

О ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЯХ РОССИЙСКОЙ И ЯПОНСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (опыт сопоставительного анализа результатов опроса студентов Владивостока и Осака)



Александр Сергеевич ДЫБОВСКИЙ,
кандидат филологических наук

Лилия Львовна ЛАРИНА,
кандидат исторических наук



ВВЕДЕНИЕ

Изучение ценностных ориентаций молодежи привлекает внимание исследователей и в России, и в Японии, поскольку позволяет заглянуть в будущее, а следовательно, предвидеть некоторые направления развития человечества. Сопоставительный анализ ценностей молодежи разных стран полезен с точки зрения международного сотрудничества в экономической, политической и культурной сферах.

Чтобы пролить свет на сходства и различия в ценностных ориентациях российской и японской молодежи, Школой языка и культуры при аспирантуре Осацкого государственного университета и Лабораторией изучения общественного мнения при Институте истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН при участии студентов факультета социологии Института международных отношений ДВГУ было предпринято совместное исследование. В настоящей публикации представлены его результаты.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в два этапа. На первом изучались интересы и ценностные ориентации российской и японской студенческой молодежи в каждом из социумов по отдельности. На втором этапе данные, полученные в результате опросов российских и японских студентов, были подвергнуты сопоставительному анализу, чтобы выявить сходства и различия в ценностных ориентациях студенческой молодежи двух стран. При этом мы полностью отдавали себе отчет в недостаточной выборке мнений и планируем провести более репрезентативный опрос, который подтвердит или опровергнет полученные сведения. Таким образом, наше исследование на сегодня представляет собой пилот-проект, являющийся подготовкой к следующему, более продвинутому этапу.

Для осуществления первого этапа исследования была составлена анкета из 27 вопросов, сгруппированных в четыре тематических блока: ценности; окружение (семья, друзья); карьера, работа; портрет респондента (деление условно, так как вопросы, непосредственно связанные с ценностными ориентациями студенческой молодежи, содержались во всех разделах).

Авторы ставили перед собой задачу выявить:

- основные черты систем ценностей российской и японской молодежи;
- соотношение в этих системах обязанностей и удовольствий, работы и развлечений;
- место в иерархии ценностей молодежи семьи, учебы, работы, друзей и т.д.;
- сходства и различия в ценностных ориентациях российской и японской молодежи.

Опрос российских студентов проводился в апреле—мае 2007 г. В общей сложности на вопросы анкеты ответили 363 студента разных курсов гуманитарных, естественных и технических специальностей ведущих вузов Владивостока: Дальневосточного государственного университета, Дальневосточного государственного технического университета, Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, Морского государственного университета. Единая методика опроса при этом не использовалась. Студенты опрашивались как коллективно во время занятий, так и индивидуально в свободной обстановке. Отказов отвечать на вопросы анкеты не было.

Опрос японской молодежи проходил в апреле 2007 г. Нашими респондентами стали студенты 1—3-го курсов Осацкого государственного университета гуманитарных, естественных и технических специальностей. Как правило, анкетирование проходило в доверительной и непринужденной обстановке на языковых занятиях в группах по изучению немецкого, французского, русского, китайского и корейского языков в качестве второго иностранного. Большая часть анкет заполнялась непосредственно в аудитории в специально отведенное время (15—20 минут). Примерно 1/3 анкет была роздана и собрана через неделю на следующем занятии. Время заполнения анкеты в этом случае не регламентировалось. Из распространенных 296 анкет возвращены респондентами 275, из них 272 были признаны пригодными для обработки. Первичная цифровая обработка анкет произведена Лабораторией изучения общественного мнения Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН под руководством Е.А. Плаксена.

2. ЦЕННОСТИ И КУЛЬТУРА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ

В настоящем исследовании ценностями называется все, что важно и существенно для жизнедеятельности индивида. Ценности бывают материальные и духовные, нравственные и эстетические, религиозные и политические, индивидуальные и групповые и т.д. Отдельные ценности в сознании человека, по-видимому, связаны системными отношениями и организованы иерархически. Как и все, что находится вне сферы активного внимания индивида, ценности не всегда отчетливо осознаются, но тем не менее они представляют собой своего рода «нравственные императивы», определяющие цели, потребности, мировоззрение, поведение и образ жизни индивидуума. Ценности непосредственно связаны с актуальными потребностями человека, поэтому, изучая ценности той или

иной личности, мы не можем не принимать во внимание ее цели и потребности, а изучая цели и потребности какого-либо индивидуума, непременно придем к ценностям.

От ценностей следует отличать ценностные ориентации: «У каждого индивида и социальной группы имеется определенный набор ценностных ориентаций относительно наиболее значимых сторон социальной жизни»¹. Ценностные ориентации — это устойчивые установки сознания в отношении ценностей, определяющая позиции, мнения и взгляды личности по отношению к себе, другим людям и окружающему миру. Ценностные ориентации во многом обуславливают и мотивацию поведения человека². Несомненна и связь ценностей с культурой в ее социологическом понимании.

Социологи определяют культуру как систему духовных кодов, некую информационную программу, которая «...заставляет людей воспринимать происходящее в определенном свете, поступать так, а не иначе, оценивать события и действия предвзято...»³ Эта «программа» и детерминирует «механизмы» взаимодействия человека с миром и себе подобными, определяет и его отношение к самому себе. Что лежит в ее основе? Это среда обитания, климат, рукотворные продукты деятельности человека, мифология, религия, особенности народной традиции, исторический опыт народа, культурное взаимодействие и, наконец, ценности. Именно они оказывают существенное влияние на культуру — народы по-разному относятся к закону и праву, образованию и труду, материальным благам и человеческой жизни. Ценности во многом определяют цели, к которым люди стремятся в том или ином обществе, а также и средства их достижения.

Таким образом, актуальность изучения ценностей того или иного общества достаточно очевидна. Поскольку ценности со временем изменяются, еще более важно изучение ценностных ориентаций молодежи, ведь это своего рода экскурс в будущее того или иного социума.

В России систематическим исследованием ценностных ориентаций молодежи занимается Фонд «Общественное мнение» <http://www.fom.ru/>, ценности молодежи на постсоветском пространстве активно изучаются при поддержке международных организаций, например ЮНЕСКО⁴. В Японии с 1976 г. проводятся общенациональные опросы с целью выявления изменений в ценностных ориентациях японцев, прежде всего молодежи, есть немало компаративных исследований, но, насколько нам известно, нет исследований по сопоставлению ценностей японской и российской молодежи.

3. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ АНКЕТИРОВАНИЯ

3.1. Собственно ценности

Основной частью нашей анкеты были девять вопросов о ценностях, представленных в ее первом разделе. Опрос начинался с открытого вопроса (1): «Что вы считаете главной целью своей жизни?» Как уже говорилось, спрашивая о жизненных целях, мы стремились к изучению ценностных ориентаций, поскольку цели деятельности человека тесно связаны



Рис. 1

с его ценностями. Ответы японских и российских респондентов на первый вопрос анкеты оказались во многом контрастными (см. рис 1).

В то время как в российской группе респондентов пятью главными целями жизни (базовыми социальными ценностями) названы стремление создать семью (22%), сделать карьеру (11%), добиться успеха в жизни (11%), устроиться на хорошую (престижную, высокооплачиваемую) работу (10%) и достигнуть материального (финансового) благополучия (10%), для японских респондентов наиболее значимыми были удовольствия и развлечения (21%), достижение счастья (16%), возможность активного «делания себя» (12%) и самореализации (7%), а также следование японской культурной традиции (6%). Наиболее кардинальными были расхождения по следующим позициям: «семья» (20%), «удовольствия, развлечения» (19%), «счастье» и «самосозидание» (по 11%), «карьера» (10%), работа (8%).

В японской части опроса назывались жизненные цели, совершенно не свойственные российскому студенчеству, а именно: 1) «следование традиции» (6%), 2) формулирование цели жизни через «упоминание смерти» (5%), 3) «следование своим желаниям» (3%). Остановимся на обладателях этих целей чуть подробнее.

Цель жизни представителей первой группы формулировалась через глубоко укорененные в японской традиции идеи, связанные с конфуцианскими, даосскими, буддийскими и исконно японскими представлениями о подобающем поведении, смысле жизни и назначении человека. Ключевыми словами были: 無為自然 «недеяние, следование природе»; 不惑 «свобода от заблуждений, колебаний, сомнений»; 親孝行 «почитание родителей»; 喜怒哀樂 «радость и злость, печаль и удовольствие»; 平和 «мир»; 調和 «гармония»; 道 «путь» 恥じ «стыд»; 生き甲斐 «смысл жизни». Приведем некоторые характерные высказывания: «Счастливо жить в гармонии с самим собой, другими людьми и природой»; «Не сбиваться с верного пути»; «Жить в мире и гармонии»; «Жить так, чтобы потом

не раскаиваться»; «Жить так, чтобы потом не было стыдно перед другими людьми»; «Осуществлять мечты и почитать родителей» и т.д.

Цель жизни представителей второй группы формулировалась через понятие «смерть». По всей вероятности, такой подход имеет глубокие исторические корни и связан с буддийскими идеями⁵. Приведем несколько характерных высказываний: «Цель жизни — смерть»; «Испытать смерть»; «Не чувствовать раскаяния за содеянное перед смертью»; «Умереть, смеясь», «Умереть с удовольствием»; «Чувствовать себя счастливым в момент смерти»; «Умереть, испытывая удовлетворение от своей жизни»; «Сделать так, чтобы, когда придет время умирать, слушать любимую музыку, и чтобы памятника не было, а прах мой был развеян» и т.д.

Представители третьей группы, по-видимому, являются носителями крайне эгоцентрических взглядов. Цель их жизни формулируется как следование своим желаниям. Ключевые слова: 希望 «желание»; 欲求 «потребность»; 本能 «инстинкт»; 好きなこと «то, что хочу»; やりたいこと «то, что хочу делать». Характерные высказывания: «Делать то, что сам хочу»; «Делать так, как я хочу»; «Удовлетворять возникающие потребности»; «Делать то, что мне нравится»; «Обрести жизненную самостоятельность и, работая, получить возможность делать то, что тебе нравится»; «Следовать инстинктам» и т.д.

Таким образом, ответы на первый вопрос анкеты показывают, что для российских респондентов характерны черты материализма, практицизма и меркантилизма. Владивостокские студенты оказались менее амбициозны, чем японские, и далеки от стремления осчастливить человечество; у японских респондентов замечена склонность к эгоцентризму, гедонизму и идеализму; в то же время японские студенты в большей степени проявили связь с традиционными ценностями японской культуры, чем владивостокские — с русскими традициями.

Второй пункт анкеты содержал прямой вопрос о ценностях. Он формулировался так: «Что для вас составляет наибольшую ценность в жизни?» Опрашиваемым предлагалось выбрать не более трех из 14 вариантов ответа и при необходимости представлялась возможность вписать отсутствующие ценности в графе «Другое». И в японской, и в российской частях опроса на первом месте оказалась «семья» (соответственно 63% и 75%). Далее в японской части опроса следовали «друзья» (56%), «здоровье» (36%), «любовь» (35%), «возможность заниматься любимым делом» (22%), «успех» (18%), «увлечения» (16%) «деньги» (13%); в российской — «здоровье» (40%), «любовь» 31%), «карьера» (28%), «друзья» (27%), «деньги» и «возможность заниматься любимым делом» (по 18%), «независимость» (16%), «успех» (15%) (см. рис. 2).

Наиболее контрастным было отношение наших респондентов во Владивостоке и в Осака к друзьям и карьере; «друзья» получили у японских респондентов на 29% упоминаний больше, в то время как «карьера» на 23% упоминаний больше у российских. У последних заметно выше оказался рейтинг таких ценностей, как «независимость» и «образование», а у японских — «увлечения». Наименее популярной в обеих группах респондентов была «политика» (по 1%), незначительно отличалось отношение к здоровью, любви, возможности заниматься любимым делом и деньгам. Можно сказать, что в каждой из групп респондентов выше ценится то, в чем имеется дефицит, или то, что связано с наиболее актуальны-

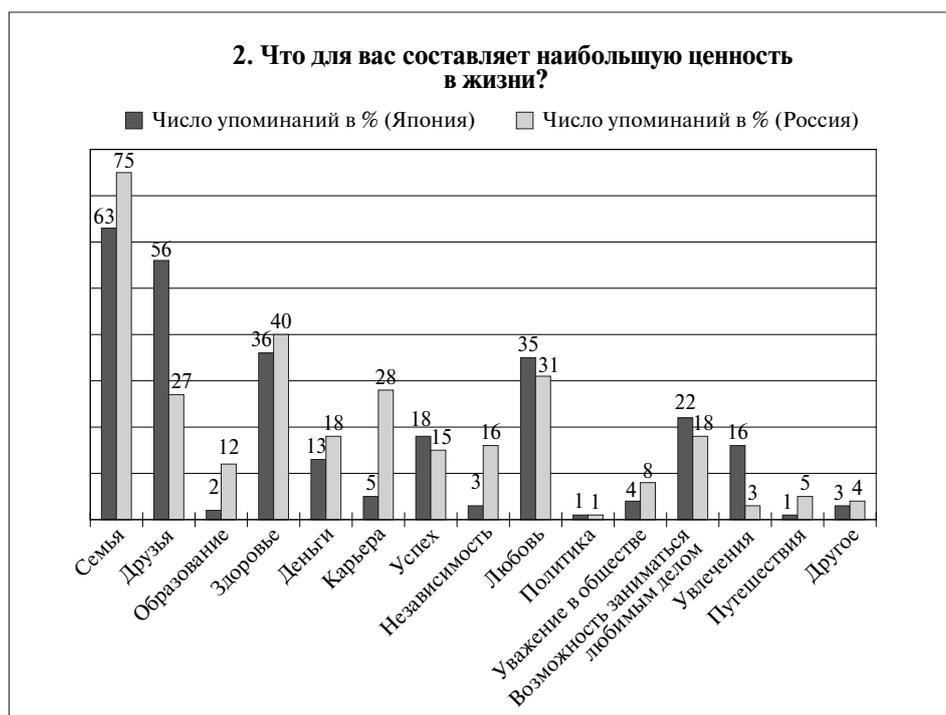


Рис. 2

ми потребностями молодых людей. Была заметна бóльшая склонность японской части респондентов к гедонизму: для них после семьи наиболее важными ценностями оказались «друзья» и «увлечения», в то время как российская часть респондентов в гораздо большей степени озабочена проблемами самоутверждения в общественной жизни: для них прежде всего важны карьера, независимость, образование. Заметна бóльшая концентрация японской молодежи на сфере досуга, а российской — на стремлении занять более высокое положение в обществе.

Третий вопрос — «Верите ли вы в любовь?» (см. рис. 3).

Ответы на этот вопрос оказались похожими, хотя относительная значимость любви как ценности в среде российских респондентов несколько преобладала. Следующий (уточняющий) вопрос — «Если да, то какое место в вашей жизни она занимает?» — показал, что в настоящее время любовь является важнейшей ценностью почти для 1/4 японских респондентов (24%) и для 37% российских (см. рис. 4).

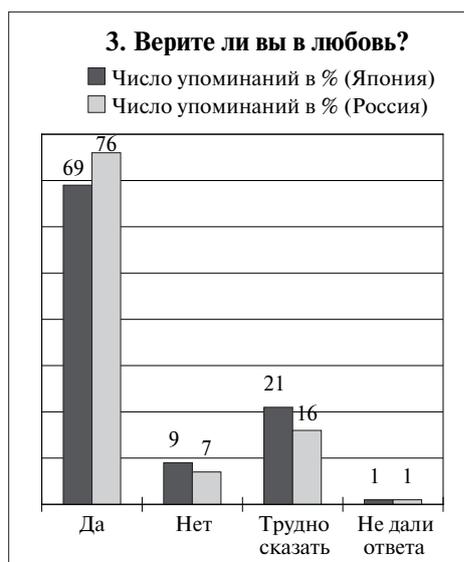


Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

Пятым был вопрос об антиценностях. Респондентам предложили ответить — «Какие из перечисленных выше явлений кажутся вам абсолютно неприемлемыми?» (см. рис. 5).

В японской части опроса на первом месте с большим отрывом оказались «нравственные пороки» (70%), показывающие важность этического начала в японской культурной традиции; затем «воровство» (37%), «коррупция» (27%), «невежество» (24%), «хамство» (16%), «обман» (14%). В российской части опроса наивысший процент упоминаний получило «воровство» (66%), за ним следовали «обман» (46%), «нравственные пороки» (31%), «хамство» (29%), «пьянство» (26%), «коррупция» и «невеже-

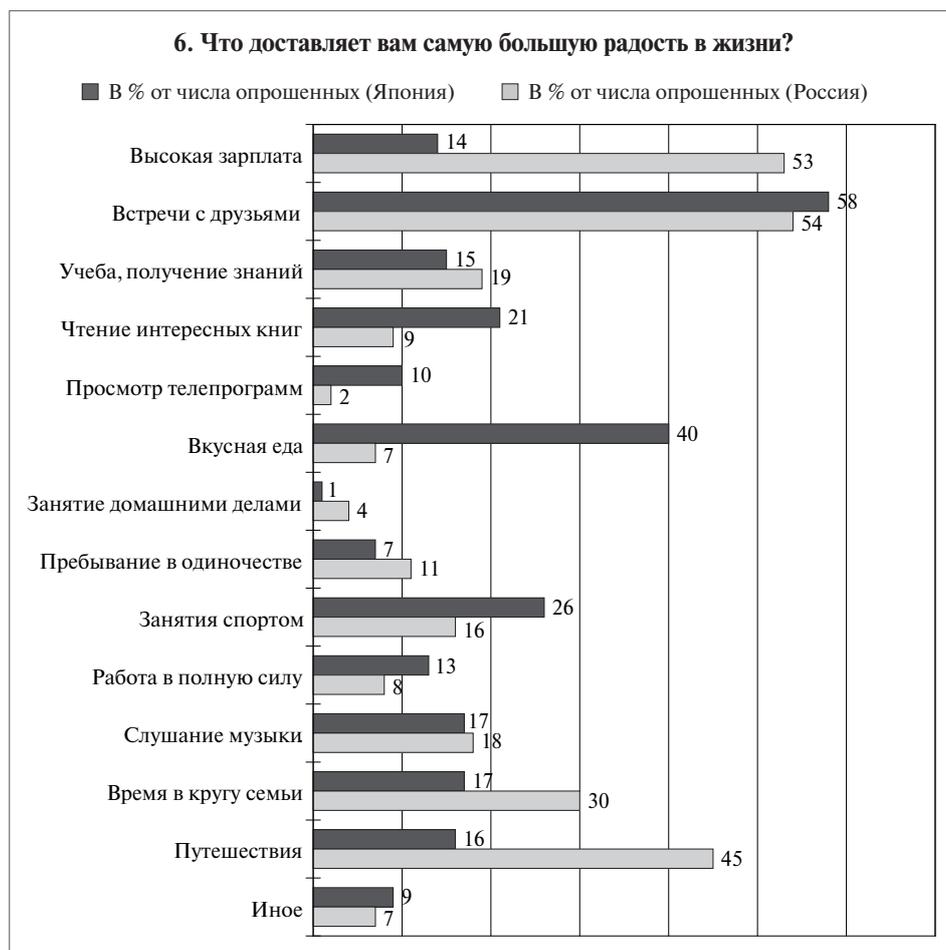


Рис. 6

ство» (по 21%). Отношение молодежи двух стран существенно отличалось по трем позициям — «нравственные пороки», «воровство», «обман».

Шестой вопрос — «Что доставляет вам самую большую радость в жизни?» — был скрытым вопросом о ценностях (см. рис. 6).

В то время как для российских респондентов после встреч с друзьями наиболее важными ценностями были высокая зарплата, путешествия и время, проведенное в кругу семьи, предпочтения японских респондентов оказались почти эпикурейскими: за встречами с друзьями, которые также заняли первое место (58%), следовали «вкусная еда» (40%), «занятия спортом» (26%), «чтение интересных книг» (21%). И только после этого — «время в кругу семьи» (17%), «слушание музыки» (17%), «путешествия» (16%). Принципиально отличалось отношение респондентов двух стран к высокой зарплате, вкусной еде и путешествиям. Менее существенным было различие в отношении времени в кругу семьи, чтения интересных книг и занятия спортом.

Седьмой вопрос касался денег как ценности. Он был сформулирован в японском опросе следующим образом: «Как вы относитесь к выражению «Не в деньгах счастье»?» Абсолютное большинство опрошенных

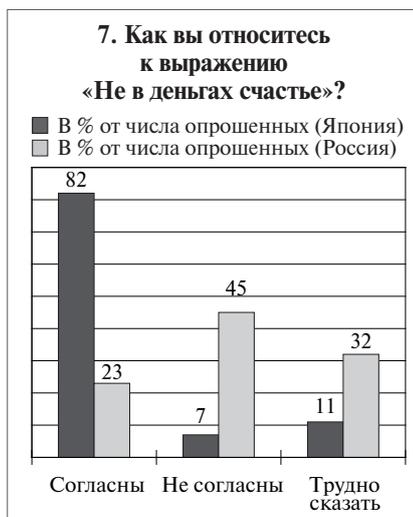


Рис. 7

относят деньги к наивысшим ценностям, 45% российских респондентов придерживаются противоположной точки зрения.

Два финальных вопроса основного раздела анкеты касались готовности молодых людей ради своих целей обходить закон, нарушать нормы морали и нравственности (см. рис. 8, 9).

Ответы показали, что 75% японских респондентов при определенных обстоятельствах готовы пойти на нарушение норм морали и нравственности и столько же на нарушение закона, что свидетельствует о высоком

(82%) согласилось с этим утверждением («не согласны» — 7%, «не определились с ответом» — 11%), еще раз продемонстрировав, что у японского студенчества есть немало ценностей, позиционируемых выше денег (см. рис. 7).

В российских анкетах этот вопрос формулировался следующим образом: «Как вы относитесь к выражению „Не в деньгах счастье, а в их количестве“?» (на рис. 7 результаты переведены в сопоставимую форму). Вопрос требует дополнительной проверки, но сегодняшние результаты показывают противоположное отношение респондентов двух стран к деньгам как ценности. В то время как абсолютное большинство японских респондентов не

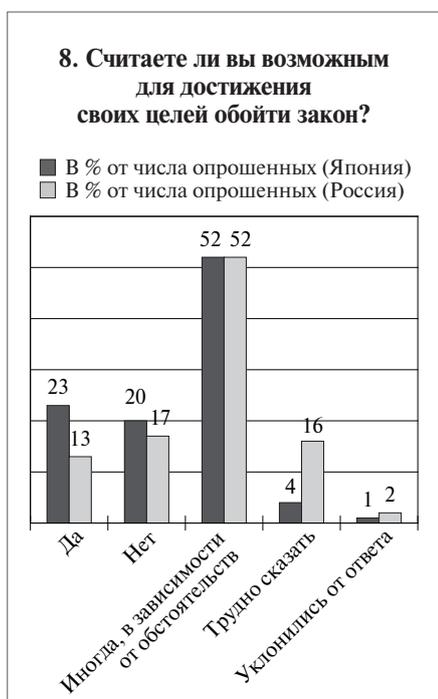


Рис. 8

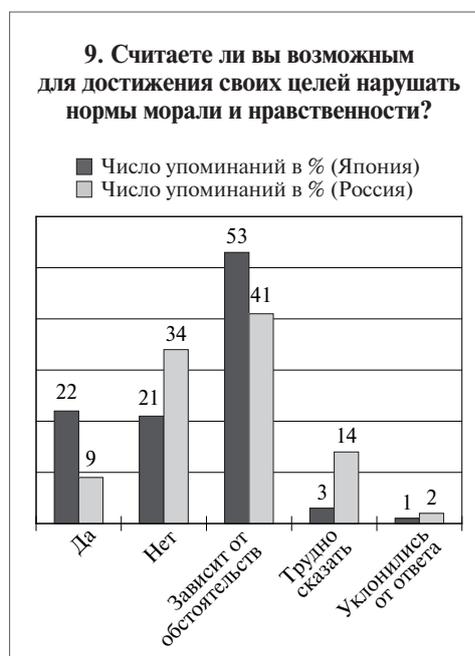


Рис. 9

уровне эгоцентризма: личные притязания ставятся выше принятых обществом норм. В российской аудитории результаты несколько иные.

Во-первых, было отмечено меньше тех, кто готов пойти на нарушение и законодательных норм, и норм нравственности. Во-вторых, принципиально отличалось отношение к законодательным нормам и нормам нравственности: молодых людей, готовых нарушить нормы закона, было заметно больше, чем склонных (при определенных обстоятельствах) нарушить нормы морали и нравственности (возможно это связано с пространственным отношением к закону как силе, враждебной человеку). В японской аудитории различия в отношении молодежи к закону, а также нормам морали и нравственности несущественны.

Ответы на вопросы описываемого раздела анкеты показывают большую склонность японской студенческой молодежи к эгоцентризму и гедонизму: жизнь для себя важнее, чем жизнь для общества; радости жизни важнее, чем карьера. Упорному труду они предпочитают развлечения и времяпрепровождение с друзьями. В российской студенческой аудитории более актуальными оказались социально значимые ценности — перспективная работа, карьера, стремление к высокой зарплате как средству самоутверждения и гарантии независимости. Более значима для российской аудитории связь с семьей. Существенное место в обеих системах ценностей занимали друзья и любовь. Принципиально отличалось отношение к деньгам. Для японской аудитории деньги менее значимы, возможно, потому, что японское общество обеспечивает студентам более высокий уровень социальных гарантий, в результате чего у них нет острой необходимости посвящать себя проблемам карьеры и денег в целях выживания. Общество и без больших усилий с их стороны гарантирует им относительно благополучное существование. Более жесткие условия российской действительности формируют у молодых людей иное отношение к учебе, работе, карьере и другим ценностям общественной сферы, дают больше стимулов для активной борьбы за материальное благополучие.

Таким образом, российская молодежь немалое значение придает вопросам карьеры и денег, с большим уважением относится к нормам морали и нравственности и чаще ставит перед собой конкретные, практические, материальные цели: семья, работа, карьера, зарплата, дети и т.д. Японские студенты более амбициозны и далеки от реальной жизни. Они эгоцентричны и склонны к гедонизму, теснее связаны с традициями национальной культуры, чем их российские сверстники.

3.2. Окружение (семья, друзья)

Второй раздел анкеты содержал вопросы (10—17), проблематика которых была такова:

- отношения респондентов с родителями;
- семья как ценность;
- критерии выбора друзей;
- дружба как ценность.

Раздел начинался с вопроса (10) «Как складываются отношения между вами и родителями?», призванного выяснить в вариантах ответа, есть ли секреты между детьми и родителями, а в следующем (уточняющем)



Рис. 10



Рис. 10 а

вопросе (10 а) побудить наших респондентов к разъяснению мотивов своего поведения по отношению к родителям (см. рис. 10, 10 а).

Оказалось, что отношения между детьми и родителями по первому вопросу почти зеркально противоположны: в то время как в японской части опроса делиться секретами со своими родителями готовы всего 33% опрошенных, в российской такая позиция характерна для 58% опрошенных, а тех, кто предпочитал не делиться секретами, было соответственно 67% и 33%. Уточняющий вопрос показал, что с родителями не находят общего языка 25% японских и 15% российских респондентов. Вероятно, российские студенты имеют более прочные связи с родителями и менее расходятся с ними в ценностных ориентациях. Меньшее количество серьезных конфликтов с родителями в японских семьях, по-видимому, является свидетельством большей отстраненности детей от родителей и их некоторой автономности по сравнению с российскими детьми. В ответах на вопрос 10 а и в японском, и в российском сегменте опроса преобладали респонденты, избравшие в качестве ответа «Другое». По мнениям, высказанным в этой графе анкеты, можно установить мотивацию ответов на вопрос 10. В японской части мотивы были следующими: а) могу делиться секретами с родителями, потому что я «единственный ребенок в семье и у меня с ними хорошие отношения»; «потому что мне нечего от них скрывать»; б) делиться секретами я не стану, так как «у каждого человека могут быть свои секреты»; «мне стыдно»; «это не то, о чем им следует знать»; «не хочу причинять им беспокойство»; «у каждого своя личная жизнь»; «нет необходимости все им рассказывать»; «не чувствую необходимости делиться»; «нет повода поделиться» и т.д.

Ответы на 11-й вопрос — «Насколько важно для вас мнение родителей при принятии какого-либо решения?» — показали, что и российским, и японским респондентам свойственно игнорировать мнение родителей, но все же российские студенты готовы прислушиваться к нему в большей степени (см. рис. 11).

В ответах на 12-й вопрос — «Если у вас есть проблемы, к кому вы обращаетесь за помощью?» — картина оказалась сходной и в то же время по некоторым параметрам контрастной. И в японской, и в российской группах респондентов на первом и втором местах в рейтинге помощников в решении проблем оказались родители (соответственно 71% и 58%) и друзья (67% и 55%), однако разительно отличалось количество упоминаемый варианта ответа «Справляюсь самостоятельно» (8% и 48%). А таким оказался рейтинг бабушек/дедушек — 1% и 5%. Из этих ответов следует, что для японских студентов инфантилизм характерен в большей степени: они склонны принимать решения самостоятельно, а ответственность за их последствия перекладывать на других. Кроме того, можно сказать, что российские студенты ответственны по отношению к семье и им свойственно более раннее взросление. С другой стороны, для японских молодых людей характерна большая степень автономизации в семье по сравнению с их российскими сверстниками. А для российского общества в большей степени характерен реликт «большой» семьи, в которой несколько поколений кровных родственников живут под одной крышей.

Следующий вопрос — 13: «Что вы считаете необходимым для создания собственной семьи?» В ответах японских респондентов абсолютно преобладали два варианта ответа — «любовь» (83%) и «стабильный доход» (72%). В российской аудитории эти два пункта также были главными, но существенное значение имели также «собственное жилье» и «постоянная работа с перспективой», что показывает в том числе и реакцию российских молодых людей на более жесткую социальную среду, требующую

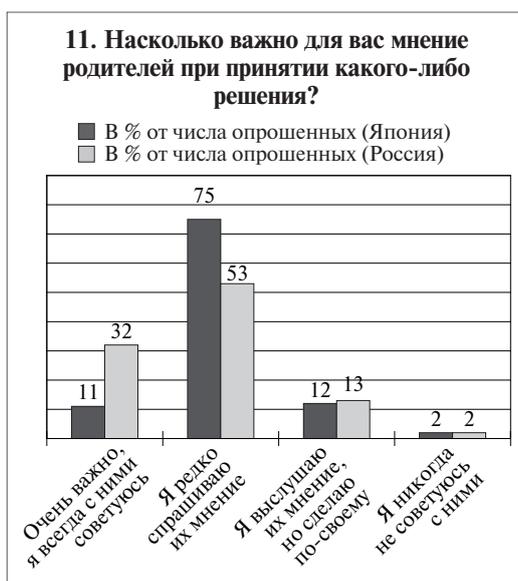


Рис. 11

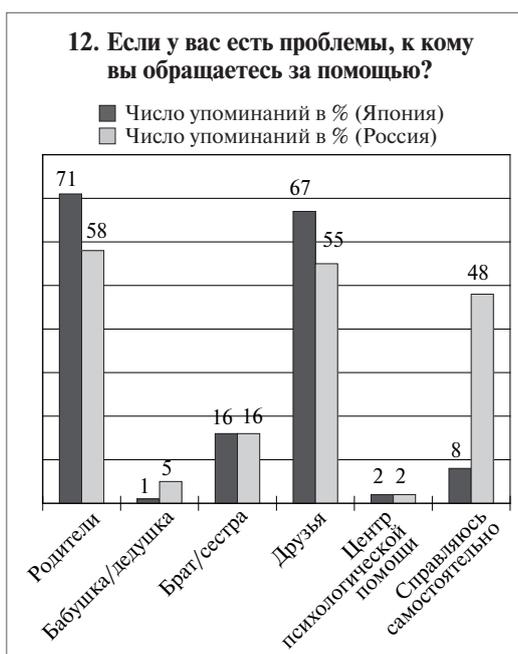


Рис. 12



Рис. 13

достаточных усилий для стабилизации своего существования, без которой невозможно создание счастливой и прочной семьи (см. рис. 13).

Ответы на 14-й («Как вы относитесь к межнациональным бракам?») и 15-й («С кем вы хотели бы вступить в брак?») вопросы показали, что и в японской, и в российской аудитории абсолютное большинство наших респондентов свободы от предрассудков — 41% (Япония) и 22% (Россия). Соответственно 53% и 60% считают, что национальность не имеет значения, однако при этом в обеих группах более 70% опрошенных предпочли бы создавать семью с представителем своей нации (соответственно 12% и 13% выбрали европейцев) (см. рис. 14, 15).

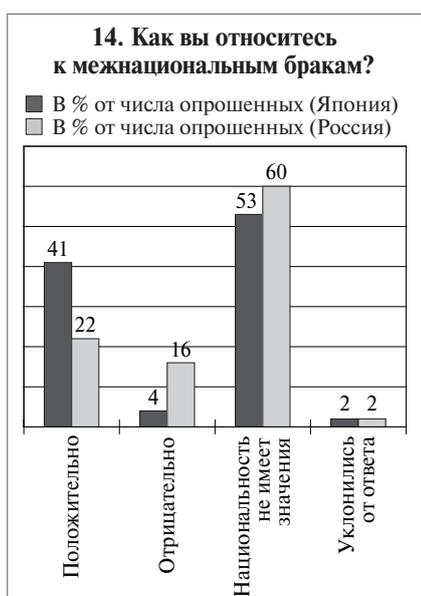


Рис. 14

Такое отношение к международным бракам, по-видимому, косвенно показывает отсутствие ксенофобии и крайних форм национализма и у японского, и у российского студенчества.

Ответы на вопрос 16 («Какими критериями вы пользуетесь, выбирая друзей?») показали, что наши респонденты к выбору друзей относятся по-разному, хотя и японские, и российские молодые люди в качестве основного критерия выбора друзей назвали «доверие» (соответственно 72% и 64%) (см. рис. 16).

В японской части опроса далее следовали «общие интересы» (43%), «чувство юмора» (42%), «правдивость» (30%), «внимательность по отношению к людям» (26%), «уваже-

ние» (23%), наименее востребованными качествами оказались «преданность» и «верность», а «смелость» не упомянута ни разу. В российской части опроса последовательность несколько иная: за «общими интересами» (55%) следовали «уважение» (42%), «чувство юмора» (31%), «верность» (28%), «правдивость» (24%), «преданность» (20%). Российские студенты придавали заметно большее значение таким качествам, как «верность», «преданность», «уважение», для японских же молодых людей большую ценность имела «любезность».

Последним вопросом рассматриваемой части анкеты был 17-й — «Как вы считаете, сколько у человека может быть друзей?» 80% японских респондентов сочли, что их должно быть «трое и больше», в то время как 19% российских респондентов остановились на цифре «один», 15% — «два» и 31% — «три и больше».

По второму разделу анкеты можно сказать, что у японских молодых людей отношения с родителями более эгоистичные, отстраненные и противоречивые (стремление к независимости сопровождается инфантилизмом: решения они склонны принимать сами, а ответственность за их последствия перекладывать на родителей и друзей); в семейных отношениях японских респондентов просматриваются тенденции атомизации японского общества, а также все большей автономизации молодых людей



Рис. 15

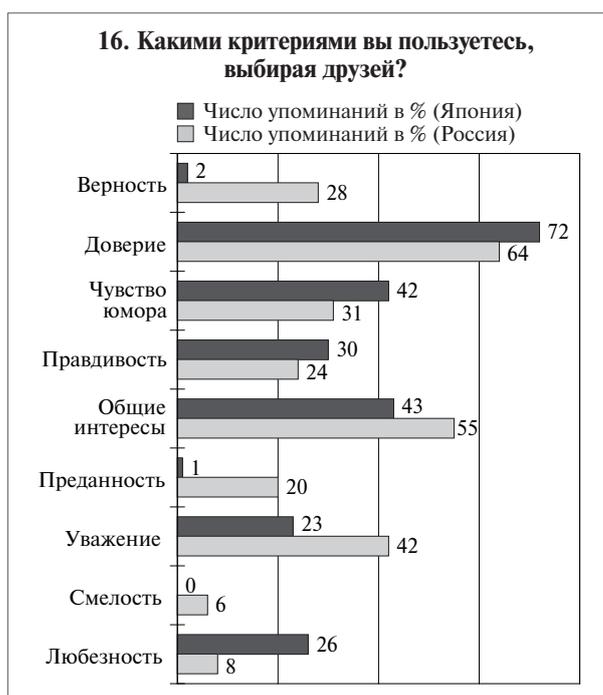


Рис. 16



Рис. 17

в семье. У российских респондентов семейные связи оказались более тесными, в решении своих проблем они чаще обращаются к помощи бабушек и дедушек, что показывает большую актуальность связей родственников в пределах «большой семьи».

Сопоставление результатов опроса в Японии и России в пункте «Решаю проблемы самостоятельно» (8—48) привело нас к предположению о различии длительности детства: в 18—20 лет молодые японцы все еще ощущают себя детьми. В России взросление происходит раньше.

Завершая анализ результатов второй части анкеты, можно сказать, что в обеих культурах «друзья» — это не только люди, с которыми приятно проводить время, но и те, кто участвует в решении жизненных проблем наших респондентов. При обсуждении проблемы межэтнических браков предпочтение обеих групп респондентов отдавалось народам европейских стран, причем у российской молодежи отношение к межэтническим бракам оказалось сдержаннее.

Более жесткие социальные условия заставляют российскую молодежь активнее заниматься проблемами карьеры и денег, чем их японских сверстников.

Результаты предпринятого анкетирования показали, что для японских респондентов друзья, еда, спорт являются ценностями более высокого порядка, чем семья, зарплата работа. Японские молодые люди проявили готовность ради собственных целей пойти на нарушение закона, норм морали и нравственности. По-видимому, это можно рассматривать как проявление так называемого «нового эгоизма», отмеченного Т. Сэнгоку: в последние годы японские молодые люди сами склонны устанавливать для себя нормы поведения, которые могут стать отрицанием социально или законодательно установленных норм⁶.

3.3. Работа и карьера

Третий раздел анкеты был небольшим, он содержал всего три вопроса (18—20):

- отношение наших респондентов к работе как ценности;
- оценка качеств человека, необходимых для карьерного роста;
- основания для выбора молодыми людьми будущей профессии.

Восемнадцатым вопросом мы поставили наших респондентов перед нелегкой дилеммой, предложив им сделать выбор между «интересной, творческой, но низкооплачиваемой» и «неинтересной, но высокоопла-



Рис. 18

чиваемой» работой. Сделать такой выбор согласилось около половины опрошенных японских респондентов, разделившись на две равные части: 26% выбрали высокую зарплату и столько же предпочли интересную работу, поступившись материальной стороной. 27% респондентов не определились с ответом, а 21%, проявив гибкость, обратились к графе «Другое», в которой преобладающим оказался оптимистичный выбор интересной и высокооплачиваемой работы (см. рис. 18).

Ответы российских респондентов принципиально отличались — всего 6% согласились выполнять «интересную, творческую, но низкооплачиваемую» работу, «неинтересную, но высокооплачиваемую» выбрали 29% (т.е. чуть больше, чем среди японских респондентов), а оптимистов, считающих возможным найти интересную и высокооплачиваемую работу, оказалось примерно в два раза больше, чем в Японии.

19-й вопрос предназначался для выяснения свойств и качеств личности, необходимых для достижения успеха в жизни. В контексте третьего блока вопросов это должно было прочитываться как качества, необходимые для успеха в трудовой деятельности и карьерного роста. В опросе японских респондентов на первом месте оказалось «умение ладить с людьми» (55%), на втором — «знания, квалификация» (47%), на третьем — «наличие таланта» (36%), на четвертом — «здоровье» и «ответственность» (по 27%), на пятом — «честность и принципиальность» (19%). В российской части опроса после качеств «умение ладить с людьми» (52%) и «знания, квалификация» (36%) на третьем месте неожиданно оказалось «упорство в работе» (36%), за ним следовали «ответственность» (31%), «образование» (26%) и «связи» (23%). Наибольшие расхождения в оценках между двумя рассматриваемыми группами респондентов наблюдались по пунктам «упорство в работе» (35% и 10%), «наличие таланта» (13% и 36%) и «образование» (26% и 4%). В итоге ответы на вопрос 19 дали нам актуальную для молодых людей двух стран иерархию качеств и свойств личности как общественных ценностей, характерных для молодежи каждого из рассматриваемых обществ (см. рис. 19).

Последний вопрос этого раздела (20) — «Какие факторы играют для вас главную роль при выборе профессии?» — показал предпочтения опрашиваемых при выборе профессии и трудоустройстве (см. рис. 20).

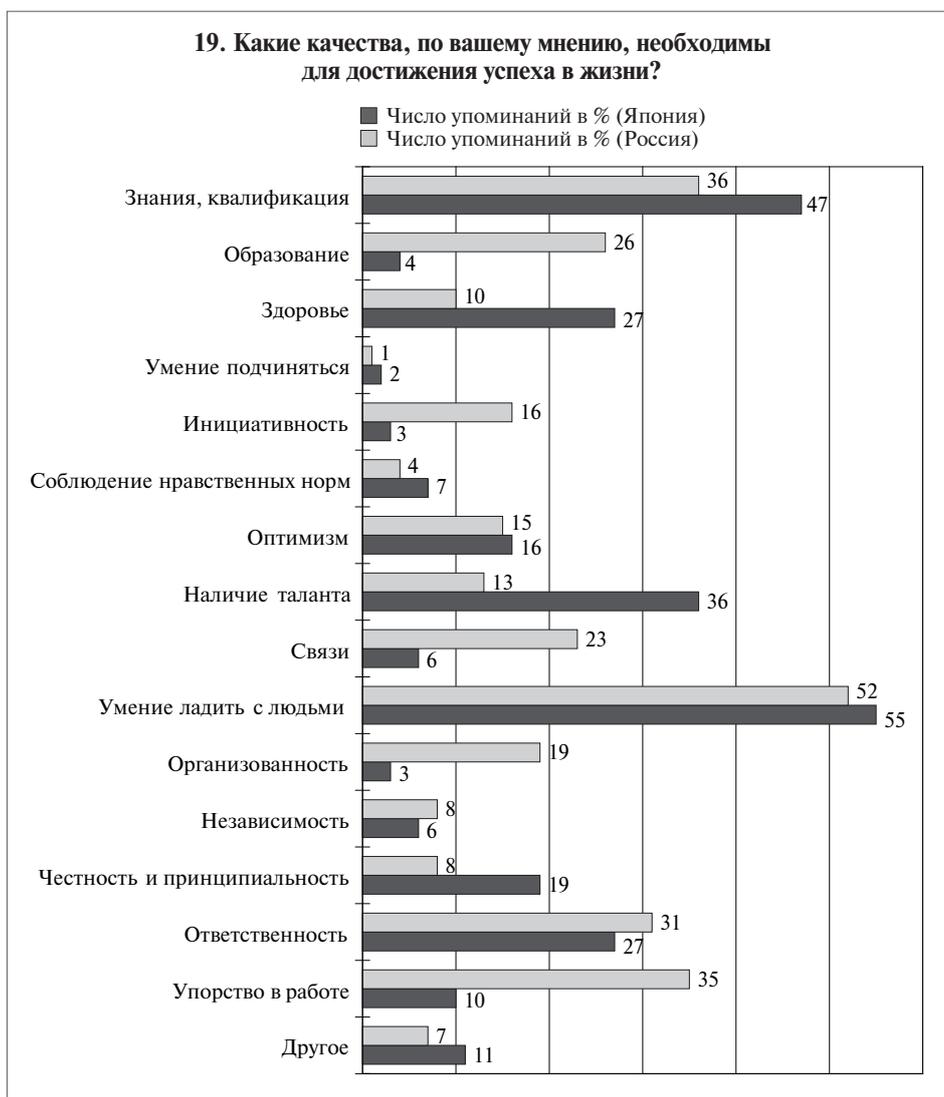


Рис. 19

В списке предпочтений японских студентов на первом месте оказался «интерес к работе» (64%), на втором — «высокая зарплата» (53%), на третьем — «приятный коллектив» (31%), на четвертом — «полезность для общества» (25%), на пятом — «удобный график работы» (24%), на шестом — «перспективы роста» (23%). Отсюда можно заключить, что высокая зарплата для них важный, но не главный фактор выбора профессии и будущей работы и что интерес к работе и комфорт от пребывания в приятном коллективе ценятся выше перспектив карьерного роста. Для российских студентов главными критериями были три — «высокая зарплата», «интерес к работе» и «перспективы роста»; за ними следовали «приятный коллектив», «удобный график работы», «контакты с людьми». Японских респондентов заметно меньше интересовали высокая зарплата и перспективы роста, а российских — «полезность для общества».

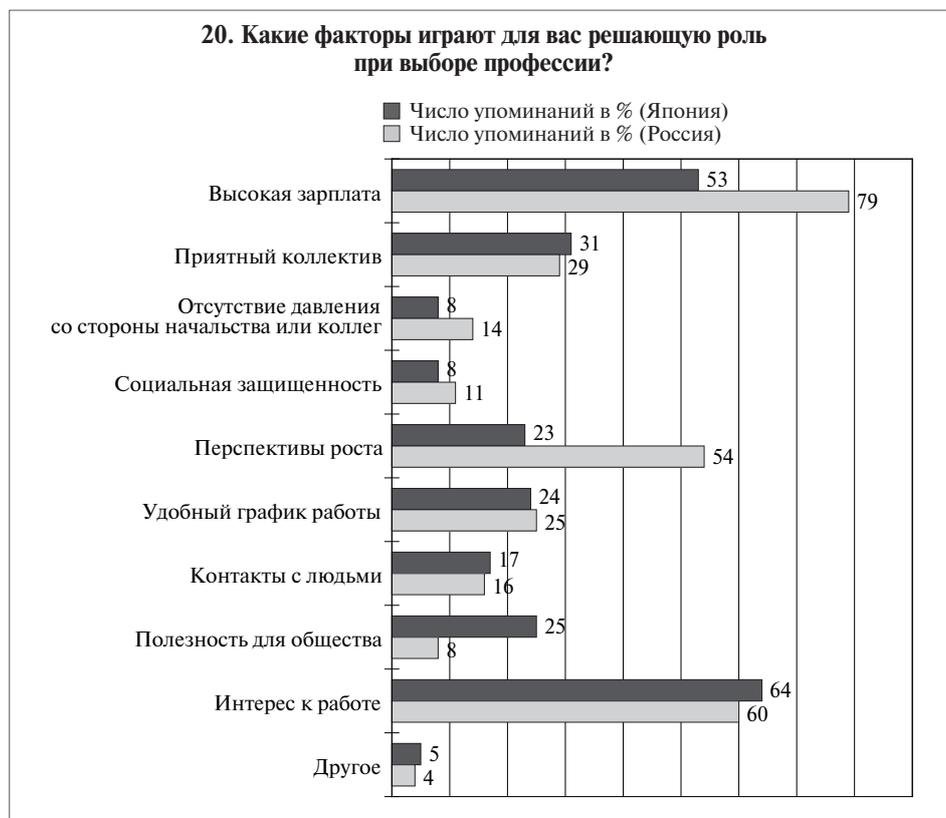


Рис. 20

Таким образом, из ответов на вопрос 19 видно, что иерархия социально значимых качеств личности с точки зрения молодых людей двух стран оказалась различной. В Японии: 1) «умение ладить с людьми», 2) «знания, квалификация», 3) «наличие таланта», 4) «здоровье», 5) «ответственность», 6) «честность и принципиальность»; в России: 1) «умение ладить с людьми», 2) «знания, квалификация», 3) «упорство в работе», 4) «ответственность», 5) «образование», 6) «связи». Для японской молодежи (в отличие от российской) зарплата — это важный, но не главный фактор выбора работы; интерес к работе и комфорт (приятный коллектив) также были оценены выше перспектив карьерного роста. Материальная сторона дела и перспективы карьерного роста оказались более актуальными для российских респондентов.

3.4. Портрет респондента

Сведения, касающиеся респондента, были предметом изучения в последнем (4-м) разделе анкеты. Этот раздел включал семь вопросов, касающихся пола (27), возраста (26), самоидентификации (25), отношения респондентов к общественно-политической жизни (22), а также



Рис. 21

к представителям иных культур и цивилизаций (24). Раздел начинался с 21-го вопроса — «Вы удовлетворены вашей жизнью в настоящее время?» Ответы в японской и российской частях опроса оказались сходными: число респондентов, удовлетворенных своей жизнью, в обеих группах составило 56%, причем неудовлетворенных жизнью среди российских студентов оказалось на 10% меньше (см. рис. 21).

Ответы на 22-й вопрос — «Какие социальные и политические вопросы вас волнуют в наибольшей степени?» показали,

что и японских, и российских молодых людей в первую очередь интересует то, что в какой-то мере касается их лично. Японских молодых людей более всего волнуют «безработица», «высокая стоимость жизни», «дороговизна образования»; затем «межэтнические конфликты», «коррупция» и «война в Ираке», и только после этого — «мигранты из других государств», «глобализация», «наркомания» и «инфляция». Для российских молодых людей первостепенную важность имели «высокая стоимость жизни», «наркомания», «безработица», «дороговизна образования» и «коррупция», а «глобализация», «война в Ираке» и «межэтнические конфликты» волновали их в гораздо меньшей степени (см. рис. 22).



Рис. 22



Рис. 23

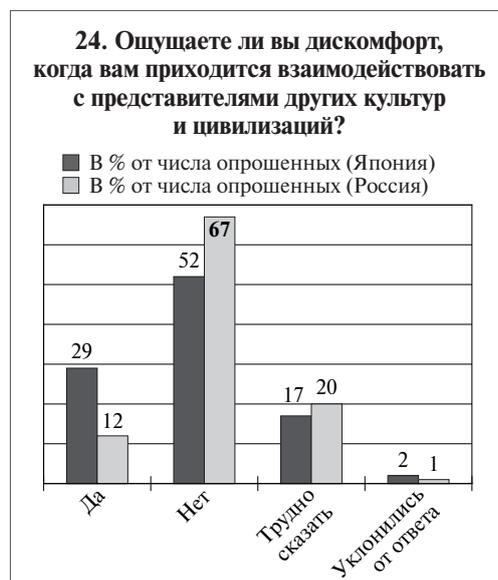


Рис. 24

В ответах на этот вопрос японские респонденты проявили более высокий интерес к актуальным мировым проблемам, российские в первую очередь были заинтересованы социальными проблемами своей страны.

Ответы на 23-й вопрос неожиданно показали большой оптимизм российской молодежи по сравнению с японской (см. рис. 23). Если большинство наших респондентов и в Японии, и в России удовлетворено своей жизнью в настоящее время (по 56% в обеих группах), то лиц, ощущающих уверенность в будущем, было в российской группе на 17% больше, чем в японской (37% и 20%); в то же время значительно меньше в российской группе оказалось и лиц, не чувствующих уверенности в будущем (20% и 57%).

Ответы на 24-й вопрос — «Ощущаете ли вы дискомфорт, когда вам приходится взаимодействовать с представителями других культур и цивилизаций?» показали преобладание толерантного отношения к представителям других культур и цивилизаций в обеих группах респондентов (см. рис. 24).

Из ответов на 25-й вопрос видно, что значительная часть опрошиваемых с японской стороны склонна к самоидентификации в малых группах, в то время как для российских респондентов более актуальна самоидентификация в больших группах — «русская нация» (32%) и «своя страна» (27%) (см. рис. 25).

Среди японских респондентов самоидентификация по месту учебы («университет», 41%) превысила суммарные данные по идентификации опрошиваемых с японской нацией (27%) и государством (10%). В особых мнениях японских респондентов («Другое»), на которые пришлось 10%, также была широко представлена самоидентификация с локальными сообществами и малыми группами (спортивные и другие клубы, семья, родной город или группа друзей и даже — «только с самим собой»). Для российских же молодых людей в качестве объекта идентификации более значимы государство и русская нация.

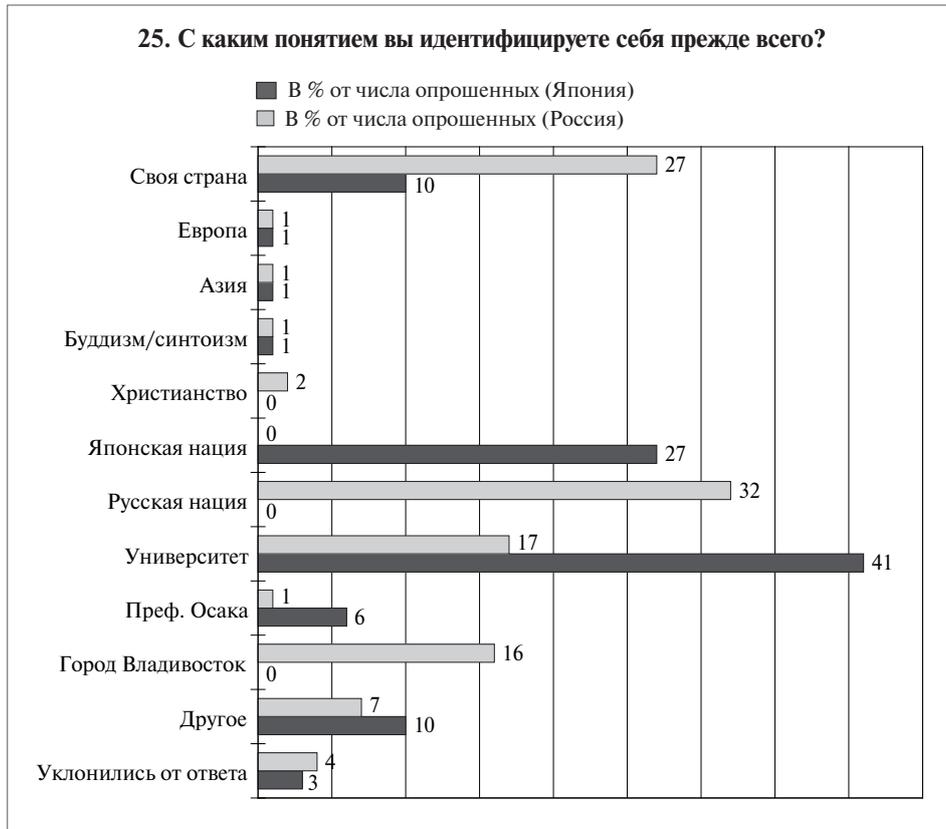


Рис. 25



Рис. 26



Рис. 27

В соответствии с ответами на 26 и 27-й вопросы возраст большинства японских респондентов (90%) составлял 18—20 лет (20 и более лет — 8%; уклонились от ответа — 2%). Среди российских студентов возрастное разнообразие оказалось большим: 18—20 лет — 58%, 20 и более лет — 29%, до 18 лет — 12% опрошенных (уклонились от ответа — 1%) (см. рис. 26).

Среди опрошенных нами в Японии респондентов 73% были мужского пола, 26% — женского (1% уклонились от ответа). Однако половую диспропорцию мы не учитывали, так как есть исследование, указывающее на почти полное отсутствие различий в ценностных ориентациях в среде студенчества по половому признаку, такие различия более существенны для поколения родителей⁷. Среди россиян респондентов женского пола было 63%, мужского — 36% (см. рис. 27).

Таким образом, у значительной части японцев преобладала самоидентификация в локальных сообществах и малых группах (спортивные и прочие клубы, семья, родной город или группа друзей, что, вероятно, является проявлением процесса фрагментации японского общества на актуальные для индивидуума локальные сообщества. Для молодых людей обеих стран (социально-политическая проблематика) в первую очередь имеет значение то, что касается личности респондента непосредственно. Молодежь России и Японии продемонстрировала преобладание толерантного отношения к представителям других культур и цивилизаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При некоторых чертах сходства в системах ценностей российской и японской молодежи, обусловленных похожими проблемами социализации и адаптации в обществе, в ходе нашего исследования обнаружены весьма существенные различия в несовпадении ценностных ориентаций. Для японской молодежи в большей степени, чем для российской, характерны гедонизм, эгоцентризм и инфантильность. Многие опрошенные нами молодые японцы не стремятся к карьере и не хотят становиться «трудоголиками». В иерархии ценностей более значимы для них по сравнению с российской молодежью «свободное время», «общение с друзьями», «удовольствия» и «развлечения». Высокий статус имеет также «самосозидание», а «служение обществу», «получение образования» и «связь с родителями» оказались ценностями более низкого порядка. Эгоцентризм японской молодежи, скорее всего, является симптомом атомизации японского общества и все большей автономизации молодых людей в нем. Стремление к удовольствиям, развлечениям и наслаждению жизнью, выявившееся у японской молодежи в ходе нашего исследования, — это признак, характеризующий ее как представителей постиндустриального общества. По-видимому, в основе таких притязаний — высокий уровень развития общества, его стабильность, система социального обеспечения и другие гарантии существования личности и ее прав.

Для российских респондентов более характерны стремление к материальному достатку, высокооплачиваемой работе и карьерному росту, большая (по сравнению с японскими сверстниками) самостоятельность,

материализм и прагматизм. Они также продемонстрировали более прочные связи с семьей, большую степень оптимизма, а также самостоятельность и ответственность, чем их японские сверстники в отношении создания собственной семьи, готовности завести детей. По-видимому, взросление у них происходит несколько раньше, чем у их японских сверстников, что, по всей вероятности, обусловлено социальными условиями.

Озабоченность проблемами выживания делает российскую молодежь более прагматичной и даже меркантильной, но при этом она видит свое будущее оптимистично в сравнении с японцами. Российские молодые люди продемонстрировали и большую готовность учитывать при принятии решений не только мнение своих родителей, но даже и мнение дедушек и бабушек, что, между прочим, показывает тесные (более, чем у японцев) связи разных поколений кровных родственников.

На результаты проведенного нами исследования некоторое влияние оказала гендерная диспропорция японских и российских респондентов, имевшая место в ходе анкетирования, поэтому результаты необходимо верифицировать с учетом половых особенностей молодежи двух стран в области ценностных ориентаций.

¹ Социология / ред. В.Н. Лавриненко. М.: Юнити, 2000. С. 321.

² Там же. С. 321—323, 403.

³ Волков Ю.Г., Мостовая И.Г. Социология. М: Гардарика, 1998. С. 378.

⁴ Управление, ценности и образ жизни молодежи в странах Центральной Азии. Ташкент: UNESCO, 2001. Т. 1. (Исследование предпринято узбекским научно-исследовательским центром «Ижтимоий фикр»).

⁵ Во время обсуждения результатов нашего исследования на российско-японском симпозиуме в Институте истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН 11 сентября 2007 г. представителем японской стороны было высказано предположение о возможном влиянии на японских студентов новых религий. Однако на это можно возразить — в последние два десятилетия в России возникло неизмеримо большее количество религиозных сект от адвентистов до кришнаитов или последователей японской религиозной секты «Аум Синрикё», но при формулировании цели жизни владивостокскими студентами понятие смерти не было использовано ни разу.

⁶ 千石保 新エゴイズムの若者たち : 自己決定主義という価値観 / 千石保著 東京: PHP研究所, 2001. P. 2—4.

⁷ См. электронный ресурс <http://www2.ipcku.kansai-u.ac.jp~shimizusemi97s98tsuda.pdf>

SUMMARY: This paper deals with Russian and Japanese students' value orientations. In April and May 2007 we have carried out a questionnaire inquiry at Osaka University (Japan) and several Universities in Vladivostok (Russia). The received data was used as a material for a comparative analysis. The research showed us that Russian students tend to be more practical, materially orientated and they have more concern in career making, then their Japanese counterparts. Russian students also tended to act more likely as adults, in some situations in which Japanese students turned out to be more infant. At the same time Russian students were more optimistic about their future. Japanese students have demonstrated more concern in having free time and communication with their friends, as well as in leisure and entertainments. In the field of employment Japanese students paid more attention to the self-development conditions, convenience of job and the possibility to have more free time. They also turned out to be more autonomous within the family and less connected to their grand-parents.