



На правах рукописи



003446589

Шапошников Николай Леонтьевич

**СОЦИАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ
В ЖИЗНЕННЫХ СТРАТЕГИЯХ МОЛОДЕЖИ**

22 00 04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

2 2 СЕН 2008

Ростов-на-Дону – 2008

Работа выполнена в ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет»

Научный
руководитель

Заслуженный деятель науки РФ,
доктор философских наук, профессор
Волков Юрий Григорьевич

Официальные
оппоненты

доктор социологических наук, профессор
Щетинин Андрей Александрович

доктор социологических наук, профессор
Щербакова Лидия Ильинична

Ведущая
организация

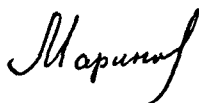
**Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова**

Защита состоится «04» июля 2008 г в 10 00 часов на заседании
Диссертационного совета Д212 208 01 по философским и социологическим
наукам в ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет» (344006, г Ростов-
на-Дону, ул Пушкинская, 160, ИППК ЮФУ, ауд 34)

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ФГОУ
ВПО «Южный федеральный университет» (344006, г Ростов-на-Дону, ул
Пушкинская, 148)

Автореферат разослан «**3**» июня 2008 г

Ученый секретарь
диссертационного совета



М Б Маринов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена включенностью феномена конкуренции в человеческую жизнь во всех ее проявлениях. С самого рождения человек вынужден состязаться как с себе подобными, так и с самим собой. Ж.-Ж. Руссо в своих «Рассуждениях о происхождении неравенства» говорил, что страсти состязаться и выделяться мы обязаны тем лучшим и тем худшим, что в нас есть, нашими добродетелями и нашими пороками, нашими знаниями и нашими заблуждениями. По словам В.М. Бехтерева, «каждое общество не может избегнуть ни конкуренции, ни соперничества и борьбы, но в этом заключается залог его будущих успехов и совершенствовании». Конкуренция создает более благоприятные условия для развития общества, но, вместе с тем, способствует росту социального неравенства. Особенно значимой проблема социальной конкуренции в постсоветском российском обществе является для молодого поколения.

В российском обществе в целом в условиях экономического оздоровления и инвестиционного бума первого десятилетия XXI в. нарастает конкуренция за человеческие ресурсы. Но пока остается низкой внутренняя мобильность все еще небогатого населения. В этих условиях особенно важным представляется изучение такой социальной группы, как молодежь.

Постсоветское общество, характеризующееся институциональным кризисом, можно обозначить как зону социального риска, в условиях которой вынуждена адаптироваться современная российская молодежь, не имеющая возможности использовать социальные опыты старших поколений в силу его низкой эффективности и невостребованности в изменившихся условиях. Современная ситуация характеризуется тем, что молодежи, независимо от ее групповой дифференциации, приходится самостоятельно адаптироваться к новым для российского общества условиям нестабильности и неопределенности, поскольку оказались разрушены прежние механизмы адаптации, а новые еще не выработаны. Ситуация обостряется тем, что адаптация молодежи к новым социальным условиям осложняется высоким уровнем безработицы, низкой востребованностью молодежи на рынке труда, высокой степенью социальной конкуренции.

В развитом городском обществе для многих конкурентные отношения начинаются чуть ли не с детства. В среде молодежи наиболее ярко проявляются процессы конкуренции, протекающие на личностном уровне: стремление выдвинуться, успешно проявить себя, завоевать более значительное материальное вознаграждение, получить общественное признание. Обостряется также межгрупповая и межпоколенная конкуренция. Иная ситуация складывается для молодежи малых городов, поселков, деревень. Оценка и прогноз возможностей оптимизации конкурентной ситуации в обществе предполагают выявление и осмысление совокупности механизмов регуляции, встроившихся в действующие социальные институты.

Таким образом, проблема диссертационного исследования – это противоречие между потребностью эффективного развития конкурентного потенциала молодежи, с одной стороны, и сохраняющейся традиционностью и инерционностью прошлого, низким уровнем молодежного самосознания,

неоднозначным отношением молодых людей к конкурентным отношениям в обществе, с другой. При этом современная российская молодежь находится в весьма своеобразной ситуации, когда ее социализация осуществляется не на основе унаследованных материальных и духовных ценностей, но требует деятельного участия самой молодежи в выработке этих ценностей и самутверждения в современном конкурентном социальном пространстве.

Актуальность исследования фактора социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи определяется также недостаточной теоретической разработанностью, отсутствием целостной концепции современной социальной конкуренции, а также насущной необходимостью теоретического и эмпирического изучения процессов социальной конкуренции молодежи в российском трансформирующемся обществе. Избранный ракурс анализа позволяет автору осуществить социологический анализ содержания процессов социальной конкуренции в жизненных стратегиях и поведенческих ориентациях молодежи в современной реформирующейся России.

Степень научной разработанности темы. Диссертационное исследование осуществлено в междисциплинарном научном пространстве, что обусловлено необходимостью освоения различных теоретических источников – экономической, психологической и социологической литературы, – а также определенным переосмыслением подходов, содержащихся в трудах отечественных и зарубежных авторов.

При оценке степени разработанности проблемы приходится констатировать практически полное отсутствие работ, в которых социальная конкуренция выступала бы в качестве теоретически операционализированного и эмпирически исследованного понятия.

Поэтому при разработке проблематики социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи следует говорить о различных аспектах предмета исследования.

Во-первых, необходимо было обратиться к дефиниции самого понятия «социальная конкуренция». Изучением конкуренции и выявлением ее особенностей занимались многие авторы, начиная с XVII в. В зарубежных и отечественных трудах по экономике, менеджменту, социальной философии, юриспруденции, биологии значительное внимание уделяется различным аспектам проблемы конкуренции и конкурентных преимуществ промышленных предприятий, фирм, корпораций и других социальных и экономических институтов, различных сообществ, стран и государств.

Немало работ посвящено различным аспектам проблемы конкурентоспособности предприятий, фирм, национальной экономики. Так, Е. Ясин и А. Яковлев высвечивают связь конкурентоспособности и модернизации российской экономики¹. О преобладании трудов, в которых рассматривается спектр вопросов конкурентоспособности предприятий, фирм, корпораций и национальных экономик, свидетельствует дефиниция конкурентоспособности: «Конкурентоспособность – стабильная возможность удовлетворять определенные запросы покупателей лучше, чем конкуренты, и благодаря этому

¹ См. Ясин Е., Яковлев А. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики // Вопросы экономики 2004 № 7, и др.

успешно продавать продукцию с приемлемыми финансовыми результатами для производителей»¹ По сути дела, в этой дефиниции речь идет о трех основных составляющих конкурентоспособности. Одна связана с изделием, прежде всего с качеством, вторая зависит от условий производства, сбыта и сервиса товара (это определяет его цену), третья отражает рекламу, средства стимулирования, имидж фирмы, товарный знак, упаковку, гарантии и пр.² Таким образом, конкурентоспособность рассматривается в экономическом контексте функционирования общества, а социально-философский подход к нему игнорируется. Следовательно, понятие конкурентоспособности относится к товарам, производимым их предприятиями и фирмам, но оно не используется применительно к личности.

В российской социологии обращается внимание на различие между конкуренцией и конфликтом как двумя формами социального взаимодействия. Различие между ними состоит в том, что конкуренция представляет собой борьбу между индивидами или группами индивидов, когда им не обязательно находиться в коммуникации или контакте, тогда как конфликт предполагает соперничество, для которого коммуникация и/или контакт являются обязательным условием, т.е. конфликт имеет временный и личностный характер.³ Отечественный психолог Л.М. Митина рассматривает конкурентоспособность личности в психологическом плане, обращая внимание на такую составляющую характеристику конкурентоспособности личности, как компетентность. Последняя представляет значимый элемент общей культуры современного человека, которая включает в себя присвоение основ фундаментальных научных знаний, умения, наличие культурообразных образцов поведения и взаимодействия в социуме.⁴

Анализ имеющейся литературы показывает, что исследования конкурентоспособности личности носят либо неявный, либо единичный характер, причем в социологии данной проблемой практически не занимаются, несмотря на то, что конкурентоспособность личности способствует закреплению и воспроизведению особо существенных для общества социальных отношений и играет немалую роль в самоактуализации способностей и самореализации личности в условиях трансформирующегося общества. Недостаточный учет личностного фактора, психофизиологических параметров личности привел к тому, что не исследованы социоприродные основания конкурентоспособности личности, аспекты конкурентоспособности личности (обладание знаниями, компетентность, креативный потенциал) в условиях глобальных трансформации общества, специфический характер конкурентоспособности личности в трансформирующемся российском обществе, которое частично является постиндустриальным (информационным), частично индустриальным,

¹ Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Автухова Е.Э. Современный маркетинг. М., 1991.

² См. Сабельская Г.Р. Система показателей конкурентоспособности потребительских товаров // ЭКО. 2000. № 4. С. 87.

³ См. Рохмистров С.Н. Социологические концепции конкуренции. М., 2000.

⁴ См. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности. М., Воронеж, 2002.

перспективы конкурентоспособности личности в социальном пространстве глобализирующегося российского обществе

Конкуренция как социальный процесс начинает изучаться в рамках экономической социологии, в одном из ее направлений – социологии рынков, разрабатываемом В Радаевым «Конкуренция – это действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их сторон»¹

В экономической науке конкуренцию определяют как состязание, борьбу между субъектами производственных отношений на конкретном рынке за наиболее выгодные сферы приложения капитала (области сбыта, источники сырья) В политологии конкуренцию определяют как борьбу партий, каждая из которых стремится достигнуть господствующего положения и власти в лице своих представителей Но и помимо этого, на выполнение каждого общественного дела имеется множество претендентов каждый из которых оспаривает право на руководство Тем самым оспаривающий, с одной стороны, сам стремится выявить свои лучшие качества для выполнения оспариваемой социальной роли, с другой – побуждает к более энергичной деятельности других претендентов на ту же роль К примеру, многие авторы рассматривают поле политики как место отношений политических сил, конкурирующих за обладание политическим капиталом, который дает власть и влияние

Изучение социальной конкуренции нуждается как в создании концептуального оснащения, так и в разработке инструментальных подходов Понятие социальной конкуренции должно быть интегрировано в проблемное поле социологии молодежи В данном случае необходимо принимать во внимание, во-первых, историко-логические основания современного состояния социологии молодежи, во-вторых, множественный и диалогический характер концепций, составляющих ее предметное поле

Проблемы современной российской молодежи, ее жизненных стратегий и жизненного пути, ценностных ориентаций и предпочтении активно изучаются в научной литературе Анализ различных аспектов социального развития молодежи содержится в специальных социологических теориях социального самоопределения (С Н Иконникова, В Т Лисовский), социализации (А И Ковалева, А А Щегорцев), культурологических концепции (А Л Маршак), социально-профессиональной мобильности (Д Л Константиновский, В Н Шубкин), образовательных стратегий (Т В Ковалева, А М Осипов) Роль современной молодежи в процессах общественного воспроизводства, а также концепция «общества риска» рассматриваются в целом ряде работ Ю А Зубок и В И Чупрова²

Исследование жизненных стратегий личности носит комплексный характер Концептуальный анализ понятия «жизненная стратегия» впервые был предложен психологом К А Абульхановой-Славской, которая определила сущность и характеристики стратегии жизни, выделила факторы формирования

¹ Радаев В Социология рынков, к формированию нового направления М ГУ ВШЭ, 2003 С 320

² Зубок Ю А, Чупров В И Молодежь в обществе риска М, 2001, Зубок Ю А Феномен риска в социологии Опыт исследования молодежи М Мысль, 2007

и реализации, предложила типологию жизненных стратегий¹. В работах Г.Е. и Ю.М. Резник всесторонне рассмотрены различные аспекты жизненных проблем личности².

Однако проблема социальной конкуренции в жизненных стратегиях современной российской молодежи остается практически не затронутой. Данное обстоятельство и определило причину нашего обращения к теме диссертационного исследования.

Цель исследования – социологический анализ социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи в российском трансформирующемся обществе.

Цель выдвигает иерархию **исследовательских задач** теоретического и прикладного характера:

- систематизировать концептуально-методологические подходы к социологическому исследованию социальной конкуренции в целях выявления их актуальности,
- теоретически осмыслить роль и специфику социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи,
- раскрыть место молодежи в социально-стратификационных процессах в российском обществе,
- выявить конкурентные ресурсы в поведенческих стратегиях молодежи,
- обосновать роль социальной конкуренции в процессах социализации молодежи,
- проанализировать фактор социальной конкуренции молодежи в профессионально-трудовой сфере,
- осмыслить фактор конкуренции молодежи в образовательном пространстве,
- выявить сущность и уровень притязаний молодежи в современной конкурентной среде.

Объект исследования – молодежь как специфическая социальная группа в современном российском трансформирующемся обществе.

Предмет исследования – социальная конкуренция в жизненных стратегиях современной российской молодежи.

Теоретико-методологическую основу диссертационного исследования составляют положения классической социологии о социальной структуре общества и ориентированности на иерархию социальных статусов (Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, Р. Дарендорф), а также концепции социального пространства П. Бурдьё, культурной травмы П. Штомпки и «различия ресурсов» Э. Гидденса. В исследовании конкретизируются теоретико-методологические конструкты конкуренции и социальной конкуренции. Для эмпирической верификации полученных результатов применялись социально-

¹ Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991.

² Резник Т.Е., Резник Ю.М. Жизненные стратегии личности: поиск альтернатив. М., 1995, Они же. Жизненные стратегии личности // Социс. 1995. № 12. С. 100-105.

статистический, компаративный, классификационный методы, процедуры социального моделирования и социального прогнозирования

Эмпирическая база исследования включает материалы социологических опросов, проведенных автором в 2008 г., а также данные, полученные различными социологическими исследовательскими центрами и обработанные автором

Научная новизна исследования. В работе впервые предпринята попытка на междисциплинарном уровне описать фактор социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи в условиях российского трансформирующегося общества

Научная и теоретическая новизна диссертации заключается в том, что

- уточнено социологическое определение понятий «конкуренция» и «социальная конкуренция», определены различные подходы в анализе конкуренции и социальной конкуренции,
- дано авторское определение понятия «жизненные стратегии молодежи» и установлена его связь с понятием «социальная конкуренция», впервые обосновано, что в основе определения места субъекта в пространстве конкурентного социального взаимодействия лежит механизм самореализации-самоутверждения, действенность которого прямо зависит от способности человека к достижению оптимального соответствия личностных ресурсов требованиям конкурентной среды,
- уточнено понятие молодежи как особой социальной группы в социально-стратификационных процессах в российском обществе во взаимосвязи этого понятия с фактором социальной конкуренции, выявлена зависимость социальной конкуренции от социально-статусных позиций личности,
- в результате проведенного авторского анализа конкурентных ресурсов в поведенческих стратегиях молодежи выявлено противоречие между объективной социальной реальностью и субъективными факторами конкурентного поведения молодежи на рынке труда и в образовательной сфере с одной стороны, действующим социальным и культурным обстоятельствам и условиям, с другой – факторы внутренней природы личности молодого человека (способности, природные задатки и характеристики, знания, компетенции, навыки), выступающие как основа поведенческой деятельности в конкурентной среде,
- выявлена роль социальной конкуренции в процессах социализации молодежи, определено, что конкуренция в условиях социальных изменений усиливается и носит «нормативный» характер, т.е. выступает регулятором социальных отношений,
- реализован методологический подход, рассматривающий молодежь, с одной стороны, как объект воздействия общества и его социальных институтов, с другой – как субъект собственного самоопределения и идентичности в профессионально-трудовой сфере, в системе образования, в сфере потребления,

- выявлен фактор социальной конкуренции молодежи в профессионально-трудовой сфере, дано определение карьерной конкуренции молодежи в стратегии конкурирования личности в социальном пространстве современного российского трансформирующегося общества, выявлены причины сложностей и противоречий на молодежном рынке труда,
- впервые предпринята попытка социологического осмысления фактора социальной конкуренции молодежи в образовательном пространстве на основе реализации методологического подхода, позволяющего увязать социальную конкуренцию с уровнем притязаний молодежи и молодежным потреблением в современной конкурентной среде российского переходного общества

На защиту выносятся следующие положения:

1 Парадигмой изучения социальной конкуренции выступает авторский подход к конкуренции как соперничеству, выступающему в качестве общего для индивидов деятельностного принципа, воздействующего на поведенческие практики и жизненные стратегии молодежи. Понятие «конкуренция» характеризует форму социального взаимодействия, понятие «конкурирование» – ценностно-поведенческую доминанту субъектов, участвующих во взаимодействии. Смысловые составляющие понятия «социальная конкуренция» как теоретического конструкта являются исходными для его рассмотрения в предметном поле социологии. Операционализация данного социального феномена в подобном контексте приводит к заключению о его двойственном характере. Применительно к исследованию проблем молодежи в условиях российского общества социальная конкуренция выступает, во-первых, как одна из форм социального взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей и интересов в условиях противоборства с добивающимися того же другими индивидами или группами, во-вторых, как социальный процесс, когда достижение индивидом или группой цели возможно только путем отстранения или опережения конкурента (соперника).

2 Жизненные стратегии молодежи определяются как социально обусловленная система ориентирования человека на долговременную перспективу, включающая потребности, притязания, цели, ценности и ресурсы, которые развиваются и определяют характер жизненной активности человека. В основе определения места субъекта в пространстве социального взаимодействия лежит механизм самореализации-самоопределения, эффективность которого обусловлена способностью человека к достижению оптимального соответствия личностных ресурсов требованиям конкурентной среды. Социологический подход к пониманию жизненных стратегий молодежи заключается в рассмотрении типичных для них притязаний в контексте жизненной ситуации. Основными характеристиками жизненных стратегий молодых людей являются принятие ответственности за свою жизнь, осмысленность жизни, наличие выстроенной системы ценностей и жизненных целей.

3 Понятие «молодежь» имеет изменяющийся временной характер, что позволяет говорить о различных определениях этой социальной группы в

различных обществах. Основным отличительным признаком молодежи следует считать прохождение процесса активной социализации, заключающегося в развитии личности молодого человека во взаимодействии с окружающим его миром. В ходе расширенного воспроизводства и потребления материальной и духовной культуры происходит становление молодежи как субъекта социальной жизни. Социальная субъектность молодежи проявляется, во-первых, в процессе реализации молодежью функций простого и расширенного воспроизводства материальной и духовной культуры общества, во-вторых, в выборе смысложизненных ценностей в ходе собственного самоопределения и самореализации, в-третьих, в процессе формирования индивидуального и группового сознания на основе самоорганизации и саморегуляции. Жизненные стратегии молодых людей определяются их изначально неравными стартовыми социально-экономическими возможностями. Уровень материального положения, культурный уровень родителей, место поселения во многом предопределяют возможности реализации жизненных стратегий молодых людей. Эти факторы отражаются в поведенческих стратегиях молодежи, способствуют формированию определенной системы ценностей. В результате формируются типы жизненных стратегий, которые в значительной степени способствуют воспроизводству социально-статусных позиций родителей.

4 Конкурентные ресурсы в поведенческих стратегиях молодежи отличает противоречие между объективной социальной реальностью и субъективными факторами конкурентного поведения молодежи на рынке труда, в образовательном пространстве и в сфере потребления. С одной стороны, действуют обстоятельства и условия общего социального контекста, с другой – факторы внутренней природы личности: природные задатки, способности, знания, навыки, вступающие как основа поведенческой деятельности, социальной и трудовой активности молодежи. Социальные основания конкурентоспособности личности тесно связаны с моделью иерархии потребностей, где немалую роль играют тяга индивида к признанию, статусу, уважению и самоактуализации, наличием у человека биологического, психического и личностного потенциала, которые наиболее рельефно проявляются в конкурентоспособности личности, имеющей профессиональный и социальный уровни. Существенное значение для проявления конкурентоспособности личности имеют культурные основания социума или социальной группы, выражающиеся в поисках человеком смысла жизни, который определяет чувство миссии, основного предназначения жизни личности, что лежит в основе стратегии, обеспечивающей не только выживание, но и стремление к превосходству, к конкурентоспособности.

5 В процессе социализации личности состязательность является одним из основных факторов адаптации индивида к социальному бытию и выражается соперничеством его биологического и социального начал, с одной стороны, и соперничеством социального начала со сверхсоциальным (нормами и ценностями культуры), с другой. Состязательность в форме социального конфликта является движущей силой трансформации социальных систем, результатом которой является изменение их структуры и генерирование новых свойств, повышающих их устойчивость.

6 Позиционирование молодежи в трудовой сфере в значительной мере обусловлено стратегией конкурентирования личности на рынке труда и определяет возможность личностной самореализации и самоутверждения. В конкурентном обществе с рыночными отношениями значительно расширяется «пространство статусов», возрастает социальная мобильность. В социологии конкурентный рынок труда характеризуется как пространство социального взаимодействия. Особенности социальных взаимодействий в трудовой сфере определяются спецификой разделения труда в конкретный исторический период, в котором находят отражение пределы ресурсных возможностей личности и система социальных требований, диктуемая уровнем развития экономических отношений. Однако молодежный рынок труда в современной России отличается, во-первых, неустойчивостью спроса и предложения, обусловленной изменчивостью ориентаций молодежи, ее социально-профессиональной неопределенностью, во-вторых, низкой конкурентоспособностью молодежи по сравнению с другими возрастными группами, в-третьих, большой вариантностью.

7 Переход к рыночным отношениям привел к увеличению спроса на образовательные услуги. Функция образования, представляя собой канал восходящей социальной мобильности для низших слоев общества, является едва ли не единственным источником изменения их социального статуса. Высшее образование остается одним из относительно доступных механизмов социальной мобильности современной молодежи. В процессе формирования жизненных стратегий молодые люди, как правило, рассматривают высшее образование в качестве обязательного и необходимого условия для достижения жизненного успеха. При этом социальная конкуренция в сфере образования становится все более заметным явлением, накладываясь на неравенство доступа к ресурсам образования, превращение образования в сферу платных образовательных услуг. Образовательные учреждения конкурируют друг с другом за привлечение студентов. Образовательные программы также конкурируют, пытаясь заинтересовать как можно больше учащихся. Ресурсы и возможности родители конкурируют друг с другом за возможность предоставить своим детям образование в престижном учебном заведении. Наконец, сами учащиеся конкурируют друг с другом. Взаимодействие с конкурентной реальностью образовательной сферы происходит по-разному для юношей и девушек из разных социальных групп и имеет разные последствия. В обстановке перехода к новым институциональным формам образовательные стратегии молодежи как жизненные притязания в сфере образования и способ реализации жизненных планов посредством достижения образовательного статуса активно и противоречиво воздействуют на социально-статусные позиции молодежи и ее место в конкурентном обществе.

8 «Революция притязаний» в среде молодежи стала важной составной частью российского общества. Во-первых, феномен завышенных притязаний теснейшим образом связан с зарождением в России общества потребления. Вторым фактором «революции притязаний» – глобализация. «Взрыв» информационно-коммуникационных технологий и распространение массовой культуры ведут к глобализации потребления. Третий фактор «революции притязаний» – это идущий в России крайне противоречивый процесс

модернизации, в ходе которого насаждается идеология наживы вместо идеологии самореализации через личный успех. В страну в массовом масштабе проникает западная культура потребления, происходит революция потребительских пристрастий, формируется новая система средств потребления, копирующая иностранные образцы, возник заметный слой людей, который по своим материальным возможностям может позволить воспроизводство стилей жизни зажиточных групп развитых стран. Большинство населения не допускается в пространство общества потребления. Однако «оазисы» общества потребления являются источником желаний, надежд, иллюзий и мотивов для огромной части населения, в первую очередь, молодежи.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Обоснованные в работе положения и выводы могут способствовать концептуализации социальных отношений как самостоятельной сферы социологического знания. Полученные результаты могут быть использованы в ходе подготовки и принятия управленческих решений, ориентированных на прогнозирование и регулирование социальной сферы.

Выводы и положения диссертационной работы могут быть использованы при подготовке учебных пособий по социальной философии, социологии, а также в системе повышения квалификации и в преподавательской практике при чтении общих и специальных курсов по социальной философии, социологии управления, социологии организации, PR-деятельности.

Материалы диссертации могут найти применение в осуществлении региональных и муниципальных проектов, прежде всего в модернизации социальных и социально-экономических отношений в социальной сфере, вовлечении различных социальных слоев в разработку и реализацию социальной политики. Теоретико-методологические выводы исследования могут использоваться в вузовских курсах по общей социологии, социальной конфликтологии, социальной психологии.

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на всероссийских и региональных научных конференциях, на II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы» и на III Всероссийском социологическом конгрессе «Глобализация и социальные изменения в современной России», а также на Межрегиональной конференции «Проблемы воспитания толерантности и профилактика экстремизма в молодежной среде». По теме диссертации опубликовано 6 работ, общим объемом 11,4 п. л.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, состоящих из восьми параграфов, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, дается характеристика состояния и степени разработанности проблемы, определяются цель и задачи диссертационного исследования, объект и предмет исследования, формулируются научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В Главе 1 «Теоретико-методологические основания исследования социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи» рассматриваются теоретические вопросы понимания феномена социальной конкуренции в социальных науках в целом. На основе такого понимания и анализа существующих подходов к проблеме фактора социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи формулируется конструкт исследования и помещается в контекст социологического осмысления.

В параграфе 1.1 «Социальная конкуренция как предмет социологического осмысления» осуществлен анализ значения социальной конкуренции в воспроизводстве социальных отношений, феномен социальной конкуренции рассматривается как сложный, многосторонний объект исследования социальных наук, характеризующийся внутренним единством и противоречивостью.

Термин «конкуренция» имеет множество толкований, есть несколько основных определений этого понятия. Конкуренция, понимаемая как состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Конкуренция, понимаемая как борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка. Конкуренция, понимаемая как «центр тяжести» всей социально-экономической системы рыночного хозяйства. Таким образом, доминирует экономический подход в понимании этого феномена.

Однако, несмотря на широкое распространение понятия, его четкое определение отсутствует, нет отграничения конкуренции как социального явления от схожих с ней явлений, отсутствуют критерии, устанавливающие границы использования понятия «конкуренция». Конкуренция часто определяется как а) соперничество, соревнование людей, групп, организаций в достижении сходных целей, лучших результатов в определенной общественной сфере, она получает широкое распространение после ликвидации наследственных, сословных привилегий и средневековых регламентаций, утверждения принципов демократии и рыночных отношений, б) экономическое соперничество, состязательность между юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели, в) борьба между индивидами, группами или обществами за овладение ценностями, запасы которых ограничены и неравны.

Понятие «социальная конкуренция» пока не получило широкого признания в социологической науке. Можно назвать только несколько работ, где конкуренция рассматривается в социологическом ракурсе и определенное внимание уделено именно социальной конкуренции. При этом обращает на себя внимание то обстоятельство, что это по преимуществу диссертационные исследования двух-трех последних лет: Е.С. Алексеевой, Р.С. Данилова, М.И. Кыш, Д.В. Крючкова, К.Б. Кузнецова, М.Н. Овчинниковой, А.Н. Подъякова, Е.Б. Поповой, С.Н. Рохмистрова, Ф.Р. Туктарова, Е.Л. Холодцевой, А.В. Щербины.

В научной литературе описаны основные виды социальной конкуренции, различающиеся по уровню жесткости сотрудничества

(кооперация), продуктивная конкуренция, соревновательная конкуренция, соперничество, конфронтация. В настоящем исследовании социальная конкуренция выступает как стратегия поведения и феномен сознания, своеобразный мыслительный конструкт. Применительно к исследованию проблем молодежи в условиях российского трансформирующегося общества социальная конкуренция выступает, во-первых, как одна из форм социального взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей и интересов в условиях противоборства с добывающимися того же другими индивидами или группами, во-вторых, как социальная ситуация, при которой достижение индивидом или группой цели возможно только путем отстранения или опережения конкурента (соперника). При этом в российском обществе, переживающем переход от общества с предписанными статусами к обществу с достигаемыми статусами, конкуренция и соперничество все более явно пронизывают самые разнообразные сферы общественной жизни.

Как представляется, структура социальной конкуренции включает а) противоречие, являющееся объективной предпосылкой конкуренции, б) индивидов как носителей данного противоречия, в) объект конкуренции – социальные блага, ресурсы и т.п., г) столкновение субъектов конкуренции.

Проведенный анализ позволил установить, что конкуренция является неотъемлемым атрибутом социального бытия, однако отношение к ней носит сложный и неоднозначный характер.

Исследование социальной конкуренции как формы социальных отношений, основанных на закреплении статусных преимуществ через социальную регуляцию, предполагает в качестве теоретико-методологического конструкта исследования различия в доступе к социальным ресурсам, а также в возможностях социальной карьеры и способов достижения жизненных целей, реализации своих жизненных стратегий.

В параграфе 1.2 «Жизненные стратегии молодежи и фактор социальной конкуренции» диссертант исходит из следующей трактовки понятия «жизненная стратегия»: это система представлений личности о своей будущей жизни, ориентирующая и направляющая ее повседневное поведение в течение достаточно длительного времени, способ сознательного планирования и конструирования личностью собственной жизни.

Жизненные стратегии личности заключаются в способах изменения, преобразования условий жизни в соответствии с ценностями личности и определяют меру соответствия между личным и общественным, желаемым и необходимым. Иначе говоря – это обобщенный способ разрешения жизненных ситуаций и выбора значимых альтернатив, искусство ведения собственной жизни. Целеполагание при этом выступает как способность к постановке адекватных своим возможностям целей на пути личностной самореализации.

Социологический подход к пониманию жизненных стратегий молодежи заключается в рассмотрении типичных для них притязаний в контексте жизненной ситуации. Основными характеристиками жизненных стратегий молодых людей являются принятие ответственности за свою жизнь, осмысленность жизни, наличие выстроенной системы ценностей и жизненных целей. Социологические опросы свидетельствуют, что молодые люди с высоким уровнем осмысленности жизни более удовлетворены самореализацией, чем те,

кто не верит в способность влиять на свою жизнь, они чаще выбирают и реализуют такую жизненную стратегию, в основе которой лежит творчество. Эти люди занимают более активную жизненную позицию и более активны в конкурентной борьбе.

В Главе 2 «Воздействие социальных изменений на конкуренцию в среде молодежи» анализируются положение молодежи в социально-стратифицированном российском обществе, конкурентные ресурсы молодежи, проблема социальной конкуренции в контексте социализации молодежи.

Параграф 2.1 «Молодежь в социально-стратифицированном российском обществе» посвящен определению положения молодежи как социально-демографической общности в современном российском обществе.

В параграфе отмечается, что переход к рыночной экономике вызовет значительные изменения в социальном положении различных групп населения, в том числе и таких, которые традиционно считались посетителями передовых идей. Одно из главных мест в новых условиях принадлежит молодежи, поскольку избранные ею социальные ориентиры во многом определяют будущее общества.

В социологическом плане выделяют две стороны влияния общественного прогресса как объективного фактора на тенденции социального развития молодежи. С одной стороны, изменяющиеся объективные и субъективные условия макросреды опосредуют особенности включения молодежи в социальную структуру общества, что сказывается как на формировании социального облика молодого поколения, так и на степени развитости самой социальной структуры. С другой стороны, факторы общественного прогресса, отражаясь в сознании молодых людей, влияют на их потребности, интересы, ценностные ориентации в их поведенческих программах, что, в конечном счете, также отражается на социальном облике молодежи.

Диссертант рассматривает молодежь как социально-демографическую группу людей в возрасте 15 – 30 лет, функционирующую в социальном пространстве наряду с другими группами, обладающую особым социальным статусом (положением) и социальными ролями в данном обществе, с набором присущих ей специфических ценностей и норм поведения, отличающуюся неоднородным внутренним составом. Социальное расслоение молодежи, таким образом, определяется как процесс дифференциации молодежи в качестве целостной социально-демографической группы на отдельные социальные слои, действующие в соответствии с определенными критериями в различных социальных полях общества (экономическом, политическом, образовательном, профессиональном, культурно-досуговом). Данный процесс охватывает как вертикальный (социальная стратификация), так горизонтальный срезы социальной структуры.

Социальное расслоение молодежи продуцируется в зависимости от социального происхождения, статуса родительской семьи, включенности в структуру общества и ее основных сфер для обретения собственного статуса. Критериями расслоения, как и для других социальных групп, выступают доход, собственность, власть, образование, т.е. расслоение молодежи протекает по типичным стратификационным параметрам, а индикаторами выступают

конкретные показатели данных параметров (уровень, размер, формы и пр.) В зависимости от степени доступности и обладания общественными ресурсами фиксируется социальное неравенство между основными группами молодежи

В ходе расширенного воспроизводства и потребления материальной и духовной культуры происходит становление молодежи как субъекта социальной жизни. Социальная субъектность молодежи проявляется, во-первых, в процессе реализации молодежью функций простого и расширенного воспроизводства материальной и духовной культуры общества, во-вторых, в выборе смысложизненных ценностей в ходе собственного самоопределения и самореализации, в-третьих, в процессе формирования индивидуального и группового сознания на основе самоорганизации и саморегуляции

Российская молодежь переживает период затянувшегося перехода к рыночной экономике, большей свободе самовыражения, конкурентности. В подобных условиях социальная конкуренция обретает все более значимое звучание, становится полноправным социальным феноменом. Социальные и экономические изменения в обществе привели к тому, что молодежь делится на «сильные» и «слабые» группы. Таким образом, для молодых существуют различные стартовые условия, что определяет жесткость и бескомпромиссность социальной конкуренции.

Городская молодежь, принадлежащая к разной социально-профессиональной среде, в своей основе ориентируется на высокий уровень притязаний в сферах занятости, образования и потребления. Для молодых людей квалификация и знания являются условием достижения конкурентоспособного положения на рынке труда и, соответственно, обеспечения необходимого уровня потребления. Высокое благосостояние является в ценностных ориентациях и представлениях молодежи проявлением статуса в новых условиях стратификации и социальной мобильности.

В параграфе 2.2 «Конкурентные ресурсы в поведенческих стратегиях молодежи» отмечается, что конкурентоспособность – это возможность наиболее умело и выгодно использовать свои знания, ресурсы и возможности. Иначе говоря, это категория общественного развития, проявляющаяся в соперничестве объектов для достижения определенных целей. Конкурентные ресурсы и возможности в условиях усложнения российского общества начинают играть все более значимую роль в жизненных поведенческих стратегиях молодежи. Все более явно проявляется тяга молодых людей как можно раньше включиться во «взрослую жизнь». Но острая социальная конкуренция вместе с недостатком способностей и компетенции нередко способна привести к краху карьеры.

Под ресурсами понимаются средства к существованию, возможности людей и общества, жизненные ценности. Они могут быть осязаемыми и символическими, материальными и моральными. Ресурсы часто становятся объектами обмена между людьми: деньги, товары, услуги, информация, имущество, статус, любовь и т.п. Ресурсы – это все то, что человек использует, чтобы удовлетворить требования среды.

Обычно различают два вида ресурсов: личностные и средовые. Иногда их называют психогенными и социальными ресурсами. Личностные ресурсы включают навыки и способности индивида, а средовые – отражают доступность

инструментальной, моральной и эмоциональной помощи со стороны социальной среды. Более дстальная классификация не только идентифицирует конкретные ресурсы, но и зачастую указывает на их источники. Поэтому выделяют также культурные, политические и институциональные ресурсы. Различают еще индивидуальные и групповые ресурсы (статус семьи, уровень образования, место жительства и т.п.), поколенческие (ситуативные) ресурсы – ситуация на рынке труда, в сфере образования и т.п. Распределение ресурсов, предоставляемых обществом в сфере занятости или образования, связано с конкуренцией, в которой отчетливо проявляются эффекты социального неравенства.

Молодые люди располагают следующими конкурентными ресурсами для самостоятельного решения своих проблем в современном российском трансформирующемся обществе: 1) экономический ресурс, включающий такие индикаторы, как самооценку, показатели имущества, наличие сбережений и т.д., 2) квалификационный ресурс, который рассчитывался как совокупность показателей образования и квалификации, 3) социальный ресурс, объединяющий а) включенность в обычные неформальные сети повседневных контактов и поддержки (наличие друзей и постоянные контакты с ними, убеждение в наличии с их стороны надежной поддержки), б) включенность в высокоэффективные социальные сети, обеспечивающие доступ к особо дефицитным благам и ресурсам («связи»), в) включенность в формальные сети (членство в клубах, партиях и т.д.), 4) культурный ресурс, куда включены, с одной стороны, характеристики досугового поведения и культурных запросов, с другой – показатели условий социализации в детском и юношеском возрасте (место жительства, образование родителей), 5) личностный ресурс, учитывавший наличие достижительных установок и готовность усиления своей трудовой активности для предотвращения ухудшения своего материального положения, неконформизм, отсутствие уравнилельных настроений, инициативность, инновационность и т.д., 6) биологический ресурс, учитывающий те особенности, которые повышают или, напротив, понижают шансы молодого человека на занятие выгодных позиций на рынке труда – состояние здоровья, пол, возраст.

В результате проведенного анализа конкурентных ресурсов в поведенческих стратегиях молодежи выявлено противоречие между объективной социальной реальностью и субъективными факторами конкурентного поведения молодежи на рынке труда и в образовательной сфере: с одной стороны, действуют социальные и культурные обстоятельства и условия, с другой – факторы внутренней природы личности молодого человека (способности, природные задатки и характеристики, знания, компетенции, навыки), выступающие как основа поведенческой деятельности в конкурентной среде.

В параграфе 23 «Социальная конкуренция в контексте социализации молодежи» подчеркивается, что всякое общество способно успешно функционировать и развиваться при условии, если оно располагает действенной системой социализации и регуляции социального поведения. Современное российское общество, в котором идет сложный и противоречивый процесс становления новых социальных институтов, переживает переходный период, когда старая система социальной регуляции уже не действует, а если и

действует, то по инерции и фрагментарно, новая же еще не сложилась. В этой связи важно учесть и использовать регулятивный потенциал самих социальных систем, начиная от малых групп (семьи, первичных трудовых коллективов) и заканчивая крупными организациями. Этот потенциал неизбежно включает и конкурентные отношения.

Специфика молодежи заключается в накоплении социального и культурного опыта в процессе реализации ею функции воспроизводства социальной структуры, социализации и социальной адаптации в условиях самостоятельной жизнедеятельности, в пространстве «взрослой» жизни. В фазе молодости завершается индивидуализация личности, оформляются ее жизненные установки и цели, происходит утверждение в индивидуальном сознании и поведении устойчивых ценностных ориентаций. Как свидетельствует опыт социального развития, у конкурентных отношений есть значительные регулятивные возможности, которые целесообразно использовать также для успешного решения задач социализации.

В современном российском переходном обществе отсутствует консолидированное единство молодежи как социальной страты, а наличие совокупности суверенных социальных групп-сообществ. Новым также является то обстоятельство, что процессы социализации молодежи разворачиваются в конкурентной среде. В основе конкурентности лежит противоречие между естественно-предметной и социальной сторонами человеческой жизнедеятельности, что побуждает человека ориентироваться на другого человека как носителя и выразителя социальности.

В ориентации человека на действия и качества другого человека как на меру социальности заключается специфика состязательного механизма социальной регуляции. Отличительными чертами состязательности являются социальное сравнение и самоутверждение. Сама же конкурентность выступает самоутверждением индивида или группы индивидов в сравнении с другими.

Роль социальной конкуренции в системе социализации молодых выражается через ее разнообразные функции: возбуждения жизненной энергии, динамизации деятельности, развития способностей, эмоционального возбуждения, обмена деятельностью, самоутверждения, самопознания, социального сплочения, социальной дифференциации. Так, феномен социальной конкуренции в контексте социализации обретает полипарадигмальный и многофакторный характер.

В Главе 3 «Социальная конкуренция в жизненных притязаниях и моделях поведения молодежи» реализован методологический подход, рассматривающий российскую молодежь, с одной стороны, как объект воздействия современного конкурентного общества и его социальных институтов, с другой – как субъект самоопределения в условиях растущих притязаний и обостряющейся конкуренции в профессионально-трудовой сфере, в образовательном пространстве и в сфере потребления.

В параграфе 3.1 «Социальная конкуренция молодежи в профессионально-трудовой сфере» показано, что трудовая деятельность является одной из основных сфер социализации молодежи в конкурентном обществе. Позиционирование молодежи в трудовой сфере в значительной мере обусловлено стратегией конкурирования личности на рынке труда и определяет

возможности личностной самореализации и самоутверждения Современный рынок труда формируется и развивается в условиях реформирования российской экономики Молодежь, являясь непосредственным участником и основным ресурсом рынка труда, занимает в нем свое конкретное место

Рынок труда молодежи – это рынок рабочей силы юношей и девушек, а также рынок рабочих мест и рынок образовательных услуг Однако молодежный рынок труда в современной России имеет свои особенности и отличается, во-первых, неустойчивостью спроса и предложения, обусловленной изменчивостью ориентаций молодежи, ее социально-профессиональной неопределенностью, во-вторых, низкой конкурентоспособностью молодежи по сравнению с другими возрастными группами, в-третьих, большой вариантноcтью

Развитие социальных процессов в России связано с осознанием того, что конкурентоспособность является одним из основных факторов общественного прогресса Для современного российского общества наиболее актуальна проблема трудовой занятости, связанная с конкурентной борьбой за рабочие места, требующие профессионализма, знаний и мастерства В подобных условиях значимым становится вопрос профессиональной карьеры, выступающий как борьба за результирующий социальный статус

Остро встает проблема профессионального самоопределения молодого поколения в конкурентном обществе Молодежь более мобильна на рынке труда, но в силу причин объективного и субъективного свойства продолжает оставаться социально уязвимой категорией Проблема «вхождения» молодежи, получившей профессиональное образование, в рынок труда во многом обусловлена социально-психологическими факторами, связанными с тем, что представления выпускников о перспективах трудоустройства и о будущей трудовой деятельности в целом не совпадают с реальной обстановкой на рабочем месте и реальным соотношением спроса и предложения на рынке труда Молодежь в целом отличается низкой конкурентоспособностью на рынке труда, слабо выявленными ресурсами конкурирования

В параграфе 3.2 «Конкуренция в образовательном пространстве» отмечается, что образование – это социальный институт, который связан сетями с другими отношениями, предопределяющими положение тех, кто получает это образование, и тех, кто его получил Основной показатель важности образования для каждого работника какое место занимает образованный человек и какое – необразованный в системе сложившихся отношений в обществе Социальные позиции, которые занимает человек с образованием в обществе, имеют свои преимущества по сравнению с теми, кто обладает меньшим образованием или не обладает им вообще Разрыв между доходами образованных (обученных) и необразованных (необученных) людей в большинстве стран мира растет Образование становится жизненно важным условием, способствующим конкурентоспособности наемного работника, личностной потребностью Образование также становится существенным фактором конкуренции

Образование было и остается важнейшим фактором социальной мобильности, поэтому образовательный статус молодежи является значимым критерием ее социального развития В процессе формирования жизненных стратегий молодые люди, как правило, рассматривают высшее образование в

качестве обязательного и необходимого условия для достижения жизненного успеха В России в настоящий момент высшее образование выполняет в большей мере инструментальную функцию, определяя социально-профессиональную подготовку молодых людей Однако взаимодействие с конкурентной реальностью образовательной сферы происходит по-разному для юношей и девушек из разных социальных групп и имеет разные последствия Вопросы равенства, дифференциации, мобильности неизбежно оказываются связанными с образованием в силу выполняемых им функций Многие молодые люди, формируя свою жизненную стратегию, как правило, включают в нее в качестве одного из основных компонентов получение высшего образования

Конкуренция явилась новым по сравнению с советским периодом институциональным состоянием в российской системе общего образования, став одним из главных следствий ее коммерциализации Со стороны идеологов образовательной реформы на конкуренцию возлагаются позитивные задачи по оптимизации деятельности общесредовых учреждений, повышению качества образовательных услуг

Образование было и остается важнейшим фактором социальной мобильности, поэтому образовательный статус молодежи является значимым критерием ее социального развития Особое значение приобретает вузовское образование В процессе формирования жизненных стратегий молодые люди, как правило, рассматривают высшее образование в качестве обязательного и необходимого условия для достижения жизненного успеха В России в настоящий момент высшее образование выполняет в большей мере инструментальную функцию, определяя социально-профессиональную подготовку молодых людей В обстановке перехода к новым институциональным формам образовательные стратегии молодежи как ее жизненные притязания в сфере образования и способ реализации жизненных планов посредством достижения образовательного статуса заметно воздействуют на социально-статусные позиции молодежи и ее место в конкурентном обществе

Параграф 3.3 «Уровень притязаний молодежи и конкурентная среда» посвящен анализу повседневных практик и жизненных стратегий россиян в условиях формирующегося общества потребления, т.е. совокупности социальных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком

Современная Россия находится в противоречивой ситуации С одной стороны, это трансформирующееся кризисное общество, существенно уступающее по уровню социально-экономического развития развитым странам С другой стороны, идет формирование капитализма, хотя его основные контуры существенно отличают его от тех моделей, которые характерны для развитых рыночных обществ В страну в массовом масштабе проникает западная культура потребления, происходит революция потребительских притязаний, формируется новая система средств потребления, копирующая иностранные образцы, возник заметный слой людей, которые по своим материальным возможностям могут позволить воспроизводство стилей жизни зажиточных групп развитых стран

Параллельно с агрессивной рекламой явно завышенных стандартов уровня жизни в нашем обществе с «обостренной конкуренцией» нередко

пропагандируется идея о том, что бедность – результат личных недостатков человека его лености, непрофессионализма, негибкости, безынициативности. В результате в общественном мнении сформировалось представление о том, что общество делится на людей успешных, т.е. имеющих деньги (в первую очередь, это – предприниматели и криминал), и на всех остальных (т.е. бедных и, следовательно, неуспешных). В социальной науке все чаще появляются работы, в которых потребительская природа современного человека превозносится над всеми остальными составляющими его культуры.

В российском обществе потребление принимает причудливый характер. Одна из форм – показное потребление молодых людей, связанное прежде всего с хвастливой демонстрацией богатства в социально конкурентной среде. Оно мотивируется желанием произвести впечатление на других своей способностью заплатить особенно высокую цену за престижный продукт. Эта форма потребления вызывается скорее социальной, чем экономической или психологической полезностью продуктов. Удовлетворение является результатом реакции аудитории не на позитивные качества рассматриваемого товара или услуги, а на выставляемое богатство покупателя потребительского продукта.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, формулируются основные выводы и обобщения, определяются направления дальнейшего исследования темы.

**Основные положения диссертации
отражены в следующих публикациях:**

В изданиях Перечня ВАК Минобрнауки России

- 1 *Шапошников Н.Л.* Социальная конкуренция: теоретические проблемы социологического исследования // Научная мысль Кавказа. Дополнительный выпуск. 2006. 0,7 п.л.
- 2 *Шапошников Н.Л., Макаров В.А.* Социальная конкуренция молодежи в профессионально-трудовой сфере // Научная мысль Кавказа. Дополнительный выпуск 2. 2006. 0,8 п.ч / 0,4 п.л.

Другие издания

- 3 *Шапошников Н.Л.* Конкурентные ресурсы в поведенческих стратегиях молодежи // Актуальные проблемы современных социально-гуманитарных наук. Ростов-на-Дону: «Наука-Пресс», 2006. 0,3 п.л.
- 4 *Шапошников Н.Л.* Молодежь в социально-стратифицированном российском обществе // Социально-гуманитарные проблемы современной России. Ростов-на-Дону: «Наука-Пресс», 2007. 0,5 п.л.
- 5 *Шапошников Н.Л.* Фактор социальной конкуренции в жизненных стратегиях молодежи в российском трансформирующемся обществе. Ростов-на-Дону: «Наука-Пресс», 2007. 1,2 п.л.
- 6 *Шапошников Н.Л.* Социальная конкуренция в жизненных стратегиях российской молодежи. Ростов-на-Дону: «Антей», 2008. 8 п.л.

Сдано в набор 27 05 2008 Подписано в печать 28 05 2008

Формат 60х84/16

Печать офсетная, гарнитура Times New Roman

Тираж 100 экз Заказ № 596

Отпечатано ООО «Алтей»

344037, г Ростов-на-Дону, 24 линия, 20