

УДК 316.614

**Социализация как механизм формирования профессиональной идентичности и трудовых ценностей (на материале Республики Татарстан)****Махиянова А.В.**Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии  
Казанского государственного энергетического университета**Хузиева Э.Ф.**Кандидат социологических наук,  
доцент кафедры инженерного менеджмента  
Казанского государственного энергетического университета

*В статье анализируются тенденции и особенности формирования профессиональной идентичности и трудовых ценностей в Республике Татарстан. Показывается роль социализации как механизма данного формирования посредством функционирования ее агентов. Раскрываются возрастные, гендерные и территориальные особенности и специфика.*

*Ключевые слова: социализация, агенты социализации, профессиональная идентичность, трудовые ценности.*

Вопросы формирования профессиональной идентичности и трудовых ценностей занимают лидирующее место среди проблем современности. Это связано с тем, что российское общество пережило полную трансформацию экономической системы. Изменилось само отношение к труду и выбору профессии. Профессиональная идентификация стала во многом зависеть от престижа и статуса профессии на рынке труда, от финансовых и временных затрат на обучение специальности и т.д.

Существенные преобразования произошли и в сфере трудовых ценностей, которые играют особую роль в мотивации поведения личности. Трудовые ценности можно рассматривать в качестве стимулов рыночного поведения, которые касаются целей и жизненных устремлений человека. Они, в наибольшей мере, – продукт рассудочной деятельности человеческого сознания, которые реализуют самоутверждение личности и образуют в итоге ее ценностную ориентацию, представляющую собой совокупность социальных установок.

Трудовые ценности находятся в постоянном движении, как по мере взросления личности, так и в

зависимости от изменений, происходящих в обществе. Относительно последнего аспекта стоит отметить, что в современной России происходит постепенная смена традиционной ценностной системы, которая осуществляется крайне неравномерно и непоследовательно.

Вследствие этого, для современной личности характерны исключительное разнообразие «ценностных миров», ценностная полифония, которая находит свое отражение в многообразии жизненных стилей, устремлений, индивидуальных особенностей. На первый план в трудовом поведении выдвигаются ценности индивидуалистического характера, связанные с практическим успехом и достижением личного благополучия, с усиливающейся ориентацией на независимость и личную свободу. Типичной становится установка на ситуативную мораль, которая поощряет совершение поступков в зависимости от обстоятельств. Все это происходит на фоне потери исторически сложившихся норм, ценностей и переориентации на ценностно-нормативную систему запада.

Учитывая реалии российской действительности, изучение профессиональной идентичности и тру-

довых ценностей, с одной стороны, требует всестороннего анализа, а с другой, диктует необходимость анализа механизмов их формирования. В качестве одного из таких механизмов предлагается рассмотреть социализацию посредством анализа ее агентов. Под агентами социализации понимаются разнообразные субъекты, социальные группы и институты, которые осуществляют социализацию или способствуют ей.

С целью создания наиболее полной картины профессиональной идентичности и трудовых ценностей современной личности и определения роли агентов социализации в их формировании было проведено авторское социологическое исследование. Выборочная совокупность сформирована с использованием метода случайной бесповторной квотной выборки путем многоступенчатого отбора обследуемых единиц. В качестве квот брались такие показатели как пол, возраст и место жительства респондента. Объем выборочной совокупности при 5 % ошибке репрезентативности, составил 2000 респондентов, что позволяет говорить о высокой степени надежности полученных данных. Опрос был проведен во всех крупных городах и 22 районах Республики Татарстан.

При подготовке к исследованию учитывалась необходимость, во-первых, четкого понимания сущности рассматриваемого феномена, во-вторых, выбора тех методических приемов и способов, которые в совокупности должны способствовать решению поставленных задач. Интерпретация и операционализация исходных категорий позволила выработать параметры измерения влияния указанных агентов социализации на формирование профессиональной идентичности, трудовых ценностей личности и построить их рейтинг.

Среди агентов социализации нами были рассмотрены следующие институты и общности: семья; государство; образование (школа, вуз и т.д.); средства массовой информации (телевидение, печатные издания, радио); религия, религиозная община; представители своей этнической принадлежности; близкое окружение (родственники, друзья); трудовой (производственный) коллектив, коллеги; люди, проживающие на одной территории (соседи, земляки и т.д.).

С целью раскрытия роли агентов социализации в формировании профессиональной идентичности личности респондентам задавался следующий вопрос: «К какой профессиональной группе Вы себя относите?»

В группу наиболее популярных профессий вошли специалист (врач, инженер, программист, педагог и т.д.), квалифицированный рабочий (водитель, электрик и т.д.) и служащий, работник, не занятый физическим трудом (офисный работник, менеджер, секретарь и т.д.) (27,6; 15,3 и 12,4 % соответственно). Каждый десятый выбрал вариант «другое» (12,4 %). Незначительно по процентным показателям уступили работники, занятые в сфере обслуживания и тор-

говли (парикмахер, продавец и т.д.) (9,6 %). Оставшиеся группы профессий распределились следующим образом: предприниматель, бизнесмен (5,3 %), работник сельского хозяйства (4,8 %), чиновник, руководитель (4,1 %), неквалифицированный рабочий (разнорабочие, грузчики и т.д.) (3,3 %), фермер (0,4 %). Затруднились с выбором 4,8 % опрошенных.

Каждый второй респондент достаточно часто ощущает сходство с людьми своей профессии (54 %). Для каждого третьего данное сходство является редкими (30,9 %) и 3,7 % выбрали вариант «никогда». Каждый десятый опрошенный затруднился с ответом (11,4 %).

В формировании профессиональной идентичности наибольшую роль играют семья и образование (2,11 и 2,06). Вероятно, их лидерство можно объяснить тем, что данные социальные институты достаточно важны в формировании экономического и социального капиталов личности. Следующими по значимости являются близкое окружение и трудовой коллектив (1,64 и 1,35 балла).

Незначительно, но все-таки меньше роль такого агента социализации, как государство (1,31 балла). Группу наименее влиятельных агентов социализации составляют территориальная общность, средства массовой информации, этническая общность и религия (0,72; 0,67; 0,53; 0,44 балла соответственно). Незначительно большее число респондентов из малых городов при ответе на вопрос о чувстве сходства и единства с людьми своей профессии выбирают вариант «часто» (57,1 %).

Территориальный аспект вопроса показал, что по уровню положительной профессиональной идентификации лидируют жители малых городов, за ними следуют сельчане и казанцы (55,9 и 50,2 %). Вариант «редко» наименьшей популярностью пользуется у представителей малых городов и чаще встречается у сельчан и казанцев (23,5; 32,8 и 33,2 %). Вариант «никогда» выбрали 6,8 % респондентов из малых городов, 1,6 % сельчан и 4,2 % казанцев. В таком же соотношении населенных пунктов число затруднившихся составляет 12,6; 9,7 и 12,4 %.

Семья и образование в системе агентов социализации являются лидерами вне зависимости от типа поселения респондентов, оказывающих влияние на формирование профессиональной принадлежности индивида. Однако в сельской местности они получили более высокие баллы.

Роль близкого окружения в большей степени значима для представителей малых городов (1,74 к 1,64 в сельской местности и 1,51 балла в столице). Роль трудового коллектива выше оценивается сельчанами (1,53 балла к 1,31 в малых городах и 1,24 балла в столице).

Относительно роли остальных агентов социализации у населения в зависимости от места жительства мнение разделилось. Сельчане по степени значимости выделяют территориальную и этниче-

скую общности, средства массовой информации и религию (0,87; 0,71; 0,68 и 0,54 балла соответственно).

Для жителей малых городов характерен схожий рейтинг, но с более низкими показателями. При этом средства массовой информации опережают этническую общность, тогда как территориальная общность и религия сохраняют аналогичные позиции (0,72; 0,68; 0,54 и 0,44 балла соответственно). У казанцев приоритеты расставлены несколько иначе: средства массовой информации, территориальная и этническая общности, религия (0,66; 0,61; 0,39 и 0,36 балла соответственно).

Примерно одинаковое количество мужчин и женщины ощущает сходство с людьми своей профессии (53 к 56,5 %). Схожие показатели присутствуют в выборе вариантов ответа «редко» (33,1 к 29,3 %) и «никогда» (3,4 и 3,6 %).

Существенные различия в оценке роли агентов социализации в формировании профессиональной идентичности у мужчин и женщин отсутствуют.

Наиболее сильно положительная идентификация с людьми своей профессии проявляется в возрастной группе от 50 до 64 лет (63,8 %). Возможно, это связано с тем, что к этому возрасту человек имеет значительный трудовой стаж и длительное время работает на одном месте. У молодого поколения от 18 до 29 лет профессиональная идентификация положительной направленности проявляется только у 44,2 % опрошенных, что может говорить об отсутствии профессионального самоопределения вследствие либо незаконченного образования, либо неопределенности с местом работы.

С возрастом в формировании принадлежности к профессиональной группе, уменьшается роль таких агентов как семья, образование, средства массовой информации и близкое окружение. Роль государства, наоборот, с возрастом респондента увеличивается. Незначительно, но все-таки выше оценивается роль религии и этнической общности возрастной группой от 18 до 29 лет. Роль трудового коллектива более значима для респондентов от 50 до 64 лет. В оценке роли территориальной общности значимых расхождений у возрастных групп не выявлено.

Относительно трудовых ценностей итоги исследования показывают следующую картину. Более половины опрошенных уверены, что если упорно трудиться, то в долгосрочной перспективе это оборачивается улучшением жизни (59,9 %). Однако присутствует доля тех, кто считает, что труд не является причиной успеха, что это результат везения и личных связей (35,5 %). Затруднились с ответом 4,6 % респондентов.

С утверждением о том, что человек должен иметь только те доходы, которые заработал честным трудом, согласны 60,4 % населения. При этом треть придерживается противоположного суждения, утверждая, что можно иметь любые доходы, вне зави-

симости от того, как они получены (34,9 %). Только 4,7 % затруднились с ответом.

Две трети опрошенных убеждены, что человек благодаря труду совершенствует себя и свои личностные качества (72,9 %). Одна пятая часть респондентов считает, что совершенствование человека и его личностных качеств возможно и без труда (22 %). Затруднились с ответом 5,1 % опрошенных.

Подавляющая часть населения в формировании трудовых ценностей отдает приоритет семье (78,8 %). Каждый второй подчеркивает значение образования и близкого окружения (50,9 и 47,3 %). Каждый третий респондент отмечает немаловажную роль государства и трудового коллектива (33 и 32,3 %). Каждый десятый житель указывает на роль религии, территориальной общности и средств массовой информации (13,8; 12,1 и 10,7 % соответственно). Наименьшее значение в формировании трудовых ценностей имеет этническая общность (4,4 %).

Жители села проявляют большую уверенность в труде как способе улучшения жизни и совершенствования личных качеств личности. Они также убеждены, что человек должен иметь только те доходы, которые заработал честным трудом. Численность сторонников указанных ценностей незначительно, но уменьшается среди представителей малых городов и столицы. Значимых различий в оценке роли агентов социализации в зависимости от типа поселения зафиксировано не было.

Мужчины чаще женщин убеждены, что можно иметь любые доходы, вне зависимости от того, как они получены (39,5 к 32,7 %). Респондентки придерживаются мнения, что человек может иметь только те доходы, которые заработал честным трудом (64,8 к 58 %).

Женщины чаще видят в труде основу для совершенствования своих личных качеств (78,1 к 71,5 % у мужчин). Только каждая пятая респондентка полагает, что совершенствование человека возможно и без труда (20,3 %). Убежденность в данном тезисе высказал каждый четвертый мужчина (25,6 %).

Значительных гендерных различий в оценке агентов социализации в формировании трудовых ценностей не выявлено. Стоит только отметить, что для женщин более важна религия.

Интересной получилась картина относительно трудовых ценностей в различных возрастных группах. К везению и личным связям чаще сводят успех респонденты от 30 до 65 лет, тогда как люди младшего и старшего возрастов более склонны считать, что если упорно трудиться, то в долгосрочной перспективе это оборачивается улучшением жизни.

Стоит также отметить, что чем старше респондент, тем меньше он соглашается с суждением о том, что можно иметь любые доходы, вне зависимости от того, как они получены. В частности, если с данным суждением согласны более половины опрошенных в возрасте от 18 до 29 лет (54,2 %), то в возрасте от

30 до 49 лет – более трети (37,4 %), от 50 до 64 лет – около четверти (23,7 %), а в возрастной категории старше 65 лет – только 18,9 % опрошенных. Соответственно обратная тенденция проявилась в выборе суждения о том, что человек должен иметь только те доходы, которые заработал честным трудом.

Несмотря на то, что большинство респондентов согласилось с утверждением об облагораживающей функции труда, приверженцев данного суждения было больше среди представителей старшего возраста (18–29 лет – 69,2 %; 30–49 – 74,7 %; 50–64 года – 78,3 % и старше 65 лет – 80,5 % опрошенных). Чем старше респондент, тем значимее роль государства в формировании его трудовых ценностей. Респонденты младшего возраста акцент ставят на семье, средствах массовой информации и близком окружении. Отличилось в данном вопросе поколение от 50 до 64 лет, для них особо значим трудовой коллектив, и респонденты старше 65 лет, для которых важным агентом социализации является религия.

Согласно итогам проведенного исследования можно констатировать, что произошедшая общественная трансформация нашего общества коснулась и агентов социализации. У многих из них произошли существенные функциональные изменения, некоторые утратили свое доминирование, либо, наоборот, значительно усилили свое влияние на становление идентификационных характеристик личности и формирование ее ценностно-нормативной системы.

В целом, агенты социализации во многом определяют процесс формирования профессиональных и трудовых качеств, свойств, ценностей, знаний и умений личности. При исследовании социализации как механизма формирования профессиональной идентичности и трудовых ценностей необходимо исходить из положения о том, что от успеха социализации зависит насколько личность, усвоив ценности, нормы поведения, традиции и стандарты сумеет реализовать свои способности. Для общества, в свою очередь, успех социализации означает самовоспроизводимость, сохранение преемственности поколений, экономического, культурного и духовного потенциала.

Данные исследования позволяют утверждать, что у каждого второго жителя республики сформирована

положительная профессиональная идентичность, которая наиболее полно проявляется в сельской местности и возрастной группе старше 50 лет. Однако у каждого третьего жителя профессиональная идентичность находится на этапе своего формирования, что является показателем отсутствия четкого профессионального самоопределения. Его причинами, в свою очередь, могут выступать незаконченность образовательного процесса, трудовая мобильность как результат поиска оптимального и удовлетворяющего различным параметрам места работы.

Семья и образование выступают лидирующими агентами формирования профессиональной идентичности, что является вполне объяснимым фактом. Однако стоит обратить внимание на сниженное, на наш взгляд, значение трудового коллектива. Роль государства также оценена достаточно низко, хотя именно оно должно быть заинтересовано в подготовке необходимых экономике трудовых ресурсов.

Данные о трудовых ценностях в сознании татарстанцев не столь оптимистичны. На фоне преобладания мнения о труде как способе улучшения жизни присутствует немалая доля тех, кто не рассматривает труд в качестве источника жизненного успеха. Приверженцев первого суждения больше среди сельчан, а также респондентов женского пола и старшего возраста.

Мнение о труде как источнике дохода также лидирует, но опять с оговоркой на наличие доли населения, поддерживающей противоположной точке зрения. В частности, горожане, мужчины и респонденты младших возрастов составили основу последней группы. Большого согласия в трудовых ценностях жители достигли в оценке труда как источника совершенствования личных качеств. Трудовые ценности закладываются, в первую очередь, в семье. Немаловажную роль при этом играют образование и близкое окружение. Стоит отметить, что часть населения при формировании данных ценностей испытывает влияние со стороны государства (особенно респонденты старше 65 лет) и трудового коллектива (опрошенные от 50 до 64 лет).

## **Socialization as a mechanism for the formation of professional identity and work values (based on RT)**

*A. Mahiyanova, E. Huzieva  
Kazan State Power Engineering University*

*The paper analyzes the trends and features of the formation of professional identity and work values in the Republic of Tatarstan. Shows the role of socialization as a mechanism of formation through the operation of its agents. Reveals age, gender and territorial peculiarities and specificity.*

*Key words: socialization, socialization agents, professional identity, work values.*