

© 2023 г.

ЛИ ЦЗЯНЬХУЭЙ

ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

ЦЗЯНЬХУЭЙ Ли – аспирант факультета социологии, Санкт-Петербургский государственный университет (st068366@student.spbu.ru).

Аннотация. В статье изучается изменение жизненных ценностей молодежи в Китае и в России за последние 30 лет по двум возрастным когортам. Результаты ценностной социализации молодых поколений двух стран оценивались по данным волн лонгитюдного международного исследования ценностей двух поколений: 1) поколение молодых людей, родившихся в 1966 г. (проводилось в 1995–1998 гг.); 2) поколение молодых людей, родившихся в 1991 г. (проводилось по той же методике в 2017–2020 гг.). Изучение данных показало, что традиционные СМИ, а также появившиеся благодаря Интернету новые медиа являются важными факторами, влияющими на изменение ценностей молодежи от поколения к поколению. У современной российской и китайской молодежи изменились семейные ценности и карьерные установки по сравнению с поколением их родителей. Подтверждено, что ценность образования российской и китайской молодежи растет, но существенно возрастает также значимость гедонистических ценностей.

Ключевые слова: социальное поколение • молодежь • социализация • социальные ценности • СМИ • Интернет • реклама

DOI: 10.31857/S013216250026385-6

На ценностную социализацию молодежи влияют семья, школа, система образования, работа, СМИ. В разных социальных и культурных условиях под воздействием разных факторов социализации возникают различия в ценностях поколений. В статье рассмотрены изменения ценностных ориентаций двух поколений в РФ и КНР: а) возрастная когорта людей, родившихся в 1991 г. или немного раньше, б) возрастная когорта людей, родившихся в 1966 г. Формирование разделяемых этими двумя поколениями ценностей изучается на фоне их общей современности с учетом влияния эпохи, национальных особенностей и обстоятельств развития их стран. Каковы эти обстоятельства?

Ситуация в Китае и России: общий фон. В 1978 г. в Китае начались реформы, сопровождавшиеся переходом страны к открытости, что влекло за собой изменение ценностей общества [Ван Мэн, 2018]. Стратегия китайских реформ состояла в соединении преимуществ планово-распределительной и рыночной моделей функционирования экономики. В ходе реформ формировались рыночные механизмы стимулирования производительного труда, легализовалась частная собственность, ослаблялась монополия госсектора, были созданы благоприятные условия функционирования и доступа на мировые рынки коллективных и частных предприятий. Эти меры привели к подъему экономики и значительному

Исследование выполнено при поддержке Китайского совета по стипендиям (中国留学基金委, <http://www.csc.edu.cn>).

повышению уровня жизни населения в условиях устойчивого роста ВВП. Под влиянием роста материального потребления самосознание молодых людей быстро менялось, свобода выбора образа жизни и стилей поведения становилась значительно шире. В то же время усилились индивидуализм и потребительство. Рост доходов и растущий разрыв в распределении материальных благ привели к тому, что новое поколение молодых людей в ходе социализации сталкивается с заметным неравенством стартовых условий, а их личные усилия не могут покрыть разницу в доходах с капитала и от личного труда.

В России в 1991 г. началась серия радикальных реформ в экономике. Из-за изъянов приватизации, сокращения государственной поддержки и уменьшения госзаказов многие прежние промышленные предприятия перестали существовать либо были перепрофилированы. В 1992–1998 гг. гиперинфляция обесценивала трудовые сбережения значительной части населения России. Получение доходов от частного предпринимательства и коммерции было связано с высоким риском из-за роста преступности и коррупции. Многие люди, ранее работавшие в научно-технической сфере, в промышленности, в сельском хозяйстве, потеряли работу, что, возможно, еще больше повлияло на стремления молодежи делать иную карьеру, чтобы больше заработать. Ситуация стала меняться в начале XXI в.: произошла стабилизация российской экономики, наступил постепенный экономический подъем.

В современном Китае и в России молодые люди и их родители ныне живут в структурно схожих условиях. В Китае в период реформ и открытости (с 1978 г.) на них сильнее, чем в РФ, влияла традиционная национальная культура, конкурирующая с западной культурой [Бао Дунмин, 2003]. В обеих странах для старшего поколения социалистическая культура была повседневностью. В России и в Китае среди молодежи актуальный жизненный опыт постепенно стал существенно отличаться от жизненного опыта их родителей, в том числе под влиянием новых СМИ и новых возможностей коммуникации: книги и телевидение дополнились коммуникацией в сети Интернет.

Методологические замечания и постановка задачи. Обобщая исследования влияния новых СМИ и соцсетей, профессор Линь Сяньдун (факультет социологии Хэйлунцзянского университета в Китае) отмечает, что онлайн-взаимодействие меняет традиционные социальные связи молодых людей, приводит к дефициту очных контактов, все больше замещает их информацией из «вторых рук». При использовании новых медиа отправитель информации может скрывать свою личность, играть несколько ролей, лукавить, не рискуя быть замеченным в этом [Линь Сяньдун, 2021]. Следовательно, влияние старых и новых СМИ на молодежь может быть как благотворным, так и негативным (как и других агентов социализации).

Мы ограничимся рассмотрением влияния новых медиа на ценности молодежи в сравнении с поколением родителей, то есть с «бывшей» молодежью одним поколением ранее. Для этого мы воспользуемся результатами исследования влияния СМИ, проведенного немецкой исследовательницей М. Бергхаус, которая считает, что факторы влияния СМИ делятся на три уровня. На первом уровне она сравнивает влияние социального окружения и СМИ на получателя информации. Оказалось, что влияние социального окружения сильнее, чем влияние СМИ. Если возникают сомнения в правдивости информации из СМИ, то обращаются к тем, кому доверяют, то есть к непосредственному социальному окружению. Второй уровень влияния – сам вид СМИ и СМК, сравниваемый с влиянием его содержания. На этом уровне массовой коммуникации вид СМИ имеет большее влияние, чем его содержание (что обнаружил Маклюэн). Например, молодежь использует в основном Интернет для получения информации. По сравнению с традиционными СМИ (телевидение, газеты, радио), Интернет влияет на молодежь больше, чем на старшее поколение, независимо от содержания сайтов. Содержание составляет третий уровень анализа влияния СМИ, который образуют темы и мнения (оценки экспертов) передаваемого сообщения, общедоступной информации. На этом уровне сами темы влияют больше, чем мнения экспертов, высказываемые в СМК. Например, когда мы знакомимся со статьёй, нас сначала

интересует её заголовок, а затем мы читаем её. Если выводы статьи вызывают сомнения, мы, как правило, не связываясь с автором, обратимся к эксперту [Головин, 2012].

С учетом концепции Бергхаус мы рассмотрим изменение ценностей молодых поколений в Китае и в России по сравнению с поколением их родителей (у которых в годы юности не было Интернета) и соотнесем эти изменения с различием в источниках массовой информации. Для определения социальных ценностей поколений молодежи мы привлекаем данные Мирового исследования ценностей, в частности, о семье, о карьере, об образовании и о гедонизме (World Values Survey, далее – WVS)¹. Структура данных WVS, его «волн» соотнесена с двумя поколениями молодежи в двух странах (рис. 1). Под поколениями далее понимаются возрастные группы людей, принадлежащие по рождению к одному временному периоду (демографы их именуют возрастными когортами). Это люди, относящиеся к одной популяции, родившиеся в одно время и пережившие вместе важнейшие события жизни страны. Выделены поколение № 1 (условно именуется поколением родителей) и поколение № 2 (условно именуется поколением детей). Молодежь поколения № 1 в обеих странах (сбор данных Wave 3 WVS выполнен в 1995–1998 гг.) родилась примерно в 1966 г. или годом ранее. Его представители примерно в 1973 г. поступили в социалистическую школу, в 1984 г. окончили ее в канун общественных реформ, а потом стали работать или учиться дальше. В 1996 г. им было уже 30 лет, но Интернета еще не было. На их ценности влияли семья, школа, работа, институт, политика, газеты и телевизор. В 2022 г. им было 56 лет или около того, они стали пользоваться Интернетом, будучи взрослыми.

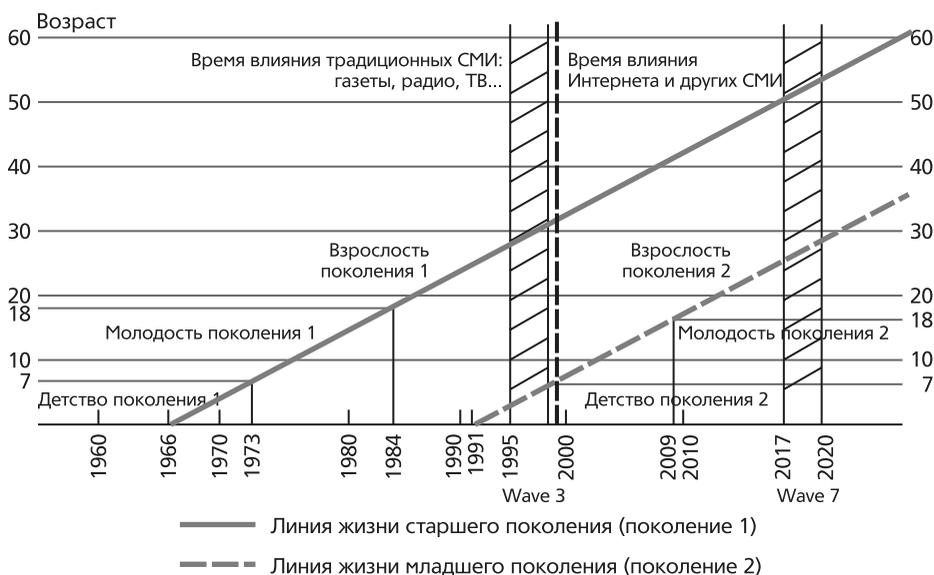


Рис. 1. Молодежь двух поколений в КНР и в РФ

Примечание. Показаны линии жизни поколений, сопоставленные с волнами W3 и W7 Мирового исследования ценностей (WVS). К 1966 г. относится то время, когда родилось большинство представителей поколения 1 (родители современной молодежи). В 1973 г. это поколение начало посещать школу. 1984 г. – окончило её. 1991 г. – рождение годовичных возрастных когорт поколения 2 (современная молодежь), 1988 г. – молодежь поколения 2 пришла в школу, 2009 г. – окончила школу; (Все годы имеют некоторый разброс) 1995–1998 гг. – волна сбора данных W3 WVS, 2017–2022 гг. – волна сбора данных W7 WVS.

¹ World Values Survey. (2022) URL: <http://www.worldvaluessurvey.org> (accessed 22.09.2022).

Таблица 1

Важность семьи, карьеры и гедонизма для китайской и российской молодежи и поколения ее родителей (возраст опрошенных до 29 лет в разные годы сбора данных), в % от числа опрошенных*

Варианты ответа респондента	Волна WVS, страна			
	1995–1998 (W3)		2017–2020 (W7)	
	Китай	Россия	Китай	Россия
<i>Важность семьи</i>				
Очень важно	73,6	80,2	87,6	77,3
Довольно важно	24,8	16,5	12,2	20,9
Не очень важно	0,9	2,5	0,3	1,3
Совсем не важно	0,2	0,5	–	0,6
Не знаю	0,5	0,3	–	–
<i>Важность карьеры</i>				
Очень важно	64,1	46,4	40,3	49
Довольно важно	30,8	42,9	50,2	39,8
Не очень важно	3,5	9,1	6,8	8,5
Совсем не важно	0,5	0,8	1,7	2,0
Не знаю	1,2	0,8	0,9	0,7
<i>Важность гедонизма</i>				
Очень важно	9,7	30,5	20,4	47,3
Довольно важно	43,3	46,7	51,8	44
Не очень важно	40,3	19,8	27,3	7,4
Совсем не важно	4,9	2,2	0,1	0,6
Не знаю	1,9	0,8	0,3	0,6

Источник: *Здесь и далее источник табличных данных: Мировое исследование ценностей (World Values Survey. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org>).

Молодежь поколения № 2 в КНР и в РФ (сбор данных Wave 7 WVS выполнен в 2017–2020 гг.). Представители этой когорты родились в 1991 г. или немного ранее. Они пошли в школу в 1998 г. в период реформ, окончили её в 2009 г., затем учились в институте, университете или шли работать. Среди них значительно увеличилась доля людей с высшим образованием. Эта молодежь использовала Интернет с детства и со школьных лет. В 2022 г. им было за 30 лет, но по отношению к поколению № 1 они условно названы поколением детей.

На рис. 1 показаны линии жизни поколений № 2 и № 1 в КНР и в РФ, отмечены штриховкой волны сбора данных о ценностях молодежи W3 и W7 WVS. С учетом этого рисунка, соответствующего методу Age-Period-Cohort-Analysis (APC-Analysis) [Young, Land, 2013] – разновидности когортного анализа – анализа эффектов возраста, периода и когорты, включая проблему разделения этих эффектов за счет исключения эффекта возраста, так как ценностная социализация совершается в основном в молодости, это позволяет опираться на вторичный анализ данных WVS.

Предполагается, что у молодежи поколения № 1 на ценности больше влияют семья, школа, работа, учеба в институте, политическая система и политический курс руководства страны, газеты и телевизор, а на ценности молодежи поколения № 2 влияют все названные факторы и агенты социализации, а также сильно влияют Интернет и коммуникация в его сфере.

Мы выполнили вторичный анализ данных WVS и обнаружили следующие ценности, которых придерживаются поколения (табл. 1).

Некоторые результаты сравнения изменения ценностей поколений. В Китае количество молодых людей, которые думают, что «семья очень важна», значительно увеличивается при переходе от молодежи в поколении № 1 к молодежи в поколении № 2. Количество молодых людей, считающих, что «семья не важна», в поколении № 1 было ничтожно малым (0,2%), а в поколении № 2 оказалось равным нулю. Отсюда следует, что семья становится все важнее в ценностях китайского общества. В России количество молодых людей, которые считают, что «семья очень важна», с переходом от поколения № 1 к поколению № 2 снижается на 2,9%, а количество людей, которые считают, что она «относительно важна», соответственно увеличивается на 4,4%. Итак, важность семьи отражается в ценностях молодых россиян по двум поколениям в тенденции от очень важного к менее важному. Проявление этих тенденций объяснимо, *во-первых*, культурно-историческими традициями. В традиционной китайской культуре семья выступает основной ячейкой производства, поскольку китайское аграрное общество существовало на протяжении очень долгого времени, и в китайских сельских общинах земледельческий труд был в основном совместным трудом членов одной семьи, что является главной причиной того, что у китайцев чувство семьи проявляется столь сильно. *Во-вторых*, сохраняется верность концепции, выраженной в сентенции Конфуция: «Молодые люди должны дома проявлять почтительность к родителям, а вне его – уважительность к старшим, серьезно и честно относиться к делу, безгранично любить народ и сближаться с человеколюбивыми людьми»², и китайцы предпочитают рассматривать поколения как единое целое, похожее на «семейную» структуру. Российское общество подверглось гораздо более сильному влиянию западных ценностей, имевших свою историю формирования. В западном обществе были Ренессанс и промышленная революция, в нем возникли капитализм, индивидуализм и конкуренция с акцентом на личный успех. Родители в странах Запада, в отличие от Китая, часто считают, что дети, став взрослыми, должны идти работать и жить самостоятельно, а не оставаться с ними.

Мы также рассматриваем влияние СМИ как усилителя этих культурных социальных факторов. По сравнению с телевидением и радио, которые работают для неопределенного получателя [Луман, 2005: 9], Интернет постоянно передает больший объем информации, адресованный каждому пользователю лично, следовательно, оказывает больше влияния на социализацию каждого молодого человека, чем прежде это делали ТВ, радио, газеты и книги. Если молодежь старшего поколения в обеих странах смотрит телевизор и читает газеты, то молодёжь младшего поколения получает информацию в основном из Интернета и сама участвует в её создании.

Хотя Интернет широко используется в обеих странах, современные китайские семьи менее подвержены его влиянию и по-прежнему ценят традиционную семейную жизнь. Кроме того, контроль за Интернетом в Китае более строгий, а контроль за информацией – более жесткий. В содержании информации в китайском Интернете ведущую роль играют основные ценности китайской культуры.

В России информация более доступна через Интернет, она распространяется среди молодежи более свободно. Запад продвигает через Интернет ценности, которые больше ориентированы на свободу и индивидуализм, и эти ценности сильнее влияют на российскую молодежь, чем на китайскую. Возможно, что по этой причине снизилась доля молодых россиян, считающих, что «семья очень важна».

В Китае число молодых людей, полагающих, что карьера является «очень важной», уменьшилось (напомним, что речь идет о молодежи поколений № 1 и № 2), в то время как число молодых людей, считающих её «довольно важной», значительно увеличилось, а число молодых людей, полагающих, что карьера «не очень важна» и «совсем не важна», также увеличилось. Таким образом, мы видим, что в ценностях китайской молодежи

² См.: Конфуций. Лунь Юй. Изречения. Гл. I, б.

«карьера» переходит от «очень важной» к «довольно важной», «не очень важной» и даже к «совсем не важной».

В России ситуация обратная. Число молодых людей, считающих карьеру «очень важной», увеличилось на 2,6%, в то время как число тех, кто считает ее «довольно важной», уменьшилось на 3,1%, а число молодых людей, считающих ее «неважной», также уменьшилось на 0,6%. Это свидетельствует о тенденции изменения карьерных ценностей российской молодежи от «довольно важных» и «неважных» к «очень важным», то есть об усвоении обществом капиталистических трудовых ценностей.

В России и в Китае от поколения № 1 к поколению № 2 резко увеличилось число молодых людей, считающих гедонизм «очень важным», и значительно уменьшилось число молодых людей, считающих его «не очень важным». С учетом того, что в традиционных культурах конфуцианства и буддизма (Китай), православия и ислама (РФ) никакого гедонизма нет, мы можем видеть сдвиг в ценностях молодых людей в России и Китае от гедонизма как «не очень важного» к «очень важному» при сравнении двух поколений.

Выводы. В целом, согласно нашим результатам, наблюдается новый «поколенческий сдвиг» в ценностных ориентациях молодежи двух стран. Изменения в ценностях молодежи, как правило, совпадают и следуют за социально-экономическими и социально-политическими событиями в обоих обществах, то есть связаны с общим эффектом исторического периода (в терминах APC-Analysis). При этом в рамках наших данных СМИ и Интернет оказались важным фактором, влияющим на изменение ценностей молодежи от поколения к поколению.

В ходе изучения данных Мирового исследования ценностей (WVS) выяснилось, что среди молодежи в Китае значение семейных ценностей с середины 1990-х до 2018–2020-х гг. еще более укрепилось. В России они, напротив, демонстрируют тенденцию перехода от очень важных к менее важным. В ценностях китайской молодежи карьера варьирует от очень важной до довольно важной, не очень важной и даже совсем не важной. В России наблюдается обратная тенденция: среди молодежи от середины 1990-х гг. к концу второго десятилетия XXI в. карьерные ценности меняются от довольно важных и не важных к очень важным. В этом проявляется различие между национальными традициями и культурами, а современные СМИ лишь усиливают его.

Развитие новых СМИ расширило горизонты молодых людей, предоставило им доступ к новым знаниям. Все больше знаний и информации предоставляет Интернет, что, как следует из данного исследования, также содействует повышению образовательного уровня молодежи в обеих странах. В то же время фрагментация реальности, развлечения и огромное количество информации в обществе потребления и эпохи Интернет завершили исторически длительное разрушение традиционного социального порядка и его норм, открыли ворота к принятию гедонистических ценностей, которыми изобилует Интернет. Однако в ценностях молодежи гедонизма не очень много. Она стремится к жизненному успеху и к высокому качеству жизни, предпочитая работу, которая интересна, и уделяя немало внимания отдыху, удовольствиям и развлечениям. Это не означает гедонизма в точном смысле слова.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бао Дунмин. Сравнение и анализ ценностей двух поколений в современном Китае // Официальный сайт «Китайское образование» (鲍东明. 现代中国两代人价值观的比较与分析 // 中国官方网站中国教育2003). URL: <http://www.ruiwen.com/news/14631.htm> (дата обращения: 22.09.2022).
- Ван Мэн. Исследование механизмов изменения ценностей китайской молодежи за последние 40 лет реформ и открытости // Современные молодежные исследования, 2018. С. 31–36. (王萌. 改革开放四十年中国青年价值观变迁机制研究 // 当代青年研究, 2018 : 第31–36页).
- Головин Н.А., Петренко П.А. Теория социальной коммуникации Н. Лумана в эволюционно-коммуникативной перспективе // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2012. Сер. 12. № 1. С. 163–164.

- Линь Сяньдун. Исследование социального участия молодежи в перспективе новых медиа // Китайская молодежная социальная наука. 2021. № 4. С. 99–104 (林显东. 新媒体视角下的青年社会参与探索 // 中国青年社会科学, 2021. № 4. 第99–104页).
- Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2012.
- Young Y., Land K.K. Cohort Analysis Age and Historical Period: New Models, Methods, and Empirical Applications. Ebook. Cleveland, Ohio: CRC Press, 2013.

Статья поступила: 19.01.23. Принята к публикации: 11.04.23.

GENERATIONAL SPECIFICS OF VALUES SOCIALIZATION AMONG RUSSIAN AND CHINESE YOUTH

LI JIANHUI

St. Petersburg State University, Russia

LI JIANHUI – Postgraduate student, Faculty of Sociology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia (st068366@student.spbu.ru).

Acknowledgements. The research was supported by the China Scholarship Council (中国留学基金委, <http://www.csc.edu.cn>).

Abstract. The article examines changing values of contemporary youth and their parents' generation in China and Russia, two generations with different life experiences, taking into account the emergence of the Internet, a new agent of socialization, which provides young people with a special autonomous space for growing up and forming values. The results of value socialization of young generations in the two countries are evaluated according to two waves of the World Values Survey (1995–1998 and 2017–2020). It is found that changes in youth values tend to coincide with and follow socio-economic and socio-political developments in both societies, media and Internet are an important factor influencing changes in youth values from generation to generation, modern Russian and Chinese youth have changed family values and career attitudes compared to their parents' generation. It is confirmed that the value of education of Russian and Chinese youth is increasing, but young people in both countries consider hedonic values to be more important than their parents' generation. The findings have implications for the study of societal dynamics.

Keywords: social generation, youth, socialization, social values, media, Internet, advertising.

REFERENCES

- Bao Dongming. (2003) Comparison and analysis of two generations' values in contemporary China. Official website of China Education. URL: <http://www.ruiwen.com/news/14631.htm> (accessed 22.09.2022). (In Chin.)
- Golovin N.A., Petrenko P.A. (2012) Luman's theory of social communication in evolutionary-communicative perspective. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta* [Vestnik of Saint Petersburg University]. Ser. 12. No. 1: 163–164. (In Russ.)
- Lin Xiandong. (2021) Exploring Youth Social Participation from a New Media Perspective. *Chinese Youth Social Science*: 99–104. (In Chin.)
- Luhmann N. (2012) *The Reality of Mass Media*. Moscow: Praxis. (In Russ.)
- Wang Meng. (2018) Exploring Mechanisms of Changes in Chinese Youth Values in the Last 40 Years of Reform and Opening-Up. *Contemporary Youth Studies*: 31–36. (In Chin.)
- Young Y., Land K.K. (2013) Cohort Analysis Age and Historical Period: New Models, Methods, and Empirical Applications. Ebook. Cleveland, Ohio: CRC Press.

Received: 19.01.23. Accepted: 11.04.23.