

УДК 159.9.072

## ОБРАЗ БУДУЩЕГО У СТУДЕНТОВ ПОКОЛЕНИЯ Z КАК ВЫЗОВ К УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ РОССИЙСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ

В. В. Ермолаев

*Воронежский государственный университет*

Ю. Воронцова

*АО «НЕЙРОКОМ» (г. Москва)*

М. Р. Костина

*Московский городской педагогический университет*

Поступила в редакцию 28 февраля 2022 г.

**Аннотация:** в статье рассматривается проблема необходимости разрушения идеологии «квалифицированного потребителя», сформированной у студентов, и ее связи с академической успеваемостью. Результаты исследования свидетельствуют об отсутствии связи между образом будущего студентов и их академической успеваемостью. Образование не воспринимается значительной частью студентов как важный ресурс реализации образа будущего в связи с принятием идеологии «квалифицированного потребителя», ее ценностей и поведенческих норм.

**Ключевые слова:** образ будущего, студенты, поколение Z, академическая успеваемость, социальные институты, организационная культура.

**Abstract:** the article examines the problem of the need to destroy the ideology of the "qualified consumer", formed in students, and its connection with academic performance. The results of the study indicate that there is no connection between the students' image of the future and their academic performance. Education is not perceived by a significant part of students as an important resource for the realization of the image of the future in connection with the adoption of the ideology of the "qualified consumer", its values and behavioral norms.

**Key words:** the image of the future, students, generation Z, academic achievement, social institutions, organizational culture.

**Введение.** В социальной психологии не подвергается сомнению тот факт, что в условиях современного цивилизационного противоборства побеждает та сторона, которая сумеет не только сформировать перспективную «картину мира» будущего для своих граждан, но и обеспечить ее необходимым уровнем образования, создав для этого соответствующие привлекательные образы будущего, социальные установки и убеждения. Данный организационно-культурный контекст системы управления особенно важен для социальных институтов в условиях нарастания глобального кризиса, так как для прогнозирования уровня устойчивости их организационной культуры не-

обходимо знать, как представляет свое будущее и жизненные планы российская молодежь, какие социально-психологические факторы связаны с формированием привлекательного образа ее будущего. В современном мире, характеризующемся усилением кризиса глобальной системы управления социальными институтами, особую актуальность приобретает исследование связи уровней социокультурной идентичности и образования в фокусе личных профессиональных проектов будущего молодежи (студентов и курсантов), которая в скором времени будет определять жизнеспособность российского общества и его готовность к ответу на глобальные вызовы [1].

Вместе с тем характер развития мирового кризиса в настоящее время указывает на изменение вектора управления организационной культурой

© Ермолаев В. В., Воронцова Ю., Костина М. Р., 2022

российских социальных институтов, который длительное время в качестве цели управления предполагал воспитание в образовательных структурах, прежде всего, квалифицированного потребителя. Очевидно, что по мере вступления мира в кризисное состояние при усиливающемся дефиците материальных ресурсов набирает силу противоположная тенденция – массовое ограничение уровня потребления благ для большинства групп населения, предполагающее пересмотр их базовых социальных установок [2]. Молодежи предлагается альтернативный путь к комфортной жизни в условиях ограничения уровня потребления: более усердно учиться, повышать уровень своего образования, заниматься трудом, прежде всего, создающим материальные блага.

Примечательно, что в нормативных документах ведомств, курирующих образовательную сферу, десятилетия неизменно подчеркивалась необходимость повышения уровня образования школьников и студентов для достижения технологического прорыва, способного обеспечить благосостояние и безопасность российского общества. В то же время в России формирование «квалифицированного потребителя» длительное время официально декларировалось как приоритетная цель образования – в полном соответствии с концепцией общества потребления, основным постулатом которой является рост потребления как символ успеха и идеала жизни [3]. К тому же быстро растущее и неконтролируемое ключевыми социальными институтами России влияние глобальных информационных потоков уже привело к тому, что значительная часть учащихся верит в возможность достижения высокого качества жизни в будущем без успехов в образовании [4]. Данные современных исследований свидетельствуют о том, что формирование образа привлекательного будущего у студентов в решающей степени зависит от социально-психологического воздействия средств массовой информации, целенаправленных информационных кампаний в социальных сетях, фокусирующих внимание и усилия молодежи на путях достижения успеха и «красивой жизни», не требующих высокой успеваемости.

В этих условиях необходимость быстрого изменения вектора управления организационной культурой социальных институтов России сталкивается с актуальной социально-психологической проблемой, состоящей в разрыве между сформированной за эти годы у студентов идеологией «квалифицированного потребителя» и необходимостью повышения успеваемости.

**Методы и организация исследования.** С целью выявления связи между образом будущего

и академической успеваемостью студентов нами проведено исследование на базе Московского городского педагогического университета (МГПУ). Выборку составили 78 юношей и девушек 1–2 курсов в возрасте 17–20 лет. Гипотезой служило предположение о том, что уровень сформированности образа будущего у современных студентов не связан с уровнем их академической успеваемости. Были применены методики: 1) «Незаконченные предложения» С. Леви; 2) методика цветowych метафор И. Л. Соломина; 3) рефлексивное сочинение «Я и мое будущее».

Обработка эмпирических данных осуществлялась с помощью методов качественного анализа, контент-анализа и непараметрического коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

При изучении образа будущего студентов мы опирались на концепцию социального конструктивизма, которая рассматривает групповое отношение к будущему как конструирование совместной временной перспективы [5; 6]. Социально-психологические механизмы, формирующие коллективный образ будущего [1; 7], рассматривались с точки зрения коллективных представлений о привлекательной социально-профессиональной идентичности [8]. Под образом будущего мы понимали специальную реальность в сознании человека, которая выступает регулятором перспективы его жизнедеятельности и формируется сложной системой компонентов отношения личности к себе, к другим, к миру в целом, а именно поведенческих, эмоциональных, когнитивных, мотивационных [9–12]. Сложность проведения исследования состояла в том, что его предметом выступал не столько конкретный предметный образ, сколько сложная и многогранная концепция того, каким человек видит свою жизнь в будущем [13].

**Результаты исследования.** В итоге статистического анализа данных установлено отсутствие достоверных связей ( $p > 0,05$ ) между образом будущего (категории контент-анализа по методике «Незаконченные предложения», рефлексивное сочинение «Я и мое будущее») и академической успеваемостью студентов. При этом заслуживают внимания результаты качественного анализа, проведенного по данным методики цветowych метафор И. Л. Соломина (рисунки). Используемые в ней понятия распределились на два кластера: «Успех» и «Образование».

В кластере «Успех» позитивно ассоциируются понятия «успех» и «моя профессия» у 75 %, «моя работа» – у 67 %, «моя карьера» – у 59 %, «зарплатка» – у 57 % опрошенных студентов, в то время как понятие «труд» вызывает выраженную негативную ассоциацию у 75 % обучающихся.

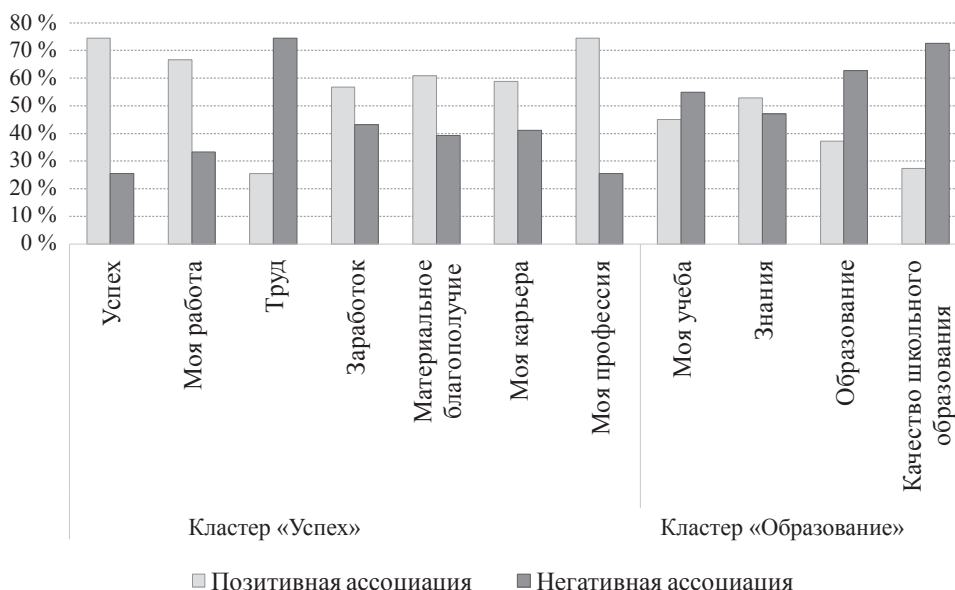


Рисунок. Распределение ассоциаций к образам понятий по кластерам «Успех» и «Образование»

В кластере «Образование» понятие «знания» позитивно ассоциируется у 53 % испытуемых. При этом выраженная негативная ассоциация отмечается у 55 % опрошенных к понятию «моя учеба», у 63 % студентов – к понятию «система образования».

**Обсуждение результатов.** Наши результаты подтверждают данные отечественных и зарубежных исследований о том, что в образовательных организациях продолжается воспитание потребителей. У значительной части обучающихся образ будущего минимально связан с трудом по созданию материальных благ. Идеалом для социально-профессиональной идентификации студентов в их будущем являются блогеры, спортсмены, артисты, чиновники, которые, по данным СМИ и социальных сетей, демонстрируют возможность высокого уровня потребления материальных благ без качественного уровня образования. Данный социально-психологический фактор объясняет, почему у большинства современных студентов образование, получаемое в вузе, вызывает негативную ассоциацию с такими понятиями, как «система образования» (63 % опрошенных), «моя учеба» (55 %). При этом у подавляющего большинства студентов (75 %) позитивное будущее связано с успехом, но только у трети из них он ассоциируется с трудом. Выявленные факты мы связываем с системной рекламой СМИ и социальных сетей так называемых агентов социального влияния – блогеров, артистов, актеров молодежных сериалов, ведущих ютуб-каналов и различных шоу-программ [14], которые рекламируют достижение успеха и «кра-

сивой жизни» без системного труда, подчеркивая пренебрежительное отношение к значимости академической успеваемости. Демонстрация успеха, престижа, славы, финансовой свободы и соответствующего качества потребления современных «живых символов успеха» наряду с их «авторитетными экспертными мнениями» о достаточности для счастья крайне низких успехов в освоении учебных дисциплин в вузе приводит к тому, что они выступают для значительной части студентов образцом для подражания, являя собой весьма притягательный ориентир для выбора жизненного пути. Социально-психологический механизм данного воздействия науке прекрасно известен – современный студент из альтернатив будущего, находясь под тотальным влиянием СМИ, выбирает ту, которая лучше зафиксирована в его памяти и представляется наиболее привлекательной. Более того, для ее достижения студенты готовы направить все свои усилия. А ведь это в значительной степени определит перспективы российского общества, его экономического и социального благосостояния.

В этом контексте примечательно, что значительная часть студентов не желает заводить детей в будущем (53 %), следуя концепции «чайлд-фри» в рамках идеологии «квалифицированного потребителя». Образ будущего российских студентов предполагает создание семей при минимальном количестве детей, а зачастую вовсе без них. Полагаем, что им, стремящимся идентифицироваться с нормами и стандартами квалифицированных потребителей, дети представляются обузой для

роста потребления и качества жизни. Опираясь на результаты исследований, можно утверждать, что данная тенденция в образе будущего студентов уже является российской, носит глобальный характер и в настоящее время перешагнула национальные границы [15; 16].

Полученные результаты свидетельствуют, что настоящее содержание образа будущего студентов наряду с отсутствием его связи с академической успеваемостью представляет собой один из самых сильных социально-психологических вызовов к управлению организационной культурой российских социальных институтов. Ведь именно в юношеском возрасте начинают проявляться отношения доверия/недоверия, согласия/протеста в отношении ценностей и поведенческих норм организационной культуры социальных институтов [17], которые будут укреплять или расшатывать устои российского общества. Сегодня российские социальные институты проигрывают масс-медиа в борьбе за построение картин мира и образов будущего молодежи. Это, безусловно, оказывает негативное влияние на их организационную культуру. Результаты проигрыша будут иметь долгосрочные последствия, а борьба за смену вектора управления организационной культурой российских социальных институтов будет вестись, в том числе в контексте этого дискурса.

#### Выводы.

1. Связь между образом будущего студентов поколения Z и их академической успеваемостью не выявлена. Образование, по всей видимости, не рассматривается значительной частью студентов как основной ресурс реализации привлекательно образа будущего.

2. В процессе обучения в вузе продолжают усваиваться идеология «квалифицированного потребителя», ее ценности и поведенческие нормы.

3. Привлекательный образ будущего, сформированный у значительной части студентов преимущественно как «квалифицированных потребителей», является вызовом к управлению организационной культурой российских социальных институтов в связи с различием их доминирующих целей-ценностей с ценностями, представленными в «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

4. Имеющийся дисбаланс образов привлекательно будущего студентов и «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», принятой в 2021 году, все более обретает черты стратегического вызова к управлению организационной культурой российских социальных институтов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Нестик Т. А.* Отношение личности к прошлому, настоящему и будущему России : результаты эмпирического исследования / Т. А. Нестик // Социальная и экономическая психология. Часть 1: Состояние и перспективы исследований. – Москва : Ин-т психологии РАН, 2018. – С. 190–213.

2. *Schwab K.* COVID-19 : The Great Reset / K. Schwab, T. Malleret. – Geneva : World Economic Forum, 2020. – 212 p.

3. *Насонова Д. В.* Представления о счастье и успехе российских спортсменов-борцов поколения Z в спорте высоких достижений / Д. К. Насонова, В. В. Ермолаев // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Сер.: Социология. Педагогика. Психология. – 2019. – Т. 5(71), № 3. – С. 105–116.

4. *Свердлов М. Ю.* Эмоциональная составляющая информации и оценка ее объема / М. Ю. Свердлов // Биосфера. – 2017. – № 2. – С. 97–100.

5. *Kouzes J. M.* To Lead, Create a Shared Vision / J. M. Kouzes, B. Z. Posner // Harvard Business Review. – 2009. – № 87(1). – P. 20–21.

6. *Rohrbeck R.* Corporate Foresight. Towards a Maturity Model for the Future Orientation of a Firm / R. Rohrbeck. – Berlin-Heidelberg : Springer-Verlag, 2011. – 220 p.

7. *Нестик Т. А.* Образ будущего России у представителей поколения Z / Т. А. Нестик, В. Н. Ролдугина // Человек и мир. – 2018. – Т. 2, № 2. – С. 75–87.

8. *Тучина О. Р.* Социальная идентичность и представление о будущем (на материале исследования молодежи Кубани) / О. Р. Тучина // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2020. – Т. 9, № 2–1. – С. 127–134.

9. *Быкова Е. Б.* Образ будущего в картине мира и Я-концепция личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Е. Б. Быкова. – Санкт-Петербург, 2003. – 24 с.

10. *Козловская Т. Н.* Обучение студентов навыкам планирования времени / Т. Н. Козловская // Психология в ВУЗе. – 2007. – № 34. – С. 37–45.

11. *Чадаева К. Д.* Образ будущего в разных возрастах / К. Д. Чадаева // Известия Тульского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2013. – № 2. – С. 294–305.

12. *Gavrilyuk T. V.* The «Image of the future» concept in the categorical field of the phenomenological psychology / T. V. Gavrilyuk // Society : sociology, psychology, pedagogy. – 2016. – № 5. – P. 57–59.

13. *Демьянков В. З.* К проблеме ментальных репрезентаций / В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 4. – С. 8–16.

14. *Жаров С. Н.* Образование и образ будущего / С. Н. Жаров // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Проблемы высшего образования. – 2015. – № 4. – С. 21–26.

15. Ермолаев В. В. Представления «поколения Z» о своей будущей семье (на примере литовских старшеклассников) / Ю. Воронцова, В. В. Ермолаев // Психолог. – 2016. – № 1. – С. 1–12. Doi: 10.7256/2409-8701.2016.1.16664.

*Воронежский государственный университет  
Ермолаев В. В. – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей и социальной психологии  
E-mail: evv21@mail.ru*

*АО «НЕЙРОКОМ» (г. Москва)  
Воронцова Ю. – научный сотрудник отдела разработки методов диагностики функциональных состояний  
E-mail: jl.voroncova@gmail.com*

*Московский городской педагогический университет  
Костина М. Р. – педагог дополнительного образования  
E-mail: km313@mail.ru*

16. Ермолаев В. В. Особенности представлений о счастливой семье : кросскультурный анализ российской и монгольской молодежи / В. В. Ермолаев, О. Жаргалсайхан // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2019. – № 21(4). – С. 989–997.

*Voronezh State University  
Ermolaev V. V. – PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor of the General and Social Psychology Departments  
E-mail: evv21@mail.ru*

*JSC "NEUROCOM" (Moscow)  
Voroncova J. – Researcher of Functional State Diagnostic Methods Development Department  
E-mail: jl.voroncova@gmail.com*

*Moscow City Pedagogical University  
Kostina M. R. – Supplementary Education Teacher  
E-mail: km313@mail.ru*