

# ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ С РАЗЛИЧНЫМ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ СТАТУСОМ О СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНАХ

Азарёнок Н. В. (Белорусский государственный педагогический университет им. М. Танка, г. Минск)

---

Молодежь – исключительно перспективная целевая аудитория для финансового и производственного секторов. Ее отличают динамика, амбициозное стремление не только узнать, но и попробовать новые потребительские товары или услуги и изменить с их помощью свою жизнь к лучшему. Это объясняет актуальность исследования представлений молодежи о ряде феноменов современного рыночного общества.

Экономические реалии определяют представления о том, как функционирует экономика. Они создают образ экономической действительности, под которым понимают комплексно организованную социально детерминированную систему представлений, являющуюся субъективным отражением объективного экономического бытия [1]. В нашем исследовании молодым людям было предложено сформулировать свои представления относительно четырех экономических явлений: «Бедность», «Богатство», «Экономическое благополучие» и «Деньги».

Социально-демографическая характеристика личности представляет собой информацию о ее социальном статусе. Содержание характеристики включает следующие признаки: пол, возраст, уровень образования, семейное положение, профессиональная структура, территориальный и экономический критерии и другие.

Для того, чтобы установить характер связи между социально-демографическим статусом молодежи и ее представлениями об обозначенных экономических феноменах, был использован коэффициент корреляции Пирсона.

Наибольшее количество значимых связей установлено по следующим показателям социально-демографического статуса: возраст, уровень образования и место проживания.

Социально-демографический показатель «**Возраст**» условно можно разделить на собственно молодежь (18–24 года) и молодые взрослые (25–30 лет), обратно слабо связан с восприятием бедности как результата бездействия. Следовательно, молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет менее склонны связывать бедность с ленью, нежеланием работать по сравнению с молодежью 24–30 лет ( $r = -0,27$ , при  $p \leq 0,05$ ). Такая же тенденция наблюдается при анализе экономического благополучия в контексте материального благополучия ( $r = -0,27$ , при  $p \leq 0,05$ ) и предоставляемых возможностей ( $r = -0,40$ , при  $p \leq 0,01$ ). У более молодых чаще наблюдается склонность рассматривать экономическое благополучие через понятия, связанные с материальным благополучием и возможностями. Слабая прямая связь выявилась между представлениями об

экономическом благополучии в виде статуса и власти ( $r = 0,34$ , при  $p \leq 0,01$ ) и труда ( $r = 0,33$ , при  $p \leq 0,05$ ). Это говорит о том, что чем взрослее молодой человек, тем выше для него значимость труда для достижения экономического благополучия. Такая молодежь в большей степени признает возможность показать свое экономическое благополучие через успех, славу, власть.

«Уровень образования» слабо связан с осознанием денег как средства существования ( $r = 0,39$ , при  $p \leq 0,01$ ), и в качестве символов ( $r = -0,32$ , при  $p \leq 0,05$ ). При этом чем выше уровень образования, тем больше тенденция воспринимать деньги как необходимое средство выживания и существования и меньше как некое символическое выражение (доллар, монета, банкнота и др.).

В зависимости от уровня образования молодежь по-разному представляет бедность и экономическое благополучие. Чем выше уровень образования, тем больше проявляется склонность рассматривать бедность как ограничения в жизни: нет возможности помогать другим, запрет, отсутствие выбора, нехватка возможностей и т. п. ( $r = 0,29$ , при  $p \leq 0,05$ ). Также чем выше образование молодежи, тем больше она склонна рассматривать экономическое благополучие как жадность, скупость, зависть со стороны других ( $r = 0,37$ , при  $p \leq 0,01$ ), и одновременно как возможности, которые открываются при достижении экономического благополучия ( $r = 0,28$ , при  $p \leq 0,05$ ).

## Литература

1. Дейнека, О. С. Экономическое сознание: феноменология, структура и потенциал развития / О. С. Дейнека // Культура и экономическое поведение : сб. ст. / ред. Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М. : МАКС Пресс, 2011. – С. 118–148.

«Место проживания» также накладывает свой отпечаток на представления современной молодежи об экономических феноменах. Например, слабая обратная связь выявлена между «местом проживания» и эмоциональным восприятием денег. Т. е. чем больше показатели по категориям «положительные эмоции» ( $r = -0,27$ , при  $p \leq 0,05$ ) и «отрицательные эмоции» ( $r = -0,27$ , при  $p \leq 0,05$ ), тем больше вероятность того, что это представитель городской молодежи. Следовательно, можно сделать вывод, что в экономическом сознании городской молодежи больше внимания отводится эмоциональной составляющей денег.

Значимая умеренная связь определилась между местом проживания и склонностью рассматривать деньги через наличие материальных благ ( $r = 0,54$ , при  $p \leq 0,01$ ). Таким образом, сельская молодежь в большей степени воспринимает деньги с материальной стороны: наличие имущества, недвижимости, ценных вещей и др.

Кроме того, с данным показателем связаны и значимость труда в отношении богатства ( $r = 0,33$ , при  $p \leq 0,01$ ) и признание большой роли фортуны ( $r = 0,28$ , при  $p \leq 0,05$ ) как причины бедности. Такое представление более свойственно сельской молодежи.

Наименьшее количество связей выявлено относительно **семейного положения** молодых людей и относительно **наличия или отсутствия у них детей**.