сегментов данной сферы на молодежь.

Существо проекта «СКМ СВ». Существо предполагаемого проекта состоит в разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала, а точнее создание специализированного центра на базе министерства по молодежной политике Иркутской области / НКО или отдельным бизнес-проектом. В рамках данного центра молодежь сможет получать консультационную помощь по ряду проблем, связанных с формированием символического капитала, развивать свои надпрофессиональные навыки (soft-skills) во время специальных встреч, сессий, тренингов, организованные центром. Также центр будет организовывать открытые тематические встречи с представителями органов власти, бизнес-сообществом, общественностью, где участники проекта смогут задать интересующие вопросы, а также самопрезентовать себя. Ещё один вектор деятельности центра является информирование молодежи по различным государственным и частным программам поддержки молодежи.

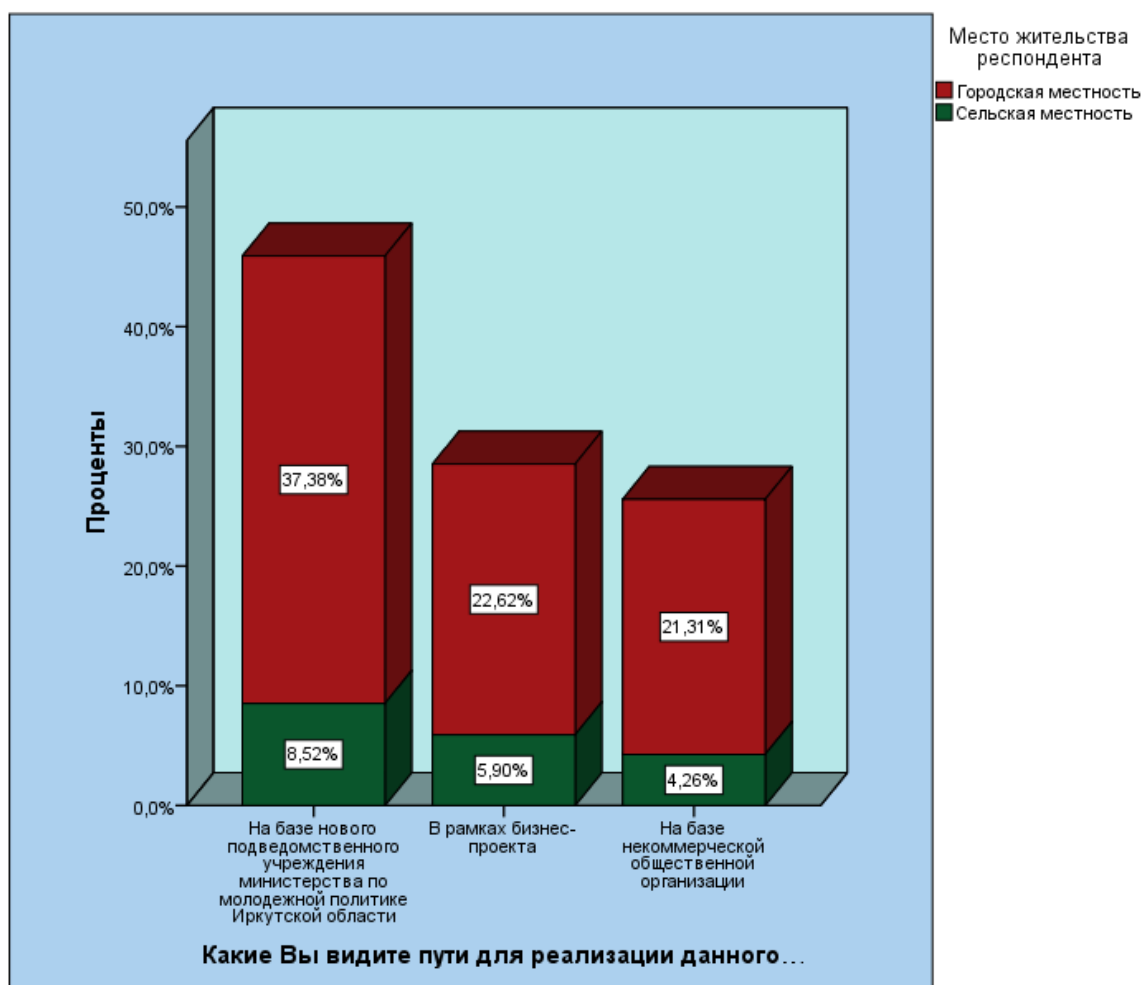


Рис.6 Распределение ответов на вопрос: «Какие Вы видите пути реализации данного проекта?», в %

Инновационные направления данного центра:

1. Выработка системного мышления;
2. Выработка стратегического мышления;
3. Выработка антикризисного мышления;
4. Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и т.д.);
5. Обучение экономическому знанию;
6. Обучение юридическому знанию;
7. Обучение менеджменту;
8. Умение работать в мультикоммуникативном пространстве;
9. Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности;

10. Развитие эмоционального мышления;

11. Обучение проектной деятельности.

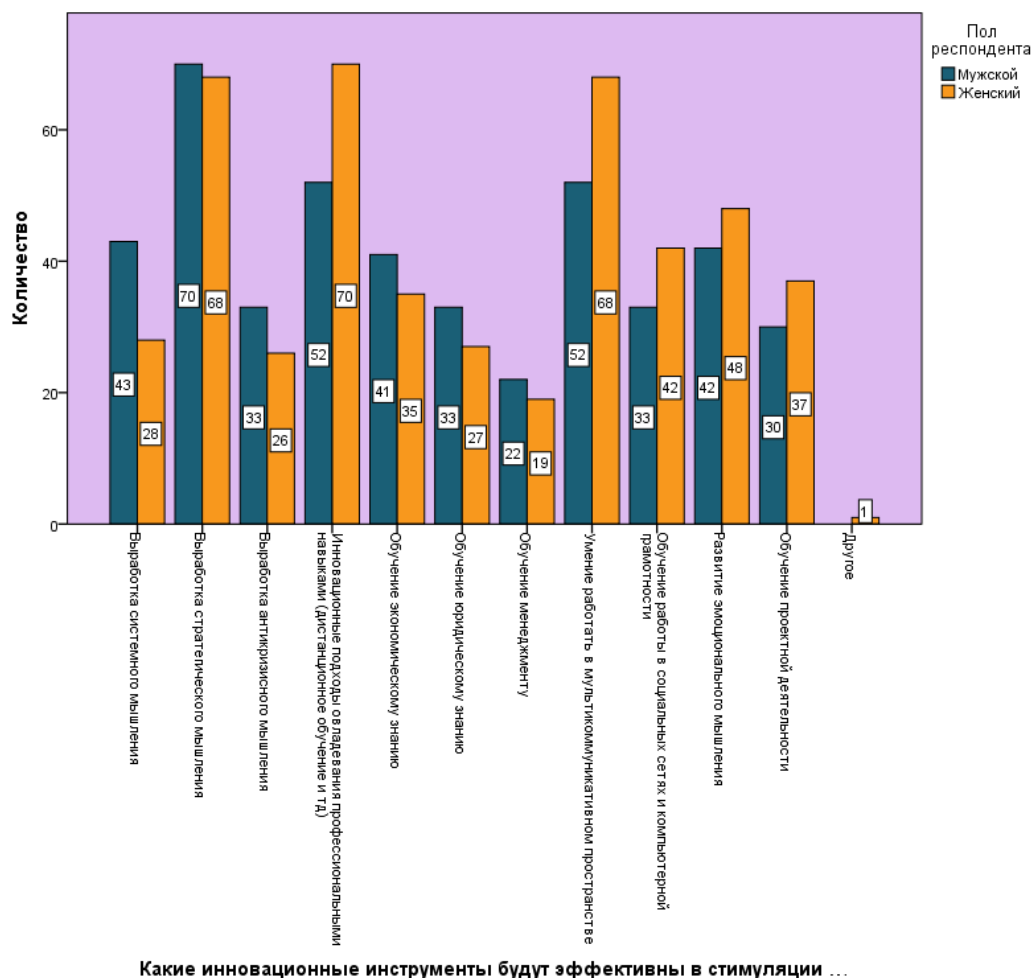


Рис.7 Распределение ответов населения на вопрос: «Какие инновационные инструменты буду эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала?», в %

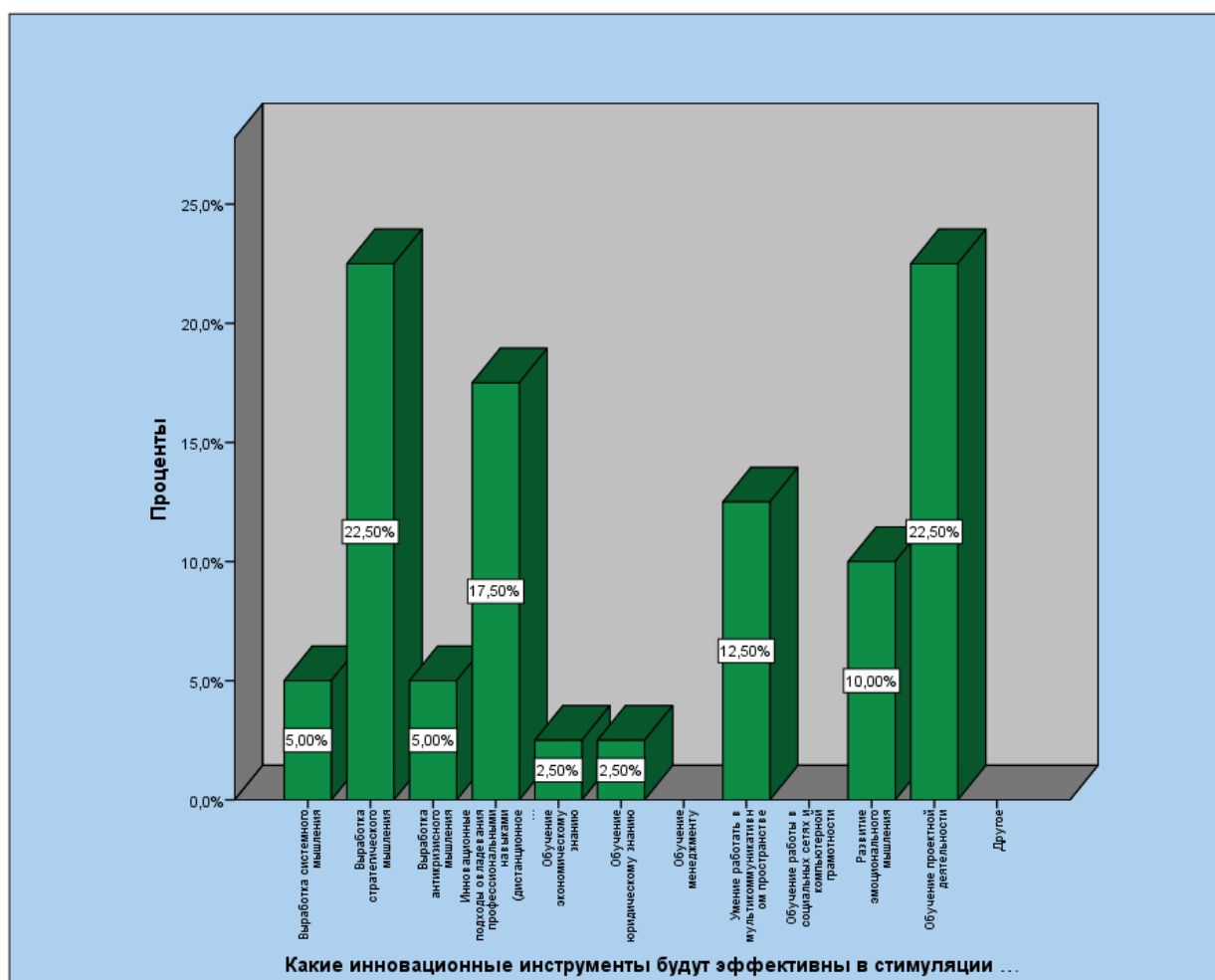


Рис.8 Распределение ответов экспертов на вопрос: «Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала?», в %

Цель и задачи проекта. Целью данного проекта является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

В разработке данного проекта, необходимо выполнить следующие задачи:

- Определить сроки реализации проекта;
- Определить основные мероприятия проекта;
- Разработать план мероприятий, которые будут проводиться;
- Установить сроки проведения данных мероприятий;
- Обеспечение необходимого финансирования;

- Обеспечение безопасности посещаемых специализированного центра;

- Рассмотреть возможные риски проекта;
Разработать практические реализации проекта.

Основные мероприятия проекта:

Первый этап включает в себя следующее:

1. Разработку проекта;
2. Изучение необходимой документационной базы;
3. Подсчёт суммы, необходимой для реализации проекта и поиск инвесторов, спонсоров;
4. Согласование проекта с Министерством молодежной политики Иркутской области, Администрацией г. Иркутска, а также с бизнес структурами региона;
5. Утверждение комплекса мероприятий;
6. Определение информационных каналов и организация рекламы по проекту;
7. Поиск инвесторов, спонсоров.

Второй этап предполагает под собой реализацию следующих этапов подготовки:

1. Подготовка необходимой документации, необходимой для деятельности центра;
2. Поиск помещения центра, закупка необходимого оборудования;
3. Наем сотрудников центра;
4. Организацию комплекса мероприятий, связанных с открытием центра;
5. Заказ рекламных объявлений.

Третий этап включает в себя проведение комплекса мероприятий по проекту:

1. Выработка и реализация стратегий решения проблем, связанных с формированием символического капитала, в форме консультационной помощи;

2. Проведением специальных встреч, сессий, тренингов, направленных на развитие надпрофессиональных навыков молодежи;

3. Организация и проведение открытых тематических встреч с представителями власти, бизнес-сообщества и общественности региона, на которых молодежь сможет самопрезентовать себя;

4. Создание и поддержка информационных каналов в СМИ и социальных сетях, направленные на информирование молодежи о деятельности центра и об актуальных государственных и частных программах поддержки молодежи.

Информационно-методическое сопровождение проекта. В качестве итогового документа, будет создан аналитический отчет о проделанной работе, а также эффективность данного проекта. Отчет будет опубликован на сайте Министерства по молодежной политике Иркутской области и на собственном сайте центра, в социальных сетях. Центр предлагается оборудовать необходимыми информационными стендами, буклетами, плакатами, несущими описательный характер по использованию инвентаря и оборудования, а также содержащими необходимые инструкции

Ресурсное обеспечение проекта (кадровое, организационное, технологическое). Для того чтобы реализовать наш проект, нам потребуются ресурсы:

1. Научно-методические ресурсы: разработка содержания проекта и реализации проекта;

2. Кадровые: специалист по социальным вопросам, тренер – психолог, менеджер event-проектов, специалист по информационной работе;

3. Финансовые: инвесторы, спонсоры;

4. Организационные (навыки и знания, культура организации);

5. Материально – технические (столы, стулья, шкафы, компьютер,

система мультимедиа, раздаточный информационный материал).

Механизм реализации проекта. Организационно-экономический механизм реализации проекта включает: нормативные документы, на основе которых осуществляется взаимодействие участников; обязательства, принимаемые участниками в связи с осуществлением ими совместных действий по реализации проекта, гарантии таких обязательств и санкции за их нарушение; условия финансирования инвестиций; систему управления реализацией проекта, обеспечивающую (при возможных изменениях условий реализации проекта) должную синхронизацию деятельности отдельных участников, защиту интересов каждого из них и своевременную корректировку их последующих действий в целях успешного завершения проекта.

Научная новизна и научно-практическое значение проекта. Впервые разработан проект по созданию условия для формирования символического капитала молодежью Иркутской области с помощью открытия специализированного центра. При помощи определенного спектра услуг, которые будет оказывать центр, повысится заинтересованность молодежи в достижении статусных возможностей, что в дальнейшем положительно отразится на развитии региона.

Инвестиционный климат и социальные риски. Возможны следующие риски:

1. Отклонение в сроках реализации этапов проектирования;
2. Недостаточность финансирования данного проекта.
3. Несоответствие кадров профессиональным требованиям проекта;
4. Нежелание администрации и бизнес структур принять участие в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей;
5. Незаинтересованность молодёжи в посещении данных мероприятий.

Организационный план. Центр будет состоять из социологов, психологов, специалиста в информационных технология / специалиста по PR и рекламе, социального работника, event-менеджера; студентов-волонтеров,

оказывающие содействие в организации, проведении (обеспечении проведения) мероприятий.

Финансовое обеспечение проекта. Для реализации проекта, нам потребуются финансовые источники. Предлагается использовать:

1. Средства государственного, регионального, муниципального бюджета;

2. Привлечение коммерческого сектора города.

Средства федерального бюджета – 25%, регионального – 25%, муниципального – 0%, коммерческий сектор – 50%.

Экономическая и социальная эффективность проекта. Социальная эффективность заключается в том, что данный центр будет помогать молодежи с проблемами формирования символического капитала. Решение этих проблем позволит более эффективно формировать / присваивать данный вид капитала, соответственно, молодежь стане более активна и успешна, что напрямую отразится на развитии и благосостоянии региона.

Экономическая эффективность предполагает ведение коммерческой деятельности в рамках предлагаемого центра, что будет приносить определенный доход за предоставляемые услуги.

Общая сумма проекта. Общая сумма проекта составляет 3 729 450 руб. Необходимая для реализации проекта сумма представлена в смете расходов.

№ п/п	Наименование работ	Единица измерения	Кол-во единиц	Цена на ед. изм., руб.	ВСЕГО в текущих ценах, руб.
I	Первый этап (2017-2018гг.): Разработка и утверждение проекта				
1	Составление документов для подачи в регистрирующие органы			7 000	7 000
Итог по разделу:		7 000 рублей			
II	Второй этап (2018г.): Обустройство центра				

1	Приобретение площади для центра				
	Покупка площади для центра	кв. м.	60	55 000	3 300 000
2	Приобретение организационной техники				
	Компьютер	шт.	4	25 000	100 000
	Принтер	шт.	3	7 000	21 000
	Система мультимедиа	шт.	1	35 000	35 000
	видеопроектор	шт.	3	10 000	30 000
3	Приобретение необходимых канцелярских принадлежностей				
	Бумага офисная	шт.	8	150	1 200
	Набор маркеров	шт.	5	250	1 250
	Цветные карандаши	шт.	5	100	500
	Набор шариковых ручек	шт.	5	200	1 000
4	Приобретение мебели				
	Офисное кресло	шт.	3	2 500	7500
	Стулья	шт.	15	1 500	22500
	Диван	шт.	2	7 000	14000
	Шкаф-гардероб	шт.	2	5 000	10000
	Комплект офисной мебели (стол,стилаж,тумба)	шт.	3	10 000	30 000
	Флипчарт	шт.	3	2 500	7 500
5	Оплата рекламы			25 000	25 000
Итог по разделу:		3 606 450 рублей			
III	Третий этап (2018-2019гг.): Начало реализации проекта и функционирования центра				
1	Зарботная плата руководителя (социолога)	чел.	1	25 000	25 000
2	Зарботная плата тренеров-психологов	чел.	2	20 000	40 000
3	Зарботная плата специалиста по информационной работе	чел.	1	18 000	18 000
4	Зарботная плата менеджера event-проектов	чел.	1	18 000	18 000
5	Зарботная плата специалиста по социальным вопросам	чел.	1	15 000	15 000
Итог по разделу:		116 000 рублей			

Итог по всем разделам:	3 729 450 рублей
-------------------------------	-------------------------

**Цены указаны на март 2019г*

Проблемы прогнозирования реализации проекта. Есть четыре стадии процесса прогнозирования:

1. Субъективное представление о задаче;
2. Оценка последствий принимаемых решений и их;
3. Прогноз эффективности альтернатив;
4. Выбор из всех рассмотренных альтернативных вариантов.

Аналитика осуществляется в три этапа. На первом этапе формируются «предмодельные задачи». Анализируются ситуации, процессы и их виды, уровень информации, строится матрица моделей, отражающая их форму, этапы и соотношения.

На втором этапе строится исходная точка решения общей задачи исследования - содержательная концептуальная модель развития. На основе двух групп понятий: сущность-явление, содержание-форма, количество-качество; материя, пространство, движение, время - строится универсальная конструкция-конфигуратор, которая задает последующие рамки исследования.

Третий этап представляет собой детальный анализ внутренней структуры и составляющих частей международных отношений. Происходит построение развернутой модели системы международных отношений. Интересы, ресурсы, цели, образ действий, соотношение сил, партнерские отношения - все учитывается в качестве системообразующих элементов модели. Таким образом, конструируется теоретическая модель.

Заключение. Впервые разработан проект по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала «СКМ СВ». Системный подход в реализации проекта поможет молодежи сформировать представления о своем месте и роли в общественной жизни, ее принадлежность к классу, социальной группе,

профессиональному коллективу, а также идеи и образ жизни, мировоззрения, планирование дальнейшей жизни, выбора профессии, хобби, окружения.

Целью данного проекта является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

В рамках создания центра планируется ряд мероприятий, которые будут являться циклическими: консультация молодежи; специальные встречи, сессии, тренинги, направленных на развитие надпрофессиональных навыков молодежи; открытые тематические встречи с представителями власти; бизнес-сообщества и общественности региона, на которых молодежь сможет самопрезентовать себя; информирование молодежи о деятельности центра и об актуальных государственных и частных программах поддержки молодежи.

Таким образом, нами отражены все важные аспекты инновационного проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи Иркутской области в присваивании символического капитала. Мы пришли к выводу, что данный проект актуален в наше время не только молодежи, но и для других социальных групп. Данный проект полностью отвечает всем требованиям государственной молодежной политики и отлично коррелируется с ними. Общие затраты на данный проект составляют 3 729 450 рублей. Мы резюмируем, что для решения проблемы формирования символического капитала для корректировки социокультурных ценностей данный проект по стимуляции молодежи в присвоении символического капитала «СКМ СВ» является эффективным.

В заключение параграфа 2.2. Раздела 2, резюмируем, что самые значимые ценности для современной молодежи являются следующие:: верность (преданный друзьям, группе), честность (откровенный, искренний), полезность (работающий на благо других), ответственность (надежный, заслуживающий доверия), прощение (стремящийся прощать другого), свобода (свобода мыслей и действий), креативность (уникальность, богатое

воображение), самостоятельность (надеющийся на себя, самодостаточный), любознательность (интересующийся всем, пытливым).

В проведенном исследовании были выявлены основные статусные характеристики молодежи Иркутской области, которые оставляют ее символический капитал. На сегодняшний день молодежь обладает следующими статусными характеристиками: наличие надпрофессиональных навыков, высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков, принадлежность к статусным социальным группам/сообществам, наличие выгодных связей.

На основании проведенного социологического исследования был разработан инновационный проект, целью которого является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

2.3. Разработка практических рекомендаций министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала

По результатам экспертиз государственных программ по развитию молодежи и молодежной среды, было выявлено, что в рамках данных программ реализуется ряд мероприятий в целях дальнейшего развития внутреннего потенциала молодежи во всех сферах жизнедеятельности. При этом широко используется программно-целевой метод, оказывается государственная поддержка образовательным учреждениям высшего профессионального образования, внедряющим инновационные образовательные программы, государственная грантовая поддержка и т. д.

Необходимым стоит отметить, что недостаточно внимания уделяется вопросам социокультурных ценностей, закрытости вертикальных социальных лифтов, мотивации молодежи в присвоении символического капитала, социального неравенства. Эти ключевые проблемы мешают

молодежи в самореализации и, как следствие, заставляет ее покидать Иркутскую область и Российскую Федерацию в целом.

Изучение основных проблем и тенденций роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России позволяет выявить конструктивный вектор развития государственной политики в отношении этих проблем. Требуется обобщенная формулировка предложений и рекомендаций, которые непосредственно связаны с государственной молодежной политикой. Приоритетные задачи государственной политики должны быть направлены на усиление мер поддержки молодежи и удержанию ее в регионе. И в данном вопросе имеет смысл обратиться к анализу социологических данных, помогающих исследовать указанный вопрос. По результатам проведенных исследований предполагалась разработка практических рекомендаций для органов государственной власти и бизнес-сообществ Иркутской области по вопросам стимуляции молодежи в присвоении символического капитала.

Изучив мнение экспертов и положение молодежи Иркутской области, а также опираясь на результаты комплексного социологического исследования, считаем возможным рекомендовать:

Органам региональной власти:

1. поддержка талантливой молодежи, в том числе финансовая, грантовая, дополнительные стипендиальные программы для студентов;
2. повышать престиж области;
3. стимулирование в финансовом плане молодежь;
4. усовершенствование и доработка системы поддержки молодёжи;
5. организация работы по обмену опытом между регионами;
6. осуществление действенных мероприятий по внедрению и реализации федеральных проектов, проектов федеральных и международных корпораций;
7. усовершенствовать трансферную поддержку молодежи для реализации своего потенциала по всей стране;

8. усовершенствовать систему информирования молодежи в социальных сетях о молодежных мероприятиях и проектах;
9. выработать систему обратной связи с молодежью;
10. завершить процесс агломерации, создать научно-исследовательский центр на базе Иркутского государственного университета по изучению молодежи Иркутской области;
11. улучшение условий труда, в том числе поднятие заработных плат;
12. работа просветительского характера, направленная на воспитание патриотических ценностей и акцентирование привлекательности региона, в образовательных учреждениях (школы, ссузы, вузы);
13. информирование молодежь о возможностях;
14. бороться с проблемой закрытости вертикальных лифтов в системе государственного и муниципального управления;
15. внедрять инновационные технологии, которые уже давно реализуются в федеральных центрах государства, по улучшению городской инфраструктуры;
16. разработать систему мотивации молодежи;
17. совершенствование и регулирование нормативно-правовой базы в сфере реализации молодежных инициатив;
18. учреждение ресурсного центра поддержки талантливой молодёжи в организационно-правовой форме;

Органам муниципальной власти:

1. оказать содействие в реализации представленного проекта;
2. повышать престиж города;
3. разработка системы мотивационных действий для привлечения молодежи в регион;
4. прекращение формального подхода в работе с молодежью;

5. изменение направлений реализации молодежной политики согласно федеральным проектам и проектам, направленным на практическую помощь молодежи;

6. создание условий для самореализации в личном и профессиональном плане;

7. создание условий для активного досуга молодежи;

8. проведение курсов по повышению надпрофессиональных навыков;

9. готовить востребованных специалистов государственными вузами по перспективным проектам области;

Общественности региона:

1. осуществлять общественный контроль;

2. поддерживать инициативы молодежи;

3. разработка и внесение на рассмотрение заинтересованных структур действенных предложений по решению обозначенных проблем;

4. создание информационно-правового пространства в данном вопросе;

5. создание организации для преодоления административных барьеров;

6. разрабатывать и реализовывать социально-ориентированную проектную деятельность;

Бизнес структурам региона:

1. увеличение возможностей целевого обучения студентов, заключения отложенных трудовых договоров для выпускников;

2. установить более тесное сотрудничество с образовательными учреждениями, расширить площадки для прохождения практики студентов;

3. развить внутри предприятия систему поддержки молодых специалистов (наставничество, мотивационные меры, повышение квалификации);

4. взаимодействие с образовательными организациями, государственной и муниципальной властью;

5. разработка и реализация внутренних корпоративных программ по обучению и обмен опытом между молодыми специалистами;

6. создание частных программ поддержки молодежи в реализации социальных, экономических проектах, направленные на улучшение региона и страны в целом.

7. Создание частных акселераторов и бизнес-школ, включение их в государственные процессы;

На основе предложенных рекомендаций мы вносим предложение о необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей, который будет решать следующие проблемы молодежи:

1. Сложно самостоятельно сформировать символический капитал;
2. Экономические и финансовые проблемы;
3. Закрытость вертикального социального лифта;
4. Отсутствие мотивации у молодежи;
5. Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования;
6. Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования;
7. Социальное неравенство / разные стартовые возможности;
8. Отсутствие семейной поддержки.

Мы считаем, что данный центр учитывает все недостатки действующих проектов и внесённые предложения и рекомендации. Центр послужит источником эффективного развития молодежи Иркутской области.

В условиях экономического кризиса и социальной неустойчивости, данный центр мог бы интегрировать деятельность различных органов государственной власти и иных социальных структур (Министерства по

молодежной политики Иркутской области, Министерства экономического развития Иркутской области, Министерства образования, бизнес структур, региональной общественности Иркутской области). Это будет также способствовать развитию межведомственного взаимодействия.

Благодаря созданию центра, позволяющего молодежи принимать участие в выработке мер государственного регулирования, возможно, возникнут и другие проекты и мероприятия, направленные на улучшение социально-экономической ситуации в регионе.

Необходимость в создании центра нашла свое подтверждение в проведенном автором социологическом исследовании.

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос «Существует ли потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение населения		Мнение экспертов	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, существует	133	43,6%	5	33,3%
2.	Скорее да, чем нет	113	37,0%	10	66,7%
3.	Скорее нет, чем да	28	9,2%	0	0%
4.	Нет, не существует	8	2,6%	0	0%
5.	Затрудняюсь ответить	23	7,5%	0	0%
	Всего	305	100,0	15	100,0

Из таблицы 8 видно, что все эксперты в той или иной мере согласны с тем, что инновационные инструменты стимулирования молодежи в Иркутской области в присвоении символического капитала необходимы («да, существует» - 33,3%; «скорее да, чем нет» - 66,7%). Подавляющее большинство населения также согласны с тем, что данные инструменты необходимы региону («да, существует» - 43,6%; «скорее да, чем нет» - 37,0%). Всего лишь 11,8% молодежи сказали, что потребности в выработке инновационных инструментов нет («скорее нет, чем да» - 9,2%; «нет, не существует» - 2,6%). 7,5% респондентов затруднились ответить (см. табл. 8).

В качестве приоритетных инновационных инструментов были выделены следующие (см. табл. 9).

Таблица 9

Распределение ответов на вопрос «Существует ли потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение населения		Мнение экспертов	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Выработка стратегического мышления	138	15,0%	9	22,5%
2.	Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и т.д.)	122	13,3%	7	17,5%
3.	Умение работать в мультикоммуникативном пространстве	120	13,0%	5	12,5%
4.	Развитие эмоционального мышления	90	9,8%	4	10,0%
5.	Обучение экономическому знанию	76	8,3%	1	2,5%
6.	Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности	75	8,2%	0	0,0%
7.	Выработка системного мышления	71	7,7%	2	5,0%
8.	Обучение проектной деятельности	67	7,3%	9	22,5%
9.	Обучение юридическому знанию	60	6,5%	1	2,5%
10.	Выработка антикризисного мышления	59	6,4%	2	5,0%
11.	Обучение менеджменту	41	4,5%	0	0,0%
12.	Другое (множественный интеллект)	1	0,1%	0	0,0%
	Всего	920	100,0%	40	100,0

Анализ таблицы 9 показал, что самые главные потребности у молодежи в инновационных инструментах следующие: выработка стратегического мышления (население – 15,0%; эксперты – 22,5%), инновационные подходы овладения профессиональными навыками (население – 13,3%; эксперты – 17,5%), умение работать в мультикоммуникативном пространстве (население – 13,0%; эксперты – 12,5%), развитие эмоционального мышления (население – 9,8%; эксперты – 10,0%). Интересно отметить, что мнения экспертов и населения не совпадают в вопросе обучения проектной деятельности (население – 7,3%; эксперты – 22,5%).

В ходе исследования было выявлено, что большинство молодежи заинтересовано в деятельности данного центра и готово включено

поддерживать создания молодежного центра, что свидетельствует об острой необходимости принятия мер в данной области (см. табл. 10).

Таблица 10

Распределение ответов на вопрос «В случае реализации проект, готовы ли Вы принять в нем участие?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение населения		Мнение экспертов	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, готов (-а)	181	59,3%	6	40,0%
2.	Нет, не готов (-а)	44	14,4%	5	33,3%
3.	Затрудняюсь ответить	80	26,2%	4	26,7%
	Всего	305	100,0%	15	100,0%

Анализ таблицы 10 показал, что готовы принять участие в проекте (население – 59,3%; эксперты – 40,0%), гораздо меньше не готовы (население – 14,4%; эксперты – 33,3%), однако количество экспертов равняется трети, что говорит о безучастности или сверхзанятости. 26,2% населения и 26,7% экспертов затруднились ответить.

Реализация предложенного проекта позволит наладить контакт между властями, молодежью и обществом в целом, благодаря проведению регулярных мониторингов и изучению общественного мнения и состояния общества, тем самым обеспечивая стабильность положения молодежи и реализации их внутреннего потенциала.

Резюмируя выводы по параграфу 2.3, акцентируем внимание на том факте, что реализация разработанных рекомендаций является насущной потребностью для всех субъектов, заинтересованных в поддержке молодежи в регионе. Для комплексного решения рассмотренной проблемы заинтересованность следует проявлять различным структурам, перечисленным выше. Важное значение в решение поставленной проблемы имеет комплексный подход со стороны региональной и муниципальной власти, бизнес-сообщества и общественных объединений.

Самыми главными мерами улучшения положений дел в молодежной сфере региона и молодежи в целом можно выделить следующие: поддержка

талантливой молодежи, в том числе финансовая, грантовая, дополнительные стипендиальные программы для студентов, выработать систему обратной связи с молодежью, информирование молодежь о возможностях, разработать систему мотивации молодежи, прекращение формального подхода в работе с молодежью.

Выводы по Разделу 2:

Было выявлено, что при увеличении символического капитала у молодежи значимее становятся следующие социокультурные ценности: индивидуализм, эгоцентризм, внутренняя гармония, влияние, самоуважение, самодисциплина, право на уединение, сдержанность. Соответственно, если выработать систему воспитания и образования с ориентацией на положительные для общества ценности, а, впоследствии, внедрить в нее систему постепенного присвоения символического капитала путем предоставления возможностей со стороны государства, бизнес-сообществ и некоммерческих организаций, то возможно положительное воздействие на молодежи и перспективное развитие региона, государства в целом.

Самые значимые ценности для современной молодежи Иркутской области на сегодняшний день являются следующие: верность (преданный друзьям, группе), честность (откровенный, искренний), полезность (работающий на благо других), ответственность (надежный, заслуживающий доверия), прощение (стремящийся прощать другого), свобода (свобода мыслей и действий), креативность (уникальность, богатое воображение), самостоятельность (надеющийся на себя, самодостаточный), любознательность (интересующийся всем, пытливый).

В проведенном исследовании были выявлены основные статусные характеристики молодежи Иркутской области, которые оставляют ее символический капитал. На сегодняшний день молодежь обладает следующими статусными характеристиками: наличие надпрофессиональных навыков, высокий уровень образования / наличие профессиональных

навыков, принадлежность к статусным социальным группам/сообществам, наличие выгодных связей.

Был разработан инновационный проект, целью которого является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

В ходе исследования были разработаны рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области. Самыми главными мерами улучшения положений дел в молодежной сфере региона и молодежи в целом можно выделить следующие: поддержка талантливой молодежи, в том числе финансовая, грантовая, дополнительные стипендиальные программы для студентов, выработать систему обратной связи с молодежью, информирование молодежь о возможностях, разработать систему мотивации молодежи, прекращение формального подхода в работе с молодежью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной работы было уточнено понятие «молодежь» под призмой рассмотрения мировоззрения и социокультурных ценностей, а также было дано авторские понятия «мировоззрение» и «социокультурные ценности» с учетом различных подходов. Были рассмотрены философские, социологические и психологические подходы в трактовке категориальной базы данного исследования.

Таким образом, под «социокультурными ценностями» понимаются ценности и нормы поведения, формирующиеся у человека в процессе социализации, которые находятся в постоянной динамике ввиду воздействия социального окружения и культуры в целом.

Было выявлено, что проблема формирования социокультурных ценностей современной молодежи носит междисциплинарный характер. В числе научных *подходов*, изучающих ценностные ориентации и социокультурные ценности молодежи, нами были выделены: структурно-функциональный, социокультурный и полевой и другие подходы. Особое место имеет социокультурный подход. Так как *проблемы* и *основные специфики* социокультурных ценностей современной молодежи во многом обусловлены состоянием социального окружения и общества в целом.

К ключевым *проблемам* формирования социокультурных ценностей современной молодежи относятся: межпоколенческий конфликт из-за смены социокультурного пространства в государстве; сложность дифференциации ценностных ориентаций современной молодежи; невозможность изучения внутренних факторов формирования социокультурных ценностей молодежи ввиду их закрытости; слабая корреляция между ценностными потребностями современной молодежи и имеющимся (доступными) полями для их удовлетворения.

В современных сложных условиях проявляются *основные специфики* формирования социокультурных ценностей современной молодежи, в числе которых социальный характер формирования ценностей молодежи, тесная

связь социокультурных ценностей с культурным пространством, сложность регулирования социокультурных ценностей со стороны государства. Каждая из этих специфик носит как положительный, так и негативный характер, что напрямую отражается на всех социальных институтах государства.

Исследование роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области) было проведено с помощью широкого спектра методов и методик. Использование различных методик и техник позволило в значительной степени раскрыть изучаемое явление с разных точек зрения (экспертов и населения) и подходов. Основными методами сбора эмпирических данных стали: метод статистического анализа, анализ документальных источников, вторичный анализ материалов социологических исследований, экспертное интервьюирование, онлайн - опрос населения, метод экспертных оценок. Была разработана авторская программа социологического исследования и подготовлен аналитический отчет по итогам онлайн – опроса и экспертного интервьюирования. При помощи экспертного интервьюирования и опроса населения была определена целесообразность разработки инновационного проекта по разработке инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала через создание молодежного центра.

Было выявлено, что при увеличении символического капитала у молодежи значимее становятся следующие социокультурные ценности: индивидуализм, эгоцентризм, внутренняя гармония, влияние, самоуважение, самодисциплина, право на уединение, сдержанность. Соответственно, если выработать систему воспитания и образования с ориентацией на положительные для общества ценности, а, впоследствии, внедрить в нее систему постепенного присвоения символического капитала путем предоставления возможностей со стороны государства, бизнес-сообществ и некоммерческих организаций, то возможно положительное

воздействие на молодежи и перспективное развитие региона, государства в целом.

Самые значимые ценности для современной молодежи Иркутской области на сегодняшний день являются следующие: верность (преданный друзьям, группе), честность (откровенный, искренний), полезность (работающий на благо других), ответственность (надежный, заслуживающий доверия), прощение (стремящийся прощать другого), свобода (свобода мыслей и действий), креативность (уникальность, богатое воображение), самостоятельность (надеющийся на себя, самодостаточный), любознательность (интересующийся всем, пытливый).

В проведенном исследовании были выявлены основные статусные характеристики молодежи Иркутской области, которые оставляют ее символический капитал. На сегодняшний день молодежь обладает следующими статусными характеристиками: наличие надпрофессиональных навыков, высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков, принадлежность к статусным социальным группам/сообществам, наличие выгодных связей.

Был разработан инновационный проект, целью которого является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

В ходе исследования были разработаны рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области. Самыми главными мерами улучшения положений дел в молодежной сфере региона и молодежи в целом можно выделить следующие: поддержка талантливой молодежи, в том числе финансовая, грантовая, дополнительные стипендиальные программы для студентов, выработать систему обратной связи с молодежью, информирование молодежь о возможностях, разработать систему мотивации молодежи, прекращение формального подхода в работе с молодежью.

Выдвинутая нами *гипотеза* исследования, заключающаяся в предположении о том, что символический капитал является важной составляющей в формировании социокультурных ценностей, а динамика этого капитала способна корректировать социокультурные ценности современной молодежи, соответственно, без создания эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала невозможно комплексное развитие региона и страны в целом – подтвердилась.

Исследование роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России видится перспективным для дальнейшего изучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверин Ю. П. Теоретическое построение количественного социологического исследования: учебное пособие для вузов / Ю. П. Аверин. – 2-е изд., уточненное и дополненное. – М.: Академический проект, 2014. – 432 с.
2. Ахиезер А. С. Социально-культурные проблемы развития России. / А. С. Ахиезер — М.: Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН, 1992. — 82 с.
3. Бурдые П. Начала. / П. Бурдые. - М.: Socio-Logos; Адапт, 1994. — 288 с.
4. Бурдые П. Практический смысл / Пер. с фр.: А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко; Отв. ред. пер. и Послесл. Н.А. Шматко. — СПб.: Алетейя, М.: «Институт экспериментальной социологии», 2001, — 562 с.
5. Вебер М. Работы М. Вебера по социологии, религии и культуре / АН СССР, ИНИОН, Всесоюз. межвед. центр наук о человеке при президиуме. Вып. 2. — М.: ИНИОН, 1991. — 301 с.
6. Вернадский В. И. О научном мировоззрении // Вопросы философии и психологии – отв. ред. А.Л. Яншин, М.: «Наука», 1991. — С. 191-234.
7. Вишневский Ю. Р. Социальный облик студенчества 90-х годов / Ю. Р. Вишневский, Л. Я. Рубина // СОЦИС. - 1997. – №10. – С. 56-68.
8. Волков Ю. Г. Целостная личность: сущность, пути формирования. / Ю. Г. Волков - Ростов-на-Д., 1985. — 270 с.
9. Гегель Г. Феноменология Духа. / Г. Гегель / Перевод под редакцией Э. Л. Радлова.— СПб., 1913. — 376 с.
10. Горшков М. К. Молодежь России: социологический портрет. / Ф. Э. Шереги — М.: ЦСПиМ, 2010. — 592 с.

11. Гришина Н. В. Ценности студенческой молодежи: к открытости изменениям // Вестник практической психологии образования. - №4. - 2010. — С. 44–51.
12. Деборин А. М. Введение в философию диалектического материализма. / А. М. Деборин — Пг., 1916. — 466 с.
13. Дильтей В. Типы мировоззрения и их обнаружение в метафизических системах // Новые идеи в философии. — Вып. 1. — СПб., 1912. — 225 с.
14. Добреньков В. И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле постнеклассической методологии. / В. И. Добреньков — М.: Академический проект; Альма Матер, 2011. — 565 с.
15. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни / пер. с франц. В. Земсковой; под науч. ред. Д. Куракина. — М.: «Элементарные формы», 2018. — 808 с.
16. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. / А. Г. Здравомыслов — М.: Политиздат, 1986. — 223 с.
17. Зимулина Г.Д. Проблема формирования ценностных ориентаций современной студенческой молодежи // Психология, социология и педагогика, № 4, 2015, С. 67.
18. Иванов М. М. Символический капитал работника как средство его карьерного продвижения // Преподаватель XXI век, 2010. - №2. - С. 371-375.
19. Ильинский И. М. Молодёжь и молодёжная политика : Философия. История. Теория. / И. М. Ильинский — М.: Голос, 2001. — 694 с.
20. Ильичёв Л. Ф. Философский энциклопедический словарь. / П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов — М.: Советская энциклопедия, 1983. — 840 с.
21. Ионин Л. Г. Социологическая концепция Фердинанда Тённиса // История буржуазной социологии XIX — начала XX века / Под ред. И. С.

Кона. Утверждено к печати Институтом социологических исследований АН СССР. — М.: Наука, 1979. — С. 164-179.

22. Кадария Ф.Д. Социология молодежи: учебное пособие / И. П. Савченко, Ю. Г. Волков, В. И. Добреньков, В. А. Шаповалов / Под ред. Ю.Г.Волкова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. — 576 с.

23. Кант И. Лекции по этике. / И. Кант — М.: Республика, 2000. — 431 с.

24. Коулман Д. С. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность – М., 2001, №3. – С. 121-139.

25. Ксенофонт. Сократические сочинения: [перевод с древнегреческого] / Ксенофонт; [вступ. ст. и примеч. С. Соболевского]. — М.: Мир книги : Литература, 2007. — 367 с.

26. Кули Ч. Х. Избранное: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований. Отд. социологии и социальной психологии; сост. и переводчик В. Г. Николаев; Отв. ред. Д. В. Ефременко. – М., 2019. – 234 с.

27. Лапин Н. И. Функционально-ориентирующие кластеры базовых ценностей населения России и её регионов // Социологические исследования. - 2010. - № 1. — С. 28-36.

28. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. / В. И. Ленин — 5-е изд. — М.: Издательство политической литературы, 1967.

29. Лисовского В. Т. Социология молодёжи / под ред. В. Т. Лисовского. - СПб.: Изд-во СПбГУ. - 1996. - 460 с.

30. Луков В. А. Теории молодежи: пути развития // Знание. Понимание. Умение. - №3. - 2007. — С. 70–82.

31. Манхейм К. Избранное: Социология культуры. / К. Манхейм. М.; СПб.: Университетская книга, 2000. — 501 с.

32. Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени. М.: РАО Говорящая книга, 2010. — 744 с.

33. Маркс К. Сочинения 2 издание, т. 1. / Ф. Энгельс, - М.: Государственное издательство политической литературы, 1981. — С. 118.
34. Медведев Н. П. Этнополитология: актуальные проблемы : учебное пособие / Н. П. Медведев ; Российский ун-т дружбы народов. – М. : Изд-во журн. «Вопросы политологии», 2016. — 124 с.
35. Москвичев Л. Н. Теория «деидеологизации»: иллюзии и действительность. / Л. Н. Москвичев - М., 1971. — 238 с.
36. Назарова А. Ш. Роль социокультурных ценностей в формировании личности. - Казань : Школа, 2004. — 163 с.
37. Риккерт Г. Ценности жизни и культурные ценности / Г. Риккерт // Логос. - М. : Тип. Т-ва А. А. Левенсон, 1912-1913. - Кн. 1 и 2. — С. 1-35.
38. Розин В. М. Психология и культурное развитие человека. / В. М. Розин, М.: РОУ, 1994. — 143 с.
39. Сорокин П. А. Социокультурная динамика. / П. А. Сорокин, М.: Директ-Медиа, 2007. — 344 с.
40. Тард Г. Сущность искусства / Пер. с фр. под ред. и с предисл. Л. Е. Оболенского. — СПб., 1895. — 112 с.
41. Титма М. Х. Молодое поколение / М. Х. Титма, Э. А. Саар. – М. : Мысль, 1986. – 446 с.
42. Тойнби А. Дж. Постигание истории: Сборник / пер. с англ. Е. Д. Жаркова. — М.: Рольф, 2001. — 640 с.
43. Фрейд З. Введение в психоанализ. / З. Фрейд. - СПб.: Алетейя СПб, 1999. — 496 с.
44. Чупров В. И. Молодежь в общественном воспроизводстве // Социол. исследования. - № 3. - 1998. — С. 93–106.
45. Шелер М. О сущности философии и моральной предпосылки философского познания // Антология реалистической феноменологии / Составители: Дмитрий Атлас, Виталий Куренной. — М.: Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2006. — 744 с.

46. Шпенглер О. Закат Европы. / О. Шпенглер. — М.: «Наука», 1993. — 592 с.
47. Шубкин В. Н. Начало пути: Проблемы молодежи в зеркале социологии и литературы / В. Н. Шубкин. – М. : Молодая гвардия, 1979. — 224 с.
48. Ferrier J. F. The Plagiarisms of ST Coleridge // Blackwood's Edinburgh Magazine. – 1840. – Т. 47. — 287 p.
49. Giddens Anthony. Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press , 1991. — 134 p.
50. Schelling, Friedrich. System des transcendentalen Idealismus, 1800, 413 p.
51. Talcott Parsons on institutions and social evolution: selected writings / Leon H Mayhew, ed. Chicago: University of Chicago Press, 1982. — 368 p.

Нормативно-правовая база

52. Ведомственная целевая программа, утвержденная министерством по молодежной политике Иркутской области №4-мпр от 09.06.2016 г. «Выявление, поддержка и обеспечение самореализации талантливой и социально активной молодежи» на 2016 - 2020 годы / Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации «Консорциум кодекс» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/441613207> (дата обращения: 01.04.2019 г.).
53. Государственная программа Иркутской области № 797-пп от 1.11.2018 г., утвержденная постановлением Правительства Иркутской области «Молодежная политика» на 2019-2024 годы / Официальный сайт Министерства по молодежной политике Иркутской области / [Электронный ресурс]. – URL: <https://mmp38.ru> (дата обращения: 01.04.2019 г.).
54. Государственная программа Иркутской области №438-пп от 10.10.2018 г., утвержденная постановлением Правительства Иркутской области «Развитие культуры» на 2014 - 2020 годы / Электронный фонд

правовой и нормативно-технической документации «Консорциум кодекс» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/460191794> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

55. Государственная программа Российской Федерации №1493 от 30.12.2015 г., утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы» / Официальный сайт Правительства Российской Федерации / [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/8qqYUwwzHUxzVkh1jsKAErrx2dE4q0ws.pdf> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

56. Закон Иркутской области № 109-ОЗ от 17.12.08 г. «О государственной молодежной политике в Иркутской области» [Электронный ресурс] // Сайт Министерства по молодежной политике Иркутской области – URL: [http://mmp38.ru/documents/regional-legislation/zakon_ot_17.12.08_%E2%84%96109-OZ%20\(1\).doc](http://mmp38.ru/documents/regional-legislation/zakon_ot_17.12.08_%E2%84%96109-OZ%20(1).doc) (дата обращения: 01.04.2019 г.).

57. Закон Иркутской области № 142-ОЗ от 20.12.07 г. «Об областной государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений в Иркутской области» [Электронный ресурс] // Сайт Министерства по молодежной политике Иркутской области – URL: http://mmp38.ru/upload/obshchestvennye_sovety/142-oz.docx (дата обращения: 01.04.2019 г.).

58. Отчет о деятельности министерства по молодежной политике Иркутской области за 2016 год [Электронный ресурс] // Сайт Министерства по молодежной политике Иркутской области – URL: http://mmp38.ru/upload/Otchet_deytelnost_2016.pdf (дата обращения: 01.04.2019 г.).

59. Постановление Верховного Суда Российской Федерации № 5090-1 от 03.06.1993 г. «Об Основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Справочная

правовая система «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2138/ (дата обращения: 01.04.2019 г.).

60. Постановление Государственной думы РФ № 881-П от 05.12.96 г. «О социальной защите и поддержке семьи, детей и молодежи» [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=243362> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

61. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 2403-р от 29.11.14 г. «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/ (дата обращения: 01.04.2019 г.).

62. Указ Президента Российской Федерации № 325 от 06.04.06 г. «О мерах государственной поддержки талантливой молодежи» [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=166293> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

63. Указ Президента РФ № 1075 от 16.09.1992 г. «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» / Информационно-правовой портал «Гарант-сервис» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.garant.ru/2300503/> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

64. Федеральный закон № 98 от 28.06.95 г. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» (ред. от 05.04.2013г.) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=144647> (дата обращения: 01.04.2019 г.).

Интернет ресурсы

65. Сергеева Т. Б. Значение гуманитарного знания в формировании культурного пространства медицинского вуза / О. И. Горбатько // Медицинский вестник Северного Кавказа. - 2007. - №4. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-gumanitarnogo-znaniya-v-formirovanii-kulturnogo-prostranstva-meditsinskogo-vuza> (дата обращения: 01.05.2019 г.).

66. Структура численности работников государственной гражданской и муниципальной службы по возрастным группам на 1 октября 2016 года [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики по Иркутской области : сайт. – URL: http://irkutskstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/irkutskstat/resources/a8efde004e4e26b5afb7bf2a1eb3f7f6/struktura_chisl2016.html (дата обращения: 01.05.2019 г.).

67. Фонд «Общественное Мнение» [Электронный ресурс]. – URL: <http://fom.ru/TSennosti/11748#> (дата обращения: 01.05.2019 г.).

68. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования [Электронный ресурс] : монография / Государственный университет управления : сайт. – URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/> (дата обращения: 01.05.2019 г.).

69. Численность воспитанников (учащихся, студентов) по Иркутской области [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики по Иркутской области : сайт. – URL: http://irkutskstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/irkutskstat/resources/45486c804e48c087beedbe856a7709f6/chisl_vospit.html (дата обращения: 01.05.2019 г.).

70. Численность населения по полу и возрасту на начало года 2018 года в Иркутской области [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики по Иркутской области : сайт. – URL: http://195.46.100.221/questbook/files/official_stat/nasel_pol/01.01.2018/pol_otvoz_2018.xls (дата обращения: 01.05.2019 г.).

71. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты [Электронный ресурс] / Единый архив социологических и экономических данных. — URL: http://sophist.hse.ru/db/spss.asp?f=ISRAN_07_YOUTH_BASE.SAV (дата обращения: 01.05.2019 г.).

ПРИЛОЖЕНИЯ

СТРУКТУРА ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Программа социологического исследования «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи (на примере Иркутской области)».....	107
Приложение 2. Бланк гайд - интервью для проведения экспертного опроса на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи (на примере Иркутской области)».....	121
Приложение 3. Инструкция для экспертного интервьюирования	130
Приложение 4. Информационная база реальных экспертов, принявших участие в экспертном интервьюировании по теме исследования «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)»	132
Приложение 5. Бланк анкеты для онлайн-опроса населения Иркутской области на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи (на примере Иркутской области)».....	136
Приложение 6. Инструкция для онлайн-опроса населения Иркутской области ..	145
Приложение 7. Скриншот личного кабинета с Интернет-портала «IAnketa», посредством которого проведен онлайн-опрос населения Иркутской области.....	146
Приложение 8. Аналитический отчет по результатам комплексного социологического исследования на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи (на примере Иркутской области)».....	155
Приложение 9. Программа по определению методики оценки эффективности государственных программ (на примере государственной программы Иркутской области "Развитие культуры" на 2019-2024 годы).....	195
Приложение 10. Бланк экспертной оценки государственных программ (на примере ведомственной целевой программы «Оценка эффективности государственной программы Иркутской области «Молодежная политика» на 2019 - 2024 годы).....	201

В данном приложении представлена программа социологического исследования на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного в период с октября 2018 г. по май 2019 г. в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций

**РОЛЬ СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ
СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ
(на примере Иркутской области): инновационный проект по разработке
эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении
символического капитала**

Программа социологического исследования

Автор:

студент 4 курса очной формы
обучения, группа 15411

В. Д. Загородний

Научный руководитель:

заведующий кафедрой социальной
философии и социологии,
доктор философский наук,
профессор

В. А. Решетников

Научный консультант:

профессор кафедры социальной
философии и социологии,
доктор социологических наук,
профессор

Т. И. Грабельных

Иркутск, 2019

1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

Обоснование проблемы исследования. XXI век характеризуется как период социальных, культурных и экономических трансформаций, которые имеют свое отражение во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Особую роль данные трансформации оказывают на ценности, нормы и принципы современной молодежи, которая является самой активной социальной группой. Стоит отметить, что молодое поколение с одной стороны является крайне нестабильной социальной группой, а с другой стороны пытается преодолеть барьер нестабильности путем формирования мировоззрения, поиска своего места в социуме, планированием своей собственной жизни, выбора профессии, хобби и своего окружения и т.д.

После распада СССР актуальность исследования динамики социокультурных ценностей российского населения, в частности молодежи, приобрели особую актуальность, ведь началась интеграция западных ценностей (индивидуализм, свобода в широком смысле, материальный достаток) в традиционную ценностную матрицу населения России. В условиях отсутствия единой государственной идеологии и основных механизмов ее формирования, при исследовании социокультурных ценностей на предмет их наличия / отсутствия и динамики, необходимо обращать особое внимание на факторы формирования данных ценностей и на роль системного влияния факторов на них.

Также стоит отметить, что в современных российских реалиях ценностный разрыв между молодежью и более старшим поколением носит более существенный характер, ведь внешние условия формирования ценностных ориентаций значительно отличаются, а, как следствие, представления органов государственной власти о современной молодежи в вопросе ценностных ориентаций может отличаться от действительной ситуации. Система корректировки ценностных ориентаций и стимуляции молодежи к реализации своего внутреннего потенциала в рамках государства, а не за его пределами, особенно в регионах, носит нечеткий характер и требует нового подхода к осмыслению данного вопроса.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области на конец 2018 года в регионе насчитывается 407 777 человек в возрасте от 18 до 30 лет, что составляет 16,96 % от общего числа населения Иркутской области, соответственно, исследование социокультурных ценностей современной молодежи Иркутской области является одним из приоритетных [70].

А. Ш. Назарова, раскрывая сущность социокультурных ценностей молодежи, говорил, что «на формирование у молодого поколения социокультурных ценностей оказывают влияние следующие факторы: современное состояние общества, характер развития его социальной, экономической, политической, культурно-нравственной сферы;

место и роль личности в общественной жизни, ее принадлежность к классу, социальной группе, профессиональному коллективу, а также идеи и образ жизни, которые она принимает; уровень общей культуры личности, как результат приобретения социального опыта, усвоения моральных принципов и норм, определяющий степень ее самосознания; умение оценивать объективные закономерности, интересы и потребности общественного и индивидуального развития; возрастные и психофизиологические особенности личности» [36]. Исходя из некоторых положений, описанных выше, можно сказать, что на формирование социокультурных ценностей индивида влияют следующие категории: образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность, кредит доверия, навыки речи, знаки высокого социального статуса. Эти понятия являются статусными характеристиками человека, а количество и качество совокупности этих характеристик, приобретённых индивидом при постоянной их демонстрации, является его символическим капиталом. То есть, можно сказать, что символический капитал - это

совокупность неэкономических категорий, которые могут служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами.

Полагаем, что проведение комплексного социологического анализа роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи позволит получить данные прикладного характера, которые могут быть положены в основу современных концепций перспективного развития молодежи регионов и страны, в целом, а также послужит основой в инновационном развитии российской науки и образования.

Степень научной разработанности проблемы. В исследовании роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи существует ряд ключевых концепций, которые могут лечь в основу исследования.

Началось фундаментальное исследование изменений социальных и культурных ценностей во второй половине XIX века. Причиной этому стало то, что такие категории, как: культура и ценности, стали предметом изучения социологов: К. Риккерт [37], М. Вебер [5], Т. Парсонс [51], изучающие масштабные социальные механизмы и культурные особенности в динамичных ценностях. В данных исследованиях инновационными стали методология и теоретический базис, ведь они позволили обосновать социокультурные изменения как естественный процесс, опирающийся на деятельность политики и экономики как социальных институтов общества.

Психолого-социологическое направление в изучение социокультурных ценностей является одним из основных в формировании комплексного представления о данном объекте исследования. Ф. Теннис [21], К. Маркс [33], Э. Гидденс [49], Г. Тард [40], Ч. Кули [34] и Э. Дюркгейм [15] являются основными социологами, которые внесли огромный вклад в изучение развития взглядов об институциональных механизмах изменения цены, коррелирующих с динамикой социокультурных ценностей. При формировании теоретических основ социокультурной динамики огромное влияние оказали теоретико-методологические работы таких социологов цивилизованного подхода, как Шпенглер [46] и А. Тойнби [42].

Социальные и культурные изменения молодого поколения в базисе имеют концепцию социальной и культурной динамики П. Сорокина [39]. Данная концепция основана на философской школе неокантианцев и русской социологической школы. Теорию П. Сорокина можно трактовать как общую социальную теорию, которая имеет междисциплинарный подход, а именно находится на стыке философии и социологии (теория среднего класса и теории разной молодежи).

В новейшей социологической науке изучение социокультурных изменений, коррелирующих с социологическими теориями молодежи, представлено в теоретических работах Л. Н. Москвичева [35], И. М. Ильинского [19], М. К. Горшкова [10], Н. И. Лапина [27]. Под призмой социокультурной динамики Т. Б. Сергеевой [65] изучались ценности воспитания и образования.

Системный подход к исследованию состояния и перспектив ценностных ориентаций российской молодежи предприняли Ю. Г. Волков [8], В. И. Добреньков [14], Ф. Д. Кадария [22], И. П. Савченко [22], В. А. Шаповалов [22]. Для социологического исследования социокультурной динамики молодежи в области духовно-культурных ценностей важное значение приобретает анализ аксиологических аспектов личностного становления. Н. П. Медведев исследовал ценности российской молодежи, в частности студентов, в контексте общей переоценки ценностей, произошедшей в последнее десятилетие в нашей стране [34].

Сравнительный анализ исторически развивающихся ценностных отношений в различных социокультурных системах содержится в исследованиях А. Г. Здравомыслова [16], А. С. Ахиезера [2], В. М. Розина [38].

Наиболее важным ресурсом для социальных и культурных ценностей является символический капитал. Заслуга его исследования восходит к выдающемуся французскому социологу Б. Бурдьё [4]. В конце двадцатого века он впервые ввел понятие символического капитала в своей работе «Практический смысл». Будучи важнейшей формой нематериального капитала, П. Бурдьё тем временем сосредоточил свой анализ на проблеме развития проблемы символического капитала в области социальных и культурных взаимодействий. Поскольку это универсальный тип капитала можно сказать, что роль символического капитала могут играть все другие формы капитала.

Понятие и интерпретация символического капитала существует относительно давно, но из-за противоречивости его понимания есть немного фундаментальных исследований данного вопроса и в основном они строятся на осмыслении понятий «капитал» и «символ», а также их взаимосвязи.

Д. С. Максимович, исследовавший символический капитал в контексте власти, характеризует его как «...особый вид капитала, которым располагают органы власти,...основным инструментом его реализации выступают средства массовой коммуникации» [19, с. 12]. Капитал понимается как некий синтез социальных отношений, то есть Максимович отходит от понимания символического капитала как отдельного явления. Основная задача символического капитала – донесение общественно-значимой информации до населения и сохранение/изменение ценностей в обществе.

Однако, при наличии фундаментальной теоретической и эмпирической исследовательской базы, следует указать на недостаточность работ, отражающих роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной российской молодежи. Теоретический аспект проблемы заключается в недостаточной степени изученности институтов и агентов влияния символического капитала на социокультурные ценности, анализа факторов в условиях социально-экономической нестабильности. Практический аспект проблемы связан с невысокой эффективностью органов государственной власти, бизнес-сообщества и некоммерческих организаций в помощи молодежи в присвоении символического капитала и корректировки социокультурных ценностей молодежи «мягкими» инструментами с корреляцией с желанием молодежи и государственной политикой в сфере молодежи.

Принимая во внимания современные тенденции, и учитывая недостаточность разработанностью проблемы в научной литературе, нами были выбраны объект и предмет исследования.

Актуальность указанных проблем и их недостаточная разработанность определили выбор объекта, предмета, цели и задач выпускной квалификационной работы.

Объект исследования – социокультурные ценности современной российской молодежи.

Предмет исследования – влияние символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи в региональном аспекте

Цель исследования: выявить и проанализировать систему влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области.

Реализация указанной цели исследования предполагала постановку и решение следующих **приоритетных задач:**

1. Произвести категориальный анализ базовых понятий: «социокультурные ценности», «символический капитал», «молодежь»;
2. Рассмотреть современные подходы изучения основных специфик и проблем формирования социокультурных ценностей современной молодежи;
3. Представить и обосновать методики и техники социологического исследования влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России;

4. Проанализировать динамику символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области: институты и агенты влияния;

5. Составить социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области;

6. Провести факторный анализ проблем и основных путей реализации инновационного проекта «СКМ СВ»;

7. Разработать практические рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что символический капитал является важной составляющей в формировании социокультурных ценностей, а динамика этого капитала способна корректировать социокультурные ценности современной молодежи, соответственно, без создания эффективных инструментов стимулирования молодежи в присваивании символического капитала невозможно комплексное развитие региона и страны в целом.

Теоретическая интерпретация понятий. В целях получения целостного представления об объекте и предмете исследования представляется важным дать всестороннее объяснение и интерпретацию содержания следующих социологических категорий:

«Мировоззрение — система взглядов, оценок и образных представлений о мире и месте в нём человека, общее отношение человека к окружающей действительности и самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации» [20].

«Молодежь — социально-демографическая группа, выделяемую на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей» [19, с. 60]

«Символический капитал, — это доверие, это власть, представленная тем, кто получил достаточное признание» [4].

Эмпирическая интерпретация понятий. В целях получения целостного представления об объекте и предмете исследования представляется важным дать всестороннее объяснение и интерпретацию содержания следующих социологических категорий:

Мировоззрение - система ценностей, представлений, убеждений, взглядов, оценок и жизненного опыта, на основе которых человек определяет себя и свое место в мире, свою модель поведения в конкретных ситуациях, основные жизненные позиции [авт.];

Социокультурные ценности – ценности и нормы поведения, формирующиеся у человека в процессе социализации, которые находятся в постоянной динамике ввиду воздействия социального окружения и культуры в целом [авт.];

Символический капитал – это совокупность статусных характеристик человека, могут служить неким эквивалентом при взаимодействии или обмене между индивидами [авт.];

Молодежь – особая социальная группа в возрасте от 14 до 30 лет, находящаяся в стадии становления системы ценностей и норм поведения под воздействием культуры и общества [авт.].

Теоретико-методологическая база. Теоретико-методологическую основу исследования отображают научные труды в области социологии молодежи, базовые концепции социокультурной динамики, а также были использованы концептуальные положения теоретических разработок и обобщение практического опыта отечественных и

зарубежных социологов, определяющих социологический подход к исследованию символического капитала и социокультурных ценностей.

Содержание и логику научного исследования составили теории: трансформаций социокультурных ценностей в работах М. Вебера [5] и Т. Парсонса [51], концепция социальной и культурной динамики, созданной П. Сорокиным [39]. Системный подход к исследованию состояния и перспектив ценностных ориентаций российской молодежи Ю.Г. Волкова [8], В.И. Добренёва [14], Ф.Д. Кадария [22], И. П. Савченко [22], В.А. Шаповалова [22].

В работах П. Бурдьё [4] было проанализировано место символического капитала в социокультурном поле интеракций, а также влияние символического капитала на жизнедеятельность индивида в социальных реалиях.

Практическая реализация поставленных задач осуществлена посредством применения таких методов, как: статистический анализ; анализ документальных источников; вторичный анализ материалов социологических исследований; экспертное интервьюирование; онлайн-опрос населения; метод экспертных оценок.

Научная новизна результатов исследования

1. На основе проведенного исследования уточнено понятие «социокультурные ценности» и представлено авторское видение понятия «символический капитал»;

2. Систематизированы современные научные подходы и социальные практики изучения основных специфик и проблем формирования социокультурных ценностей современной молодежи;

3. Представлены методики и техники социологического исследования влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России;

4. Проанализированы институты и агенты влияния на динамику символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области;

5. Разработан социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области;

6. Выявлены основные типы проблем и основные пути реализации инновационного проекта «СКМ СВ»;

7. Разработаны практические рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.

Научно-практическое значение результатов исследования.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования заключается, прежде всего, в том, что дается целостное представление о роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России, также в создании инновационного проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала «СКМ СВ».

Социологический инструментарий, разработанный в ходе исследования, может применяться в опросах разного уровня по соответствующей проблематике. Результаты инновационного проекта могут быть использованы при осуществлении подобных программ в других регионах Российской Федерации.

Теоретические выводы и практические рекомендации по результатам проведенного исследования могут представлять интерес для Министерства по молодежной политике Иркутской области, некоммерческим организациям и бизнес-сообществу региона.

Результаты и выводы могут быть также использованы в образовательном процессе при разработке программ лекционных курсов и семинарских занятий, учебных пособий по дисциплине «Социология молодежи», «Социальная культуры», «Социология символа».

Обоснованность и достоверность результатов исследования

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивались использованием взаимосвязанного комплекса теоретических и эмпирических методов,

адекватных объекту, предмету, целям и задачам проекта; многократной проверкой теоретических и эмпирических данных.

2. МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

Общая характеристика методов и методик исследования. В данном исследовании использовался комплексный подход с использованием общенаучных и собственно социологических методов исследования.

Посредством применения общенаучных методов (обобщение, индукция, дедукция, аналогия) был обеспечен теоретический анализ научной литературы и синтез всех имеющихся знаний по изучаемой проблеме.

Социологические методы исследования обеспечили практическую составляющую. Были использованы такие методы, как статистический анализ данных, анализ документов, вторичный анализ материалов социологических исследований, экспертное интервьюирование, метод экспертных оценок, онлайн-опрос населения.

Методы сбора информации

Статистический анализ данных. Данный метод дает точную и надежную информацию, помогает прогнозировать, делать определенные выводы. Благодаря статистике можно судить о современном состоянии рассматриваемого явления, проводить сравнительный анализ с показателями прошлых лет, прогнозировать возможные будущие сценарии развития событий.

Эмпирическую базу исследования в соответствии с данным методом составили: территориального органа федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. Всего анализу было подвергнуто 3 документа.

Анализ документов. Метод анализа документов предполагает исследование, при котором источником информации служат текстовые сообщения, содержащиеся в любых документах: протоколах, докладах, публикациях газет, журналов, в письмах, художественных произведениях. Анализ документов отличается от других методов социологических исследований тем, что оперирует уже готовой информацией. Изучение документов дает исследователю возможность увидеть многие важные стороны жизни общества. Изучение по текстам одного и того же явления на протяжении многих лет позволяет установить тенденции и динамику его развития. В данном исследовании использовался качественный анализ документов. Были выявлены основные исполнители, цели программ, основные направления, предполагаемые результаты.

Аналізу были подвергнуты 13 документов регионального и всероссийского уровня за период 1992 - 2018 гг.:

Федерального значения:

1. Государственная программа Российской Федерации, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации №1493 от 30.12.2015 г. «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы» [55];

2. Постановление Верховного Суда Российской Федерации № 5090-1 от 03.06.1993 г. «Об Основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации» [59];

3. Указ Президента РФ № 1075 от 16.09.1992 г. «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» [62].

4. Федеральный закон № 98 от 28.06.1995 г. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» [64];

5. Постановление Государственной думы РФ № 881-II от 05.12.1996 г. «О социальной защите и поддержке семьи, детей и молодежи» [60];

6. Указ Президента Российской Федерации № 325 от 06.04.2006 г. «О мерах государственной поддержки талантливой молодежи» [62];

7. Распоряжение Правительства Российской Федерации №2403-р от 29.11.2014 г. «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [61].

Регионального значения:

8. Ведомственная целевая программа, утвержденная министерством по молодежной политике Иркутской области №4-мпр от 09.06.2016 г. «Выявление, поддержка и обеспечение самореализации талантливой и социально активной молодежи» на 2016 - 2020 годы [52];

9. Государственная программа Иркутской области, утвержденная постановлением Правительства Иркутской области № 797-пп от 01.11.2018 г. «Молодежная политика» на 2019-2024 годы [53];

10. Государственная программа Иркутской области, утвержденная постановлением Правительства Иркутской области №438-пп от 10.10.2018 г. «Развитие культуры» на 2014 - 2020 годы [54];

11. Закон Иркутской области № 109-ОЗ от 17.12.2008 г. «О государственной молодежной политике в Иркутской области» [56];

12. Закон Иркутской области № 142-оз от 20.12.07 г. «Об областной государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений в иркутской области» [57];

13. Отчет о деятельности Министерства по молодежной политике Иркутской области за 2016 год [58].

Вторичный анализ материалов социологического исследования был проведен с целью выявления корреляции данных, полученных по всероссийским репрезентативным выборкам, с данными, полученными лично автором

1. *Выходные данные:* Фонд «Общественное Мнение» [Электронный ресурс] URL: [Электронный ресурс]. – URL: <http://fom.ru/TSennosti/11748#> (дата обращения: 22.05.2019).

Паспорт исследования

Исследование: «О молодежи: возрастные границы, ценности, особенности»

Сроки проведения полевых работ: 6-7 сентября 2014 г.

Число опрошенных: 1500 граждан РФ от 18 лет и старше

Организация, проводившая полевые работы: Фондом «Общественное мнение»

Цель: выяснение, как россияне относятся к нынешней молодежи, что о ней думают

Метод сбора данных: интервью по месту жительства

Статистическая погрешность: не превышает 2,5%

2. *Выходные данные:*

68. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования [Электронный ресурс] : монография / Государственный университет управления : сайт. – URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/> (дата обращения : 01.05.2019).

Паспорт исследования

Исследование: «Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики»

Сроки проведения полевых работ: 1-10 мая 2017 г.

Число опрошенных: Опрошено 1600 респондентов и 10 экспертов

Организация, проводившая полевые работы: ФГБОУ «Государственный университет управления»

Цель: выявить основные ценностные ориентации современной молодежи России

Метод сбора данных: телефонный опрос

Статистическая погрешность: не превышает 3,5%

Экспертный опрос (интервьюирование). Для обеспечения объективности результатов нами предполагалось использование такого качественного метода как экспертное интервьюирование. Экспертное интервьюирование — это метод, цель которого заключается в изучении мнения экспертов относительно конкретного факта, ситуации, проблемы; опрашиваемые эксперты, при этом, знакомы с объектом, интересующим социолога, и высказывают свое отношение к нему, мнение о нем, давая его оценку.

Как правило, экспертный опрос нацелен на уточнение гипотез, разработку прогноза и пополнение интерпретации определенных социальных явлений и процессов. В таких опросах доминируют открытые формулировки, а закрытые вопросы предназначены лишь для оценки уровня уверенности, меры согласия или несогласия с уже высказанными позициями других специалистов.

Отбор экспертов осуществляется, прежде всего, по уровню их компетентности, которая оценивается в большей степени качественными показателями. Очень важно, чтобы эксперт достаточно свободно высказывал свои мнения и аргументы. Тема опроса четко обозначается в строгих формулировках, задачи исследования также должны быть ясно сформулированы, подчеркивается важность именно персонального мнения специалистов.

Объем выборочной совокупности экспертов составил – 15 чел. Принципы отбора экспертов отражены в информационной базе участников экспертного интервьюирования по теме ВКР. В основу выбора экспертов был положен принцип отбора представителей от органов исполнительной власти Иркутской области, органов общественного контроля Иркутской области, от представителей сферы образования Иркутской области, имеющие достаточный опыт работы в системе дополнительного образования детей или имеющие опыт экспертной деятельности в данной сфере.

Интервьюирование было проведено при помощи специально разработанного бланка вопросов. Связь с экспертами осуществлялась посредством личной встречи, использования электронной почты, а также бланки интервью были доставлены лично экспертам с последующим возвратом.

Каждый эксперт заполнял бланк интервью самостоятельно. Когда интервью были заполнены всеми необходимыми для исследования экспертами, была составлена аналитическая справка.

Основным инструментом в проведении экспертного интервьюирования являлся полустандартизированный вопросник (гайд-интервью), который включал в себя вопросы, связанные с центральной задачей исследования. Гайд включал в себя закрытые вопросы, допускающие обычно ответы, приведённые самим интервьюером, открытые вопросы, предполагающие самостоятельный ответ эксперта и комбинированные вопросы. По способу проведения, в зависимости от сложившейся ситуации при проведении опроса, интервьюирование было как очное, так и заочное, то есть исключаящее присутствие интервьюера. Под заочным интервьюированием в данном случае понимается опрос в Интернете - анкеты были разосланы экспертам по электронной почте, а также заполнение онлайн-формы.

В опросе приняли участие следующие респонденты:

1. **Абрамович Дмитрий Валерьевич** - заместитель начальника управления социальной и внеучебной работы ФГБОУ ВО «ИГУ»
2. **Бельков Иван Павлович** - первый секретарь ИГК ОО «РСМ»
3. **Валеева Виктория Викторовна** - консультант отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики министерства по молодежной политике Иркутской области
4. **Ваткина Надежда Игоревна** - главный специалист отдела социальной практики ОГКУ «ЦСИУМ»

5. **Глизков Владимир Александрович** - начальник отдела патриотического воспитания ОГКУ «ЦСИУМ»
6. **Грицких Надежда Викторовна** - заместитель директора по воспитательной работе ИСН ФГБОУ ВО «ИГУ»
7. **Куршева Анна Викторовна** - советник отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики министерства по молодежной политике Иркутской области
8. **Манзула Александр Евгеньевич** - начальник управления социальной и внеучебной работы ФГБОУ ВО «ИГУ»
9. **Маркова Мария Александровна** - главный специалист-эксперт отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики министерства по молодежной политике Иркутской области
10. **Решетникова Екатерина Владимировна** - заведующий кафедрой социальной работы ИСН ФГБОУ ВО «ИГУ»
11. **Саблина Наталья Александровна** - старший научный сотрудник социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций ФГБОУ ВО «ИГУ»
12. **Токарева Олеся Юрьевна** - советник министерства по молодежной политике Иркутской области
13. **Цыганова Маргарита Михайловна** - председатель ППОС ИГУ
14. **Черных Яна Витальевна** - координатор проекта "Галерея современного искусства им. Виктора Бронштейна"
15. **Шульгин Дмитрий Андреевич** - начальник отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики министерства по молодежной политике Иркутской области

Метод онлайн-анкетирования

В качестве основного метода был заявлен онлайн-опрос, как один из широко применяемых и доступных методов сбора и анализа первичной информации. Онлайн - опрос - один из видов опроса, осуществляемого с помощью Интернета посредством распространения анкет респондентам в социальных сетях. Главная задача проведенного опроса состояла в том, чтобы выяснить мнение об основных возможностях и механизмах трудоустройства молодых специалистов с высшим образованием в российскую бизнес среду.

Основным инструментом в проведении опроса являлись анкета, которая представляла собой список определенным образом сгруппированных специальных вопросов, связанных с центральной задачей исследования. Анкета включала в себя закрытые вопросы, допускающие ответы, приведённые самим анкетёром, открытые вопросы, где ответ следует привести самому респонденту и комбинированные вопросы. Анкета была размещена в свободном доступе на сайте IAnketa.

При проведении онлайн-опроса, в связи с особенностями данного метода, целевой отбор. Основу исследования составили две группы респондентов – педагоги учреждений дополнительного образования и родители детей, чьи дети посещают данные учреждения.

Обоснование выборки исследования.

В данном исследовании использовалась простая случайная выборка. В этом виде надо сначала решить, сколько человек будет опрошено, то есть определить размер выборки, а затем последовательно отобрать из списка нужное число людей. Для отбора необходимо использовать случайный механизм, обеспечивающий любому человеку из списка равную вероятность попасть в выборку.

В качестве случайного механизма для отбора с равной вероятностью используют таблицы случайных чисел или датчики случайных чисел. Каждый человек в списке имеет свой порядковый номер: 1, 2, ..., N , где N равно общему числу людей в списке. Таблица или датчик случайных чисел выдает с равной вероятностью номера в интервале от 1 до N . Люди с соответствующими порядковыми номерами включаются в выборку. Если какой-

либо порядковый номер выпал повторно, то его просто игнорируют, поскольку человек с этим номером уже есть в выборке и второй раз в отборе участвовать не должен. Такой способ отбора называют отбором без возвращения (по аналогии с вытягиванием жребия из шляпы, когда вытянутые листки с номерами обратно в шляпу не возвращают). Случайные числа получают до тех пор, пока не будет выбрано нужное количество людей.

В данном исследовании приняли участие 305 человек женского и мужского пола в возрасте от 18 до 30 лет. Согласно данным Иркутскстата, на 2018 год численность молодежи в возрасте от 18 до 30 лет составляет 407 777 человека. Из них 205 956 мужчин и 201821 женщин [15].

Для того чтобы рассчитать ошибку выборки, при $n=305$, использовали следующую формулу.

$$\Delta = \pm 1,96 \sqrt{1 - n/N} \cdot \sqrt{p(1-p)/n-1}$$

Где, Δ обозначает заданную точность или предельную ошибку выборки, n – объем выборки; N – объем генеральной совокупности; число 1,96 соответствует принятому в социологии уровню доверия 95%; p – найденная вариация генеральной совокупности (доверительная вероятность), максимальная вариация доли бывает при $p = 0,5$.

Учитывая, что объем генеральной совокупности равен 633580 единиц, были заданы следующие параметры для определения допустимости ошибки при заданном объеме выборочной совокупности:

N — генеральная совокупность = 407777;

n — выборочная совокупность = 305;

p — максимальная вариация генеральной совокупности = 0,5;

$$\Delta = \pm 1,96 \sqrt{1 - 305/407777} \cdot \sqrt{0,5(1-0,5)/305-1}$$

$$\Delta = \pm 1,96 \sqrt{1 - 0,00074796} \cdot \sqrt{0,00082237}$$

$$\Delta = \pm 1,96 \cdot 0,999626 \cdot 0,028677 = 5,6\%$$

Ошибка выборки составила 5,6%

Метод экспертных оценок. Метод экспертных оценок является одним из видов экспертного опроса, предполагающий получение оценок по исследуемой проблеме. Существует две группы экспертных оценок: индивидуальные, основанные на использовании отдельных экспертов, независимых друг от друга, и коллективные, основанные на использовании коллективного мнения экспертов. Учитывая, что содержание экспертных методов состоит в выработке коллективного мнения группы специалистов в данной области, автором была разработана программа по определению методики оценки эффективности программ, в частности государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019-2024 годы.

В полевое исследование автором были включены вопросы по оценке эффективности мер, проводимых Министерством по молодежной политике Иркутской области мероприятий по развитию молодежной сферы региона.

Методы обработки данных

Статистическая обработка эмпирических данных осуществлена при помощи программы Microsoft Office Excel и SPSS Statistics for Windows 22.0. С помощью SPSS была создана база данных социологического исследования, на основе которой были получены частотные распределения ответов респондентов. Также были получены таблицы сопряженности, показывающие взаимосвязь разных переменных (специфика ответов на вопрос, в зависимости от разных социально-демографических характеристик).

Методы анализа

В качестве методов анализа данных выступали причинный, факторный, типологический анализ, а также ранжирование материалов

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ИССЛЕДОВАНИЯ

№п/п	Наименование этапа исследования	Сроки проведения	Результаты исследования
Подготовительный этап			
1.	Разработка программных документов и социологического инструментария. Сбор информации для разработки программы исследования	сентябрь - декабрь 2018 г.	Программа социологического исследования. Анализ: статистических данных, нормативно-правовых документов, вторичных данных, сайтов, экспертиз.
Основной этап			
2.	Модернизация и апробация социологического инструментария: инструкции для опроса, бланка гайд-интервью и анкеты, экспертных оценок	январь - март 2019 г.	Инструкция для проведения опроса, анкета для населения, бланк гайд-интервью, бланк экспертной оценки
3.	Проведение комплексного социологического исследования – полевой этап (анкетирование и онлайн-опрос, экспертное интервьюирование, экспертные оценки)	апрель - май 2019 г.	Полевые работы, контрольные процедуры
4.	Обработка и анализ данных Подготовка аналитического отчета	май 2019 г.	Подготовка базы Excel. Обработка данных социологических исследований с помощью программного обеспечения IBM SPSS Statistics Base 22.0 for Windows. Систематизация данных и концептуализация полученных данных. Проведение частотного, дифференцированного, графического анализа; формирование практических рекомендаций и заключения. Подготовка итогового отчета.
Заключительный этап			
5.	Подготовка результатов социологических исследований для написания и защиты выпускной	май - июнь 2019 г.	Формирование общих выводов по данному исследованию, подготовка доклада, презентации, раздаточного материала.

	квалификационной работы		
--	-------------------------	--	--

Результаты и выводы могут быть также использованы в образовательном процессе при разработке программ лекционных курсов и семинарских занятий, учебных пособий по дисциплине «Социология молодежи», «Социальная культуры», «Социология символа».

Апробация результатов исследования

Основные положения выпускной квалификационной работы были апробированы в процессе прохождения «Практикума по научно-исследовательской и проектной деятельности» на базе Министерства по молодежной политике Иркутской области (отдел реализации стратегических направлений государственной молодежной политики), а также в рамках изучения следующих дисциплин: «Экспертно-аналитическая деятельность», «Практикум по экспертно-аналитической деятельности», «Социологические проблемы изучения общественного мнения» и др.

Результаты исследования также были апробированы в рамках научных мероприятий:

1. Всероссийская конференция с международным участием «Социально-демографические процессы в XXI веке: кризис, вызовы, стратегии безопасности» выступление с докладом «Влияние социокультурных особенностей Восточной части России на демографическую ситуацию региона: сравнительный анализ» (16 марта 2017 г.)
2. Всероссийская конференция с международным участием «Социальный опыт комсомола и его значение для модернизации современной России» выступление с докладом «Роль символа в системе символического капитала молодежи» (28 сентября 2018 г.);
3. X Всероссийской научной Интернет-конференции ИГУ ИСН «Культура и взрыв: социальные смыслы в эпоху перемен» выступление с докладом «Идеализированный образ успешного студента: анализ стереотипов российской молодежи на примере студенческой группы» (15.11 2018 г.);
4. XII Международная научная конференция «Сорокинские чтения» заочное участие (19-20 февраля 2018 г.);
5. XXV Международная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» выступление с докладом «Условия и основные тенденции формирования символического капитала молодежи в Иркутской области» (9-13 марта 2018 г.);
6. VI Всероссийская научная конференция с международным участием «Роль социального образования в обеспечении национальной безопасности» выступление с докладом «Разработка эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей в целях обеспечения национальной безопасности» (29-30 марта 2018 г.).

Отдельные положения исследования были изложены в следующих научных публикациях:

1. Загородний В.Д. Влияние социокультурных особенностей Восточной части России на демографическую ситуацию региона: сравнительный анализ. Социально-демографические процессы в XXI веке : кризис, вызовы, стратегии безопасности : сб. науч. тр. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; Служба ЗАГС Иркутской области ; [науч. ред.: Т. И. Грабельных, А. В. Аргучинцев]. - Иркутск: ООО Оперативная типография «На Чехова», 2017. - с. 239-240., ISBN 978-5-98839-110-4
2. Загородний В.Д. Социокультурное моделирование в перспективном развитии России / В.Д. Загородний // Вестник Иркутского государственного университета / ФГБОУ ВПО "ИГУ". - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2017. - Вып. 20.

3. Загородний В. Д. Символический капитал как явление, дезинтегрирующее молодежную среду // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы: материалы IV всерос. науч.-практ. конф. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [под общ. ред. О. А. Кармадонова, О. А. Полюшкевич]. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. – С. 57-59

4. Загородний В. Д. Неравенство стартовых возможностей в молодежной среде как проблема формирования символического капитала молодежи // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира: XII Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2018»: Сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2018. – С.

5. Загородний В. Д. Разработка эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей в целях обеспечения национальной безопасности // Высшее образование, социальные науки и национальная безопасность : сб. науч. тр. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [науч. ред.: Т. И. Грабельных, А. Ф. Шмидт]. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. – С. 373-375

6. Загородний В. Д. Условия и основные тенденции формирования символического капитала молодежи в Иркутской области // Материалы Международной молодежной научной конференции "ЛОМОНОСОВ - 2018" / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2018. — 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. ISBN 978-5-317-05800-5

7. Загородний В. Д. Роль символа в системе символического капитала молодежи // Социальный опыт комсомола и его значение для модернизации современной России: сборник материалов всероссийской конференции с международным участием ИГУ ИСН // ИСН ФГБОУ ВО «ИГУ», 2018.

8. Загородний В.Д., Ландина А.О., Кожевников Н.Б. Идеализированный образ успешного студента: анализ стереотипов российской молодежи на примере студенческой группы / А.О. Ландина, В.Д. Загородний, Н.Б. Кожевников // Культура и взрыв: социальные смыслы в эпоху перемен: сборник материалов X Всероссийской научной Интернет-конференции ИГУ ИСН // ИСН ФГБОУ ВО «ИГУ», 2018.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

(обязательное)

В данном приложении представлен бланк гайд-интервью для проведения экспертного интервьюирования по теме исследования «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного в апреле 2019 г. в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра. Социологический инструментарий носит оригинальный характер.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Иркутский государственный университет
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций
Тел. (3952) 521-561

ГАЙД-ИНТЕРВЬЮ

Уважаемый эксперт!

Приглашаем Вас принять участие в экспертном опросе по исследовательскому проекту «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», который проводится с целью выявления и анализа системы влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области.

Результаты исследования будут использованы в обобщенном виде в учебно-научных целях, а также будут иметь прикладной характер.

Внимательно прочитайте вопрос и варианты ответов на него. Обведите кружочком числовой код напротив того ответа, который совпадает с Вашим мнением, либо напишите ответ сами, если он не приводится.

Заранее благодарим за сотрудничество!

Время начала опроса: ____ час ____ мин.

1.1. Согласны ли Вы с утверждением о том, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?

- 1.1. Да;
- 1.2. Скорее да, чем нет;
- 1.3. Скорее нет, чем да;
- 1.4. Нет;
- 1.5. Затрудняюсь ответить.

Оцените степень схожести описанной личности с усредненным портретом современной молодежи.

2. Для него (нее) очень важен социальный статус и наличие экономического капитала. Он (она) достигает максимального контроля над доступными ресурсами и властными возможностями.

- 2.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 2.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;

- 2.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 2.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

3. Для него (нее) очень важен личный успех и признание своих достижений социумом, соответствие социальным стандартам его (ее) успехов.

- 3.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 3.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 3.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 3.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

4. Для него (нее) очень важна защита всех людей и природы, самая главная жизненная ценность для него (нее) – толерантность ко всем.

- 4.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 4.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 4.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 4.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

5. Для него (нее) очень важно сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он (она) часто общается (семья, друзья и т.д.).

- 5.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 5.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 5.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 5.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

6. Для него (нее) очень важно уважение, приверженность и принятие обычаев и идей, исходящие из традиционной культуры и религии.

- 6.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 6.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 6.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 6.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

7. Для него (нее) очень важно избегание любых действий, которые могут навредить другим людям и нарушить нормы, принятые в обществе.

- 7.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 7.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 7.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 7.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

8. Для него (нее) очень важна безопасность и стабильность общества и каждой личности в нем, включая себя.

- 8.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 8.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 8.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 8.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

9. Для него (нее) очень важно собственное удовольствие, а также чувственное удовольствие.

- 9.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 9.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 9.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 9.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

10. Для него (нее) очень важна жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами.

- 10.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 10.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 10.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 10.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

11. Для него (нее) очень важна независимость в мышлении, принятие решений, творчестве и исследовании мира.

- 2.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 11.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 11.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 11.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

12. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи? (не более 5-х вариантов ответа)

- 12.1. Государство;
- 12.2. Семья;
- 12.3. Образование;
- 12.4. Религия;
- 12.5. Экономика;
- 12.6. Культура;
- 12.7. Наука;
- 12.8. СМИ;
- 12.9. Общественное мнение;
- 12.10. Общественный контроль;
- 12.11. Политика;
- 12.12. Социальные сети;
- 12.13. Все вышеперечисленные;
- 12.14. Другое (укажите сами): _____;
- 12.15. Затрудняюсь ответить.

13. Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области? (не более 3-х вариантов ответа)

- 13.1. Государство;
- 13.2. Семья;
- 13.3. Образование;
- 13.4. Религия;
- 13.5. Экономика;
- 13.6. Культура;
- 13.7. Наука;
- 13.8. СМИ;
- 13.9. Общественное мнение;
- 13.10. Общественный контроль;
- 13.11. Политика;
- 13.12. Социальные сети;
- 13.13. Все вышеперечисленные;
- 13.14. Другое (укажите сами): _____;
- 13.15. Затрудняюсь ответить.

14. Зависят ли ценностные ориентаций молодежи от ее статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)?

- 14.1. Да;
- 14.2. Скорее да, чем нет;
- 14.3. Скорее нет, чем да;
- 14.4. Нет;
- 14.5. Затрудняюсь ответить.

15. Какими статусными характеристиками обладаете молодежь на сегодняшний день?

- 15.1. Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков;
- 15.2. Наличие надпрофессиональных навыков (*навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.*);
- 15.3. Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах;
- 15.4. Экспертное влияние (*важность авторитетного мнения для окружающих*);
- 15.5. Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам;
- 15.6. Наличие выгодных связей
- 15.7. Репутация / престижность индивида;
- 15.8. Принадлежность к элите (*политической, экономической, региональной и т.д.*);
- 15.9. Экономический капитал;
- 15.10. Знаки высокого социального статуса (*«Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.*);
- 15.11. Признание личных достижений представителями статусных групп;
- 15.12. Кредит доверия к индивиду
- 15.13. Статусный внешний вид
- 15.14. Наличие профессиональных навыков
- 15.15. Другое (*укажите сами*): _____;
- 15.16. Затрудняюсь ответить

16. Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи?

- 16.1. В значительной степени;
- 16.2. В определенной степени;
- 16.3. В некоторой степени;
- 16.4. Не оказывает влияния;
- 16.5. Затрудняюсь ответить.

17. Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи? (возможно несколько вариантов ответа)

- 17.1. Сложно самостоятельно сформировать символический капитал;
- 17.2. Экономические и финансовые проблемы;
- 17.3. Закрытость вертикального социального лифта;
- 17.4. Разные темпы развития регионов;
- 17.5. Отсутствие мотивации у молодежи;
- 17.6. Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования;
- 17.7. Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования;
- 17.8. Социальное неравенство / разные стартовые возможности;
- 17.9. Отсутствие семейной поддержки;
- 17.10. Все вышеперечисленное;

17.11. Другое (*укажите сами*): _____;

17.12. Затрудняюсь ответить.

18. Сложно ли молодежи сформировать символический капитал?

18.1. Да, сложно;

18.2. Скорее да, чем нет;

18.3. Скорее нет, чем да;

18.4. Нет, не сложно;

18.5. Затрудняюсь ответить.

19. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи? (не более 5-х вариантов ответа)

19.1. Государство;

19.2. Семья;

19.3. Образование;

19.4. Религия;

19.5. Экономика;

19.6. Культура;

19.7. Наука;

19.8. СМИ;

19.9. Общественное мнение;

19.10. Общественный контроль;

19.11. Политика;

19.12. Социальные сети;

19.13. Все вышеперечисленные;

19.14. Другое (*укажите сами*): _____;

19.15. Затрудняюсь ответить.

20. В какие сферы (поля) включена и активно взаимодействуете в них современная молодежь? (возможно несколько вариантов ответа)

20.1. Социальное поле;

20.2. Политическое поле;

20.3. Культурное поле;

20.4. Религиозное поле;

20.5. Образовательное поле;

20.6. Профессиональное поле;

20.7. Экономическое поле;

20.8. Научное поле;

20.9. Семейное поле;

20.10. Общественное поле (некоммерческие общественные организации);

20.11. Сетевые поля (социальные сети);

20.12. Поле общественного контроля;

20.13. Все вышеперечисленное;

20.14. Другое (*укажите сами*): _____;

20.15. Затрудняюсь ответить.

Оцените степень схожести описанной личности с усредненным портретом современной молодежи.

21. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) социальный статус и наличие экономического капитала.

- 21.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 21.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 21.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 21.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

22. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) личный успех и признание своих достижений социумом, соответствие социальным стандартам его (ее) успехов.

- 22.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 22.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 22.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 22.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

23. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) защита всех людей и природы, толерантность ко всем.

- 23.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 23.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 23.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 23.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

24. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он (она) часто общается (семья, друзья и т.д.).

- 24.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 24.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 24.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 24.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

25. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) уважение, приверженность и принятие обычаев и идей, исходящие из традиционной культуры и религии.

- 25.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 25.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 25.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 25.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

26. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) избегание любых действий, которые могут навредить другим людям и нарушить нормы, принятые в обществе.

- 26.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 26.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 26.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 26.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

27. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) безопасность и стабильность общества и каждой личности в нем, включая себя.

- 27.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 27.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 27.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 27.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

28. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) собственное удовольствие, а также чувственное удовольствие.

- 28.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 28.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 28.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 28.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

29. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами.

- 29.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 29.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 29.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 29.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

30. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) независимость в мышлении, принятие решений, творчестве и исследовании мира.

- 30.1. Очень похож (-а) на современную молодежь;
- 30.2. Довольно похож (-а) на современную молодежь;
- 30.3. Немного похож (-а) на современную молодежь;
- 30.4. Не похож (-а) на современную молодежь.

31. Включенность в какую группу больше всего способствовало формированию социокультурных ценностей молодежи?

- 31.1. Родители и близкие родственники;
- 31.2. Дальние родственники;
- 31.3. Друзья;
- 31.4. Коллеги/приятели;
- 31.5. Знакомые;
- 31.6. Другое (укажите сами): _____;
- 31.7. Затрудняюсь ответить.

32. Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у молодежи?

- 32.1. Родители и близкие родственники;
- 32.2. Дальние родственники;
- 32.3. Друзья;
- 32.4. Коллеги/приятели;
- 32.5. Знакомые;
- 32.6. Другое (укажите сами): _____;
- 32.7. Затрудняюсь ответить.

33. Существует ли, по Вашему мнению, потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?

- 33.1. Да, существует;
- 33.2. Скорее да, чем нет;
- 33.3. Скорее нет, чем да;
- 33.4. Нет, не существует;
- 33.5. Затрудняюсь ответить.

34. Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала? (не более 3 вариантов ответа)

- 34.1. Выработка системного мышления;
- 34.2. Выработка стратегического мышления;
- 34.3. Выработка антикризисного мышления;
- 34.4. Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и т.д.);
- 34.5. Обучение экономическому знанию;
- 34.6. Обучение юридическому знанию;
- 34.7. Обучение менеджменту;
- 34.8. Умение работать в мультикоммуникативном пространстве;
- 34.9. Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности;
- 34.10. Развитие эмоционального мышления;
- 34.11. Обучение проектной деятельности;
- 34.12. Другое (укажите сами): _____.

35. В случае реализации проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей, готовы ли Вы принять в нем участие?

- 35.1. Да, готов (-а);
- 35.2. Нет, не готов (-а);
- 35.3. Затрудняюсь ответить.

36. Какие Вы видите пути для реализации данного проекта?

- 36.1. На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике Иркутской области;
- 36.2. В рамках бизнес-проекта;
- 36.3. На базе некоммерческой общественной организации.

37. Ваши предложения и рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен): _____

38. Ваши предложения и рекомендации бизнес сообществу и некоммерческим организациям региона в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен): _____

Анкета эксперта

Укажите, пожалуйста, некоторые сведения о себе

- 1) Ф.И.О. _____;
- 2) Год рождения _____;
- 3) Занимаемая должность _____;
- 4) Название организации (министерства, управления, структурного подразделения) _____;

- 5) Стаж работы в занимаемой должности _____ лет _____ мес.;
- 6) Наличие ученой степени / звания _____ да / нет; / _____ да / нет ;
- 7) Специализация _____ (по
диплому) _____;
_____;
- 8) Телефон для контакта _____;
- 9) E-mail _____.

БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩЬ В ИССЛЕДОВАНИИ!

Время окончания опроса: _____ час _____ мин.

Согласны ли Вы на использование Ваших персональных данных и результатов исследования в учебно-научных целях: да /нет

Ф.И.О. интервьюера: Загородний Валентин Дмитриевич;

Контактный телефон: +7 (952) 629-72-95; Подпись:

В данном приложении представлена инструкция для интервьюера, используемая при проведении экспертного интервью в ходе выпускной квалификационной работы по теме «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного в апреле 2019 г. в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГАЙД-ИНТЕРВЬЮ

Вниманию интервьюера!

Обращаясь к эксперту, Вы говорите, что в рамках выпускной квалификационной работы на базе кафедры социальной философии ИСН ИГУ и социологии и социологической лаборатории региональных проблем и инноваций НИЧ И ИСН ИГУ проводите интервьюирование экспертов с целью выявления и анализа системы влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области. Просите принять участие в опросе. Объясняете, что полученные данные будут использованы в научных и прикладных целях.

Инструкция:

1. Прежде всего, следует выяснить, с кем целесообразно проводить интервью в организации (органах власти). Интервью проводится с лицом, непосредственно выполняющим определенные должностные функции в силу своей профессиональной компетентности в организации (ответственным за эту работу). Это может быть, например, интервью с руководителем организации или его заместителем, с руководителем службы (Департамента, отдела) или его заместителем, специалистом (в том числе, главным или ведущим) этой организации. Учтите, что руководитель организации и руководитель структурного подразделения могут обладать разными частями информации, необходимой для достижения цели исследования. В любом случае проводить интервью следует с лицом, которое осведомлено о подобной деятельности и которому, по характеру его должности, может быть поручена такая работа.
2. Перед началом интервьюирования необходимо представиться эксперту и объяснить цель опроса. Выяснить, желает ли человек, поучаствовать в данном опросе. Если нет, то следует извиниться за беспокойство и искать следующего эксперта.
3. Интервьюирование может быть проведено в обстановке с глазу на глаз с экспертом, чтобы не было вмешательства в ход опроса и чьего-либо влияния на ответы опрашиваемого (опрос «с голоса»); оно также может быть проведено традиционным способом, когда эксперт заполняет гайд самостоятельно в письменном виде или, когда гайд отправлен эксперту в социальных сетях (в этом случае выбранный ответ или ответы отмечаются подчеркиванием или цветом; в случае открытых вопросов они печатаются и выделяются цветом).
4. Не исключено, что экспертам понадобится взять информацию из документов.
5. Если интервьюирование проводится с помощью Интернета по средствам социальных сетей, необходимо избегать вторжения в сферу частной жизни. Участие в опросах должно быть добровольным.
6. Необходимо уведомить эксперта о возможности ответить на вопросы в любое удобное для них время, укладывающееся во временные рамки проводимого исследования.
7. В конце опроса необходимо поблагодарить эксперта за участие в опросе, отправив электронное сообщение с выражением благодарности.
8. Если интервьюирование проводится «с голоса», в начале его проведения произнесите вводный текст и далее следуйте очередности вопросов.
9. Задавайте вопросы и отмечайте варианты ответов, которые выберет респондент (любое количество вариантов). Обратите особое внимание на то, что ответы на все вопросы должны быть полными. В трудных случаях отмечайте ответы, наиболее близкие к высказываниям респондента. Если респондент предложит свой вариант ответа, внимательно зафиксируйте его. Если респондент пожелает дополнить ответ на вопрос, предложенный ему, тщательно зафиксируйте его дополнение.

10. Интервьюеру следует самому читать вопросы и фиксировать все ответы. Нельзя разрешать заполнять опросный лист самому респонденту, как это бывает при анкетировании.
11. Если нужно зафиксировать комментарий к ответу, то следует записывать его не в виде резюме, а точно в тех словах, какими пользуется респондент.
12. Если респондент отвечает расплывчато, постарайтесь добиться от него более четкого ответа.
13. Если респондент предваряет ответ словами типа «Нет, но...», то подобные оценочные замечания следует фиксировать так же, как и сам ответ. Если для получения адекватного ответа требуется предварительно «прощупать почву», то интервьюеру следует пометить это в бланке и записать те вопросы, которые могут ему в этом помочь (например: «А почему бывает так, что...?»).
14. Возражения респондента следует отмечать на полях бланка интервью.
15. Ни в коем случае не навязывайте респонденту свое мнение, свое понимание проблем; выслушивайте его терпеливо, не перебивая. Выказывайте заинтересованность в любых ответах. Старайтесь, однако, не отклоняться от темы интервью и содержания вопросов.
16. Когда респондент отвечает «Я не знаю...», не нужно торопиться задавать ему сразу следующий вопрос, потому что эта фраза иногда бывает вводной для ответа по существу («Ну, я не знаю... мне кажется, что...»).
17. Никогда не надо преднамеренно менять формулировку или порядок вопросов.
18. Никогда не надо сообщать респонденту (даже если он просит об этом) того, что ответили на данный вопрос другие респонденты.
19. Никогда не надо пытаться опрашивать по памяти. Бланк интервью должен быть у интервьюера всегда перед глазами, и к нему следует обращаться даже тогда, когда интервьюеру достаточно одного взгляда на лист, чтобы вспомнить вопрос.
20. По окончании интервью нужно еще раз проглядеть весь бланк, чтобы убедиться, что были заданы все вопросы и зафиксированы все ответы: лучше задать пропущенный вопрос вне общей последовательности или попросить респондента повторить ответ, чем оставить пустое место в бланке интервью без особой на то причины.
21. Когда интервью завершится, поблагодарите респондента.
22. Просмотрите Ваши записи и уточните детали, которые Вам не удалось достаточно полно расшифровать сразу.
23. В заключение сделайте краткий отчет о том, как проходила беседа, охотно ли отвечал респондент на Ваши вопросы, в каких пунктах он испытывал затруднения.
24. Время начала и время окончания каждого интервью обязательно фиксируется в бланке интервью.
25. Заполненные бланки интервью должны быть подписаны интервьюером и указана дата его проведения.

Вступительный текст интервьюера!

Уважаемый эксперт!

Приглашаем Вас принять участие в экспертном интервьюировании на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области), которое проводится в рамках выпускной квалификационной работы на базе кафедры социальной философии ИСН ИГУ и социологии и социологической лаборатории региональных проблем и инноваций НИЧ И ИСН ИГУ с целью выявления мнений и оценок экспертов по вопросам роли символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области).

Полученные данные будут использоваться в обобщенном виде в учебно-научных целях. По результатам исследования будут разработаны практические рекомендации, которые будут использованы в научных и прикладных целях.

Пожалуйста, внимательно прочитайте вопрос и варианты ответов на него. Подчеркните числовой код напротив того варианта ответа, который совпадает с Вашим мнением, либо напишите ответ сами, если он не приводится.

Заранее благодарим за сотрудничество!

ПРИЛОЖЕНИЕ 4
(обязательное)

В данном приложении представлен информационная база реальных экспертов, принявших участие в экспертном интервьюировании по теме исследования «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного в апреле 2019 г. в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций
Тел. (3952) 521-561, 8-914-919-07-77

Информационная база
участников экспертного интервьюирования по теме ВКР
«Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)»
(по состоянию на 25.04.2019 г.)

№ п/п	Наименование организации (предприятия)	ФИО руководителя организации, руководителя структурного подразделения или их заместителей, специалиста	Должность	Адрес организации, сайт организации	Контактные телефоны эксперта	Е-mail эксперта	Вид деятельности	Примечание (условия проведения интервью)
Органы государственной власти регионального уровня (Иркутская область)								
1.	Министерство по молодежной политике Иркутской области	Шульгин Дмитрий Андреевич	Советник отдела реализации стратегических направлений государственно	г. Иркутск, ул. Ленина, 1	24-06-61	d.shulgin@govirk.ru	Сфера молодежной политики	Лично

			й молодежной политики					
2.		Маркова Мария Александровна	Главный специалист-эксперт отдела реализации государственных программ	г. Иркутск, ул. Ленина, 1	8-908-664-11-16	ma_markova@inbox.ru	Сфера молодежной политики	Лично
3.		Валеева Виктория Викторовна	Консультант отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики	г. Иркутск, ул. Ленина, 1	8-950-105-90-27	viktora_15@mail.ru	Сфера молодежной политики	Лично
4.		Куршева Анна Викторовна	Советник отдела реализации стратегических направлений	г. Иркутск, ул. Ленина, 1	24-06-77	kursheva-anna@mail.ru	Сфера молодежной политики	Лично
5.		Токарева Олеся Юрьевна	Советник отдела правовой, контрактной, кадровой работы и документационного обеспечения	г. Иркутск, ул. Ленина, 1	24-06-61	o.tokareva@govirk.ru	Сфера молодежной политики	Лично
Органы общественного контроля и общественной экспертизы (Общественная палата Иркутской области и Общественные советы при ИОГВ)								
6.		Бельков Иван Павлович	Первый секретарь Иркутского	г. Иркутск, Сухэ-Батора, 10	8-902-767-35-16	belkov_ivan@mail.ru	Сфера молодежной политики	Онлайн

	Общественный совет при министерстве по молодежной политике Иркутской области		городского комитета Общероссийской общественной организации «Российский союз молодежи»					
7.		Цыганова Маргарита Михайловна	Председатель профкома студентов Иркутского государственного университета	г. Иркутск, Карла Маркса, 1	33-44-55	prof334455@mail.ru	Сфера молодежной политики	Онлайн
Специализированные учреждения								
8.	ОГКУ "Центр социальных и информационных услуг для молодежи"	Ватькина Надежда Игоревна	Главный специалист отдела социальной практики	г. Иркутск, ул. Карла Маркса, д. 47	8-983-418-42-16	yflz25@mail.ru	Сфера молодежной политики	Онлайн
9.		Глизков Владимир Александрович	Начальник отдела патриотического воспитания	г. Иркутск, ул. Карла Маркса, д. 47	8-952-631-99-86	ddt3@bk.ru	Сфера молодежной политики	Лично
10.	Галерея В. Бронштейна	Черных Яна Витальевна	Координатор проектов	г. Иркутск, ул. Октябрьской Революции, д. 3	8-983-697-69-73	chernique7@gmail.com	Экспозиционно-выставочная	Онлайн
Высшие учебные заведения								
11.	ФГБОУ ВО «Иркутский государственный	Манзула Александр Евгеньевич	Начальник управления социальной и	г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1	8-902-761-45-76	mansez@mail.ru	Сфера образования	Онлайн

	ый университет»		внеучебной работы					
12.		Абрамович Дмитрий Валерьевич	Заместитель начальника управления социальной и внеучебной работы	г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1	52-15-09		Сфера образования	Онлайн
13.		Решетникова Екатерина Владимировна	Заведующая кафедрой социальной работы Института социальных наук	г. Иркутск, ул. Ленина, 3	24-33-72	eresh80@mail.r u	Сфера образования	Лично
14.		Грицких Надежда Викторовна	Заместитель директора по воспитательно й работе ИСН	г. Иркутск, ул. Ленина, 3	8-908-660-99- 31	anris@list.ru	Сфера образования	Онлайн
15.		Саблина Наталья Александровна	Старший научный сотрудник социологическ ая лаборатория региональных проблем и инноваций ИСН	г. Иркутск, ул. Ленина, 3	52-15-61	sociolab@bk.ru	Сфера образования	Лично

В данном приложении представлен бланк анкеты для онлайн-опроса молодежи Иркутской области и инструкция по теме исследования «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного с апрель 2019 г. по май 2019 г. в рамках выпускной квалификационной работы бакалавра по направлению подготовки 39.03.01 Социология. Социологический инструментарий носит оригинальный характер.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Иркутский государственный университет
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций
Тел. (3952) 521-561

АНКЕТА

Уважаемый респондент! Просим Вас заполнить анкету для социологического исследования в рамках курсового проекта на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)». Опрос анонимный, все Ваши ответы будут использованы исключительно в учебно-методических целях в обобщенном виде. Ответьте, пожалуйста, на вопросы анкеты, выбрав наиболее подходящий для Вас вариант ответа или сформулировав свой ответ самостоятельно.

1.1. Согласны ли Вы с утверждением о том, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?

- 1.1. Да;
- 1.2. Скорее да, чем нет;
- 1.3. Скорее нет, чем да;
- 1.4. Нет;
- 1.5. Затрудняюсь ответить.

Оцените степень схожести описанной личности с Вами

2. Для него (нее) очень важен социальный статус и наличие экономического капитала. Он (она) достигает максимального контроля над доступными ресурсами и властными возможностями.

- 2.1. Очень похож на меня;
- 2.2. Довольно похож на меня;
- 2.3. Немного похож на меня;
- 2.4. Не похож на меня.

3. Для него (нее) очень важен личный успех и признание своих достижений социумом, соответствие социальным стандартам его (ее) успехов.

- 3.1. Очень похож на меня;
- 3.2. Довольно похож на меня;
- 3.3. Немного похож на меня;
- 3.4. Не похож на меня.

4. Для него (нее) очень важна защита всех людей и природы, самая главная жизненная ценность для него (нее) – толерантность ко всем.

- 4.1. Очень похож на меня;
- 4.2. Довольно похож на меня;
- 4.3. Немного похож на меня;
- 4.4. Не похож на меня.

5. Для него (нее) очень важно сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он (она) часто общается (семья, друзья и т.д.).

- 5.1. Очень похож на меня;
- 5.2. Довольно похож на меня;
- 5.3. Немного похож на меня;
- 5.4. Не похож на меня.

6. Для него (нее) очень важно уважение, приверженность и принятие обычаев и идей, исходящие из традиционной культуры и религии.

- 6.1. Очень похож на меня;
- 6.2. Довольно похож на меня;
- 6.3. Немного похож на меня;
- 6.4. Не похож на меня.

7. Для него (нее) очень важно избегание любых действий, которые могут навредить другим людям и нарушить нормы, принятые в обществе.

- 7.1. Очень похож на меня;
- 7.2. Довольно похож на меня;
- 7.3. Немного похож на меня;
- 7.4. Не похож на меня.

8. Для него (нее) очень важна безопасность и стабильность общества и каждой личности в нем, включая себя.

- 8.1. Очень похож на меня;
- 8.2. Довольно похож на меня;
- 8.3. Немного похож на меня;
- 8.4. Не похож на меня.

9. Для него (нее) очень важно собственное удовольствие, а также чувственное удовольствие.

- 9.1. Очень похож на меня;
- 9.2. Довольно похож на меня;
- 9.3. Немного похож на меня;
- 9.4. Не похож на меня.

10. Для него (нее) очень важна жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами.

- 10.1. Очень похож на меня;
- 10.2. Довольно похож на меня;
- 10.3. Немного похож на меня;
- 10.4. Не похож на меня.

11. Для него (нее) очень важна независимость в мышлении, принятие решений, творчестве и исследовании мира.

- 11.1. Очень похож на меня;

- 11.2. Довольно похож на меня;
- 11.3. Немного похож на меня;
- 11.4. Не похож на меня.

12. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи? (не более 5-х вариантов ответа)

- 12.1. Государство;
- 12.2. Семья;
- 12.3. Образование;
- 12.4. Религия;
- 12.5. Экономика;
- 12.6. Культура;
- 12.7. Наука;
- 12.8. СМИ;
- 12.9. Общественное мнение;
- 12.10. Общественный контроль;
- 12.11. Политика;
- 12.12. Социальные сети;
- 12.13. Все вышеперечисленные;
- 12.14. Другое (укажите сами): _____;
- 12.15. Затрудняюсь ответить.

13. Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области? (не более 3-х вариантов ответа)

- 13.1. Государство;
- 13.2. Семья;
- 13.3. Образование;
- 13.4. Религия;
- 13.5. Экономика;
- 13.6. Культура;
- 13.7. Наука;
- 13.8. СМИ;
- 13.9. Общественное мнение;
- 13.10. Общественный контроль;
- 13.11. Политика;
- 13.12. Социальные сети;
- 13.13. Все вышеперечисленные;
- 13.14. Другое (укажите сами): _____;
- 13.15. Затрудняюсь ответить.

14. Зависят ли Ваши ценностные ориентации от статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)?

- 14.1. Да;
- 14.2. Скорее да, чем нет;
- 14.3. Скорее нет, чем да;
- 14.4. Нет;
- 14.5. Затрудняюсь ответить.

15. Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день?

- 15.1. Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков;
- 15.2. Наличие надпрофессиональных навыков (*навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.*);
- 15.3. Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах;
- 15.4. Экспертное влияние (*важность авторитетного мнения для окружающих*);
- 15.5. Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам;
- 15.6. Наличие выгодных связей
- 15.7. Репутация / престижность индивида;
- 15.8. Принадлежность к элите (*политической, экономической, региональной и т.д.*);
- 15.9. Экономический капитал;
- 15.10. Знаки высокого социального статуса (*«Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.*);
- 15.11. Признание личных достижений представителями статусных групп;
- 15.12. Кредит доверия к индивиду
- 15.13. Статусный внешний вид
- 15.14. Наличие профессиональных навыков
- 15.15. Другое (*укажите сами*): _____;
- 15.16. Затрудняюсь ответить

16. Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи?

- 16.1. В значительной степени;
- 16.2. В определенной степени;
- 16.3. В некоторой степени;
- 16.4. Не оказывает влияния;
- 16.5. Затрудняюсь ответить.

17. Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи? (возможно несколько вариантов ответа)

- 17.1. Сложно самостоятельно сформировать символический капитал;
- 17.2. Экономические и финансовые проблемы;
- 17.3. Закрытость вертикального социального лифта;
- 17.4. Разные темпы развития регионов;
- 17.5. Отсутствие мотивации у молодежи;
- 17.6. Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования;
- 17.7. Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования;
- 17.8. Социальное неравенство / разные стартовые возможности;
- 17.9. Отсутствие семейной поддержки;
- 17.10. Все вышеперечисленное;
- 17.11. Другое (*укажите сами*): _____;
- 17.12. Затрудняюсь ответить.

18. Сложно ли лично Вам сформировать символический капитал?

- 18.1. Да, сложно;
- 18.2. Скорее да, чем нет;
- 18.3. Скорее нет, чем да;
- 18.4. Нет, не сложно;
- 18.5. Затрудняюсь ответить.

19. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи? (не более 5-х вариантов ответа)

- 19.1. Государство;
- 19.2. Семья;
- 19.3. Образование;
- 19.4. Религия;
- 19.5. Экономика;
- 19.6. Культура;
- 19.7. Наука;
- 19.8. СМИ;
- 19.9. Общественное мнение;
- 19.10. Общественный контроль;
- 19.11. Политика;
- 19.12. Социальные сети;
- 19.13. Все вышеперечисленные;
- 19.14. Другое (укажите сами): _____;
- 19.15. Затрудняюсь ответить.

20. В какие сферы (поля) лично Вы включены и активно взаимодействуете в них? (возможно несколько вариантов ответа)

- 20.1. Социальное поле;
- 20.2. Политическое поле;
- 20.3. Культурное поле;
- 20.4. Религиозное поле;
- 20.5. Образовательное поле;
- 20.6. Профессиональное поле;
- 20.7. Экономическое поле;
- 20.8. Научное поле;
- 20.9. Семейное поле;
- 20.10. Общественное поле (некоммерческие общественные организации);
- 20.11. Сетевые поля (социальные сети);
- 20.12. Поле общественного контроля;
- 20.13. Все вышеперечисленное;
- 20.14. Другое (укажите сами): _____;
- 20.15. Затрудняюсь ответить.

Оцените степень схожести описанной личности с Вами. Попробуйте вспомнить периоды, когда Вы имели низкий и высокий символический капитал для себя.

21. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) социальный статус и наличие экономического капитала.

- 21.1. Очень похож на меня;
- 21.2. Довольно похож на меня;
- 21.3. Немного похож на меня;
- 21.4. Не похож на меня.

22. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) личный успех и признание своих достижений социумом, соответствие социальным стандартам его (ее) успехов.

- 22.1. Очень похож на меня;
- 22.2. Довольно похож на меня;

- 22.3. Немного похож на меня;
- 22.4. Не похож на меня.

23. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) защита всех людей и природы, толерантность ко всем.

- 23.1. Очень похож на меня;
- 23.2. Довольно похож на меня;
- 23.3. Немного похож на меня;
- 23.4. Не похож на меня.

24. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он (она) часто общается (семья, друзья и т.д.).

- 24.1. Очень похож на меня;
- 24.2. Довольно похож на меня;
- 24.3. Немного похож на меня;
- 24.4. Не похож на меня.

25. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) уважение, приверженность и принятие обычаев и идей, исходящие из традиционной культуры и религии.

- 25.1. Очень похож на меня;
- 25.2. Довольно похож на меня;
- 25.3. Немного похож на меня;
- 25.4. Не похож на меня.

26. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) избегание любых действий, которые могут навредить другим людям и нарушить нормы, принятые в обществе.

- 26.1. Очень похож на меня;
- 26.2. Довольно похож на меня;
- 26.3. Немного похож на меня;
- 26.4. Не похож на меня.

27. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) безопасность и стабильность общества и каждой личности в нем, включая себя.

- 27.1. Очень похож на меня;
- 27.2. Довольно похож на меня;
- 27.3. Немного похож на меня;
- 27.4. Не похож на меня.

28. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) собственное удовольствие, а также чувственное удовольствие.

- 28.1. Очень похож на меня;
- 28.2. Довольно похож на меня;
- 28.3. Немного похож на меня;
- 28.4. Не похож на меня.

29. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами.

- 29.1. Очень похож на меня;
- 29.2. Довольно похож на меня;
- 29.3. Немного похож на меня;
- 29.4. Не похож на меня.

30. Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) независимость в мышлении, принятие решений, творчестве и исследовании мира.

- 30.1. Очень похож на меня;
- 30.2. Довольно похож на меня;
- 30.3. Немного похож на меня;
- 30.4. Не похож на меня.

31. Включенность в какую группу больше всего способствовало формированию ваших социокультурных ценностей?

- 31.1. Родители и близкие родственники;
- 31.2. Дальние родственники;
- 31.3. Друзья;
- 31.4. Коллеги/приятели;
- 31.5. Знакомые;
- 31.6. Другое (*укажите сами*): _____;
- 31.7. Затрудняюсь ответить.

32. Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у Вас?

- 32.1. Родители и близкие родственники;
- 32.2. Дальние родственники;
- 32.3. Друзья;
- 32.4. Коллеги/приятели;
- 32.5. Знакомые;
- 32.6. Другое (*укажите сами*): _____;
- 32.7. Затрудняюсь ответить.

33. Существует ли, по Вашему мнению, потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?

- 33.1. Да, существует;
- 33.2. Скорее да, чем нет;
- 33.3. Скорее нет, чем да;
- 33.4. Нет, не существует;
- 33.5. Затрудняюсь ответить.

34. Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала? (не более 3 вариантов ответа)

- 34.1. Выработка системного мышления;
- 34.2. Выработка стратегического мышления;
- 34.3. Выработка антикризисного мышления;
- 34.4. Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (*дистанционное обучение и т.д.*);
- 34.5. Обучение экономическому знанию;
- 34.6. Обучение юридическому знанию;

- 34.7. Обучение менеджменту;
- 34.8. Умение работать в мультикоммуникативном пространстве;
- 34.9. Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности;
- 34.10. Развитие эмоционального мышления;
- 34.11. Обучение проектной деятельности;
- 34.12. Другое (*укажите сами*):_____.

35. В случае реализации проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей, готовы ли Вы принять в нем участие?

- 35.1. Да, готов (-а);
- 35.2. Нет, не готов (-а);
- 35.3. Затрудняюсь ответить.

36. Какие Вы видите пути для реализации данного проекта?

- 36.1. На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике Иркутской области;
- 36.2. В рамках бизнес-проекта;
- 36.3. На базе некоммерческой общественной организации.

37. Ваши предложения и рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен): _____

38. Ваши предложения и рекомендации бизнес сообществу и некоммерческим организациям региона в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен): _____

Укажите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

39. Ваш пол.

- 39.1. Мужской;
- 39.2. Женский.

40. Ваш возраст.

- 40.1. от 18 до 21 лет;
- 40.2. от 22 до 25 лет;
- 40.3. от 26 до 30 лет.

41. Ваше образование на настоящий момент.

- 41.1. Среднее;
- 41.2. Средне-специальное;
- 41.3. Неоконченное высшее;
- 41.4. Высшее.

42. Какая сфера Вашей профессиональной деятельности?

- 42.1. Сфера государственного и муниципального управления;
- 42.2. Сфера информационных технологий;
- 42.3. Сфера торговли и услуг;
- 42.4. Сфера культуры;

- 42.5. Сфера здравоохранения;
- 42.6. Сфера образования и науки;
- 42.7. Сфера безопасности;
- 42.8. Сфера питания;
- 42.9. Сфера досуга;
- 42.10. Производственная сфера;
- 42.11. Сфера бизнеса и финансов;
- 42.12. Сфера IT-технологий;
- 42.13. Другое (*укажите сами*): _____;
- 42.14. Затрудняюсь ответить.

43. Ваше образование

- 43.1. Гуманитарное;
- 43.2. Техническое;
- 43.3. Естественно-научное.

44. Место жительства

- 44.1. Городская местность
- 44.2. Сельская местность

Спасибо за участие в исследовании!

В данном приложении представлена инструкция для анкетёра, используемая при проведении онлайн-опроса населения Иркутской области в ходе выпускной квалификационной работы по теме «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного с апрель 2018 г. по май 2018 г., в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ОНЛАЙН ОПРОСА

Вниманию анкетера!

Обращаясь к Интернет - пользователю, Вы говорите, что являетесь представителем Института социальных наук Иркутского государственного университета проводите исследование на тему **«Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)»**. Отмечаете, что на базе социологической лаборатории региональных проблем и инноваций Вы реализуете инновационный проект «СКМ СВ» по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в присвоении символического капитала в рамках выпускной квалификационной работы.

Полученные данные будут использованы в учебно-научных целях в обобщенном виде. Мы надеемся на Вашу искренность!

Инструкция:

1. Перед тем как запустить онлайн-опрос, необходимо создать анкету на специализированном Интернет-ресурсе.
2. Для проведения опроса анкетёру следует подобрать респондентов в соответствии с представленной выборкой исследования.
3. Перед публикацией необходимо протестировать созданный опрос для проверки формулировки и ошибок.
4. Анкетный опрос не должен содержать орфографических ошибок, в противном случае доверие респондентов к интервьюеру падает, что может отразиться на качестве результатов исследования.
5. Необходимо представиться респонденту, объяснить цель опроса, попросить его поучаствовать в опросе, объяснив правила заполнения анкеты, и прикрепить ссылку на онлайн – анкету.
6. Если респондент высказывает предложения и пожелания (замечания) относительно постановки каких-либо вопросов, то анкетеру следует пометить это в распечатанном бланке анкеты.
7. Возражения респондента следует также отмечать в бланке анкеты.
8. Никогда не надо сообщать респонденту (даже если он просит об этом) того, что ответили на данный вопрос другие респонденты.
9. Когда Интернет - пользователь завершит анкетирование, обязательно поблагодарите его.

Вступительный текст анкетера

Уважаемый студент!

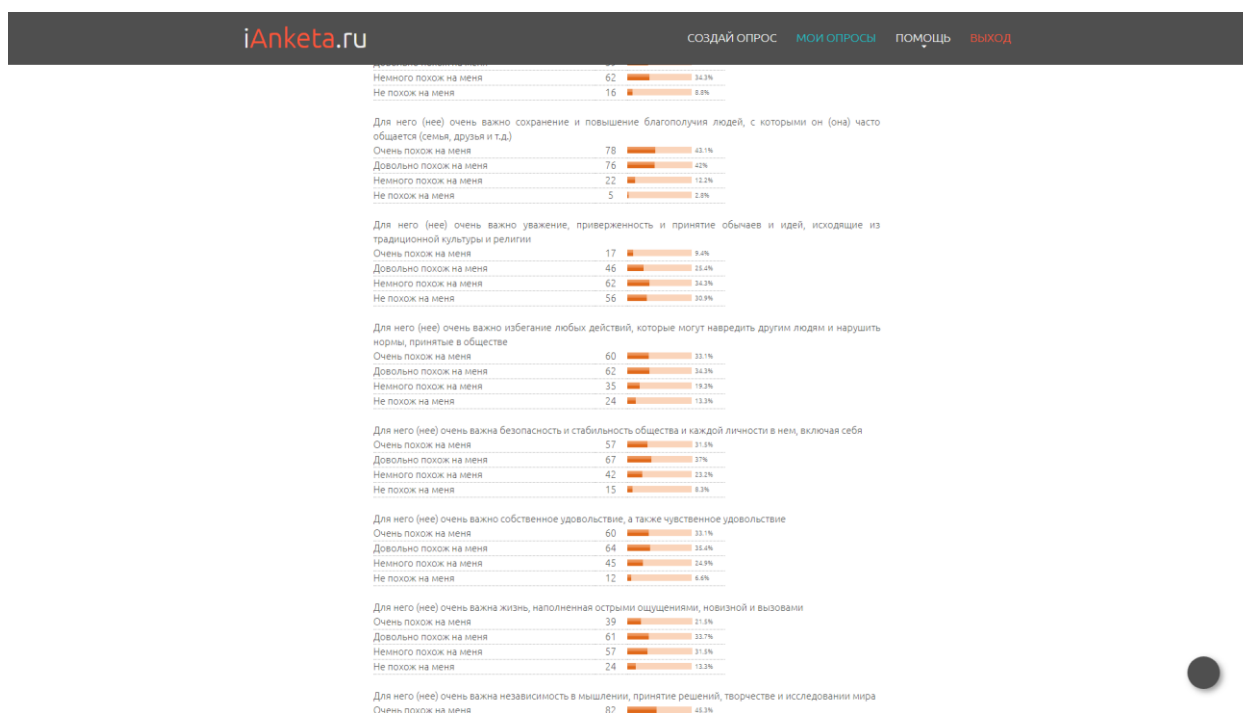
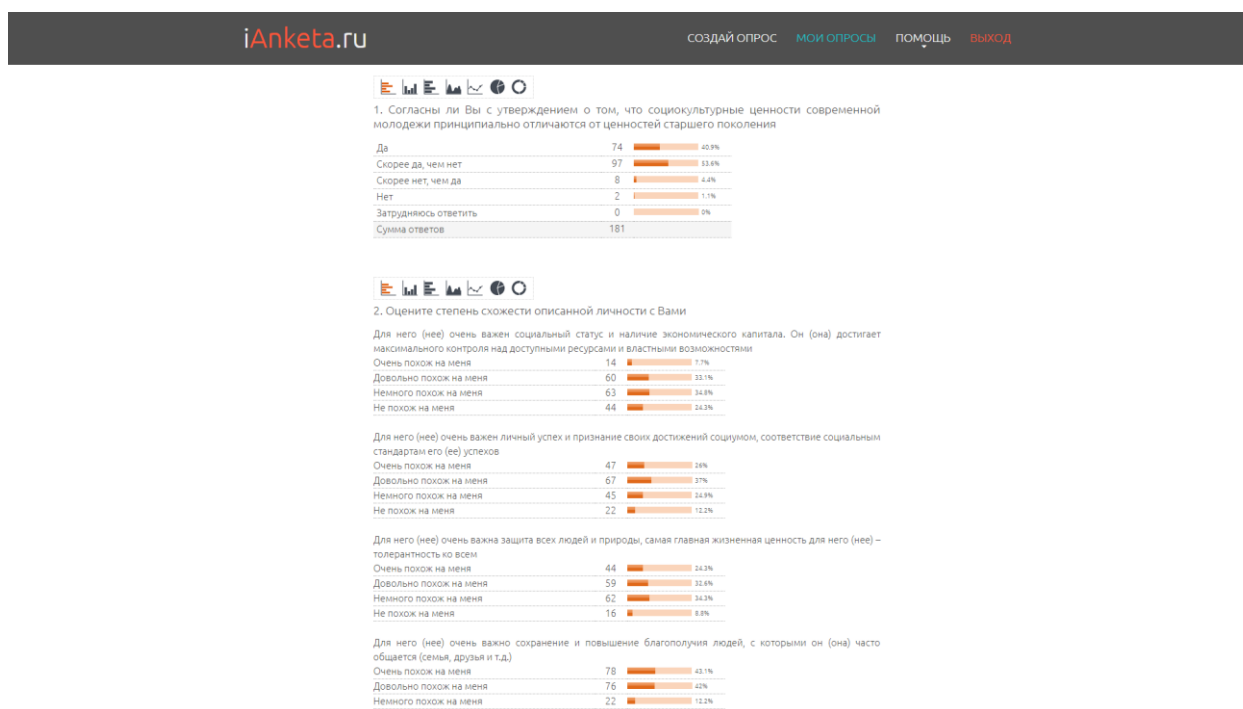
Приглашаем Вас принять участие в анкетировании по исследовательскому проекту **«Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)»**.

Полученные данные будут использоваться в обобщенном виде в учебно-научных целях. По результатам исследования будут разработаны практические рекомендации.

Пожалуйста, внимательно прочитайте вопрос и варианты ответов на него. Подчеркните числовой код напротив того варианта ответа, который совпадает с Вашим мнением, либо напишите ответ сами, если он не приводится.

Заранее благодарим за сотрудничество!

В данном приложении представлен скриншот личного кабинета Интернет-портала «iAnketa», посредством которого проведен онлайн-опрос молодежи Иркутской области на тему «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного с апрель 2018 г. по май 2018 г., в рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.





3. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи? (не более 5 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Государство	54	6.9%
Семья	157	19%
Образование	120	14.5%
Религия	31	3.7%
Экономика	20	2.4%
Культура	93	11.2%
Наука	22	2.7%
СМИ	86	10.4%
Общественное мнение	94	11.4%
Общественный контроль	13	1.4%
Политика	22	2.7%
Социальные сети	107	12.9%
Все вышперечисленные	8	1%
Затрудняюсь ответить	0	0%
Другое	0	0%
Сумма ответов	827	



4. Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области? (не более 5 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Государство	36	5.9%
Семья	99	14.1%
Образование	80	12%
Религия	15	2.4%
Экономика	15	2.4%
Культура	59	9.4%
Наука	19	3.1%
СМИ	64	10.2%
Общественное мнение	78	12.7%
Общественный контроль	17	2.8%
Политика	19	3.1%

СМИ	64	10.4%
Общественное мнение	78	12.7%
Общественный контроль	17	2.8%
Политика	19	3.1%
Социальные сети	91	14.8%
Все вышперечисленные	4	0.7%
Затрудняюсь ответить	17	2.8%
Другое	2	0.3%
Сумма ответов	615	

Другие ответы:

- До города, затрудняюсь ответить
- Это деревня. Какие здесь социальные институты. Исключительное влияние несет только глобальные соц сети и лидеры мнений.



5. Зависят ли Ваши ценностные ориентации от статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)

Да	31	17.1%
Скорее да, чем нет	94	51.3%
Скорее нет, чем да	31	17.1%
Нет	16	8.8%
Затрудняюсь ответить	9	5%
Сумма ответов	181	



6. Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день (не более 3 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	33	7.3%
Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	88	20%
Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	13	3%
Экспертное влияние / возможность авторитарности	21	4.8%



6. Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день (не более 3 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	33	7.6%
Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	88	20%
Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	13	3%
Экспертное влияние (важность авторитетного мнения для окружающих)	21	4.8%
Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	47	10.7%
Наличие выгодных связей	36	8.2%
Репутация / престижность индивида	30	6.8%
Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	4	0.9%
Экономический капитал	7	1.6%
Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	1	0.2%
Признание личных достижений представителями статусных групп	26	5.9%
Кредит доверия к индивиду	32	7.3%
Статусный внешний вид	27	6.1%
Наличие профессиональных навыков	37	8.4%
Затрудняюсь ответить	35	8%
Другое	3	0.7%
Сумма ответов	440	

Другие ответы:

- Я студент
- их нет
- Каждый человек уникален. И смысл не в статусе в обществе



7. Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи

В значительной степени	51	28.2%
В определенной степени	95	52.5%
В некоторой степени	27	14.9%
Не оказывает влияния	1	0.6%
Затрудняюсь ответить	7	3.9%
Сумма ответов	181	



8. Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи (не более 3 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Сложно самостоятельно сформировать символический капитал	56	11.7%
Экономические и финансовые проблемы	93	19.4%
Закртость вертикального социального лифта	39	8.1%
Разные темпы развития регионов	56	11.7%
Отсутствие мотивации у молодежи	64	13.3%
Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования	28	5.8%
Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования	11	2.3%
Социальное неравенство / разные стартовые возможности	79	16.6%
Отсутствие семейной поддержки	26	5.4%
Все вышеперечисленное	14	2.9%
Затрудняюсь ответить	13	2.7%
Другое	1	0.2%
Сумма ответов	480	

Другие ответы:

- Лень и мысли "а смысл"



• Лень и мысли "а смысл"



9. Сложно ли лично Вам сформировать символический капитал

Да, сложно	20	11%
Скорее да, чем нет	80	44.2%
Скорее нет, чем да	52	28.7%
Нет, не сложно	16	8.8%
Затрудняюсь ответить	13	7.2%
Сумма ответов	181	



10. Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи? (не более 5-х вариантов ответа) (много возможных ответов)

Государство	58	9%
Семья	116	18%
Образование	109	17%
Религия	16	2.5%
Экономика	44	6.8%
Культура	62	9.6%
Наука	19	3%
СМИ	40	6.2%
Общественное мнение	50	7.6%
Общественный контроль	9	1.4%
Политика	19	3%
Социальные сети	74	11.5%
Все вышеперечисленные	14	2.2%
Затрудняюсь ответить	12	1.9%
Другое	1	0.2%
Сумма ответов	643	

Другие ответы:

- Лидеры мнений «блогеры»



11. В какие сферы (поля) лично Вы включены и активно взаимодействуете в них? (возможно несколько вариантов ответа) (много возможных ответов)

Социальное поле	121	18.5%
Политическое поле	14	2.1%
Культурное поле	62	9.3%
Религиозное поле	14	2.1%
Образовательное поле	117	17.9%
Профессиональное поле	42	6.4%
Экономическое поле	10	1.5%
Научное поле	23	3.5%
Семейное поле	95	14.5%
Общественное поле (некоммерческие общественные организации)	46	7%
Сетевые поля (социальные сети)	95	14.5%
Поле общественного контроля	2	0.3%
Все вышеперечисленное	5	0.8%
Затрудняюсь ответить	9	1.4%
Другое	0	0%
Сумма ответов	655	



12. Оцените степень схожести описанной личности с Вами. Попробуйте вспомнить периоды, когда Вы имели низкий и высокий символический капитал для себя

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) социальный статус и наличие экономического капитала

Очень похож на меня	28	15.5%
Довольно похож на меня	49	27.1%
Немного похож на меня	58	32%
Не похож на меня	45	25.4%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) личный успех и признание своих достижений социумом, соответствие социальным стандартам его (ее) успехов

Очень похож на меня	44	24.3%
Довольно похож на меня	64	35.2%
Немного похож на меня	49	27.1%
Не похож на меня	24	13.3%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) защита всех людей и природы, толерантность ко всем

Очень похож на меня	30	14.4%
Довольно похож на меня	75	41.4%
Немного похож на меня	50	27.4%
Не похож на меня	26	14.4%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он (она) часто общается (семья, друзья и т.д.)

Очень похож на меня	58	32%
Довольно похож на меня	76	42%
Немного похож на меня	36	19.9%
Не похож на меня	11	6.1%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) уважение, приверженность и принятие обычаев и идей, исходящие из традиционной культуры и религии

Очень похож на меня	15	8.3%
Довольно похож на меня	58	32%
Немного похож на меня	57	31.8%
Не похож на меня	51	28.2%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) избегание любых действий, которые могут навредить другим людям и нарушить нормы, принятые в обществе

Очень похож на меня	38	21%
Довольно похож на меня	74	40.9%
Немного похож на меня	42	23.2%
Не похож на меня	27	14.9%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) безопасность и стабильность общества и каждой личности в нем, включая себя

Очень похож на меня	45	24.9%
Довольно похож на меня	80	44.1%
Немного похож на меня	42	23.2%
Не похож на меня	14	7.7%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) собственное удовольствие, а также душевное удовольствие

Очень похож на меня	45	24.9%
Довольно похож на меня	55	30.4%
Немного похож на меня	57	31.8%
Не похож на меня	24	13.3%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) собственное удовольствие, а также душевное удовольствие

Очень похож на меня	45	24.9%
Довольно похож на меня	55	30.4%
Немного похож на меня	57	31.8%
Не похож на меня	24	13.3%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной и вызовами

Очень похож на меня	37	20.4%
Довольно похож на меня	64	36.4%
Немного похож на меня	50	27.4%
Не похож на меня	30	16.4%

Чем больше у него (нее) становится символического капитала, то тем важнее для него (нее) независимость в мышлении, принятие решений, творчество и исследовании мира

Очень похож на меня	69	38.1%
Довольно похож на меня	58	32%
Немного похож на меня	41	22.7%
Не похож на меня	13	7.2%



13. Включенность в какую группу больше всего способствовало формированию ваших социокультурных ценностей

Родители и близкие родственники	83	48.9%
Дальние родственники	1	0.6%
Друзья	58	32%
Коллеги/приятели	15	8.2%
Знакомые	6	3.2%
Затрудняюсь ответить	14	7.7%
Другое	4	2.2%
Сумма ответов	181	

Другие ответы:

- Субкультуры
- Родители и друзья
- социальные сети
- Ни одна из перечисленных



14. Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у Вас

Родители и близкие родственники	53	29.3%
Дальние родственники	0	0%
Друзья	46	25.4%
Коллеги/приятели	39	21.5%
Знакомые	6	3.3%
Затрудняюсь ответить	34	18.8%
Другое	3	1.7%
Сумма ответов	181	

Другие ответы:

- Все окружающие меня люди.
- Я
- Ни одна из перечисленных



15. Существует ли, по Вашему мнению, потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала

Да, существует	83	45.9%
Скорее да, чем нет	63	34.8%
Скорее нет, чем да	19	10.5%
Нет, не существует	4	2.2%
Затрудняюсь ответить	12	6.4%
Сумма ответов	181	



16. Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала? (не более 3 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Выработка системного мышления	32	1.8%
Выработка стратегического мышления	90	49.7%
Выработка антикризисного мышления	32	1.8%
Иные варианты ответов	78	42.7%



16. Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала? (не более 3 вариантов ответа) (много возможных ответов)

Выработка системного мышления	32	5.8%
Выработка стратегического мышления	90	16.3%
Выработка антикризисного мышления	32	5.8%
Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и тд)	78	14.1%
Обучение экономическому знанию	44	8%
Обучение юридическому знанию	29	5.2%
Обучение менеджменту	22	4%
Умение работать в мультикоммуникативном пространстве	84	15.2%
Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности	46	8.3%
Развитие эмоционального мышления	56	10.1%
Обучение проектной деятельности	38	6.9%
Другое	2	0.4%
Сумма ответов	553	

Другие ответы:

- Психологи везде и повсеместно
- Множественный интеллект



17. Сущность проекта - создание специализированного центра для работы с молодежь по развитию в ней навыков инновационного типа, создание бизнес-лаборатории и информирование о мероприятиях / грантах. Какие Вы видите пути для реализации данного проекта

На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике Иркутской области	87	48.1%
В рамках бизнес-проекта	48	26.5%
На базе некоммерческой общественной организации	46	25.4%
Сумма ответов	181	



18. В случае реализации проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей, готовы ли Вы принять в нем участие

Да, готов (-а)	115	63.9%
Нет, не готов (-а)	18	9.9%
Затрудняюсь ответить	48	26.5%
Сумма ответов	181	



19. Ваши предложения и рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен)

- 1) Хорошая мотивация
 - 2) Вовлечение молодежи в участие различных проектов
 - 3) Больше давать возможностей активной молодежи участвовать в различных мероприятиях по стране и финансировать это участие
 - 4) Затрудняюсь ответить
 - 5) Проводить практические семинары на темы, которые нужны молодежи для достижения этих целей
 - 6) Разработать правовую базу поддержки молодежных инициатив на государственном уровне, выстроить четкую систему межгосударственного взаимодействия с другими ведомствами и высшими образовательными учреждениями
 - 7) Предоставлять как можно больше возможностей собственного развития (в разных областях) и вести активную, так сказать, рекламу, чтобы люди знали об этом.
 - 8) Люди не хотят что-то делать из-за лени, которая возникает из-за потраченных в пустую сил на что-то. Также это развивает их неуверенность в собственных силах. Введение работы психолога перед работой с проектом, помог бы решить эту проблему
 - 9) Развитие культуры, поддержание молодежных движений и их идей.
 - 10) Создавайте бизнес-инкубаторы в тесном сотрудничестве с университетами)
 - 11) Увеличение информированности молодежи
 - 12)
 - 13) Не говорить молодежи о каких-то абстрактных возможностях и статусах в будущем, а предлагать конкретные проекты, где молодежь сможет принимать участие и получать от этого хоть по началу небольшую, но материальную выгоду. Так же помогать в продвижении по карьерной лестнице.
 - 14) 1. Чаще проводить встречи инициативной молодежи с бизнес-лидерами
2. Оказывать содействие группам инициативных студентов/школьников в оказании хороших условий для работы в секциях
- 15) По моему мнению, Государство просто не должно вмешиваться в молодежную культуру. Это всегда ведёт к плохим последствиям. И в никаком стимулировании уж точно не нуждается. Тем более от такого государственного аппарата

- 13) Не говорить молодежи о каких-то абстрактных возможностях и статусах в будущем, а предлагать конкретные проекты, где молодежь сможет принимать участие и получать от этого хоть по началу небольшую, но материальную выгоду. Так же помогать в продвижении по карьерной лестнице.
- 14) 1. Чаще проводить встречи инициативной молодежи с бизнес-лидерами

2. Оказывать содействие группам инициативных студентов/школьников в оказании хороших условий для работы в секциях
- 15) По моему мнению, Государство просто не должно вмешиваться в молодежную культуру. Это всегда ведёт к плохим последствиям. И в никаком стимулировании уж точно не нуждается. Тем более от такого государственного аппарата который сейчас у власти. Он будет только портить молодежь.
- 16) Расширенная работа с некоммерческим сектором для привлечения грантов. Формирование активной гражданской позиции молодежи через приобщение к грантовой системе. Формирование идеально-типических моделей нравственно-достойного поведения и жизни в целом.
- 17) Пересмотреть з/п учителей и установить контроль в квалификации и подлинности образовательного процесса: крутые работают за копейку, а не очень - просто так
- 18) Затрудняюсь ответить
- 19) Больше отталкиваться от желаний, потребностей и реальных возможностей молодежи
- 20) дать возможность реализовать свои идеи

[показать все ответы](#)



20. Ваши предложения и рекомендации бизнес сообществу и некоммерческим организациям региона в стимулировании молодежи в достижении статусных возможностей (ответ не обязателен)

- 1) Интересные подходы
- 2) Создавать различные проекты для молодежи, возможно стажировки или ознакомление с работой
- 3) Рассказывать о всех новых возможностях ежемесячно (расписание наперед). Привлечение соц. сетей с красивой визуальной составляющей для привлечения внимания
- 4) Поддержка и обучение в виде практики и тп.
- 5) Делайте гранты в инновационных сферах (блокчейн: именно сама технология, роботы и т.п)
- 6) Проведение лекций, форумов, вебинаров, блогов
- 7) С
- 8) Обучать конкретным навыкам, которые помогут при осуществлении карьерного роста (творческому мышлению, нестандартному подходу и т.д.), а так же привлекать молодежь к конкретным бизнес-планам и проектам, чтобы молодежь видела результат от своей деятельности в скором времени
- 9) На личном примере показывать результат упорной работы, проводить семинары и тренинги, приглашать студентов на прохождение практики
- 10) Тут все просто. Достаточно проводить практики которые бы полностью погрузили в рабочий процесс. А молодой человек уже бы сам решил нравится ему это или нет
- 11) Повышение собственного престижа(через повышение качества рабочей среды), активное взаимодействие с молодежными организациями региона. Явкая формулировка требований к будущим сотрудникам.

- 10) Тут все просто. Достаточно проводить практики которые бы полностью погружали в рабочий процесс. А молодой человек уже бы сам решил нравится ему это или нет
- 11) Повышение собственного престижа(через повышение качества рабочей среды), активное взаимодействие с молодежными организациями региона. Ясная формулировка требований к будущим сотрудникам.
- 12) Затрудняюсь ответить
- 13) Побольше реальных советов, которые приведут к хорошим результатам
- 14) Поддерживать инициативную молодежь, помочь с реализацией идей и дать возможность трудоустройства выпускников по желанию
- 15) не лениться и не ждать с моря погоды)
- 16) Стипендии студентам от бизнес-сообщества
- 17) Проводить мастер-классы по написанию грантов
- 18) Больше мероприятий где молодежь могла бы узнать что то новое увлечься этим.
- 19) Надо
- 20) Больше информировать молодежь о проектах. Особое внимание уделить соц сетям

[показать все ответы](#)



21. Ваш пол

Мужской	152	49.8%
Женский	153	50.2%
Сумма ответов	305	



22. Ваш возраст

от 18 до 21 лет	83	27.2%
от 22 до 25 лет	79	25.9%
от 26 до 30 лет	143	46.9%
Сумма ответов	305	



23. Ваше образование на настоящий момент

Среднее	40	13.1%
Среднее специальное	18	5.9%
...



23. Ваше образование на настоящий момент

Среднее	40	13.1%
Среднее специальное	18	5.9%
Неоконченное высшее	170	55.7%
Высшее	77	25.2%
Сумма ответов	305	



24. Ваше образование

Гуманитарное	191	62.6%
Техническое	70	22.9%
Естественно-научное	44	14.4%
Сумма ответов	305	



25. Какая сфера Вашей профессиональной деятельности

Сфера государственного и муниципального управления	41	13.4%
Сфера информационных технологий	18	5.9%
Сфера торговли и услуг	20	6.6%
Сфера культуры	17	5.6%
Сфера здравоохранения	6	2%
Сфера образования и науки	82	26.9%
Сфера безопасности	4	1.3%
Сфера питания	5	1.6%
Сфера досуга	6	2%
Производственная сфера	15	4.9%
Сфера бизнеса и финансов	28	9.2%
Сфера IT-технологий	18	5.9%
Затрудняюсь ответить	27	8.9%
Пенсионер	16	5.2%

Другие
Сумма ответов 181

Другие ответы:

- сфера природопользования
- недосоциолог
- Сфера СМИ
- Земельно имущественные отношения
- Обслуживание
- Менеджмент, бизнес
- Сфера телекоммуникаций
- Сфера социальных служб
- Юриспруденция
- Охрана окружающей среды
- транспорт
- Строительство
- Юриспруденция
- Сельское хозяйство (Зоотехния)
- Медиакоммуникации



26. Ваше место жительства

Городская местность	169	93.4%
Сельская местность	12	6.6%
Сумма ответов	181	

Объяснение: Сумма ответов - это сумма всех ответов, которые выбрали респонденты в этом вопросе.
Процентное соотношение в каждом варианте ответа вычисляется делая сумму ответов вопроса на сумму ответов этого варианта.

В данном приложении представлен аналитический отчет по результатам комплексного социологического исследования на тему: «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного с апрель 2019 г. по май 2019 г.

Аналитический отчет

по результатам комплексного социологического исследования по теме выпускной квалификационной «Роль символического капитала в формировании социокультурных ценностей современной молодежи России (на примере Иркутской области)», проведенного лично автором на базе кафедры социальной философии и социологии и Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ИГУ в период с апрель 2019 г. по май 2019 г.

Общие сведения о проведенном исследовании

Социологическое исследование по основным характеристикам и результатам является базовым для выпускной квалификационной работы и носит инициативный, поисковый характер. Исследование проводилось в соответствии с целью и задачами ВКР и программой комплексного социологического исследования.

Научный руководитель ВКР – профессор кафедры социальной философии и социологии, доктор философских наук В. А. Решетников. Научный консультант по ВКР - доктор социол. наук, профессор Т. И. Грабельных.

Комплексное социологическое исследование проведено в рамках приоритетного направления НИР ИГУ - научного направления социологической лаборатории региональных проблем и инноваций (ИСН, НИЧ), Института социальных наук «Развитие социальных структур и социальных институтов в аспекте социальных взаимодействий России и современного мира» (научный руководитель – д-р социол. наук, проф. Грабельных Т.И.), утверждённого Ученым советом ИГУ (протоколы №1 от 25.09.2015, №2 от 30.10.2015) на 2015-2019 гг. Программные документы, социологический инструментарий и результаты исследования носят оригинальный характер.

Цель исследования: выявить и проанализировать систему влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной российской молодежи на примере Иркутской области.

Реализация указанной цели исследования предполагала постановку и решение следующих **приоритетных задач:**

1. Произвести категориальный анализ базовых понятий: «социокультурные ценности», «символический капитал», «молодежь»;
2. Рассмотреть современные подходы изучения основных специфик и проблем формирования социокультурных ценностей современной молодежи;
3. Представить и обосновать методики и техники социологического исследования влияния символического капитала на формирование социокультурных ценностей современной молодежи России;
4. Проанализировать динамику символического капитала и его роль в формировании социокультурных ценностей в Иркутской области: институты и агенты влияния;
5. Составить социокультурный и символический портрет молодежи Иркутской области;

6. Провести факторный анализ проблем и основных путей реализации инновационного проекта «СКМ СВ»;

7. Разработать практические рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области по стимулированию молодежи в присвоении символического капитала.

В экспертном опросе (интервьюировании) использована региональная репрезентативная выборка, отражающая распределение пропорций между профессиональными и общественными экспертами - представителями от органов власти разного уровня, бизнес структур, специализированных организаций, некоммерческого сектора, общественных структур, в том числе, осуществляющих функции общественной экспертизы, общественного контроля и общественного мониторинга (общественных палат, общественных советов) и проч. По должностному статусу эксперты отобраны по трем категориям: руководители организаций или их заместители; руководители структурных подразделений организации (служб, департаментов, отделов) или их заместители; специалисты разного уровня в организации (в том числе, главные и ведущие специалисты, эксперты, аналитики, консультанты и др.). Объем выборочной совокупности экспертов составил – 15 чел. Принципы отбора экспертов отражены в информационной базе участников экспертного интервьюирования по теме ВКР.

В опросе целевой группы использована репрезентативная выборка, включающая молодежь в возрасте от 18 до 30 лет. При объеме генеральной совокупности в 407 777 единиц, объем выборочной совокупности составил 305 чел. Статистическая погрешность не превышает 5,6 %.

Опрос проводился по двум основным каналам связи: 1) прямой опрос; 2) заполнение online-формы.

В проведении исследования (по полевым работам) оказали содействие: Шульгин Дмитрий Андреевич, и.о. начальника отдела реализации стратегических направлений государственной молодежной политики министерства по молодежной политике Иркутской области.

Методы и методика исследования

Практическая реализация поставленных задач осуществлена посредством применения таких методов социологического исследования как: статистический анализ данных; анализ документальных источников; вторичный анализ материалов социологических исследований; контент-анализ; экспертное интервьюирование; опрос населения.

Разработка программы социологического исследования и социологического инструментария осуществлялась лично автором в период с «1» октября 2019 г. по «28» января 2019 г. Полевые работы по экспертному интервьюированию проведены с «1» мая 2019 г. по «23» мая 2019 г.; опрос целевой группы методом онлайн анкетирования с «1» апреля 2019 г. по «30» апреля 2019 г. Обработка и анализ эмпирических данных осуществлены в период с «1» мая 2019 г. по «25» мая 2019 г.

Специфика содержания и применения социологического инструментария (*по экспертному интервьюированию*): вопросник высокого (среднего) уровня сложности; приблизительное время заполнения гайда составило от 15 до 25 мин.; время возврата гайд интервью по другим каналам связи от 1 до 5 дней; по результатам опроса проводился многоуровневый контроль со стороны сотрудников Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» (контроль поля, контроль качества заполнения анкет, контроль занесения данных в информационные базы).

Специфика содержания и применения социологического инструментария *по опросу целевой группы*: вопросник среднего уровня сложности; приблизительное время заполнения анкет составило от 15 до 20 мин.; время возврата анкет по другим каналам

связи от 1 до 2 дней; независимо от канала связи осуществлялась обязательная регистрация анкет; по ходу опроса проводились контрольные процедуры в соответствии с критериями качества опроса, по результатам опроса выполнен многоуровневый контроль со стороны сотрудников Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» (контроль поля, контроль качества заполнения анкет, контроль занесения данных в информационные базы).

Компьютерная обработка информации осуществлена с использованием программного обеспечения SPSS Statistics для Windows (консультант по SPSS – старший научный сотрудник СЛРПИ, канд социол.наук Н.А. Саблина). Обработка и анализ данных выполнен с использованием лицензионного продукта, версия 22.0. Полученные данные после соответствующей статистической обработки были представлены в виде таблиц и графиков процентного распределения ответов респондентов на вопросы гайд интервью / анкеты. По результатам исследования проведен общий и дифференцированный анализ.

1. ЭКСПЕРТНОЕ ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ

1.1. Социальный и профессиональный портрет эксперта

В экспертном интервьюировании приняли участие 15 чел. (100%). **В соответствии с критериями отбора участники экспертного интервьюирования** распределились в следующей пропорции:

- от органов государственной власти регионального значения – 46,6% экспертов;
- от органов общественного контроля – 13,3% экспертов;
- от специализированных организаций по профилю – 6,6% экспертов;
- от высших учебных заведений – 33,5% экспертов.

Из представленного распределения позиций видно, что в исследовании участвовали преимущественно представители экспертного сообщества органов власти муниципального уровня.

По социально-демографическому статусу в исследовании участвовало 5 мужчин (33,3%), 10 женщин (66,7%).

По должностному статусу эксперты распределились по 3 категориям:

- руководители организаций или их заместители - 7,0%;
- руководители структурных подразделений организации (служб, департаментов, отделов) или их заместители- 33,0%;
- специалисты разного уровня в организации (в том числе, главные и ведущие специалисты, эксперты, аналитики, консультанты и др.)- 60,0% %.

По стажу работы в занимаемой должности эксперты составляют 3 группы:

- менее 1 года - 0%
- от 1 до 5 лет- 60,0%;
- от 6 до 10 лет- 40,0%;

Как показало экспертное интервьюирование, согласие на участие в опросе дали преимущественно руководители и специалисты среднего звена, представляющие органы исполнительной власти Иркутской области и высшие учебные учреждения, имеющие разный стаж работы. При этом, значительная часть экспертов дали согласие на использование персональных данных в материалах исследования, что в целом характеризует их как достаточно открытую группу экспертного сообщества региона.

Исследование также показало, что по данному кругу рассматриваемых проблем меньшая часть экспертов имеет **ученую степень / звание**.

1.2. Основные выводы и результаты исследования

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да	9	60,0%
2.	Скорее да, чем нет	4	26,7%
3.	Скорее нет, чем да	2	13,3%
4.	Нет	0	0,0%
5.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
	Всего	15	100,0%

Таблица 1 показывает, что большинство экспертов считают, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения («да» - 60,0%, «скорее да, чем нет» - 26,7%). 13,3% экспертов считают, что скорее всего нет.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	13	22,4%
2.	Социальные сети	9	15,5%
3.	СМИ	8	13,8%
4.	Образование	8	13,8%
5.	Общественное мнение	5	8,6%
6.	Культура	4	6,9%
7.	Государство	4	6,9%
8.	Религия	3	5,2%
9.	Все вышеперечисленные	2	3,4%
10.	Наука	1	1,7%
11.	Экономика	1	1,7%
12.	Другое	0	0,0%
13.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
14.	Политика	0	0,0%
15.	Общественный контроль	0	0,0%
	Всего	58	100,0%

Таблица 2 показывает, что по мнению экспертов, следующие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей современной молодежи, а именно: семья (22,4%), социальные сети (15,5%), СМИ (13,8%), образование (13,8%). Так же респонденты считают, что политика (0,0%) и общественный контроль (0,0%).

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	8	22,9%
2.	Социальные сети	7	20,0%
3.	СМИ	6	17,1%
4.	Образование	4	11,4%
5.	Общественное мнение	3	8,6%
6.	Культура	3	8,6%
7.	Все вышеперечисленные	2	5,7%
8.	Экономика	1	2,9%
9.	Религия	1	2,9%
10.	Другое	0	0,0%
11.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
12.	Политика	0	0,0%
13.	Общественный контроль	0	0,0%
14.	Наука	0	0,0%
15.	Государство	0	0,0%
	Всего	35	100,0%

Анализ таблицы 3 показывает, что, по мнению экспертов, деятельность следующих социальных институтов наиболее эффективна в регионе, а именно: семья (22,9%), социальные сети (20,0%), СМИ (17,1%), образование (11,4%). Менее эффективные следующие: общественное мнение (8,6%), культура (8,6%), экономика (2,9%) и религия (2,9%). Самые не эффективные: политика, общественный контроль, наука и государство.

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Зависят ли ценностные ориентации молодежи от статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да	0	0,0%
2.	Скорее да, чем нет	3	20,0%
3.	Скорее нет, чем да	12	80,0%
4.	Нет	0	0,0%
5.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
	Всего	15	100,0%

Данная таблица свидетельствует о том, что большинство экспертов считают, что ценностные ориентации не зависят от статусных характеристик молодежи («скорее нет, чем да» - 80,0%). 20,0% экспертов считают, что, скорее всего, зависит, чем не зависит.

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими статусными характеристиками молодежь обладает на сегодняшний день?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Наличие надпрофессиональных	8	19,0%

	навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)		
2.	Статусный внешний вид	7	16,7%
3.	Наличие выгодных связей	7	16,7%
4.	Репутация / престижность индивида	4	9,5%
5.	Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	4	9,5%
6.	Экспертное влияние (важность авторитетного мнения для окружающих)	3	7,1%
7.	Другое	2	4,8%
8.	Кредит доверия к индивиду	2	4,8%
9.	Признание личных достижений представителями статусных групп	2	4,8%
10.	Наличие профессиональных навыков	1	2,4%
11.	Экономический капитал	1	2,4%
12.	Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	1	2,4%
13.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
14.	Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	0	0,0%
15.	Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	0	0,0%
16.	Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	0	0,0%
	Всего	42	100,0%

Анализ таблицы 5 показывает, что самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь по мнению экспертов, являются следующие характеристики: н Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.) (19,0%), статусный внешний вид (16,7%), наличие выгодных связей (16,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было не было получено ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что все эксперты компетентны в данном вопросе. Самые нераспространенные статусные характеристики: наличие профессиональных навыков (2,4%), экономический капитал (2,4%) и высокий уровень образования (2,4%). Так же только один респондент ответил «все вышеперечисленные варианты» (0,5%).

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	В значительной степени	3	20,0

2.	В определенной степени	8	53,3
3.	В некоторой степени	2	13,3
4.	Не оказывает влияния	0	0,0%
5.	Затрудняюсь ответить	2	13,3
	Всего	15	100,0

Анализ таблицы свидетельствует о том, что чуть больше половины экспертов считает, что символический капитал в определенной степени влияет на жизнедеятельность человека (53,3%). 20,0% респондентов считают, что символический капитал в значительной степени влияет на жизнедеятельность человека, 13,3% - в некоторой, а 0,0% респондентов - не оказывает влияния. 13,3% - затруднились ответить.

Таблица 7

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Экономические и финансовые проблемы	5	17,2%
2.	Социальное неравенство / разные стартовые возможности	4	13,8%
3.	Закрытость вертикального социального лифта	4	13,8%
4.	Сложно самостоятельно сформировать символический капитал	4	13,8%
5.	Все вышеперечисленное	3	10,3%
6.	Другое	2	6,9%
7.	Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования	2	6,9%
8.	Отсутствие мотивации у молодежи	2	6,9%
9.	Разные темпы развития регионов	2	6,9%
10.	Отсутствие семейной поддержки	1	3,4%
11.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
12.	Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования	0	0,0%
	Всего	29	100,0%

Таблица 7 показывает, что ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи по мнению экспертов, следующие проблемы: экономические и финансовые проблемы (17,2%), социальное неравенство / разные стартовые возможности (13,8%), закрытость вертикальных лифтов (13,8%) и сложность самостоятельно сформировать символический капитал (13,8%). В средней степени ключевыми проблемами являются следующие проблемы: отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования (6,9%), отсутствие мотивации у молодежи (6,9%), разные темпы развития регионов (6,9%). 10,3% ответов – все вышеперечисленные проблемы являются ключевыми, 0,0% - затрудняюсь ответить.

Таблица 8

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Сложно ли молодежи сформировать символический капитал?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да	0	0,0%
2.	Скорее да, чем нет	7	46,7%
3.	Скорее нет, чем да	3	20,0%
4.	Нет, не сложно	3	20,0%
5.	Затрудняюсь ответить	2	13,3%
	Всего	15	100,0%

Согласно данным, приведенным в таблице 8, современной молодежи региона все-таки сложно формировать символический капитал («скорее да, чем нет» - 46,7%). Также большой процент респондентов считают, что скорее все-таки не сложно, чем сложно формировать символический капитал (20,0%) и 20,0% - нет, несложно. 13,3% - затруднились ответить.

Таблица 9

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	12	23,5%
2.	Образование	10	19,6%
3.	Социальные сети	5	9,8%
4.	СМИ	5	9,8%
5.	Государство	5	9,8%
6.	Общественное мнение	4	7,8%
7.	Культура	4	7,8%
8.	Все вышеперечисленные	2	3,9%
9.	Религия	2	3,9%
10.	Политика	1	2,0%
11.	Экономика	1	2,0%
12.	Другое	0	0,0%
13.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
14.	Общественный контроль	0	0,0%
15.	Наука	0	0,0%
	Всего	51	100,0%

Таблица 9 показывает, что, по мнению экспертов, следующие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала, а именно: семья (23,5%), образование (19,6%), социальные сети (9,8%), СМИ (9,8%). Также респонденты считают, что политика (2,0%) и экономика (2,0%) практически не способствуют формированию символического капитала. 0,0% - затруднились ответить.

Таблица 10

Распределение ответов респондентов на вопрос: «В какие сферы (поля) лично Вы включены и активно взаимодействуете в них», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Социальное поле	9	22,0%
2.	Сетевые поля (социальные сети)	7	17,1%
3.	Общественное поле (некоммерческие общественные организации)	7	17,1%
4.	Образовательное поле	7	17,1%
5.	Все вышеперечисленное	4	9,8%
6.	Семейное поле	2	4,9%
7.	Экономическое поле	2	4,9%
8.	Политическое поле	2	4,9%
9.	Культурное поле	1	2,4%
10.	Другое	0	0,0%
11.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%
12.	Поле общественного контроля	0	0,0%
13.	Научное поле	0	0,0%
14.	Профессиональное поле	0	0,0%
15.	Религиозное поле	0	0,0%
	Всего	41	100,0%

Согласно данным, приведенным в таблице 10, большинство экспертов считают, что молодежь включена в следующие поля и активно в них взаимодействуют, а именно: социальное поле (22,0%), сетевое поле (17,1%), общественное поле (17,1%), образовательное поле (17,1%). Поле общественного контроля, научное и профессиональные поля самые непопулярные среди молодежи Иркутской области, их процент составил 0,0% соответственно.

Таблица 11

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие Вы видите пути для реализации данного проекта?» в зависимости от стажа работы экспертов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		менее 1 года		от 1 до 5 лет		от 6 и больше		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике	0	0,0%	1	8,3%	0	0,0%	1	6,7%
2.	В рамках бизнес-проекта	0	0,0%	7	58,3%	1	33,3%	8	53,3%
3.	На базе некоммерческой общественной организации	0	0,0%	4	33,3%	2	66,7%	6	40,0%
	Всего	0	0,0%	12	100,0 %	3	100,0 %	15	100,0 %

Из данной таблицы видно, что 58,3% экспертов со стажем работы от 1 года до 5 лет считают, что данный проект нужно реализовывать в рамках бизнес-проекта, в сравнении с

экспертами со стажем более 5 лет (33,3%) процент почти в 2 раза выше. Эксперты со стажем работы менее 1 года в исследовании участие не принимали.

Таблица 12

Распределение ответов респондентов на вопрос «Социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?» в зависимости от возраста экспертов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		от 18 до 30 лет		от 31 до 35 лет		от 36 и старше		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	Да	4	66,7%	3	50,0%	2	66,7%	9	60,0%
2.	Скорее да, чем нет	2	33,3%	2	33,3%	0	0,0%	4	26,7%
3.	Скорее нет, чем да	0	0,0%	1	16,7%	1	33,3%	2	13,3%
4.	Нет	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
5.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Всего		6	100,0%	6	100,0%	3	100,0%	15	100,0%

Анализ данной таблицы показал, что одинаковое процентное соотношение экспертов в возраст от 18 до 30 лет и от 36 лет и старше считают, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения (66,7%), в сравнении с экспертами в возраст от 31 до 35 лет (50,0%) процент выше. Также одинаковое процентное соотношение экспертов в возраст от 18 до 30 лет и от 31 до 35 лет считаю, что скорее всего отличаются, чем нет (33,3%).

Таблица 13

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Включенность в какую группу больше всего способствовало формированию социокультурных ценностей у молодежи?» в зависимости от организации, в которой работает эксперт, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента									
		Органы государственной власти регионально го значения		Органы общественного контроля		Высшие учебные заведения		Специализированные организации по профилю		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Родители и близкие родственники	3	42,9%	0	0,0%	4	80,0%	1	100,0%	8	53,3%
2.	Друзья	4	57,1%	2	100,0%	1	20,0%	0	0,0%	7	46,7%
3.	Другое	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
4.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
5.	Знакомые	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
6.	Коллеги/приятели	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

7.	Дальние родственники	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Всего		7	100,0%	2	100,0%	5	100,0%	1	100,0%	15	100,0%

Анализ данной таблицы показывает, что чуть меньше чем в два раза экспертов из высших учебных заведений (80,0%) в сравнении с экспертами из органов государственной власти регионального значения (42,9%) считают, что родители и близкие родственники способствуют в значительной мере формированию социокультурных ценностей у молодежи. В пять раз различие между экспертами из высших учебных заведений (20,0%) и органов общественного контроля (100,0%) в ответах о том, что друзья способствуют в значительной мере формированию социокультурных ценностей у молодежи.

Таблица 14

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие Вы видите пути для реализации данного проекта?» в зависимости от занимаемой должности в организации, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		Руководитель организации		Начальник / заместитель начальника отдела		Работник отдела		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	1	6,7%
2.	В рамках бизнес-проекта	0	0,0%	5	62,5%	3	50,0%	8	53,3%
3.	На базе некоммерческой общественной организации	1	100,0%	3	37,5%	2	33,3%	6	40,0%
Всего		1	100,0%	8	100,0%	6	100,0%	15	100,0%

Из данной таблицы видно, что 62,5% экспертов – начальников / заместителей начальников отделов считают, что данный проект нужно реализовывать в рамках бизнес-проекта, в сравнении с экспертами – работниками отделов (50,0%) процент выше. Эксперты со стажем работы менее 1 года в исследовании участие не принимали.

1.3. Заключение

Анализ показал, что большинство экспертов считают, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения («да» - 60,0%, «скорее да, чем нет» - 26,7%). 13,3% экспертов считают, что скорее всего нет.

Самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, по мнению экспертов, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.) (19,0%), статусный внешний вид (16,7%), наличие выгодных связей (16,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было не было получено ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что все эксперты компетентны в данном вопросе. Самые нераспространенные статусные характеристики:

наличие профессиональных навыков (2,4%), экономический капитал (2,4%) и высокий уровень образования (2,4%). Так же только один респондент ответил «все вышеперечисленные варианты» (0,5%).

По мнению экспертов, ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи, следующие проблемы: экономические и финансовые проблемы (17,2%), социальное неравенство / разные стартовые возможности (13,8%), закрытость вертикальных лифтов (13,8%) и сложность самостоятельно сформировать символический капитал (13,8%). В средней степени ключевыми проблемами являются следующие проблемы: отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования (6,9%), отсутствие мотивации у молодежи (6,9%), разные темпы развития регионов (6,9%). 10,3% ответов – все вышеперечисленные проблемы являются ключевыми, 0,0% - затрудняюсь ответить.

Большинство экспертов считают, что молодежь включена в следующие поля и активно в них взаимодействуют, а именно: социальное поле (22,0%), сетевое поле (17,1%), общественное поле (17,1%), образовательное поле (17,1%). Поле общественного контроля, научное и профессиональные поля самые непопулярные среди молодежи Иркутской области, их процент составил 0,0% соответственно.

Чуть меньше чем в два раза экспертов из высших учебных заведений (80,0%) в сравнении с экспертами из органов государственной власти регионального значения (42,9%) считают, что родители и близкие родственники способствуют в значительной мере формированию социокультурных ценностей у молодежи. В пять раз различие между экспертами из высших учебных заведений (20,0%) и органов общественного контроля (100,0%) в ответах о том, что друзья способствуют в значительной мере формированию социокультурных ценностей у молодежи.

2. ОПРОС НАСЕЛЕНИЯ

2.1. Социально-демографический портрет респондента

В опросе молодых специалистов приняли участие 305 чел.(100%). По социально-демографическому статусу в исследовании участвовало 152 мужчин (49,8%), 153 женщина (50,2%).

В данном опросе приняли участие граждане в возрасте от 18 до 30 лет. Более детальное распределение по возрасту показало, что основную долю составило молодежь в возрасте от 26 до 30 лет.

По уровню образования респонденты распределились на 4 группы:

- респонденты со средним или средне специальным образованием – 12,7%;
- респонденты со незаконченным или неполным высшим образованием – 40,3%;
- респонденты со высшим образованием - 39%;
- респонденты с вторым высшим образованием – 9%;

По месту проживания респонденты распределились на 2 категории:

- Респонденты, проживающие в городе – 85,7%;
- Респонденты, проживающие в сельской местности – 14,3%;

2.2. Основные выводы и результаты исследования

Таблица 15

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы, что молодежь в современном мире является самой активной социальной группой?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
-------	-----------------	-------------	-----------

1.	Да	128	42,0
2.	Скорее да, чем нет	156	51,1
3.	Скорее нет, чем да	11	3,6
4.	Нет	4	1,3
5.	Затрудняюсь ответить	6	2,0
	Всего	305	100,0

Таблица 15 показывает, что большинство респондентов считают, что социокультурные ценности молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения («да» - 42,0%, «скорее да, чем нет» - 51,1%). Минимальный процент респондентов считают, что нет («скорее нет, чем да» - 3,6%, «нет» - 1,3%). 2,0% опрошенных затруднились ответить.

Таблица 16

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень схожести описанной личности с Вами?» - анализ по группам ценностей, в %

п/п	Вариант ответов		Очень похож на меня		Довольно похож на меня		Немного похож на меня		Не похож на меня		Всего	
			Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %
1.	Самоутверждение	Власть / богатство	34	11,1%	111	36,4%	96	31,5%	64	21,0%	305	100,0%
2.		Достижения	82	26,9%	111	36,4%	78	25,6%	34	11,1%	305	100,0%
3.	Выход за пределы собственного «Я»	Универсализм	68	22,3%	94	30,8%	113	37,0%	30	9,8%	305	100,0%
4.		Благожелательность	122	40,0%	125	41,0%	45	14,8%	13	4,3%	305	100,0%
5.	Сохранение	Традиции	40	13,1%	79	25,9%	103	33,8%	83	27,2%	305	100,0%
6.		Конформность	93	30,5%	103	33,8%	75	24,6%	34	11,1%	305	100,0%
7.		Безопасность	96	31,5%	110	36,1%	69	22,6%	30	9,8%	305	100,0%
8.	Открытость изменениям	Гедонизм	90	29,5%	113	37,0%	78	25,6%	24	7,9%	305	100,0%
9.		Риск-новизна	68	22,3%	104	34,1%	93	30,5%	40	13,1%	305	100,0%
10.		Самостоятельность	134	43,9%	110	36,1%	48	15,7%	13	4,3%	305	100,0%

Анализ таблицы 16 показал, что самая главная ценность для молодежи Иркутской области является «самостоятельность» («очень похож на меня» - 43,9%, «довольно похож на меня» - 36,1%). Это можно охарактеризовать именно спецификой данной социальной группы, ведь молодежь осваивает новые социальные роли и старается освободиться от влияния родителей, а также современные условия, а именно мода на «демократию», усиливают значимость свободы и самостоятельность как основной социокультурной

ценности. Интересно обратить внимание на тот факт, что значимость власть, богатства («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%) и достижения («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%) находятся ниже, чем благожелательность («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%), но имеют все-таки высокие показатели (см. рис 3).

Таблица 17

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	249	18,7%
2.	Образование	200	15,0%
3.	Социальные сети	171	12,9%
4	Общественное мнение	155	11,7%
5	Культура	133	10,0%
6	СМИ	128	9,6%
7	Государство	105	7,9%
8	Религия	53	4,0%
9	Политика	35	2,6%
10	Наука	32	2,4%
11	Экономика	31	2,3%
12	Общественный контроль	19	1,4%
13	Все вышеперечисленные	13	1,0%
14	Затрудняюсь ответить	6	0,5%
15	Другое	0	0,0%
	Всего	1330	100,0%

Таблица показывает, что, по мнению респондентов, следующие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала, а именно: семья (18,7%), образование (15%), социальные сети (12,9%), общественное мнение (11,7%). Так же респонденты считают, что общественный контроль (1,4%) практически не способствует формированию символического капитала. 0,5% - затруднились ответить.

Таблица 18

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	163	15,8%
2.	Социальные сети	148	14,3%
3.	Образование	137	13,3%
4.	Общественное мнение	121	11,7%
5.	СМИ	96	9,3%
6.	Культура	94	9,1%
7.	Государство	69	6,7%
8.	Общественный контроль	35	3,4%

9.	Политика	34	3,3%
10.	Экономика	34	3,3%
11.	Затрудняюсь ответить	31	3,0%
12.	Религия	30	2,9%
13.	Наука	28	2,7%
14.	Все вышеперечисленные	13	1,3%
	Другое	0	0,0%
	Всего	1033	100,0%

Анализ таблицы показывает, что, по мнению респондентов, деятельность следующих социальных институтов наиболее эффективна в регионе, а именно: семья (15,8%), социальные сети (14,3%), образование (13,3%), общественное мнение (11,7%), СМИ (9,3%) и культура (9,1%). 3% - затруднились ответить.

Таблица 19

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Зависят ли Ваши ценностные ориентаций от статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да	69	22,6%
2.	Скорее да, чем нет	147	48,2%
3.	Скорее нет, чем да	50	16,4%
4.	Нет	22	7,2%
5.	Затрудняюсь ответить	17	5,6%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица свидетельствует о том, что большинство молодежи считает, что их ценностные ориентации зависят от статусных характеристик («да» - 22,6%, «скорее да, чем нет» - 48,2%). 16,4% респондентов считают, что, скорее всего, не зависит, чем зависит, и 7,2% респондентов считает, что вовсе не зависит. 5,6% - затруднились ответить.

Таблица 20

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	149	18,7%
2.	Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	82	10,3%
3.	Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	74	9,3%
4.	Наличие выгодных связей	69	8,7%
5.	Репутация / престижность индивида	61	7,7%
6.	Наличие профессиональных навыков	59	7,4%
7.	Затрудняюсь ответить	57	7,2%

8.	Кредит доверия к индивиду	53	6,7%
9.	Статусный внешний вид	49	6,2%
10.	Признание личных достижений представителями статусных групп	41	5,2%
11.	Экспертное влияние (важность авторитетного мнения для окружающих)	41	5,2%
12.	Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	28	3,5%
13.	Экономический капитал	17	2,1%
14.	Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	10	1,3%
15.	Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	5	0,6%
16.	Другое	0	0,0%
	Всего	795	100,0%

Анализ таблицы 20 показывает, что самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (18,7%), высокий уровень образования (10,3%), принадлежность к статусным социальным группам (9,3%) и наличие выгодных связей (8,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было получено 7,2% ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что определенный процент молодежи плохо ориентируется и разбирается в своих статусных характеристиках. Самый нераспространенной статусной характеристикой является знаки высокого социального статуса (0,6%).

Таблица 21

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Совокупность статусных характеристик образует символический капитал человека. На Ваш взгляд, в какой степени символический капитал оказывает влияние на жизнедеятельность молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	В значительной степени	87	28,5
2.	В определенной степени	145	47,5
3.	В некоторой степени	51	16,7
4.	Не оказывает влияния	5	1,6
5.	Затрудняюсь ответить	17	5,6
	Всего	305	100,0

Анализ таблицы свидетельствует о том, что чуть меньше половины респондентов считает, что символический капитал в определенной степени влияет на жизнедеятельность человека (47,5%). 28,5% респондентов считают, что символический капитал в значительной степени влияет на жизнедеятельность человека, 16,7% - в некоторой, а 1,6% респондентов - не оказывает влияния. 5,6% - затруднились ответить.

Таблица 22

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Экономические и финансовые проблемы	146	18,4%
2.	Социальное неравенство / разные стартовые возможности	117	14,7%
3.	Отсутствие мотивации у молодежи	105	13,2%
4.	Сложно самостоятельно сформировать символический капитал	97	12,2%
5.	Разные темпы развития регионов	87	10,9%
6.	Закрытость вертикального социального лифта	7	9,4%
7.	Отсутствие семейной поддержки	48	6,0%
8.	Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования	46	5,8%
9.	Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования	27	3,4%
10.	Затрудняюсь ответить	25	3,1%
11.	Все вышеперечисленное	21	2,6%
12.	Другое	1	0,1%
	Всего	795	100,0%

Таблица 22 показывает, что ключевые проблемы формирования символического капитала в современном мире, следующие проблемы: экономические и финансовые проблемы (18,4%), социальное неравенство / разные стартовые возможности (14,7%). В средней степени ключевыми проблемами являются следующие проблемы: отсутствие мотивации у молодежи (13,2%), сложно самостоятельно сформировать символический капитал (12,2%), разные темпы развития регионов (10,9%). 2,6% ответов – все вышеперечисленные проблемы являются ключевыми, 3,1% - затрудняюсь ответить.

Таблица 23

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Сложно ли лично Вам сформировать символический капитал?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да	35	11,5%
2.	Скорее да, чем нет	138	45,2%
3.	Скорее нет, чем да	85	27,9%
4.	Нет	25	8,2%
5.	Затрудняюсь ответить	22	7,2%
	Всего	305	100,0%

Согласно данным, приведенным в таблице 14, современной молодежи региона все-таки сложно формировать символический капитал («да, сложно» - 16,2%, «скорее да, чем нет» - 39,6%). Так же большой процент респондентов считают, что скорее все-таки не сложно, чем сложно формировать символический капитал (30,6%) и всего 4,5% - нет, несложно. 9,0% - затруднились ответить.

Таблица 24

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Семья	186	17,7%
2.	Образование	183	17,4%
3.	Социальные сети	110	10,4%
4.	Государство	107	10,2%
5.	Культура	95	9,0%
6.	Общественное мнение	83	7,9%
7.	Экономика	64	6,1%
8.	СМИ	59	5,6%
9.	Наука	40	3,8%
10.	Политика	28	2,7%
11.	Все вышеперечисленные	26	2,5%
12.	Религия	26	2,5%
13.	Затрудняюсь ответить	24	2,2%
14.	Общественный контроль	22	2,1%
	Всего	1053	100,0%

Таблица показывает, что, по мнению респондентов, следующие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала, а именно: семья (17,7%), образование (17,4%), социальные сети (10,4%), государство (10,2%). Так же респонденты считают, что религия (2,5%) и общественный контроль (2,1%) практически не способствуют формированию символического капитала. 2,2% - затруднились ответить.

Таблица 25

Распределение ответов респондентов на вопрос: «В какие сферы (поля) лично Вы включены и активно взаимодействуете в них», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Социальное поле	198	18,6%
2.	Образовательное поле	177	16,7%
3.	Семейное поле	145	13,6%
4.	Сетевые поля (социальные сети)	137	12,9%
5.	Культурное поле	105	9,9%
6.	Профессиональное поле	83	7,8%
7.	Общественное поле (некоммерческие общественные организации)	66	6,2%
8.	Научное поле	35	3,3%
9.	Политическое поле	32	3,0%
10.	Религиозное поле	30	2,8%
11.	Экономическое поле	23	2,2%
12.	Затрудняюсь ответить	16	1,5%
13.	Все вышеперечисленное	9	0,8%
14.	Поле общественного контроля	7	0,7%

15	Другое	0	0,0%
	Всего	1063	100,0%

Согласно данным, приведенным в таблице 21, большинство респондентов включено в следующие поля и активно в них взаимодействуют, а именно: социальное поле (18,6%), образовательное поле (16,7%), семейное поле (13,6%), сетевое поле (12,9%). Политическое поле (3,0%), религиозное (2,8%), экономическое поле (2,2%) и поле общественного контроля (0,7%) самые непопулярные среди молодежи Иркутской области. 1.5% респондентов затруднились ответить.

Таблица 26

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень схожести описанной личности с Вами. Попробуйте вспомнить периоды, когда Вы имели низкий и высокий символический капитал для себя?» - анализ по группам ценностей, в %

п/п	Вариант ответов		Очень похож на меня		Довольно похож на меня		Немного похож на меня		Не похож на меня		Всего	
			Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %	Кол. отв.	Доля в %
1.	Самоутверждение	Власть / богатство	52	17,0	92	30,2	89	29,2	72	23,6	305	100,0%
2.		Достижения	70	23,0	108	35,4	86	28,2	41	13,4	305	100,0%
3.	Выход за пределы собственного «Я»	Универсализм	43	14,1	121	39,7	97	31,8	44	14,4	305	100,0%
4.		Благожелательность	84	27,5	136	44,6	59	19,3	26	8,5	305	100,0%
5.	Сохранение	Традиции	33	10,8	97	31,8	91	29,8	84	27,5	305	100,0%
6.		Конформность	66	21,6	115	37,7	84	27,5	40	13,1	305	100,0%
7.		Безопасность	72	23,6	127	41,6	72	23,6	34	11,1	305	100,0%
8.	Открытость изменениям	Гедонизм	67	22,0	92	30,2	100	32,8	46	15,1	305	100,0%
9.		Риск-новизна	60	19,7	108	35,4	82	26,9	55	18,0	305	100,0%
10.		Самостоятельность	104	34,1	101	33,1	69	22,6	31	10,2	305	100,0%

Анализ таблицы 26 показывает, что при увеличении символического капитала происходит динамика социокультурных ценностей. Происходит резкое отрицательное изменение благожелательности как социокультурной ценностей присущей молодежи. Благожелательность в первом случае («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 14,8%, «не поход на меня» - 4,3%), благожелательность после увеличения символического капитала («очень похож на меня» - 27,5%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 19,3%, «не поход на меня» - 8,5%). То есть можно утверждать, что символический капитал отрицательно

влияет на сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он часто общается (семья и друзья), соответственно, индивидуальное благополучие становится более приоритетным. Незначительная отрицательная динамика видна по многим социокультурным ценностям.

Власть и богатство: («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случаи («очень похож на меня» - 17,0%, «довольно похож на меня» - 30,2%). Достижения: в первом случаи («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случаи («очень похож на меня» - 23,0%, «довольно похож на меня» - 35,4%). Данные изменения говорят о том, что при достаточном накоплении символического капитала значимость достижений новых высот или присвоения ещё большего количество ресурсом начинает немного повышаться или находится на том же уровне.

Универсализм («очень похож на меня» - 22,3%, «довольно похож на меня» - 30,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 14,1%, «довольно похож на меня» - 39,7%). Динамика данной социокультурной ценности говорит о снижении уровня общей толерантности ко всем окружающим, а также о спаде желания защищать всех людей и окружающую природу.

Традиции («очень похож на меня» - 13,1%, «довольно похож на меня» - 25,9%); во втором случаи («очень похож на меня» - 10,8%, «довольно похож на меня» - 31,8%). Безопасность («очень похож на меня» - 31,5%, «довольно похож на меня» - 36,5%); во втором случаи («очень похож на меня» - 23,6%, «довольно похож на меня» - 41,6%). Отрицательная динамика данного показателя говорит о снижении роли значимости традиций и обычаев, исходящих из традиционной культуры и религии. Также снижается важность безопасности и стабильности общества в целом.

Конформность («очень похож на меня» - 30,5%, «довольно похож на меня» - 33,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 21,6%, «довольно похож на меня» - 37,7%). Понижение значимости данной социокультурной ценности говорит о том, что человек начинает меньше избегать ситуаций, в которых он может навредить другим людям или нарушить общественные нормы. Это говорит о повышении значимости своих интересов, своего собственного «Я».

Таблица 27

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Включенность в какую группу больше всего способствовало формированию ваших социокультурных ценностей?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Родители и близкие родственники	46	23,7%
2.	Все вышеперечисленные	38	19,6%
3.	Друзья	38	19,6%
4.	Коллеги/приятели	35	18,0%
5.	Знакомые	19	9,8%
6.	Затрудняюсь ответить	14	7,2%
7.	Дальние родственники	3	1,5%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица показывает, что включенность в следующие группы может обеспечить формированию социокультурных ценностей, а именно: родители и близкие родственники (23,7%), друзья (19,6%), коллеги/приятели (18,0%). 19,6% респондентов выбрали вариант «все перечисленные варианты», 7,2% - затруднились ответить. Так же был представлен другой вариант ответа, а именно «руководитель или начальство».

Таблица 28

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у Вас?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Родители и близкие родственники	85	27,9%
2.	Друзья	86	28,2%
3.	Коллеги/приятели	65	21,3%
4.	Затрудняюсь ответить	55	18,0%
5.	Знакомые	11	3,6%
6.	Дальние родственники	3	1,0%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица показывает, что включенность в следующие группы может обеспечить присвоение символического капитала, а именно: родители и близкие родственники (27,9%), друзья (28,2%), коллеги/приятели (21,3%). 18,0% респондентов выбрали вариант «затрудняюсь ответить», 1,0% - дальние родственники.

Таблица 29

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Существует ли, по Вашему мнению, потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, существует	133	43,6%
2.	Скорее да, чем нет	113	37,0%
3.	Скорее нет, чем да	28	9,2%
4.	Нет, не существует	8	2,6%
5.	Затрудняюсь ответить	23	7,5%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица 29 показывает, что большая часть респондентов имеет потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области («да» - 43,6%, «скорее да, чем нет» - 37,0%). 2,6% опрошенных считают, что потребности нет, 7,5% - затруднились ответить.

Таблица 30

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во ответов	Доля ответов, в %
1.	Выработка стратегического мышления	138	15,0%
2.	Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и тд)	122	13,3%
3.	Умение работать в	120	13,0%

	мультикоммуникативном пространстве		
4.	Развитие эмоционального мышления	90	9,8%
5.	Обучение экономическому знанию	76	8,3%
6.	Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности	75	8,2%
7.	Выработка системного мышления	71	7,7%
8.	Обучение проектной деятельности	67	7,3%
9.	Обучение юридическому знанию	60	6,5%
10.	Выработка антикризисного мышления	59	6,4%
11.	Обучение менеджменту	41	4,5%
12.	Другое (множественный интеллект)	1	0,1%
	Всего	920	100,0%

Данная таблица показывает, что следующие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала: выработка стратегического мышления (15,0%), инновационные подходы овладения профессиональными навыками (13,3%), умение работать в мультикоммуникативном пространстве (13,0%). Самый нераспространенный вариант – «обучение менеджменту» (4,5%). Был получен другой вариант ответа – «множественный интеллект».

Таблица 31

Распределение ответов респондентов на вопрос: «В случае реализации проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей, готовы ли Вы принять в нем участие?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, готов (-а)	181	59,3%
2.	Нет, не готов (-а)	44	14,4%
3.	Затрудняюсь ответить	80	26,2%
	Всего	305	100,0%

Таблица 30 показывает, что больше половины респондентов готовы принять участие в данном проекте (59,3%). 14,4% не готовы участвовать. Затруднились ответить – 26,2%.

Таблица 32

Распределение ответов респондентов на вопрос: «В случае реализации проекта по разработке эффективных инструментов стимулирования молодежи в достижении статусных возможностей, готовы ли Вы принять в нем участие?», в %

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	На базе нового подведомственного учреждения министерства по молодежной политике Иркутской области	140	45,9%
2.	На базе некоммерческой общественной организации	87	28,5%
3.	В рамках бизнес-проекта	78	25,6%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица показывает, как респонденты видят дальнейшее развитие проекта, а именно на базе нового подведомственного учреждения Министерства по молодежной политике Иркутской области (45,9%), чуть меньше трети респондентов считали, что данный проект можно реализовать при помощи какой-нибудь некоммерческой организации (28,5%), остальные респонденты остались при мнении, что лучший путь развития для проекта – бизнес среда (25,6%).

Таблица 33

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Пол респондента», в

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Мужской	152	49,8%
2.	Женский	153	50,2%
	Всего	305	100,0%

Исходя из таблицы 33, можно сделать в исследовании большая часть респондентов – женщины (50,2%), мужчины составили 49,8% соответственно.

Таблица 34

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Возраст респондента», в

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	от 18 до 21 лет	83	27,2%
2.	от 22 до 25 лет	79	25,9%
3.	от 26 до 30 лет	143	46,9%
	Всего	305	100,0%

Таблица 34 показывает, что в нашем исследовании чуть меньше трети респондентов находятся в возрасте от 18 до 21 лет, что составляет 27,2%, 25,9% респондентов в возрасте от 22 до 25 лет, 46,9% - от 26 до 30 лет.

Таблица 35

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Образование респондента», в

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Среднее	40	13,1%
2.	Среднее специальное	18	5,9%
3.	Неоконченное высшее	170	55,7%
4.	Высшее	77	25,2%
	Всего	305	100,0%

Данные из приведенной выше таблицы гласят о том, что подавляющее большинство респондентов имеют неоконченное высшее (55,7%) образование, высшее (25,2%), 13,1% респондентов имеют среднее образование, 5,9% - средне-специальное.

Таблица 36

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Сфера профессиональной деятельности респондента», в

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
-------	-----------------	-------------	-----------

1.	Сфера государственного и муниципального управления	42	13,8%
2.	Сфера образования и науки	82	26,9%
3.	Затрудняюсь ответить	30	9,9%
4.	Сфера бизнеса и финансов	29	9,5%
5.	Сфера торговли и услуг	21	7,0%
6.	Сфера информационных технологий	18	5,9%
7.	Сфера IT-технологий	18	5,9%
8.	Сфера культуры	17	5,6%
9.	Производственная сфера	15	4,9%
10.	Другое (сфера природопользования; СМИ; социальная сфера; строительная сфера; транспортная сфера; сфера юриспруденции)	13	4,3%
11.	Сфера здравоохранения	6	2,0%
12.	Сфера досуга	6	2,0%
13.	Сфера питания	5	1,6%
14.	Сфера безопасности	4	1,3%
	Всего	305	100,0%

Данная таблица показывает, что 1/6 респондентов (13,8%) профессиональная сфера деятельности – сфера государственного и муниципального управления, 26,9% - сфера образования и науки, 9,9% - затруднились ответить. Минимальное количество респондентов указало сферой своей профессиональной деятельности: сферу досуга (2,0%), сферу питания (1,6%) и сферу досуга (1,3%).

Таблица 37

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Место жительства респондента», в

№ п/п	Вариант ответов	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Городская местность	248	81,3%
2.	Сельская местность	57	18,7%
	Всего	305	100,0%

Таблица 37 показывает, что в нашем исследовании подавляющее большинство респондентов проживают в городской местности (81,3%). Сельская местность (18,7%).

Таблица 38

Распределение ответов респондентов на вопрос «Социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?» в зависимости от пола респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Мужской		Женский		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Да	66	43,4%	62	40,5%	128	42,0%
2.	Скорее да, чем нет	72	47,4%	84	54,9%	156	51,1%
3.	Скорее нет, чем да	6	3,9%	5	3,3%	11	3,6%
4.	Нет	3	2,0%	1	0,7%	4	1,3%

5.	Затрудняюсь ответить	5	3,3%	1	0,7%	6	2,0%
Всего		Всего	152	100,0%	153	100,0%	305

Хи-квадрат – 4,802. Значимость – 0,308.

Анализ таблицы 38 показал, что большинство респондентов в той или иной мере считают, что социокультурные ценности молодежи отличаются от ценностей старшего поколения («да» - 42,0%, «скорее да, чем нет» - 51,1%). Мужчины в большем количестве считают, что социокультурные ценности не отличаются (мужчины – 3,9%, женщины – 0,7%). А также мужчины чаще затрудняются ответить на данный вопрос (мужчины – 3,3%, женщины – 0,7%).

Таблица 39

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию символического капитала молодежи?» в зависимости от пола респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Мужской		Женский		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Семья	80	15,2%	106	20,1%	186	17,7%
2.	Образование	91	17,3%	92	17,4%	183	17,4%
3.	Социальные сети	53	10,1%	57	10,8%	110	10,4%
4.	Государство	59	11,2%	48	9,1%	107	10,2%
5.	Культура	48	9,1%	47	8,9%	95	9,0%
6.	Общественное мнение	43	8,2%	40	7,6%	83	7,9%
7.	Экономика	35	6,7%	29	5,5%	64	6,1%
8.	СМИ	26	5,0%	33	6,3%	59	5,6%
9.	Наука	22	4,2%	18	3,4%	40	3,8%
10.	Политика	13	2,5%	15	2,8%	28	2,7%
11.	Все вышеперечисленные	15	2,9%	11	2,1%	26	2,5%
12.	Религия	15	2,9%	11	2,1%	26	2,5%
13.	Затрудняюсь ответить	9	1,7%	14	2,7%	23	2,2%
14.	Общественный контроль	15	2,9%	7	1,3%	22	2,1%
15.	Другое	1	0,2%	0	0,0%	1	0,1%
Всего		525	100,0%	528	100,0%	1053	1053

Анализ таблицы 39 показал, для женщин в большей степени семья как социальный институт способствует формированию символического капитала молодежи (женщины – 20,1%, мужчины – 15,2%). Для мужчин более значим общественный контроль в данном вопросе (мужчины – 2,9%, женщины – 1,3%). Также женщины в большей степени затруднились отвечать на данный вопрос (женщины – 2,7%, мужчины – 1,7%). По другим социальным институтам, влияющих на символический капитал молодежи, значительных изменений нет.

Таблица 40

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какими статусными характеристиками Вы обладаете на сегодняшний день?» в зависимости

от пола респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Мужской		Женский		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	73	16,9%	76	20,9%	149	18,7%
2.	Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	53	12,3%	29	8,0%	82	10,3%
3.	Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	30	7,0%	44	12,1%	74	9,3%
4.	Наличие выгодных связей	37	8,6%	32	8,8%	69	8,7%
5.	Репутация / престижность индивида	37	8,6%	24	6,6%	61	7,7%
6.	Наличие профессиональных навыков	26	6,0%	33	9,1%	59	7,4%
7.	Затрудняюсь ответить	26	6,0%	31	8,5%	57	7,2%
8.	Кредит доверия к индивиду	29	6,7%	24	6,6%	53	6,7%
9.	Статусный внешний вид	25	5,8%	24	6,6%	49	6,2%
10.	Признание личных достижений представителями статусных групп	21	4,9%	20	5,5%	41	5,2%
11.	Экспертное влияние (важность авторитетного мнения для окружающих)	23	5,3%	18	4,9%	41	5,2%
12.	Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	21	4,9%	7	1,9%	28	3,5%
13.	Экономический капитал	17	3,9%	0	0,0%	17	2,1%
14.	Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	8	1,9%	2	0,5%	10	1,3%
15.	Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	5	1,2%	0	0,0%	5	0,6%
16.	Другое	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Всего		431	100,0%	364	100,0%	795	100,0%

Анализ таблицы 40 показал, что большинство респондентов в независимости от пола обладают надпрофессиональными навыками – 18,7%, одна, женщины в большей степени обладают данной статусной характеристикой (женщины – 20,9%, мужчины – 16,9%), также женщины в большей степени принадлежат в статусным социальным группам (женщин – 12,1%, мужчины – 7,0%). Однако, в свою очередь, мужчины в большей степени считают, что обладают высоким уровнем образования (мужчины – 12,3%, женщины – 8,0%). По другим статусными характеристикам особых различий нет.

Таблица 41

Распределение ответов респондентов на вопрос «Определите ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи?» в зависимости от пола респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Мужской		Женский		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Экономические и финансовые проблемы	69	17,5%	77	19,3%	146	18,2%
2.	Социальное неравенство / разные стартовые возможности	51	12,9%	66	16,5%	117	9,7%
3.	Отсутствие мотивации у молодежи	46	11,6%	59	14,8%	105	10,0%
4.	Сложно самостоятельно сформировать символический капитал	46	11,6%	51	12,8%	97	14,0%
5.	Разные темпы развития регионов	44	11,1%	43	10,8%	87	5,5%
6.	Закрытость вертикального социального лифта	51	12,9%	24	6,0%	75	6,8%
7.	Отсутствие семейной поддержки	22	5,6%	26	6,5%	48	3,1%
8.	Отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования	24	6,1%	22	5,5%	46	4,2%
9.	Отсутствие частных программ поддержки и стимулирования	15	3,8%	12	3,0%	27	3,6%
10.	Затрудняюсь ответить	11	2,8%	14	3,5%	25	4,1%
11.	Все вышеперечисленное	15	3,8%	6	1,5%	21	1,7%
12.	Другое	1	0,3%	0	0,0%	1	0,1%
Всего		395	100,0%	400	100,0%	795	100,0%

Анализ таблицы 41 показал, что большинство респондентов (18,2%) вне зависимости от пола считают ключевой проблемой формирования символического капитала – экономические и финансовые проблемы. Интересно отметить, что для женщин

в большей степени социальное неравенство (мужчины – 12,9%, женщины – 16,5%) и отсутствие мотивации (мужчины 11,6%, женщины – 14,8%) являются проблемами. Однако, для мужчин закрытость вертикальных лифтов является более существенной проблемой, чем для женщины (мужчины – 12,9%, женщины – 6,0%). Остальные проблемы в равной степени являются актуальными для обоих полов.

Таблица 42

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи?» в зависимости от возраста респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		18-21 год		22-25 лет		26-30 лет		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	Семья	66	18,1%	61	18,2%	122	19,4%	249	18,7%
2.	Образование	53	14,6%	52	15,5%	95	15,1%	200	15,0%
3.	Социальные сети	48	13,2%	43	12,8%	80	12,7%	171	12,9%
4.	Общественное мнение	46	12,6%	39	11,6%	70	11,1%	155	11,7%
5.	Культура	43	11,8%	35	10,4%	55	8,7%	133	10,0%
6.	СМИ	36	9,9%	31	9,2%	61	9,7%	128	9,6%
7.	Государство	19	5,2%	28	8,3%	58	9,2%	105	7,9%
8.	Религия	15	4,1%	11	3,3%	27	4,3%	53	4,0%
9.	Политика	10	2,7%	8	2,4%	17	2,7%	35	2,6%
10.	Наука	11	3,0%	11	3,3%	10	1,6%	32	2,4%
11.	Экономика	7	1,9%	5	1,5%	19	3,0%	31	2,3%
12.	Общественный контроль	3	0,8%	7	2,1%	9	1,4%	19	1,4%
13.	Все вышеперечисленные	5	1,4%	2	0,6%	6	1,0%	13	1,0%
14.	Затрудняюсь ответить	2	0,5%	3	0,9%	1	0,2%	6	0,5%
15.	Другое	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Всего	364	100,0 %	336	100,0 %	630	100,0 %	1330	100,0 %

Анализ таблицы 42 показал, для большинства респондентов в независимости от возраста респондента семья преимущественно способствует формированию социокультурных ценностей молодежи (18,7%). Для респондентов в возрасте 18-21 год считают государство в меньшей степени социальным институтом, который способствует формированию социокультурных ценностей молодежи (18-21 год – 5,2%, 22-25 лет – 8,3%, 26-30 лет – 9,2%). Также для этой возрастной группы общественный контроль не является преимущественным (18-21 год – 0,8%, 22-25 лет – 2,1%, 26-30 лет – 1,4%). Остальные социальные институте примерно в равной степени являются преимущественные для всех возрастных групп.

Таблица 43

Распределение ответов респондентов на вопрос «Деятельность каких социальных институтов, по Вашему мнению, наиболее эффективна в Иркутской области?» в зависимости от возраста респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		18-21 год		22-25 лет		26-30 лет		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %

1.	Семья	46	16,3%	38	14,3%	79	16,3%	163	15,8%
2.	Социальные сети	41	14,5%	40	15,0%	67	13,8%	148	14,3%
3.	Образование	32	11,3%	36	13,5%	69	14,3%	137	13,3%
4.	Общественное мнение	33	11,7%	33	12,4%	55	11,4%	121	11,7%
5.	СМИ	33	11,7%	23	8,6%	40	8,3%	96	9,3%
6.	Культура	27	9,5%	19	7,1%	48	9,9%	94	9,1%
7.	Государство	15	5,3%	18	6,8%	36	7,4%	69	6,7%
8.	Общественный контроль	11	3,9%	11	4,1%	13	2,7%	35	3,4%
9.	Политика	8	2,8%	13	4,9%	13	2,7%	34	3,3%
10.	Экономика	8	2,8%	11	4,1%	15	3,1%	34	3,3%
11.	Затрудняюсь ответить	10	3,5%	5	1,9%	16	3,3%	31	3,0%
12.	Религия	7	2,5%	11	4,1%	12	2,5%	30	2,9%
13.	Наука	8	2,8%	6	2,3%	14	2,9%	28	2,7%
14.	Все вышеперечисленные	4	1,4%	2	0,8%	7	1,4%	13	1,3%
15.	Другое	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Всего		283	100,0%	266	100,0%	484	100,0%	1033	100,0%

Анализ таблицы 43 показал, что большинство респондентов в независимости от возраста считают, что в Иркутской области семья является самым эффективным социальным институтом (15,8%), однако, респонденты в возрасте от 22-25 лет в меньшей степени считают семью эффективной, чем остальные (18-21 год – 16,3%, 22-25 лет – 14,3%, 26-30 лет – 16,3%). Для респондентов от 26-30 лет социальные сети в большей степени считают эффективными, чем остальные возрастные группы, однако, показатель все равно высокий (18-21 год – 14,5%, 22-25 лет – 15,0%, 26-30 лет - 13,8%). Такая же ситуация и с политикой как социальный институт (18-21 год – 2,8%, 22-25 лет – 4,9%, 26-30 лет – 2,7%). Остальные социальные институте примерно в равной степени являются преимущественные для всех возрастных групп.

Таблица 44

Распределение ответов респондентов на вопрос «Существует ли потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?» в зависимости от возраста респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		18-21 год		22-25 лет		26-30 лет		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	Да, существует	28	33,7%	29	36,7%	76	53,1%	133	43,6%
2.	Скорее да, чем нет	33	39,8%	31	39,2%	49	34,3%	113	37,0%
3.	Скорее нет, чем да	12	14,5%	8	10,1%	8	5,6%	28	9,2%
4.	Нет, не существует	1	1,2%	6	7,6%	1	0,7%	8	2,6%
5.	Затрудняюсь ответить	9	10,8%	5	6,3%	9	6,3%	23	7,5%
Всего		83	100,0%	79	100,0%	143	100,0%	305	100,0%

Chi-квadrat – 22,614. Значимость – 0, 004.

Анализ таблицы 44 показал, что большинство респондентов в независимости от возраста в той или иной степени имеют потребности в выработке новых инструментов, способствующих стимуляции молодежи Иркутской области («да, существует» - 43,6%, «скорее да, чем нет» - 37,0%). Преимущественно согласны с этим молодежь в возрасте от 26-30 лет (18-21 год – 33,7%, 22-25 лет – 36,7%, 26-30 лет – 53,1%). Эта же возрастная группа в меньшей степени ответила «скорее нет, чем да» (18-21 год – 14,5%, 22-25 лет – 10,1%, 26-30 лет – 5,6%). Остальные ответы примерно в равной степени являются преимущественные для всех возрастных групп.

Таблица 45

Распределение ответов респондентов на вопрос «В случае реализации проект, готовы ли Вы принять в нем участие?» в зависимости от возраста респондентов, в %

№ п/п	Варианты ответов	Возраст респондента							
		18-21 год		22-25 лет		26-30 лет		Всего	
		Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %	Кол-во чел.	Доля в %
1.	Да, готов (-а)	48	57,8%	46	58,2%	87	60,8%	181	59,3%
2.	Нет, не готов (-а)	11	13,3%	15	19,0%	18	12,6%	44	14,4%
3.	Затрудняюсь ответить	24	28,9%	18	22,8%	38	26,6%	80	26,2%
Всего		Всего	83	100,0 %	79	100,0 %	143	100,0 %	305

Хи-квадрат – 2,248. Значимость – 0,690.

Анализ таблицы 45 показал, что чуть больше половины респондентов независимо от возраста готовы принять участие в данном инновационном проекте (59,3%). Молодежь в возрасте от 22 до 25 лет преимущественно не готовы принять участие в проекте (18-21год – 13,3%, 22-25 лет – 19,0%, 26-30 лет – 12,6%). Остальные ответы примерно в равной степени являются преимущественные для всех возрастных групп.

Таблица 46

Распределение ответов респондентов на вопрос «Включенность в какие группы может обеспечить присвоение символического капитала у Вас?» в зависимости от места жительства респондента, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Городская местность		Сельская местность		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Родители и близкие родственники	70	28,2%	15	26,3%	85	18,2%
2.	Коллеги/приятели	58	23,4%	7	12,3%	65	14,0%
3.	Друзья	66	26,6%	20	35,1%	86	10,0%
4.	Дальние родственники	1	0,4%	2	3,5%	3	9,7%
5.	Знакомые	7	2,8%	4	7,0%	11	5,5%
6.	Затрудняюсь ответить	46	18,5%	9	15,8%	55	6,8%
7.	Другое	0	0,0%	0	0,0%	0	3,1%
Всего		Всего	248	100,0%	57	100,0%	305

Хи-квадрат – 10,925. Значимость – 0, 053.

Анализ таблицы 46 показал, большинство респондентов в независимости от места жительства считают, что родители и близкие родственники помогут обеспечить присвоение символического капитала молодежи (18,2%). Городское население в большей степени считает, что коллеги / приятели влияют на присвоение символического капитала (городское население – 23,4%, сельское население – 12,3%). Однако, сельское население считает знакомых в большей степени влияющих на присвоение символического капитала (сельское население – 7,0%, городское население 2,8%), но процент все равно невелик. Остальные группы распределены примерно в одинаковом процентном соотношении в зависимости от места жительства.

Таблица 47

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие инновационные инструменты будут эффективны в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала?» в зависимости от места жительства респондента, в %

№ п/п	Варианты ответов	Пол респондента					
		Городская местность		Сельская местность		Всего	
		Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %	Кол-во ответов	Доля в %
1.	Выработка стратегического мышления	111	15,0%	27	19,9%	138	18,2%
2.	Инновационные подходы овладения профессиональными навыками (дистанционное обучение и тд)	99	13,4%	23	9,5%	122	9,7%
3.	Умение работать в мультикоммуникативном пространстве	104	14,0%	16	8,9%	120	10,0%
4.	Развитие эмоционального мышления	71	9,6%	19	16,1%	90	14,0%
5.	Обучение экономическому знанию	65	8,8%	11	4,1%	76	5,5%
6.	Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности	58	7,8%	17	6,0%	75	6,8%
7.	Выработка системного мышления	55	7,4%	16	3,2%	71	3,1%
8.	Обучение проектной деятельности	55	7,4%	12	4,5%	67	4,2%
9.	Обучение юридическому знанию	44	5,9%	16	3,0%	60	3,6%
10.	Выработка антикризисного мышления	47	6,3%	12	3,6%	59	4,1%
11.	Обучение менеджменту	31	4,2%	10	1,4%	41	1,7%
12.	Другое	1	0,1%	0	7,1%	1	6,5%
Всего		741	100,0%	179	100,0%	920	100,0%

Анализ таблицы 47 показал, что большинство респондентов в независимости от места жительства отметили выработку стратегического мышления, как один из лучших

инструментов в стимуляции молодежи в присвоении символического капитала (18,2%). Однако, сельское население в большей степени так считает (городское население – 15,0%, сельское население – 19,9%). Такая же ситуация и с развитием эмоционального мышления (городское население – 9,6%, сельское население – 16,1%). Стоит отметить, что городское население в большей степени, чем сельское считает инновационные подходы овладения профессиональными навыками (городское население 13,4%, сельское население – 9,5%) и умение работать в мультикоммуникативном пространстве (городское население – 14,0%, сельское население – 8,9%).

2.3. Заключение (краткие итоги)

Самая главная ценность для молодежи Иркутской области является «самостоятельность» («очень похож на меня» - 43,9%, «довольно похож на меня» - 36,1%). Это можно охарактеризовать именно спецификой данной социальной группы, ведь молодежь осваивает новые социальные роли и старается освободиться от влияния родителей, а также современные условия, а именно мода на «демократию», усиливают значимость свободы и самостоятельность как основной социокультурной ценности. Интересно обратить внимание на тот факт, что значимость власть, богатства («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%) и достижения («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%) находятся ниже, чем благожелательность («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%), но имеют все-таки высокие показатели (см. рис 3).

Большинство молодежи считает, что их ценностные ориентации зависят от статусных характеристик («да» - 22,6%, «скорее да, чем нет» - 48,2%). 16,4% респондентов считают, что, скорее всего, не зависит, чем зависит, и 7,2% респондентов считают, что вовсе не зависит. 5,6% - затруднились ответить.

Самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (18,7%), высокий уровень образования (10,3%), принадлежность к статусным социальным группам (9,3%) и наличие выгодных связей (8,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было получено 7,2% ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что определенный процент молодежи плохо ориентируется и разбирается в своих статусных характеристиках. Самый нераспространенной статусной характеристикой является знаки высокого социального статуса (0,6%).

При увеличении символического капитала происходит динамика социокультурных ценностей. Происходит резкое отрицательное изменение благожелательности как социокультурной ценностей присущей молодежи. Благожелательность в первом случае («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 14,8%, «не поход на меня» - 4,3%), благожелательность после увеличения символического капитала («очень похож на меня» - 27,5%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 19,3%, «не поход на меня» - 8,5%). То есть можно утверждать, что символический капитал отрицательно влияет на сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он часто общается (семья и друзья), соответственно, индивидуальное благополучие становится более приоритетным. Незначительная отрицательная динамика видна по многим социокультурным ценностям.

Власть и богатство: («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случае («очень похож на меня» - 17,0%, «довольно похож на меня» - 30,2%). Достижения: в первом случае («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%); во втором случае («очень похож на меня» - 23,0%, «довольно похож на меня» - 35,4%). Данные изменения говорят о том, что при достаточном накоплении символического капитала значимость достижений новых высот или присвоения ещё

большого количество ресурсом начинает немного повышаться или находится на том же уровне.

Универсализм («очень похож на меня» - 22,3%, «довольно похож на меня» - 30,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 14,1%, «довольно похож на меня» - 39,7%). Динамика данной социокультурной ценности говорит о снижении уровня общей толерантности ко всем окружающим, а также о спаде желания защищать всех людей и окружающую природу.

Традиции («очень похож на меня» - 13,1%, «довольно похож на меня» - 25,9%); во втором случаи («очень похож на меня» - 10,8%, «довольно похож на меня» - 31,8%). Безопасность («очень похож на меня» - 31,5%, «довольно похож на меня» - 36,5%); во втором случаи («очень похож на меня» - 23,6%, «довольно похож на меня» - 41,6%). Отрицательная динамика данного показателя говорит о снижении роли значимости традиций и обычаев, исходящих из традиционной культуры и религии. Также снижается важность безопасности и стабильности общества в целом.

Конформность («очень похож на меня» - 30,5%, «довольно похож на меня» - 33,8%); во втором случаи («очень похож на меня» - 21,6%, «довольно похож на меня» - 37,7%). Понижение значимости данной социокультурной ценности говорит о том, что человек начинает меньше избегать ситуаций, в которых он может навредить другим людям или нарушить общественные нормы. Это говорит о повышении значимости своих интересов, своего собственного «Я».

3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Таблица 48

Распределение ответов на вопрос «Социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во ответов	Доля, в %	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Да	9	60,0%	128	42,0%
2.	Скорее да, чем нет	4	26,7%	156	51,1%
3.	Скорее нет, чем да	2	13,3%	11	3,6%
4.	Нет	0	0,0%	4	1,3%
5.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	6	2,0%
	Всего	15	100,0%	305	100,0%

Анализ таблицы 48 показал, что мнение экспертов и респондентов в вопросе отличия социокультурных ценностей современной молодежи от ценностей старшего поколения примерно схожи. Согласны с этим (эксперты – 60,0%, население – 42,0%), скорее согласны, чем нет (эксперты – 26,7%, население 51,1%). Однако, стоит заметить, что 13,3% экспертов ответили «скорее нет, чем да», население – 3,6%.

Таблица 49

Распределение ответов на вопрос «Какие социальные институты преимущественно способствуют формированию социокультурных ценностей молодежи?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во ответов	Доля, в %	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Семья	13	22,4%	249	18,7%
2.	Социальные сети	9	15,5%	171	12,9%

3.	СМИ	8	13,8%	128	9,6%
4	Образование	8	13,8%	200	15,0%
5	Общественное мнение	5	8,6%	155	11,7%
6	Культура	4	6,9%	133	10,0%
7	Государство	4	6,9%	105	7,9%
8	Религия	3	5,2%	53	4,0%
9	Все вышеперечисленные	2	3,4%	13	1,0%
10	Наука	1	1,7%	32	2,4%
11	Экономика	1	1,7%	31	2,3%
12	Другое	0	0,0%	0	0,0%
13	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	6	0,5%
14	Политика	0	0,0%	35	2,6%
15	Общественный контроль	0	0,0%	19	1,4%
	Всего	58	100,0%	1330	100,0%

Анализ таблицы 49 показал, что эксперты и население согласны с тем, что семья преимущественно способствует формированию социокультурных ценностей современной молодежи (эксперты – 22,4%, население – 18,7%). Немного мнения отличают в отношении социальных сетей (эксперты – 15,5%, население 12,9%), СМИ (эксперты 13,8%, население – 9,6%) и образования (эксперты – 13,8%, население – 15,0%). Остальные позиции примерно одинаково представлены экспертами и населением.

Таблица 50

Распределение ответов на вопрос «Зависят ли ценностные ориентации молодежи от статусных характеристик (образование, престиж, честь, признание, власть, экспертное влияние, принадлежность к той или иной статусной группе, выгодные связи, репутация, внешность и т.д.)?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во ответов	Доля, в %	Кол-во ответов	Доля, в %
1.	Да	0	0,0%	69	22,6%
2.	Скорее да, чем нет	3	20,0%	147	48,2%
3.	Скорее нет, чем да	12	80,0%	50	16,4%
4.	Нет	0	0,0%	22	7,2%
5.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	17	5,6%
	Всего	15	100,0%	305	100,0%

Анализ таблицы 50 показал, что мнение экспертов и респондентов в вопросе зависимости ценностных ориентаций молодежи от статусных характеристик значительно отличаются. Ответ «да» дали 0,0% экспертов, 22,6%; «скорее да, чем нет» 20,0% экспертов и 48,2% населения. Подавляющее количество экспертов считают, что скорее всего не зависят (80,0%), однако, население ответило лишь 16,4%. 5,6% населения затруднились ответить.

Таблица 51

Распределение ответов на вопрос «Какими статусными характеристиками молодежь обладает на сегодняшний день?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во ответов	Доля, в %	Кол-во ответов	Доля, в %

1.	Наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.)	8	19,0%	149	18,7%
2.	Статусный внешний вид	7	16,7%	49	6,2%
3.	Наличие выгодных связей	7	16,7%	69	8,7%
4.	Репутация / престижность индивида	4	9,5%	61	7,7%
5.	Принадлежность к статусным социальным группам/сообществам	4	9,5%	74	9,3%
6.	Экспертное влияние (важность авторитетного мнения для окружающих)	3	7,1%	41	5,2%
7.	Другое	2	4,8%	0	0,0%
8.	Кредит доверия к индивиду	2	4,8%	53	6,7%
9.	Признание личных достижений представителями статусных групп	2	4,8%	41	5,2%
10.	Наличие профессиональных навыков	1	2,4%	59	7,4%
11.	Экономический капитал	1	2,4%	17	2,1%
12.	Высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков	1	2,4%	82	10,3%
13.	Затрудняюсь ответить	0	0,0%	57	7,2%
14.	Знаки высокого социального статуса («Народный артист России», «Заслуженный деятель культуры» и т.д.)	0	0,0%	5	0,6%
15.	Принадлежность к элите (политической, экономической, региональной и т.д.)	0	0,0%	10	1,3%
16.	Доступность к реализации властных полномочий в разных сферах	0	0,0%	28	3,5%
	Всего	42	100,0%	795	100,0%

Анализ таблицы 51 показал, что эксперты и население согласны с тем, что молодежь на сегодняшний день имеет надпрофессиональные навыки (эксперты – 19,0%, население – 18,7%). Мнение экспертов и населения сильно разнятся в отношении следующих статусных характеристик: статусный внешний вид (эксперты – 16,7%, население 6,2%), наличие выгодных связей (эксперты – 16,7%, население – 8,7%), наличие профессиональных навыков (эксперты – 2,4%, население 7,4%) и высокий уровень образования (эксперты – 2,4%, население – 10,3%). Остальные позиции примерно одинаково представлены экспертами и населением.

Таблица 52

Распределение ответов на вопрос «Существует ли потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Выработка стратегического мышления	9	22,5%	138	15%
2.	Инновационные подходы овладения профессиональными навыками	7	17,5%	122	13%

	(дистанционное обучение и т.д.)				
3.	Умение работать в мультимедийном пространстве	5	12,5%	120	13%
4.	Развитие эмоционального мышления	4	10,0%	90	10%
5.	Обучение экономическому знанию	1	2,5%	76	8%
6.	Обучение работы в социальных сетях и компьютерной грамотности	0	0,0%	75	8%
7.	Выработка системного мышления	2	5,0%	71	8%
8.	Обучение проектной деятельности	9	22,5%	67	7%
9.	Обучение юридическому знанию	1	2,5%	60	7%
10.	Выработка антикризисного мышления	2	5,0%	59	6%
11.	Обучение менеджменту	0	0,0%	41	4%
12.	Другое (множественный интеллект)	0	0,0%	1	0%
	Всего	40	100,0	920	100%

Анализ таблицы 52 показал, что самые главные потребности у молодежи в инновационных инструментах следующие: выработка стратегического мышления (население – 15%; эксперты – 22,5%), инновационные подходы овладения профессиональными навыками (население – 13%; эксперты – 17,5%), умение работать в мультимедийном пространстве (население – 13%; эксперты – 12,5%), развитие эмоционального мышления (население – 10,0%; эксперты – 10,0%). Интересно отметить, что мнения экспертов и населения не совпадают в вопросе обучения проектной деятельности (население – 7%; эксперты – 22,5%).

Таблица 53

Распределение ответов на вопрос «В случае реализации проект, готовы ли Вы принять в нем участие?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение экспертов		Мнение населения	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, готов (-а)	6	40,0%	181	59,3%
2.	Нет, не готов (-а)	5	33,3%	44	14,4%
3.	Затрудняюсь ответить	4	26,7%	80	26,2%
	Всего	15	100,0%	305	100,0%

Анализ таблицы 53 показал, что готовы принять участие в проекте (население – 59,3%; эксперты – 40,0%), гораздо меньше не готовы (население – 14,4%; эксперты – 33,3%), однако количество экспертов равняется трети, что говорит о безучастности или сверхзанятости. 26,2% населения и 26,7% экспертов затруднились ответить.

Таблица 54

Распределение ответов на вопрос «Существует ли потребность в выработке новых инструментов, способствующих стимулированию молодежи Иркутской области в присвоение символического капитала?», в %

№ п/п	Варианты ответов	Мнение населения		Мнение экспертов	
		Кол-во чел.	Доля, в %	Кол-во чел.	Доля, в %
1.	Да, существует	133	43,6%	5	33,3%
2.	Скорее да, чем нет	113	37,0%	10	66,7%

3.	Скорее нет, чем да	28	9,2%	0	0%
4.	Нет, не существует	8	2,6%	0	0%
5.	Затрудняюсь ответить	23	7,5%	0	0%
	Всего	305	100,0	15	100,0

Из таблицы 54 видно, что все эксперты в той или иной мере согласны с тем, что инновационные инструменты стимулирования молодежи в Иркутской области в присвоении символического капитала необходимы («да, существует» - 33,3%; «скорее да, чем нет» - 66,7%). Подавляющее большинство населения также согласны с тем, что данные инструменты необходимы региону («да, существует» - 43,6%; «скорее да, чем нет» - 37,0%). Всего лишь 11,8% молодежи сказали, что потребности в выработке инновационных инструментов нет («скорее нет, чем да» - 9,2%; «нет, не существует» - 2,6%). 7,5% респондентов затруднились ответить.

ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ показал, что большинство экспертов считают, что социокультурные ценности современной молодежи принципиально отличаются от ценностей старшего поколения («да» - 60,0%, «скорее да, чем нет» - 26,7%). 13,3% экспертов считают, что скорее всего нет.

Самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, по мнению экспертов, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (навыки речи, организация собственного времени, лидерство, эмпатия и т.д.) (19,0%), статусный внешний вид (16,7%), наличие выгодных связей (16,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было не было получено ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что все эксперты компетентны в данном вопросе. Самые нераспространенные статусные характеристики: наличие профессиональных навыков (2,4%), экономический капитал (2,4%) и высокий уровень образования (2,4%). Так же только один респондент ответил «все вышеперечисленные варианты» (0,5%).

По мнению экспертов, ключевые проблемы формирования символического капитала молодежи, следующие проблемы: экономические и финансовые проблемы (17,2%), социальное неравенство / разные стартовые возможности (13,8%), закрытость вертикальных лифтов (13,8%) и сложность самостоятельно сформировать символический капитал (13,8%). В средней степени ключевыми проблемами являются следующие проблемы: отсутствие государственных программ поддержки и стимулирования (6,9%), отсутствие мотивации у молодежи (6,9%), разные темпы развития регионов (6,9%). 10,3% ответов – все вышеперечисленные проблемы являются ключевыми, 0,0% - затрудняюсь ответить.

Большинство экспертов считают, что молодежь включена в следующие поля и активно в них взаимодействуют, а именно: социальное поле (22,0%), сетевое поле (17,1%), общественное поле (17,1%), образовательное поле (17,1%). Поле общественного контроля, научное и профессиональные поля самые непопулярные среди молодежи Иркутской области, их процент составил 0,0% соответственно.

Самая главная ценность для молодежи Иркутской области является «самостоятельность» («очень похож на меня» - 43,9%, «довольно похож на меня» - 36,1%). Это можно охарактеризовать именно спецификой данной социальной группы, ведь молодежь осваивает новые социальные роли и старается освободиться от влияния родителей, а также современные условия, а именно мода на «демократию», усиливают значимость свободы и самостоятельность как основной социокультурной ценности. Интересно обратить внимание на тот факт, что значимость власть, богатства («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%) и достижения («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%) находятся ниже, чем

благожелательность («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%), но имеют все-таки высокие показатели (см. рис 3).

Большинство молодежи считает, что их ценностные ориентации зависят от статусных характеристик («да» - 22,6%, «скорее да, чем нет» - 48,2%). 16,4% респондентов считают, что, скорее всего, не зависит, чем зависит, и 7,2% респондентов считает, что вовсе не зависит. 5,6% - затруднились ответить.

Самыми распространенными статусными характеристиками, которыми обладает молодежь, являются следующие характеристики: наличие надпрофессиональных навыков (18,7%), высокий уровень образования (10,3%), принадлежность к статусным социальным группам (9,3%) и наличие выгодных связей (8,7%). Примечательно для данного вопроса тот факт, что на него было получено 7,2% ответов «Затрудняюсь ответить», что говорит о том, что определенный процент молодежи плохо ориентируется и разбирается в своих статусных характеристиках. Самый нераспространенной статусной характеристикой является знаки высокого социального статуса (0,6%).

При увеличении символического капитала происходит динамика социокультурных ценностей. Происходит резкое отрицательное изменение благожелательности как социокультурной ценностей присущей молодежи. Благожелательность в первом случае («очень похож на меня» - 40,0%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 14,8%, «не поход на меня» - 4,3%), благожелательность после увеличения символического капитала («очень похож на меня» - 27,5%, «довольно похож на меня» - 41,0%, «немного поход на меня» - 19,3%, «не поход на меня» - 8,5%). То есть можно утверждать, что символический капитал отрицательно влияет на сохранение и повышение благополучия людей, с которыми он часто общается (семья и друзья), соответственно, индивидуальное благополучие становится более приоритетным. Незначительная отрицательная динамика видна по многим социокультурным ценностям.

Власть и богатство: («очень похож на меня» - 11,1%, «довольно похож на меня» - 36,4%,); во втором случае («очень похож на меня» - 17,0%, «довольно похож на меня» - 30,2%,). Достижения: в первом случае («очень похож на меня» - 26,9%, «довольно похож на меня» - 36,4%,); во втором случае («очень похож на меня» - 23,0%, «довольно похож на меня» - 35,4%,). Данные изменения говорят о том, что при достаточном накоплении символического капитала значимость достижений новых высот или присвоения ещё большего количество ресурсом начинает немного повышаться или находится на том же уровне.

Универсализм («очень похож на меня» - 22,3%, «довольно похож на меня» - 30,8%,); во втором случае («очень похож на меня» - 14,1%, «довольно похож на меня» - 39,7%,). Динамика данной социокультурной ценности говорит о снижении уровня общей толерантности ко всем окружающим, а также о спаде желания защищать всех людей и окружающую природу.

Традиции («очень похож на меня» - 13,1%, «довольно похож на меня» - 25,9%,); во втором случае («очень похож на меня» - 10,8%, «довольно похож на меня» - 31,8%,). Безопасность («очень похож на меня» - 31,5%, «довольно похож на меня» - 36,5%,); во втором случае («очень похож на меня» - 23,6%, «довольно похож на меня» - 41,6%,). Отрицательная динамика данного показателя говорит о снижении роли значимости традиций и обычаев, исходящих из традиционной культуры и религии. Также снижается важность безопасности и стабильности общества в целом.

Конформность («очень похож на меня» - 30,5%, «довольно похож на меня» - 33,8%,); во втором случае («очень похож на меня» - 21,6%, «довольно похож на меня» - 37,7%,). Понижение значимости данной социокультурной ценности говорит о том, что человек начинает меньше избегать ситуаций, в которых он может навредить другим людям или нарушить общественные нормы. Это говорит о повышении значимости своих интересов, своего собственного «Я».

Эксперты и население согласны с тем, что семья преимущественно способствует формированию социокультурных ценностей современной молодежи (эксперты – 22,4%, население – 18,7%). Немного мнения отличают в отношении социальных сетей (эксперты – 15,5%, население 12,9%), СМИ (эксперты 13,8%, население – 9,6%) и образования (эксперты – 13,8%, население – 15,0%). Остальные позиции примерно одинаково представлены экспертами и населением.

Также эксперты и население согласны с тем, что молодежь на сегодняшний день имеет надпрофессиональные навыки (эксперты – 19,0%, население – 18,7%). Мнение экспертов и населения сильно разнятся в отношении следующих статусных характеристик: статусный внешний вид (эксперты – 16,7%, население 6,2%), наличие выгодных связей (эксперты – 16,7%, население – 8,7%), наличие профессиональных навыков (эксперты – 2,4%, население 7,4%) и высокий уровень образования (эксперты – 2,4%, население – 10,3%). Остальные позиции примерно одинаково представлены экспертами и населением.

Было выявлено, что при увеличении символического капитала у молодежи значимее становятся следующие социокультурные ценности: индивидуализм, эгоцентризм, внутренняя гармония, влияние, самоуважение, самодисциплина, право на уединение, сдержанность. Соответственно, если выработать систему воспитания и образования с ориентацией на положительные для общества ценности, а, впоследствии, внедрить в нее систему постепенного присвоения символического капитала путем предоставления возможностей со стороны государства, бизнес-сообществ и некоммерческих организаций, то возможно положительное воздействие на молодежь и перспективное развитие региона, государства в целом.

Самые значимые ценности для современной молодежи Иркутской области на сегодняшний день являются следующие: верность (преданный друзьям, группе), честность (откровенный, искренний), полезность (работающий на благо других), ответственность (надежный, заслуживающий доверия), прощение (стремящийся прощать другого), свобода (свобода мыслей и действий), креативность (уникальность, богатое воображение), самостоятельность (надеющийся на себя, самодостаточный), любознательность (интересующийся всем, пытливый).

В проведенном исследовании были выявлены основные статусные характеристики молодежи Иркутской области, которые оставляют ее символический капитал. На сегодняшний день молодежь обладает следующими статусными характеристиками: наличие надпрофессиональных навыков, высокий уровень образования / наличие профессиональных навыков, принадлежность к статусным социальным группам/сообществам, наличие выгодных связей.

Был разработан инновационный проект, целью которого является обоснование необходимости создания специализированного центра для молодежи, основной деятельностью которого будет помощь молодежи в достижении статусных возможностей.

В ходе исследования были разработаны рекомендации министерству по молодежной политике Иркутской области. Самыми главными мерами улучшения положений дел в молодежной сфере региона и молодежи в целом можно выделить следующие: поддержка талантливой молодежи, в том числе финансовая, грантовая, дополнительные стипендиальные программы для студентов, выработать систему обратной связи с молодежью, информирование молодежи о возможностях, разработать систему мотивации молодежи, прекращение формального подхода в работе с молодежью.

Автор комплексного
социологического исследования
по теме ВКР

В. Д. Загородний

Научный руководитель ВКР:
заведующий кафедрой социальной философии
и социологии, доктор философских наук
профессор.....

В. А. Решетников

Научный консультант ВКР:
профессор кафедры социальной философии
и социологии, доктор социологических наук,
профессор

Т.И. Грабельных

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

(обязательное)

В данном приложении представлена Программа по определению методики оценки эффективности государственных программ (на примере государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019-2024 годы)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций

**Оценка эффективности государственной программы Иркутской области
«Развитие культуры» на 2019 - 2024 годы**
Программа по определению методики оценки эффективности государственных
программ

Выполнила:
студент 4 курса, группы 15411
по дисциплине
«Экспертно-аналитическая деятельность»
Загородний В. Д.

Руководитель:
профессор кафедры социальной
философии и социологии ИСН ИГУ,
доктор социологических наук,
профессор
Грабельных Т.И.

Иркутск, 2019

Культура в ее фундаментальном понимании лежит в основе самоидентификации народа, т.е. в отождествлении гражданином себя с историей страны, с ее героическими военными и трудовыми подвигами, нравственными и духовными идеалами. В данном документе указывается на ценностно-формирующее влияние православия, русского языка и русской культуры на традицию дружественных межнациональных отношений в нашем многонациональном государстве. Путь к более высокому качеству общества видится через «формирование нравственной, ответственной, самостоятельно мыслящей, творческой личности», воспитание патриотизма, через передачу новым поколениям «свода моральных, этических и эстетических ценностей, составляющих ядро национальной самобытности».

Целью Государственной программы является развитие культурного потенциала личности и общества в целом.

Для достижения цели Государственной программы необходимо решение следующих задач:

1) Эффективное использование средств областного бюджета, предоставляемых на поддержку культурной деятельности и архивного дела бюджетам муниципальных образований Иркутской области, включающее в себя совершенствование нормативной правовой базы предоставления межбюджетных трансфертов, обеспечение целевого и адресного характера предоставления средств бюджетов иных уровней муниципальным образованиям Иркутской области, учета внебюджетных источников финансирования деятельности муниципальных учреждений при определении объемов предоставляемых межбюджетных трансфертов за счет средств областного бюджета, оптимизацию механизма контроля за исполнением обязательств муниципальными образованиями Иркутской области при исполнении основных мероприятий;

2) Создание единого культурного пространства Иркутской области, понимаемое как создание единого правового и финансового механизма, обеспечивающего деятельность учреждений – участников Государственной программы, сохранение за учреждениями права на творческую самостоятельность с учетом необходимости удовлетворения потребности населения Иркутской области в мероприятиях (услугах, работах) различной творческой направленности и сохранения качества предоставляемых услуг и работ, предусмотренного соответствующими стандартами и (или) государственными заданиями учреждений. Выполнение данной задачи также связано с выделением средств на развитие деятельности учреждения, включая поддержание и обновление материально-технической базы, в зависимости от достигнутых показателей объема и качества предоставляемых учреждений услуг (выполняемых работ);

3) Совершенствование государственной региональной политики в сфере культуры, архивного дела и сохранения национальной самобытности предполагает оптимизацию управленческих и контрольных функций, осуществляемых ответственным исполнителем Государственной программы и участниками Государственной программы, связанную с необходимостью обеспечения хозяйственной и творческой самостоятельности участников Государственной программы.

К целевым показателям, характеризующим достижение цели и решение задач Государственной программы, относятся:

1. Доля архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области (хранящихся в государственных и муниципальных архивах Иркутской области), находящихся в нормативных условиях, обеспечивающих их постоянное (вечное) хранение, по отношению к общему количеству архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области;

2. Доля объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, находящихся в удовлетворительном состоянии, в общем количестве объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации федерального, регионального значения и выявленных

объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Иркутской области;

3. Удовлетворенность населения качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере культуры;

4. Число участников культурно-досуговых мероприятий;

5. Число участников мероприятий в области сохранения и развития национальной самобытности народов, традиционно проживающих на территории Усть-Ордынского Бурятского округа.

Целевые показатели Государственной программы были сформированы на основании требований действующего законодательства к деятельности органов государственного управления. Значения целевых показателей Государственной программы определяются на основании фактических данных о деятельности ответственного исполнителя, участников Государственной программы в году, предшествующему году начала реализации Государственной 16 программы, с учетом необходимости обеспечения исполнения функций, возложенных на соответствующие исполнительные органы государственной власти Иркутской области федеральным и областным законодательством.

В рамках данной программы описана возможная методика оценки планируемой эффективности государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019 - 2024 годы для оценки эффективности реализации Госпрограммы, определения планируемого вклада результатов Госпрограммы в обеспечение сбалансированного развития субъектов Российской Федерации.

В основе экспертного анализа лежит метод экспертных оценок, который осуществляется с помощью «многокритериальных числовых шкал». Применение подобного метода позволит рассчитать оценку предполагаемого эффекта от реализации государственной программы, и сформулировать рекомендации по целесообразности реализации (или отклонения) данной государственной программы.

В основу предложенной методики были положены следующие *принципы*:

1. адаптивности к меняющимся социально-экономическим, правовым нормам;
2. универсальности и доступности применения;
3. комплексности подхода;

Порядок организации и проведения экспертизы государственной программы предусматривает следующие *этапы*:

- 10) разработка критериев оценки эффективности программы;
- 11) разработка инструментария для экспертов;
- 12) разработка критериев отбора экспертов;
- 13) формирование списка экспертов;
- 14) проведение экспертизы с помощью «многокритериальных числовых шкал»;
- 15) анализ и обработка результатов;
- 16) получение итоговой оценки программы;
- 17) подготовка рекомендаций по реализации (или отклонению) Госпрограммы.

Проведение оценки эффективности государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019 - 2024 годы включает следующие этапы:

10. *Разработка инструментария, включающего критерии эффективности программы;*

Представляется важным для оценки эффективности рассматриваемого документа выделить следующие критерии:

6. степень актуальности проблемы;
7. степень четкости формулировки поставленной цели;
8. степень соответствия проблемы социально-экономическим приоритетам региона;

9. степень новизны Программы;
10. уровень организации программных мероприятий;
11. уровень финансового обеспечения программы;
12. степень соответствия программы нормативно-правовым актам;
13. степень риска реализации Программы;
14. степень перспективности Программы;
15. способность запланированных Программой мероприятий реализовать поставленную цель;
16. внесение изменений Программой в ситуацию на рынке труда.

Каждый критерий эксперту предлагается оценить по пятибалльной шкале.

11. *Разработка критериев отбора экспертов;*

Для анализа исследуемого документа выделены следующие основные критерии отбора экспертов:

1. Степень компетентности эксперта;
2. Стаж работы в занимаемой должности;
3. Репутационный капитал;
4. Личностные качества;
5. Высокий уровень общей эрудиции;
6. Участие в специализированных советах, комиссиях и т.п.
12. *Формирование списка экспертов;*

Список формируется в соответствии с разработанными критериями, представленными в пункте 2.

13. *Проведение исследования;*

14. *Анализ результатов и получение результата;*

Подсчет баллов по всем критериям и сведение их в единую экспертную оценку.

15. *Разработка практических рекомендаций по реализации или отклонению Программы.*

В соответствии с полученными результатами исследования, составляется перечень рекомендаций. В случае получения высокой или средней экспертной оценки, могут быть предложены дополнительные рекомендации по реализации программы. В случае низкой экспертной оценки, разрабатываются рекомендации по отклонению Программы, либо предлагаются новые пути ее реализации.

Критерии оценки эффективности государственной программы Иркутской области «Развитие культуры» на 2019 - 2024 годы

Оценка эффективности Программы проводится на основании:

1. Сопоставления планируемых и фактически достигнутых 4 целевых показателей:

1. Доля архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области (хранящихся в государственных и муниципальных архивах Иркутской области), находящихся в нормативных условиях, обеспечивающих их постоянное (вечное) хранение, по отношению к общему количеству архивных документов, относящихся к государственной собственности Иркутской области;

2. Доля объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, находящихся в удовлетворительном состоянии, в общем количестве объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации федерального, регионального значения и выявленных объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Иркутской области;

3. Удовлетворенность населения качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере культуры;

4. Число участников культурно-досуговых мероприятий;

5. Число участников мероприятий в области сохранения и развития

национальной самобытности народов, традиционно проживающих на территории Усть-Ордынского Бурятского округа.

Целевые показатели Государственной программы были сформированы на основании требований действующего законодательства к деятельности органов государственного управления. Значения целевых показателей Государственной программы определяются на основании фактических данных о деятельности ответственного исполнителя, участников Государственной программы в году, предшествующему году начала реализации Государственной 16 программы, с учетом необходимости обеспечения исполнения функций, возложенных на соответствующие исполнительные органы государственной власти Иркутской области федеральным и областным законодательством.

По формуле:

$$\text{Эп} = \text{Фп} / \text{Пп} \times 100\%,$$

где:

Эп - эффективность реализации соответствующего показателя;

Фп - фактическое значение показателя, достигнутое в ходе реализации Программы;

Пп - плановое значение показателя, утвержденное Программой.

При значении показателей эффективности Программы от 80% до 100% и более эффективность реализации Программы признается высокой, при значении менее 80% - низкой.

2. Сопоставления целевых показателей по направлениям программных мероприятий, рассчитанных исходя из нормативов доступности государственных услуг в области содействия занятости населения и численности участников программных мероприятий, сложившихся в предыдущие годы

Оценка эффективности реализации показателей Программы определяется по формуле:

$$\text{Э (п.1-10)} = \text{Ф (п.1-10)} / \text{П(п.1-10)} * 100\%$$

где Э (п.1-10) - эффективность реализации соответствующего показателя;

Ф (п.1-10) - фактическое значение показателя, достигнутое в ходе реализации Программы;

П (п.1-10) - плановое значение показателя, утвержденное Программой.

Степень достижения ожидаемых результатов планируется измерять на основании сопоставления фактических значений целевых показателей с их плановыми значениями. Сопоставление значений целевых показателей производится по каждому расчетному (плановому) показателю.

При значении показателей эффективности Программы от 80% до 100% и более эффективность реализации Программы признается высокой, при значении менее 80% - низкой [2].

Одной из проблем при реализации как государственной, так и ведомственно - целевой является оценка возможных рисков реализации данной программы. Ведь в современном глобализирующемся мире это один из важных аспектов, который может изменить курс развития программы так и вообще сделать реализацию ее невозможной. Именно поэтому была разработана система оценки рисков реализации программы.

Оценка рисков реализации Программы:

Внутренние риски	1. Сложности передачи полномочий в сфере культуры с уровня городских и сельских поселений на уровень муниципальных районов, которая законодательно не является обязательной, но управленчески необходима, т.к. обеспечить финансирование и мониторинг результатов деятельности поселений Иркутской области, являющихся учредителями муниципальных учреждений культуры (438 юридических лиц) силами ответственного исполнителя не представляется возможным.
------------------	--

Внешние риски	1. Правовые риски, связанные с изменением бюджетного законодательства, законодательства в сфере государственного управления
	2. Финансовые риски, связанные с возникновением бюджетного дефицита и недостаточным вследствие этого уровнем бюджетного финансирования
	3. Административные риски, связанные с неэффективным взаимодействием ответственного исполнителя с участниками Государственной программы, среди которых 4 главных распорядителя бюджетных средств.
Возможные последствия	1. Ограниченностью кадрового потенциала исполнительных органов государственной власти Иркутской области сферы культуры, принимающих участие в Государственной программе.
	2. Финансовое обеспечение реализации Программы в полном объеме, позволит достичь ожидаемые конечные результаты реализации Программы.
	3. Административные риски, связанные с неэффективным взаимодействием ответственного исполнителя с участниками Государственной программы может повлечь за собой изменение методик софинансирования расходных обязательств органов местного самоуправления по осуществлению полномочий в сфере культуры из областного бюджета с учетом практики их применения, что потребует внесения изменений в Программу и ее дополнительное финансирование.

Таким образом, методы, указанные выше могут системно оценить эффективность данной программы, выявить слабые стороны, которые необходимо усовершенствовать и необходимо указать наиболее сильные стороны, которые выдвигаются неким приоритетом программы. Необходимо также отметить важность оценки рисков реализации Программы. Прогнозирование в данном случае играет одну из важнейших ролей.

В данном приложении представлен бланк экспертной оценки для проведения оценки эффективности государственная программа Иркутской области, утвержденной постановлением Правительства Иркутской области от 1 ноября 2018 года № 797-пп «Молодежная политика» на 2019-2024 годы и диапазоны их измерения рамках подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра. Социологический инструментарий носит оригинальный характер.

ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук
Кафедра социальной философии и социологии
Социологическая лаборатория региональных проблем и инноваций
Тел. (3952) 521-561, 8-914-919-07-77

Экспертные оценки

Приглашаем Вас принять участие в экспертном оценивании эффективности государственная программа Иркутской области, утвержденной постановлением Правительства Иркутской области от 1 ноября 2018 года № 797-пп «Молодежная политика» на 2019-2024 годы.

Полученные данные будут использованы в научных и прикладных целях. Выберите тот балл, в соответствии со шкалой оценки, который считаете правильным.

Заранее благодарим за сотрудничество!

Критерии для оценки эффективности государственная программа Иркутской области, утвержденной постановлением Правительства Иркутской области от 1 ноября 2018 года № 797-пп «Молодежная политика» на 2019-2024 годы и диапазоны их измерения.

1. Оцените, пожалуйста, уровень развития молодежной политики в Иркутской области (по пятибалльной шкале, где 1 - низкий уровень развития, 5 – высокий уровень развития)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Дайте, пожалуйста, оценку степени новизны Программы (по пятибалльной шкале, где 1-не обладает новизной, 5 – результаты исследования будут являться новыми и востребованными).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Оцените, пожалуйста, степень актуальности Программы (по пятибалльной шкале, где 1 — Программа не актуальна, 5 – реализация Программы обладает высоким социально-экономическим эффектом)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Оцените, пожалуйста, степень соответствия ведомственной целевой программы системе приоритетов социально-экономического и культурного развития Иркутской области (по пятибалльной шкале, где 1-низкая степень

соответствия, 5- высокая степень соответствия ВЦП в системе приоритетов социально-экономического развития региона)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Ваша оценка степени проработанности Программы (по пятибалльной шкале, где 1 - низкая степень проработанности, 5 – высокая)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Дайте, пожалуйста, оценку уровня реализации мероприятий ведомственной целевой программы (по пятибалльной шкале, где 1 – мероприятия, разработанные в Программе, не реализуются, 5 – мероприятия реализуются в полном объеме)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. Оцените, пожалуйста, уровень финансового обеспечения программы (где 1 – финансовое обеспечение недостаточное, 5 – достаточный уровень финансового обеспечения)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Ваша оценка эффективности бюджетных затрат на реализацию программных мероприятий (по пятибалльной шкале, где 1-неэффективные затраты бюджета, 5 – эффективные затраты)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Оцените, пожалуйста, степень риска реализации программы (где 1 – риски почти отсутствуют, 5 – высокая степень рисков)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. Ваша оценка степени общественной признанности результатов, полученных при реализации Программы (по пятибалльной шкале, где 1 - низкая степень общественного признания, 5 – высокая степень общественного признания)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. Дайте оценку, пожалуйста, социально-психологических аспектов внедрения результатов Программы (возможности адаптации с точки зрения целевых групп) (по пятибалльной шкале, где 1-низкая, 5 –высокая)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. Дайте оценку, пожалуйста, степени влияния внешних (политические, экономические, демографические, социальные, географические и др.) рисков на реализацию Программы (по пятибалльной шкале, где 1-низкая степень влияния, 5 – высокая степень)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. Дайте оценку, пожалуйста, степени влияния внутренних (техническая оснащенность, уровень квалификации сотрудников и др.) рисков на реализацию Программы (по пятибалльной шкале, где 1-низкая степень влияния, 5 –высокая степень)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Спасибо за участие в нашем исследовании!