

УДК 316.752

Статья отозвана по инициативе автора по причине дублирования фрагментов статьи в нескольких изданиях. Дата отзыва: 27.07.2017 г.

Ю.С. Маркова

ЦЕННОСТИ РАБОТНИКОВ СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА КАК ФАКТОР МОДЕРНИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ СФЕРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Представлены результаты исследования модернизационного потенциала ценностей работающих людей среднего возраста. Показана важность анализа субъективных показателей модернизации, выражающихся в ценностных ориентациях, что позволяет охарактеризовать степень готовности человеческого потенциала к участию в модернизационных процессах. Объектом исследования выбраны работники среднего возраста как активные проводники модернизации. Эмпирической базой исследования выступают данные формализованного опроса, проведенного среди населения Пермского края ($N = 1000$, 2014). Сбор и анализ данных выполнен на основании методики Ш. Шварца. По результатам исследования представлен анализ структуры ценностей работающих людей среднего возраста. Определены роль и место в ценностной структуре исследуемой социально-демографической группы таких значимых с позиций модернизации ценностей, как инициативность, предприимчивость, самостоятельность, творчество, поиск нового. Представлен сравнительный анализ ценностей работников среднего и старшего возраста. Выявлены внутригрупповые ценностные различия среди работающих среднего возраста. Дано сравнение ценностных портретов наемных работников и представителей бизнес-сообщества. Установлено, что с возрастом увеличивается значимость таких ценностей, как традиция, благожелательность и универсализм, и несколько снижается значимость ценностей риска, новизны, гедонизма и достижения. Показано, что модернизационный потенциал ценностей работников среднего возраста выше, чем у более старшей возрастной группы. Еще более сильными промодернизационными ценностями обладают представители бизнес-сообщества. Сделаны выводы о том, что анализируемая социальная группа может быть активна в производстве новых ценностей и новых неформальных институтов, способствующих модернизации. Однако недостаточная выраженность модернизационных ценностей у группы работающих по найму служит основанием для определенных рисков модернизации трудовой сферы и общества.

Ключевые слова: *средний возраст, работники, бизнес-сообщество, ценности, структура ценностей, модернизация, модернизационный потенциал.*

Введение. Модернизация на уровне государственных программ провозглашена основным способом развития экономики и общества. Модернизационные процессы, тесно связанные с инновациями, должны привести к более конкурентоспособной экономике, характеризующейся новым технологическим обликом, способствовать качественному улучшению социальных отношений, максимальной актуализации и дальнейшему развитию человеческого потенциала общества, повысить качество жизни граждан России.

Будучи комплексным процессом, модернизация охватывает все сферы общества, модернизационные изменения в той или иной сфере оказывают влияние на другие составляющие социальной системы. Экономическая модер-

© Маркова Ю.С., 2016

Маркова Юлия Сергеевна – аспирант, ассистент кафедры социологии ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», e-mail: julyamarkova@gmail.com.

низация поэтому невозможна без модернизации социокультурной. Последняя есть процесс перехода к новому, модернизированному типу личности и культуры. Как отмечает В. Красильщиков, культуру «модернити» отличает «идея социального равенства и личной свободы, индивидуализм, готовность человека к постоянным переменам в производстве, потреблении и образе жизни, в правовых нормах, политических институтах и моральных ценностях, как и желание быть инициатором таких перемен» [1, с. 23]. Следовательно, новые требования предъявляются и к человеку как к субъекту трудовой деятельности. Повышается значение не только квалификационных знаний и умений, но и творческих способностей человека, его самостоятельности и инициативности. Трансформируется роль работника в производственном процессе: «он должен уметь не только самостоятельно определять основные параметры своего трудового процесса и кооперации с партнерами, но и в определенных случаях выполнять ряд функций самого предпринимателя» [2, с. 49]. Изменяется система мотивации, при которой такой мотив к труду, как высокая заработная плата перемещается с первого-второго места, занимаемого им еще три-четыре десятилетия назад, на пятое-седьмое среди других мотивов к труду, пропустив вперед содержание труда, возможность самореализации, перспективы профессионального и социального роста, психологический микроклимат в фирме и т.д. [1, с. 89]. Во многом подобные изменения обуславливает существующая у человека система ценностей. Наряду со знаниями, умениями, навыками взаимодействия ценностные приоритеты являются структурными элементами человеческого фактора развития экономики и общества в целом [3, с. 159].

Как известно, впервые наиболее полно обосновал роль ценностей в качестве катализаторов кардинальных социально-экономических сдвигов немецкий социолог М. Вебер [4]. В настоящее время перед исследователями, занимающимися ценностной проблематикой, на первый план выдвигается задача изучения трансформации ценностных систем в условиях модернизации общества. Данные зарубежных и отечественных исследований позволяют сделать выводы о тенденциях изменения ценностей и оценить влияние культуры на социально-экономическое развитие стран.

Кросс-культурные исследования Г. Хофстеда и проект GLOBE доказывают, что страны, в которых происходят модернизационные процессы, становятся менее коллективистскими, более индивидуалистическими, в них наблюдается снижение дистанции к власти [5, 6]. В индивидуалистических обществах, согласно данным С. Шейна, более распространены такие характеристики, как независимость, достижимость и нонконформизм, необходимые для инноваций и изобретательности [7]. Сходные данные представлены в исследованиях Р. Инглхарта и К. Вельцеля, которые указывают на то, что процесс модернизации связан с переходом от традиционных ценностей к секулярно-рациональным, от ценностей выживания к ценностям самовыражения [8].

Многолетние масштабные исследования российского ученого Н.И. Лапина позволяют проследить динамику ценностей россиян с 1990-х годов до настоящего времени [9, 10]. В контексте модернизационных изменений значимым представляется зафиксированный исследователем рост ценности инициативного гуманизма в российском обществе. Это ориентация, в соответствии с которой «человеческая жизнь обретает более высокий смысл при условии, что главное в ней – инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если индивид оказывается в меньшинстве» [10, с. 8]. Инициативный гуманизм дополняет гуманизм повседневный, основу которого составляют ценности жизни человека и хорошие отношения с семьей и друзьями. По мнению Лапина, инициативный гуманизм слабо проявляется в повседневной жизни россиян по причине застойных сфер жизнедеятельности (включая дефицит компетентного управления), тормозящих инициативу людей. Кроме того, анализ иерархии базовых ценностей россиян отражает возможность гражданского конфликта между гуманистическим большинством населения и цинично авторитаристским меньшинством [10].

Данные российских исследователей Н.М. Лебедевой, А.Н. Татарко, Д.В. Лимарь, базирующиеся на анализе базовых ценностей россиян, показывают, что универсальной мотивационной основой экономической и политической модернизации России выступают ценности самореализации, к которым ученые относят достижение успеха, интеллект, ответственность, выбор собственных целей, умелость, независимость, широту взглядов, честолюбие, любознательность [11].

Современная наука накопила достаточно большой пласт знаний о специфике модернизационного типа ценностей. Вместе с тем многие вопросы требуют дальнейшего анализа. В настоящее время актуализирована проблема поиска социальных акторов, которые являются носителями наибольшего модернизационного потенциала, в том числе и ценностного свойства. В рамках данной статьи в качестве проводников модернизационных процессов рассматриваются работники среднего возраста (30–60 лет). Это обусловлено сравнительно высоким уровнем развития их человеческого капитала. Работники среднего возраста – люди, получившие соответствующее образование и уже прошедшие стадию трудовой адаптации в своей профессиональной карьере, что обеспечивает обретение ими профессионально значимых качеств, устойчивой социальной позиции в коллективе, мотивации к работе в организации. Происходит принятие организационных традиций, норм и ценностей, идентификация личных интересов и целей с целями организации. Продолжается процесс роста квалификации, накопление практического опыта, достигается пик совершенствования квалификационных знаний и навыков к более старшему среднему возрасту. Работники среднего возраста проявляют потребности в самоутверждении, достижении более высокого статуса в органи-

зации и роста размеров оплаты труда. Существующий у данной социальной группы запас культурных, материальных, организационных, властных и других ресурсов, их дальнейшее накопление и актуализация в процессе интенсивной трудовой деятельности – значимое условие и фактор модернизационного развития как конкретной организации, так и трудовой сферы, экономики, общества в целом. Цель данной работы – анализ модернизационного потенциала ценностей работающих людей среднего возраста.

Материалы и методы исследования. Эмпирической базой исследования выступают данные формализованного опроса, проведенного среди населения Пермского края в 2014 году. Выборка составила 1000 человек, среди них работников среднего возраста – 292 человека, включая 104 человека в возрасте 30–39 лет, 124 человека – 40–49 лет, 64 человека – 50–60 лет. Группа работников среднего возраста содержит две профессиональные подгруппы: работающих по найму – 268 человек и предпринимателей – 24 человека.

В качестве основы изучения ценностей использовался подход Ш. Шварца, предложившего список 10 «латентных мотивационных типов ценностей»: Власть, Достижение, Гедонизм, Стимуляция, или Риск-новизна, Самостоятельность, Универсализм, Благожелательность, Традиция, Конформность, Безопасность [12]. Для диагностики ценностей была применена используемая в рамках Европейского социального исследования модификация портретного ценностного вопросника [13]. Респондентам предлагалось 21 описание людей, характеризующихся теми или иными ценностями. Каждый из этих портретов респондент должен был оценить по 6-балльной шкале в отношении того, насколько похож или не похож описываемый человек на самого опрашиваемого: «очень похож» (6 баллов), «в значительной степени похож» (5 баллов), «немного похож» (4 балла), «совсем чуть-чуть похож» (3 балла), «не похож» (2 балла), «совсем не похож» (1 балл). В процессе анализа каждый из 10 ценностных индексов («латентных мотивационных типов ценностей», по Шварцу) рассчитывался для респондента как средняя двух (или трех) составляющих этот индекс исходных оценок, из которой потом вычиталась общая средняя для данного респондента по всем оценкам (mrat) [14]. Расчет показателя mrat осуществлялся с целью «очистки» исследуемого содержательного показателя от особенностей существующего у каждого респондента стиля ответов, в частности, тенденции давать оценки, группирующиеся на определенном участке шкалы.

Типологические индексы, в свою очередь, объединялись в 4 укрупненные категории ценностей: Сохранение и Открытость изменениям, Самоутверждение и Выход за пределы своего «Я». Внутри своих пар они противоположны друг другу, т.е. с ростом значимости одной категории ценностей (например, Сохранения), значимость противоположной категории (соответственно, Открытости изменениям) снижается.

Результаты исследования. В соответствии с полученными данными наиболее значимой для работающих людей среднего возраста выступает ценность Безопасности, на втором и третьем местах находятся Благожелательность и Универсализм, четвертое и пятое места занимают Самостоятельность и Традиция (рис. 1). Средние значения этих ценностей положительны, следовательно, в сравнении с индивидуальными средними респонденты придают им более высокую значимость. Средние величины следующих 5 ценностей (Гедонизм, Достижение, Власть-богатство, Конформность и Риск-новизна) находятся в нижней половине ценностной иерархии, следовательно, в сравнении с индивидуальным фоном респонденты придают им меньшую важность.

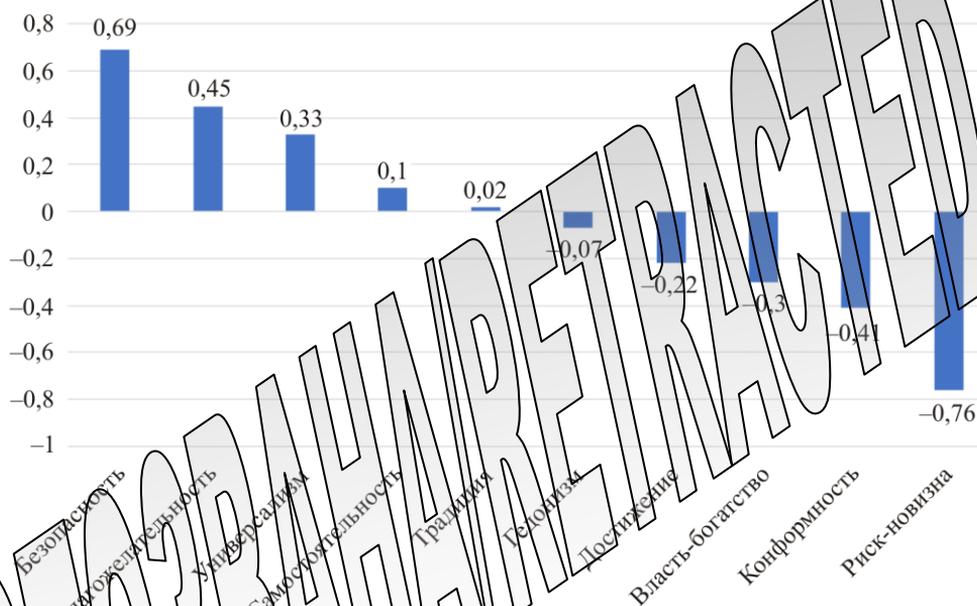


Рис. 1. Иерархия ценностей работников среднего возраста (средние значения ценностных индексов, баллы)

Таким образом, работающие среднего возраста характеризуются более высокой выраженностью ценностей, входящих в категорию «Выход за пределы своего «Я»» (Благожелательность и Универсализм) и более низкой выраженностью ценностей, относящихся к противоположной категории «Самоутверждение» (Достижение и Власть). Ценности категории «Сохранение» (Безопасность и Традиция, но не Конформность) также имеют большую значимость, нежели ценности альтернативной категории – «Открытости изменениям» (Риск-новизна и Гедонизм; за исключением ценности Самостоятельность) (рис. 2).

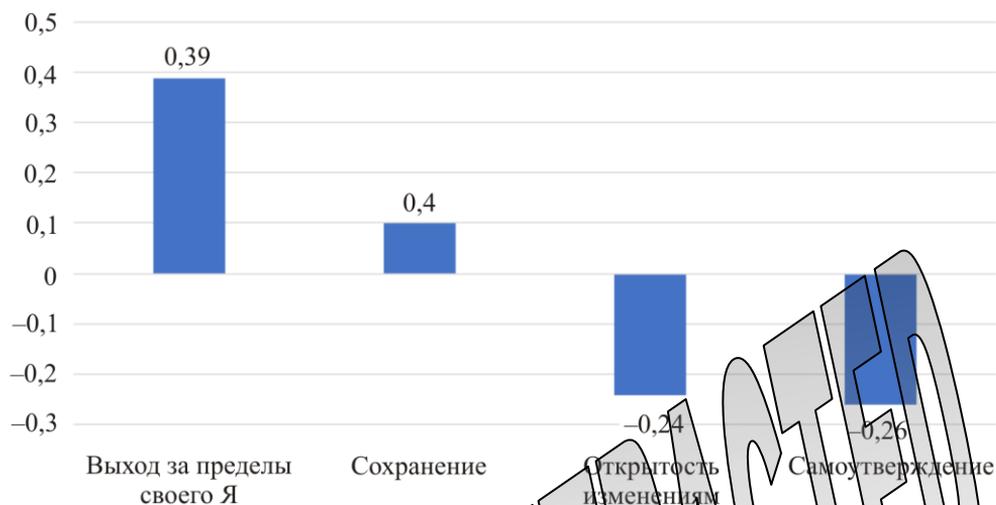


Рис. 2. Иерархия ценностей работников среднего возраста (средние значения укрупненных категорий ценностей, баллы)

В целом структура ценностей рассматриваемой социально-демографической группы соответствует данным по всему массиву. Чтобы проследить различия, следует сделать акцент на межгрупповом сравнении.

Сравнительный анализ ценностей работников среднего возраста с ценностными профилями представителей более старшей возрастной группы (работников старше 60 лет) позволил выявить следующие особенности, значимые с позиций модернизационного потенциала ценностей. Работники среднего возраста в большей степени ориентированы на самостоятельное принятие решений и творческий подход к делу, в то время как для представителей старшей возрастной группы более важным является соблюдение существующих правил, в большей степени выражены у них и консервативные установки. Ориентация на достижение, социальное признание успеха у средневозрастной группы также имеет несколько более высокую значимость. Подобные ценностные ориентации являются одним из ключевых факторов мотивационного свойства, позволяющих людям среднего возраста быть включенными в модернизационные процессы, являться активными субъектами инновационных решений.

Об этом свидетельствуют следующие показатели. В рамках исследования респондентам задавался вопрос, участвовали ли они за последний год в создании каких-либо новшеств (фирмы, продукта, технологии или услуги) и в каком статусе: организатора либо последователя, исполнителя. В группе опрашиваемых работников 30–60 лет присутствуют как первые – организаторы (5,8 %), так и вторые – последователи, активные участники (7,5 %). Среди тех, кто перешагнул 60-летний рубеж, таковых практически нет.

Следует учитывать, что отмеченные тенденции могут быть объяснены как возрастными особенностями, так и историческими ситуативными факто-

рами. Существенное снижение значимости ценности достижения, наблюдаемое в группе респондентов более старшего возраста, может являться следствием негативного воздействия на их профессиональную карьеру кризиса, характерного для 1990-х годов [15].

Важным представляется проследить и внутригрупповые различия, в связи с чем анализируемая группа была разделена на подгруппы: 30–39, 40–49 и 50–60 лет. Анализ показал, что с возрастом усиливаются ориентации в отношении таких ценностей, как Традиция, Благожелательность и Универсализм, и несколько снижается значимость ценностей Риск-новизна, Гедонизм и Достижение (рис. 3).

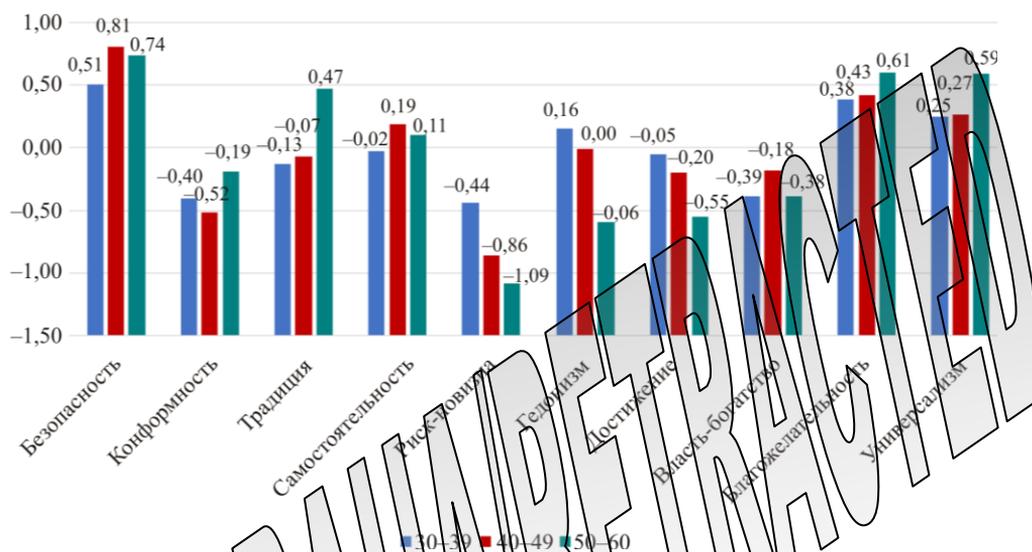


Рис. 3. Средние значения ценностных индексов в группах работников 30–39, 40–49, 50–59 лет (баллы)

Указанные данные являются отражением социальных особенностей жизни людей. Более ранний средний возраст – время наибольшего профессионального и карьерного роста, интеллектуального и творческого расцвета, возможности вкладывать в развитие себя и своего ближайшего окружения, прежде всего, семьи, обеспечивать ее материальный достаток и благополучие. Более старший средний возраст – время, когда происходит усиление ориентации на сохранение достигнутого, увеличивается желание упрочить сложившееся положение и противодействовать попыткам изменить его. При этом у многих значимость ценностей творчества и самореализации остается достаточно сильной и может сохраняться в последующие годы жизни. Выбор подобной стратегии обуславливает активную творческую деятельность и после 50–60 лет. Однако в целом, как было отмечено, чем старше человек, тем менее значимы для него ценности открытости изменениям и творчества.

Как известно, социальной группой населения, чей инновационный потенциал является одним из важнейших факторов модернизации и экономического роста, выступает бизнес-сообщество. Для выявления особенностей ценностных ориентаций представителей бизнеса рассматриваемая социальная группа – работающие среднего возраста – была разделена на подгруппы: бизнесмены и наемные работники. Анализ показал, что представители бизнеса отличаются гораздо более высокой модернизационностью ценностей, по сравнению с наемными работниками, как и по сравнению с населением в целом. Во многом структура ценностей бизнесменов противоположна структуре ценностей основной части населения: ценности «Открытости изменениям» преобладают у них над ценностями «Сохранения», а ценности «Самоутверждения» – над ценностями «Выхода за пределы своего “Я”». Особенно сравнительно высоки показатели ценностей Достижения и Власти-богатства, которые к тому же имеют положительный знак, что свидетельствует об их высокой индивидуальной значимости для предпринимателей. Также представителей бизнес-сообщества отличает большая ориентация на самостоятельность в принятии решений и независимость в действиях, большая склонность к риску, к получению удовольствия от жизни и меньшее стремление к сохранению традиционных и конформных форм поведения (рис. 4).

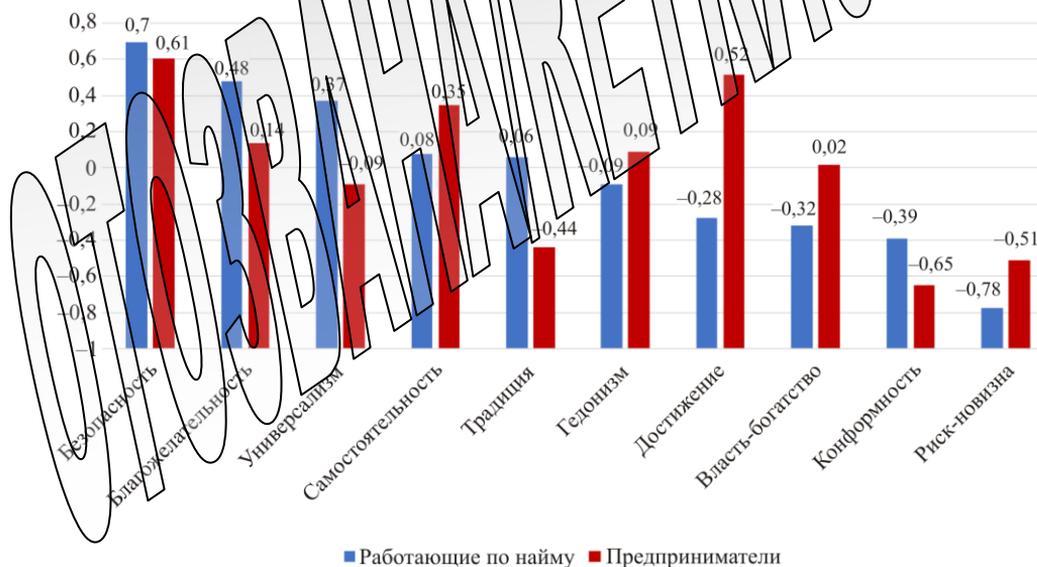


Рис. 4. Средние значения ценностных индексов в группах респондентов, работающих по найму и предпринимателей (баллы)

Полученные данные согласуются с результатами исследований Т.И. Заславской и М.А. Шабановой, изучающих инновационно-деятельностный потенциал (ИДП) успешных экономических акторов в современной России –

авангард российского бизнеса. Исследователи выявили: у акторов с более высоким уровнем ИДП («активные», «новаторы») более высока инновационность ценностных ориентаций, таких как самостоятельность, независимость, управление своей судьбой, творческая самореализация, возможность работать с полной отдачей, профессионализм, высокая компетентность в своей работе и стремление к постоянному обучению новому. В соответствии с этим их характеризует и большая выраженность установок на развитие своего ИДП в ближайшем будущем (обучение на МВА, расширение сферы деятельности, реализация перспективных инновационных проектов и т.д.), а также весьма высокий уровень уже осуществленных в последние годы инновационно-рыночных подвижений (разработка или участие в создании и внедрении новых технологий, освоение новых видов продукции и услуг, выход на новые рынки, повышение качества продукции, занятость в секторе высоких технологий и др.) [16, с. 10–11].

Среди представителей пермского бизнес-сообщества также выше, по сравнению с данными по массиву в целом, доля участников инноваций: около 40 % от числа принявших участие в исследовании бизнесменов за последний год участвовали в создании новшеств, причем большинство – в роли их организаторов. Однако в целом уровень инноваций в Пермском крае, по данным опроса, недостаточно высок (что соответствует общероссийской тенденции): доля инноваторов и их последователей составляет 12,1 %. Во многом препятствиями для модернизационного развития страны выступают факторы институционального характера: несоблюдение правовых норм, коррумпированность, низкое качество управления и др. (см., например, [10, 16]).

Заключение. Модернизационное развитие экономики и общества зависит как от компетентных решений представителей государственной власти, так и от активной позиции всего населения, особенно от наиболее инициативной и креативной его части. Проведенное исследование показало, в ценностной структуре работающих людей среднего возраста более выражены, по сравнению со старшей возрастной группой и с населением в целом, ориентации на открытость изменениям, достижения и творческие решения. Это является значимым мотивационным фактором для участия в модернизационных процессах. Еще более сильными промодернизационными ценностями обладают представители бизнес-сообщества. Данные группы могут быть активны в производстве и новых ценностей, и новых неформальных институтов, способствующих модернизации. Одновременно ее успех зависит от совершенствования институциональных условий, в которых осуществляется трудовая деятельность, устранения социально-экономических, политических, правовых и других институциональных барьеров.

Вместе с тем исследование выявило, что модернизационные ценности наемных работников выражены недостаточно сильно. Это влечет за собой

определенные риски для модернизационного развития трудовой сферы и, как следствие, общества в целом: сохранение привычных форм организации труда даже в случае их неэффективности и сопротивление инновациям; нежелание работников повышать уровень квалификации посредством дополнительного обучения; отсутствие мотивации к проявлению инициативы за пределами минимально предписанных обязанностей и включению в процесс принятия управленческих решений; инструментальное отношение к труду, сопровождающееся отсутствием новых наработок и методов, обеднением содержания труда.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 14-03-00155).

Список литературы

1. Модернизация: зарубежный опыт и Россия / В.А. Красильщиков, В.П. Гутник [и др.]. – М.: Информарт, 1994. – 116 с.
2. Быченко Ю.Г., Логинова Л.В. Модернизация общества и качество человеческого капитала // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. – 2008. – № 2. – С. 47–54.
3. Быченко Ю.Г., Лопухин В.Ю. Человеческий фактор экономики в условиях перехода общества на инновационный путь развития // Вестник Поволжского института управления. – 2011. – № 1. – С. 155–162.
4. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // М. Вебер. Избранные произведения / пер. с нем. под ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
5. Культурные факторы модернизации [Электронный ресурс]: докл. / А.А. Аузан, А.Н. Архангельский, И.С. Лунгин, П.А. Найшуль. – М.; СПб., 2011. – URL: http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_faktory_modernizacii.pdf (дата обращения: 30.04.2016).
6. Лебедева Н.М., Гизатулина А.С. Ценности культуры и отношение к инновациям в международной компании // Идентичность и организация в меняющемся мире: сб. науч. ст. / под общ. ред. В.А. Штроо, Н.Иванова, Н. Лебедева. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – С. 15–38.
7. Shane S. Why do some societies invent more than others? // Journal of Business Venturing. – 1992. – № 7. – С. 29–46.
8. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
9. Лапин Н.И. Базовые ценности, социальное самочувствие и доверие институтам власти [Электронный ресурс]. – URL: <http://publications.hse.ru/chapters/96837343> (дата обращения: 30.04.16).

10. Лапин Н.И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации // Социологические исследования. – 2011. – № 9. – С. 3–18.

11. Лебедева Н.М., Татарко А.Н., Лимарь Д.В. Динамика ценностей русской культуры и их влияние на модернизацию [Электронный ресурс] // Модернизация экономики и государство: материалы VII междунар. науч. конф. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – URL: http://nissе.ru/articles/details.php?ELEMENT_ID=1279270 (дата обращения: 30.04.16).

12. Schwartz S.H. Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // *Advances in Experimental Social Psychology* / ed. by M.P. Zanna. – San Diego, CA: Academic Press. – 1992. – Vol. 25. – P. 1–65.

13. Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement / S.H. Schwartz, G. Melech, A. Lehmann, S. Burgess, M. Harris, V. Owens // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. – 2001. – Vol. 32, no. 5. – P. 519–542.

14. Магун В.С., Руднев М.Г. Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами. Статья первая // *Вестник общественного мнения*. – 2007. – № 3. – С. 21–34.

15. Рыжов Б.Н. Системная периодизация развития [Электронный ресурс] // *Системная психология и социология*. – 2012. – № 5. – URL: http://systempsychology.ru/journal/2012_5/85-ryzhov-bn-sistemnaya-periodizaciya-razvitiya.html (дата обращения: 21.03.2016).

16. Заславская Т.И., Шабанова М.А. Успешные экономические акторы как потенциальная модернизационная общность. Статья 2. Инновационный потенциал и проблемы его реализации // *Общественные науки и современность*. – 2012. – № 5. – С. 5–24.

References

1. Krasil'shchikov V.A., Gutnik V.P. [et al.]. *Modernizatsiia: zarubezhnyi opyt i Rossiia* [Modernization: Foreign experience and Russia]. Moscow, Informart Publ., 1994. 116 p.

2. Vychenko Iu.G., Loginova L.V. *Modernizatsiia obshchestva i kachestvo chelovecheskogo kapitala* [The modernization of society and the quality of human capital]. *Izvestia Saratovskogo universiteta. Ser. Sotsiologiia. Politologiia*, 2008, no. 2, pp. 47–54.

3. Vychenko Iu.G., Lopukhin V.Iu. *Chelovecheskii faktor ekonomiki v usloviakh perekhoda obshchestva na innovatsionnyi put' razvitiia* [Human factor of economy in the conditions of transition of the society to an innovative way of development]. *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniia*, 2011, no. 1, pp. 155–162.

4. Weber M. *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* (Russ. ed.: Veber M. *Protestantskaia etika i dukh kapitalizma*. Veber M. *Izbrannye proizvedeniia*. Moscow, Progress, 1990. 808 p.).

5. Auzan A.A., Arkhangel'skii A.N., Lungin P.S., Naishul' P.A. Doklad Kul'turnye faktory modernizatsii [Cultural factors of modernization]. Available at: http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_factory_modernizacii.pdf (accessed 30 April 2016).

6. Lebedeva N.M., Gizatulina A.S. Tsennosti kul'tury i otnoshenie k innovatsiiam v mezhdunarodnoi kompanii [Cultural values and attitudes to innovation in an international company]. Identichnost' i organizatsiia v meniaiushchemsia mire [Identity and organization in a changing world]. Ed. by V.A. Shtroo, N. Ivanov, N. Lebedev. Moscow, GU VShE, 2008, pp. 15–38.

7. Shane S. Why do some societies invent more than others? *Journal of Business Venturing*, 1992, no. 7, pp. 29–46.

8. Inglehart R., Welzel Ch. Modernization, Cultural Change and Democracy. The Human Development Sequence. New York, Cambridge University Press, 2005 (Russ. ed.: Ingkharth R., Vel'tsel' K. Modernizatsiia, kul'turnye izmeneniia i demokratiia: Posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiia. Moscow, Novoe Izdatel'stvo Publ., 2011. 464 p.).

9. Lapin N.I. Bazovye tsennosti, sotsial'noe samochuvstvie i doverie institutam vlasti [Basic values, social well-being and confidence in government institutions]. Available at: <http://publications.hse.ru/chapters/96837343> (accessed 30 April 2016).

10. Lapin N.I. Sotsiokul'turnye faktory rossiiskoi stagnatsii i modernizatsii [Sociocultural factors of the Russian stagnation and modernization]. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 2011, no. 9, pp. 3–18.

11. Lebedeva N.M., Tatarko A.N., Limar' D.V. Dinamika tsennostei russkoi kul'tury i ikh vliianie na modernizatsiiu [Dynamics of Russian cultural values and their influence on the modernization]. *Mater. VII mezhdunar. nauchn. konf. "Modernizatsiia ekonomiki i gosudarstvo"* [Proc. VII Int. Sci. Conf. "Modernisation of economy and the state"]. Moscow, GU VShE. Available at: http://nisse.ru/articles/details.php?ELEMENT_ID=1279270 (accessed 30 April 2016).

12. Schwartz S.H. Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*. Ed. by M.P. Zanna. San Diego, CA, Academic Press, 1992, vol. 25, pp. 1–65.

13. Schwartz S.H., Melech G., Lehmann A., Burgess S., Harris M., Owens V. Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2001, vol. 32, no. 5, pp. 519–542.

14. Magun V.S., Rudnev M.G. Zhiznennye tsennosti naseleniia Ukrainy: sravnenie s 23 drugimi evropeiskimi stranami. Stat'ia pervaiia [Values of the population of Ukraine: comparison with 23 other European countries. Part 1]. *Vestnik obshchestvennogo mneniia*, 2007, no. 3, pp. 21–34.

15. Ryzhov B.N. Sistemnaia periodizatsiia razvitiia [System periodization of development]. *Sistemnaia psikhologiia i sotsiologiia*, 2012, no. 5. Available at: http://systempsychology.ru/journal/2012_5/85-ryzhov-bn-sistemnaya-periodizatsiya-razvitiya.html (accessed 21 March 2016).

16. Zaslavskaiia T.I., Shabanova M.A. Uspeshnye ekonomicheskie aktory kak potentsial'naiia modernizatsionnaia obshchnost'. Stat'ia 2. Innovatsionnyi potentsial i problemy ego realizatsii [Successful economic actors as a potential modernization community. Part 2. Innovation potential and problems of its realisation]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 2012, no. 5, pp. 5–24.

Получено 20.05.2016

Yu.S. Markova

MIDDLE-AGED WORKERS' VALUES AS A FACTOR OF THE LABOR SPHERE MODERNIZATION IN MODERN RUSSIA

The purpose of the article is to study the middle-aged workers' value modernization potential. It displays the importance of the subjective factors' analysis, which implies values orientations' analysis assisting to characterize the human potential readiness to take part in modernization processes. Middle-aged workers act as the subjects of the research, being the active agents of modernization. The data collected from the formalized poll of the Perm region citizens (N = 1000, 2014) act as the empirical basis of the research. The data collection and analysis is carried out on Sh. Swartz's research findings. As a result, the analysis of the middle-aged workmen value structure is presented and the role and place of values in the structure of the socio-demographic group under study is distinguished, particularly of such valuable aspects as initiative, entrepreneurial spirit, independence, creativity and open-mindedness. The comparative study of the middle-aged and elder workmen values is presented, as well as the intra-group values' differences of the middle-aged workers. The axiological portrait comparison of the workers and businessmen is given. It has been found that the significance of such values as conventionality, benevolence and universalism is growing with aging, though the orientation on such qualities as riskiness, innovativeness, hedonism and ambitiousness is marginally decreasing. The article shows that the modernization potential among the middle-aged group of workers is higher than that of the elderly ones, and yet the representatives of business sphere appear to be the most oriented to innovativeness. The conclusion has been drawn that the representatives of the social group under analysis are able of being active in producing the new values and informal institutions, promoting modernization. However, due to a relatively low degree of modernization values in the group, implementing innovations in the work process may appear risky.

Keywords: *middle age, workers, businessmen, values, values structure, modernization, modernization potential.*

Markova Yuliia Sergeevna – Postgraduate Student, Assistant Lecturer, Dept. of Sociology, Perm State National Research University, e-mail: julyamarkova@gmail.com.