

УДК:316.334.2 ББК:С561.2

*Черкашов Евгений Михайлович* –

к. социол. наук, доцент,

Тюменский государственный университет,  
г. Тюмень

e-mail: emtch53@rambler.ru

## **КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЛЯ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ<sup>1</sup>**

Ключевые слова: краткосрочная конкурентоспособность, долгосрочная конкурентоспособность, конкурентное поле.

Для глобализированного современного общества, во-первых, характерно сервисно-товарное, информационное, технологическое разнообразие и изобилие. Во-вторых, нормой являются интенсивная, многоуровневая, широкая по охвату участников конкуренция; непрерывное инновационное развитие; постоянство изменений, высоких рисков и неопределенностей; виртуализация образа жизни, профессиональной трудовой деятельности и способов ведения бизнеса. В-третьих, главной проблемой субъектов (особенно молодежи) является проблема ориентации и навигации по миру изобилия, конкуренции, инновационности, изменчивости, высоких рисков, неопределенности, но и возможностей. В-четвертых, основными дефицитными акторами являются генераторы и носители системных знаний, компетенций, инноваций; компетентные гиды(навигаторы) по социально-культурному, информационному и виртуальному пространству.

Конкуренция между компаниями, муниципальными образованиями, регионами, странами, как правило, разворачивается по поводу указанных редких акторов. Интенсивная глобальная конкуренция между странами, регионами и компаниями за привлечение и закрепление ключевых акторов составляет ядро современной конкуренции на краткосрочном временном интервале.

Однако, гораздо важнее, перспективнее, стратегически правильнее для России сосредоточить свое внимание на формировании долгосрочной конкурентоспособности-на создании и поддержании устойчивой социокультурной среды в сфере образования(общее, все виды профессионального) и практики(работа по найму или организация собственного дела в командах), которые мотивируют учащуюся

---

<sup>1</sup> Результаты получены в рамках выполнения государственного задания Минобрнауки России «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики» проект №28.2941.2017/4.6

и работающую молодежь на формирование и обладание системными знаниями, умениями, компетенциями и обеспечение в конечном счете для себя, своей команды, своего города, региона, страны устойчивого тренда: «конкурентоориентированность – ключевые компетенции- конкурентные преимущества – конкурентоспособность».

Формирование указанного устойчивого тренда происходит в социальном пространстве конкурентных полей. Общество – сложная социально-экономическая социокультурная система, включающая коммунальные и деловые составляющие[2], представленная различными пространствами в виде ансамблей полей. Поле,- по П. Бурдье, – это специфическая система объективных связей между различными позициями, находящимися в конкуренции или в кооперации, определяемыми социально и в большой степени не зависящими от физического существования индивидов, которые эти позиции занимают[1]. По своей сути социальные поля являются конкурентными полями. Особенно это характерно для современного глобализированного общества, для которого нормой является интенсивная, многоуровневая, широкая по охвату акторов конкуренция. Конкурентное поле, во-первых, по своей структуре представляет собой взаимодействие двух реальностей: реальность первого порядка представлена распределением экономических, культурных, социальных капиталов, определяющим стратегии на достижение позиционной выгоды(прибыли) от лучшей локализации или рыночного позиционирования. Реальность второго порядка представлена конфигурацией символического капитала, обеспечивающей конкурентную борьбу за достижение символической власти -власти конструирования мира в таких образах восприятия, которым акторы доверяют, которым они лояльны и готовы соответствующим образом мыслить и действовать. В процессе функционирования и развития конкурентного поля его реальность первого порядка реализуется через реальность второго порядка и наоборот. Во-вторых, система диспозиций, порождающая и структурирующая практику агента и его представления в конкурентном поле формирует алгоритм поведения акторов: конкурентоориентированность- конкурентные преимущества- конкурентоспособность. Для современного глобализированного общества характерно сервисно-товарное, информационное, технологическое разнообразие и изобилие. В этих условиях, сформированы и действуют два типа целостных конкурентных полей: секторальные (отраслевые) рыночно-ориентированные поля бизнеса(дела) с высокой степенью господства ТНК[3,4,5.]; конкурентные поля мест (муниципальных образований, регионов, стран), локусов взаимодействия власти, бизнеса, науки, образования, имеющих общую социально-экономическую и культурно-историческую судьбу, укорененную в прошлом, ищущих ответы на вызовы будущего в настоящем и формирующих свое общее будущее. Противоборство двух указанных полей детерминирует формирование современного российского конкурентного поля

сферы высшего образования и конкурентные поля, непосредственно влияющие на формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности школьников, студентов и работающей молодежи.

Внутренние конкурентные поля школьников представляют собой поля их взаимоотношений в учебном заведении друг с другом и с преподавателями. Внешнее конкурентное поле школьников – это пространство соперничества между школами за привлечение и закрепление лучших учеников в соответствии с их позиционированием на конкурентном поле. Одно дело – элитные гимназии, готовящие выпускников для ведущих вузов, другое дело – школы, ориентированные на средние профессиональные учебные заведения либо на работодателей, наконец, третьи – гимназии, специально созданные при университетах. Особую роль играют факторы, влияющие на внутренние поля, прежде всего на векторы конкурентоориентированности школьников: статус и позиционирование школы во внешнем конкурентном поле; социальный и материальный статус родителей учеников; влияние семьи; влияние виртуального пространства (интернет, социальные сети).

Внутренние конкурентные поля студентов вузов и университетов включают в себя поля их взаимоотношений со своими сверстниками и преподавателями. Внешнее конкурентное поле студентов – это сфера соперничества между учебными заведениями за абитуриентов в соответствии с их позиционированием на конкурентном поле среднего и высшего образования; поле конкурентной борьбы между будущими работодателями за студентов-практикантов.

Внутренние конкурентные поля работающей молодежи – пространство конкурентных взаимоотношений с коллегами (с ровесниками и более опытными) ради профессионального и карьерного роста. Внешнее конкурентное поле работающей молодежи представлено, прежде всего, секторальными рыночно-ориентированными полями бизнеса и конкурентными полями мест-локусов (муниципальных образований, регионов, стран).

Взаимодействие указанных внутренних и внешних конкурентных полей различных групп молодежи формирует конкурентные поля базисных переходов по линии школьная, студенческая, работающая молодежь.

Конкурентное поле выпускников школ за доступ в вузы пересекается с конкурентным полем вузов за привлечение наиболее подготовленных и талантливых выпускников школ. Конкурентное поле выпускников школ за доступ к рабочим местам (наемный работник-работодатель) пересекается, во-первых, с конкурентным полем работодателей за привлечение молодого пополнения, а, во-вторых, с конкурентным полем уже работающей молодежи, желающей переменить место работы.

Конкурентное поле выпускников вузов за доступ, во-первых, к рабочим местам (наемный работник-работодатель); во-вторых, к полю создания,

запуска собственного бизнеса; в-третьих, к программам послевузовского образования пересекается с целым набором конкурентных полей: работодателей за привлечение наемных работников; работающей молодежи, желающей поменять место работы; других претендентов на гранты и поддержку открытия своего дела; университетов за привлечения талантливых и перспективных выпускников вузов для научной деятельности.

Жизненные траектории школьников, студентов из образовательных конкурентных полей продолжают в конкурентных полях профессиональной деятельности, бизнеса, жизни в муниципальных образованиях, регионах и странах. Необходимо обосновать и представить такую модель взаимодействия образовательных конкурентных полей с конкурентными полями «взрослой жизни», которая способствовала бы успешным вариантам жизненных траекторий молодежи.

### **Список литературы:**

1. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / Пер. с франц.; Отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. - 576 с.
2. Зиновьев А.А. Запад. Феномен западнизма [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev\\_-Zarad.\\_Fenomen\\_zaradnizma.html](https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev_-Zarad._Fenomen_zaradnizma.html) (Дата обращения: 29.07.2017)
3. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Портер М. Конкуренция/Пер. с англ.: М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 496 с.
5. Траут Дж. Новое позиционирование. СПб.: Питер, 2001. – 192 с.