

Пути формирования национальной политической элиты и механизмы реализации доступности государственной службы для молодежи публично не артикулированы.

4. Массовое молодежное сознание стало ареной противоборства различных, идейно противонаправленных сил, которые, не пересекаясь в физическом пространстве, противостоят друг другу в сознании молодого человека, препятствуя при этом формированию у него цельного политического мировоззрения.

5. Возникает необходимость уточнения приоритетов государственной молодежной политики в области идейно-воспитательной работы с учетом изложенных выше политических реалий.

Литература

1. О развитии гуманитарных наук и повышении их роли в государственном строительстве. Материалы совещания в Национальной Академии наук Беларуси с ведущими учеными и преподавателями-обществоведами республики 20.11.1998 года. Мн. 1999.
2. Обзор евразийской идеологии (краткий курс) <http://www.evrazia.org>
3. Мельник В.А. Государственная идеология Республики Беларусь: концептуальные основы. - Минск: Тесей, 2003.
4. Кутковец Т.Н., Клямкин И.М. Русские идеи. Полис. 1997. № 2.
5. Молодежь Беларуси на современном этапе: состояние, проблемы и пути их решения. Под ред. С.Д.Лаптенка.-Минск.:ИСПИ,2004. -342с.
6. Политология. Курс лекций под ред. Божанова В.А. -Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2002,-315с.
7. Панарин А.С.Страхи властвующих как фактор стратегической нестабильности. - М.: Наш современник, 2002, №9.
8. Парламентские и президентские выборы в Беларуси: итоги и перспективы. Под ред. Е.В.Матусевича. -Минск: ИСПИ, 2002.-84 с.
9. Василик М.А. Политология. Учебное пособие -М.: Гардарики, 2001. -270 с.

ЦЕННОСТНЫЙ МИР СТУДЕНТОВ БЕЛАРУСИ, ПОЛЬШИ И ГЕРМАНИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Грибов Г.М.

Брестский государственный технический университет, г.Брест, Беларусь

В 2000-2005гг. автором при участии польских и немецких коллег было проведено двухэтапное социологическое исследование в вузах Беларуси (Брест, Минск, Гродно, Новополоцк, Могилев), Польши (Ченстохова, Белосток, Познань) и Германии (Вайнгартен, равенсбург, Биберах). Целью исследования было изучение ценностного сознания студентов трех стран. Выбор респондентов был не случаен. Беларусь, Польша и Германия – это европейские государства, расположенные на оси Восток-Запад. Они имеют различную историю, культуру и социально-экономическую модель общественного устройства. Беларусь – бывшая республика СССР, восточно-европейское государство, избравшее собственный путь развития и ориентирующееся на интеграцию с Россией. Польша – бывшая страна социалистического лагеря, центрально-европейское государство, связавшее свою судьбу с Европейским сообществом и НАТО. Германия – крупнейшее западно-европейское государство, представляющее т.н. капиталистический путь развития. Несмотря на принципиальное

различие между названными странами, многие их объединяет. Эти государства развиваются в условиях глобализационных процессов на континенте и переживают период системной трансформации всех сторон общественной жизни. Особенно отчетливо это проявляется в Беларуси и Польше, свернувших с социалистического пути развития, относится это также и к Германии, где произошло объединение ее двух частей, и бывшая ГДР оказалась в ситуации коренного переустройства общественной системы.

Коренные социально-экономические преобразования неизбежно отразились на сознании людей, на их взглядах и идеалах. Особенно остро и оперативно реагирует на общественное изменение молодое поколение, которое быстро впитывает новые идеалы и ценности. В нашем исследовании были поставлены две цели: во-первых, сравнить представления о базовых ценностях студентов трех стран; во-вторых, на основе двухкратного опроса с интервалом в четыре года обнаружить возможные изменения, трансформации ценностных представлений студенческой молодежи Беларуси, Польши и Германии. Приведем результаты исследований в таблицах, где определены ранги рода базовых ценностей.

Таблица 1. Рейтинг базовых ценностей студентов (опрос 2000 года)

| | белорусы | поляки | немцы |
|---|----------|--------|-------|
| Здоровье | 1 | 1 | 1 |
| Семья, дети | 2 | 3 | 10 |
| Дружба | 3 | 4 | 2 |
| Возможность потреблять чистые продукты и дышать свежим воздухом | 4 | 10 | 9 |
| Любовь | 5 | 2 | 4 |
| Хорошее образование | 6 | 5 | 6 |
| Возможность реализовать свои способности, таланты | 7 | 9 | 8 |
| Гарантии прав человека | 8 | 6 | 5 |
| Уважение других людей | 9 | 8 | 11 |
| Душевное спокойствие | 10 | 7 | 3 |
| Общение с интересными людьми | 11 | 13 | 12 |
| Деньги, материальное благополучие | 12 | 17 | 17 |
| Карьера | 13 | 21 | 21 |
| Комфортное жилье | 14 | 20 | 18 |
| Суверенитет моего государства | 15 | 11 | 14 |
| Частная собственность | 16 | 12 | 15 |
| Секс | 17 | 14 | 16 |
| Демократия в государстве | 18 | 15 | 7 |
| Удобная, красивая одежда | 19 | 23 | 20 |
| Веселая, полная развлечений жизнь | 20 | 18 | 13 |
| Национальная культура | 21 | 19 | 23 |
| Искусство | 22 | 22 | 22 |
| Религия | 23 | 16 | 19 |
| Известность, слава | 24 | 24 | 24 |

Таблица 2 - Рейтинг базовых ценностей (опрос 2004 г.)

| | белорусы | поляки | немцы |
|---|----------|--------|-------|
| Здоровье | 1 | 1 | 1 |
| Семья, дети | 2 | 4 | 9 |
| Дружба | 3 | 2 | 2 |
| Возможность потреблять чистые продукты и дышать чистым воздухом | 3 | 13 | 10 |
| Хорошее образование | 4 | 5 | 6 |
| Любовь | 5 | 3 | 5 |
| Возможность реализовать свои способности, таланты | 6 | 9 | 7 |
| Гарантии прав человека | 8 | 7 | 4 |
| Карьера | 9 | 18 | 19 |
| Душевное спокойствие | 10 | 8 | 3 |
| Уважение других людей | 11 | 6 | 11 |
| Общение с интересными людьми | 12 | 12 | 12 |
| Деньги, материальное благополучие | 13 | 20 | 17 |
| Комфортное жилье | 14 | 21 | 18 |
| Суверенитет моего государства | 15 | 10 | 15 |
| Частная собственность | 16 | 11 | 16 |
| Демократия в государстве | 17 | 14 | 8 |
| Секс | 18 | 15 | 13 |
| Удобная, красивая одежда | 19 | 19 | 20 |
| Веселая, полная развлечений жизнь | 20 | 1 | 14 |
| Искусство | 21 | 23 | 22 |
| Национальная культура | 22 | 22 | 23 |
| Религия | 23 | 16 | 21 |
| Известность, слава | 24 | 24 | 24 |

Сравнение ответов позволяет определить сходство и различие представлений студентов двух стран об основных жизненных ценностях.

Сходство заключается в следующем:

1. И белорусские, и польские, и немецкие студенты считают важным в своей жизни достаточно большое количество ценностей, а не ограничиваются их узким набором. Более половины белорусов считают «очень важным» 8 факторов, более половины поляков – также 8, более половины немцев – 7.

2. Лидирующими ценностями в трех национальных группах являются одни и те же факторы: *здоровье, дружба, любовь, хорошее образование*. Для белорусов и поляков – это еще семья.

3. «Хвост» рейтинга у белорусов, немцев и поляков также составляют практически одни и те же ценности: *известность, слава, искусство, национальная культура*.

Различие взглядов состоит в том, что:

1. Студенты белорусы заметно выше оценивают *деньги, материальное благополучие, комфортное жилье*, т.е. материальные факторы, а также *карьеру и возможность потреблять чистые продукты и дышать чистым воздухом*, т.е. экологические факторы. Белорусы в некоторой степени выше ставят возможность самореализации.

2. Польские студенты в некоторой степени выше оценивают *религию и уважение других людей*, т.е. факторы **нравственные, частную собственность и суверенитет своего государства**.

3. Наблюдается закономерность заметного повышения рейтинга ряда факторов при движении с Востока на Запад. Это относится к гарантиям прав человека, душевному спокойствию и демократии.

Что изменилось во взглядах на ценности у исследуемой молодежи за четыре года?

Результаты говорят о том, что существенная трансформация ценностей студентов не произошла ни в Беларуси, ни в Польше, ни в Германии. Сохранили свой статус ценности-лидеры, остались на прежних позициях ценности аутсайдеры. Незначительные изменения произошли во взглядах студентов-белорусов, которые стали выше ценить карьеру и несколько понизили роль уважения окружающих людей.

На этом основании можно сделать вывод, что пик трансформации сознания постсоветского молодого поколения в нашей стране уже пройден, и его ценностное сознание стабилизировалось.

PROCESUALNOŚĆ STEREOTYPIZOWANYCH PRZEKONAŃ

Mirosław Acewicz

Politechnika Białostocka, Białystok, Polska

Stereotypy nie podlegają zmianie w krótkim czasie lub nieznacznie zmieniają się w okresach długich. Zorganizowana i prowadzona przez wiele lat świadoma „akcja”, mająca dany zestaw przekonań opartych na stereotypie lub stereotypach „zwalczyć”, ma zawsze bardzo ograniczoną skuteczność. Przykładem mogą być choćby instytucjonalne usiłowania mające na celu likwidację treści antyżydowskich. Stereotyp antyżydowski pozostał bez zmian, składając się nadal z tych samych co kiedyś komponentów, z wyjątkiem może wątku „syjonistycznego”. Mechanizmom zmiany przeciwdziała wiele czynników. Ludzie na przykład zwykle aktywnie unikają kontaktów z członkami nielubianych grup, trwałości przekonań stereotypizowanych sprzyja też proces potwierdzania oczekiwań. Generalnie ta bardzo duża odporność na zmianę wynika z prawidłowości o charakterze zarówno poznawczym, jak i motywacyjnym. Choć współcześnie obserwuje się zmianę niektórych stereotypów, bardzo trudno wywołać tego rodzaju modyfikacje w wyniku zamierzonych interwencji.

O stereotypie jest sens mówić tylko wtedy, kiedy jest zbiorem przekonań wspólnych członkom jakiejś społeczności czy kultury. [s. 708] Jako umysłowe reprezentacje grup społecznych są schematami lub prototypami grup społecznych, w których obok stereotypowych przekonań (np. „pijacy”) występuje etykieta grupy (np. „Polacy”). Zazwyczaj jest to wyrazem podstawowej funkcji upraszczania i ujednoznaczniania obrazu otoczenia społecznego poprzez procesy kategoryzacji społecznej. Stereotypy najczęściej dotyczą szerokich kategorii społecznych, takich jak płeć, rasa, narodowość, wiek lub atrakcyjność fizyczna. Wiele stereotypów obejmuje także węższe kategorie społeczne - mogą być one jeszcze częściej używane niż stereotypy szerokich grup społecznych - takie jak bibliotekarze, punki czy politycy. Powstawanie stereotypów uzależnione jest więc od stopnia, w jakim pozwalają one rozróżniać grupy społeczne w wymiarach silnie nasyconych wartościowaniem. Pozwalając podkreślać różnice między grupami, zacierając (lub wyostrając) zarazem subiektywne różnicowanie osób należących do tej samej grupy