

WIZERUNEK SPOŁECZNY MŁODZIEŻY JAKO ODZWIERCIEDLENIE RZECZYWISTOŚCI PARADOKSALNEJ – UJĘCIE TEORETYCZNE

Iryna SURINA

Akademia Pomorska w Słupsku, Katedra Administracji i Socjologii; irina.surina@apsl.edu.pl,
ORCID: 0000-0002-5038-1214

Streszczenie: W artykule przedstawiono istotę i charakterystykę młodzieży, w tym młodzieży akademickiej, a także osobliwości badania jej wizerunku społecznego. Opisano koncepcję człowieka paradoksalnego Zh. Toshchenka oraz pokazano, że obraz społeczny młodzieży studenckiej jest wyrażeniem rzeczywistości paradoksalnej.

Słowa kluczowe: wizerunek społeczny, młodzież akademicka, szkolnictwo wyższe, orientacje wartościujące, rzeczywistość paradoksalna

SOCIAL IMAGE OF YOUTH AS A REFLECTION OF THE PARADOXAL REALITY – THEORETICAL VIEW

Abstract: The article presents the essence and characteristics of young people, including academic youth, as well as the peculiarities of studying its social image. The concept of the man of the paradoxal Zh. Toshchenko is described and it is shown that the social image of student youth is an expression of a paradoxal reality.

Key words: social image, student youth, higher education, value orientations, paradoxal reality.

1. Wprowadzenie

W warunkach nowoczesnego społeczeństwa, w którym, według M. Szczepańskiego, główną cechą osobowości nowoczesnej jest orientacja na przyszłość (Szczepański, 1992), współczesna młodzież charakteryzuje się tym, co jest wspólnym dla wszystkich członków

społeczeństwa i tym szczegółowym, co charakteryzuje pokolenie młodzieży. Ten właśnie aspekt w dużej mierze znajduje odzwierciedlenie w społecznym wizerunku¹ młodzieży.

Młodzież, przede wszystkim młodzież studencka, budzi największe badawcze zainteresowanie. Opierając się na szerokości podejść do badania młodzieży akademickiej, można wydzielić komponenty, które mogą być włączone do opisu jej zbiorowego obrazu, a także pozwalają rozpatrywać młodzież studencką w jedności obiektywnych i subiektywnych jej charakterystyk. Do nich zaliczamy: specyfikę młodzieży studenckiej jako społeczno-demograficznej grupy, ustanowienie czasowych granic, granic wiekowych i społeczno-psychologicznych cech młodzieży, określenie społecznego statusu, funkcji ról i społeczno-kulturowego zachowania się młodzieży, ustanowienie jakości procesu socjalizacji jako sposobu adaptacji młodzieży do społecznych warunków i jednocześnie przejawów indywidualizacji, samookreślenie, samoidentyfikację młodzieży akademickiej jako specyficznej grupy.

A. Cybal-Michalska pisze, że „współczesne pokolenie młodych jest szczególnie narażone na fluktuacje w ponowoczesnej rzeczywistości. Młody człowiek będący na etapie pomiędzy dzieciństwem a dorosłością poszukuje sensu swojego istnienia, koncentrując swoje działania wokół określonych celów. [...] Życie w wielowymiarowej rzeczywistości dostarcza jednostkom rozmaitych możliwości rozwoju i konstruowania własnej przestrzeni życiowej, jest również niewątpliwie ogromnym wyzwaniem. [...] W szerszej perspektywie wybory jednostkowe wpływają na kształt obecnego pokolenia młodych, które będzie odpowiedzialne za kreowanie nowej rzeczywistości społecznej, w której przyjdzie im żyć i funkcjonować” (Cybal-Michalska, 2006, s.26).

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie podejścia do badania wizerunku społecznego młodzieży w warunkach rzeczywistości paradoksalnej, opisanie jego istoty i cech szczegółowych.

2. Wizerunek społeczny młodzieży: istota i charakterystyka

Słowo "obraz" interpretuje się jako: 1) wygląd, wizerunek, oraz jako „2) charakter, wewnętrzna organizacja”(Ожегов, Шведова, 1995, c.421). Tak więc, 'wizerunek'² to przedstawienie lub subiektywne wyobrażenie, które składa się z dwóch komponentów, jeden odzwierciedla zewnętrzne, "widoczne" cechy, a drugi – wewnętrzne.

Wizerunek, zgodnie z E. Sampson, może być przedstawiony jako wyobrażenie jakiegoś stanu, odpowiednik czegoś, rzeczywiste podobieństwo do stanu naturalnego, wyobrażenie rzeczy poprzez zmysły, idee, obraz myślowy lub sposób powszechnego postrzegania danej

¹ Pojęcie „wizerunek” i „obraz” społeczny są używane zamiennie.

² W związku z tym, że wizerunek traktuje się jako obraz, a obraz jako wizerunek, w swoich rozważaniach, będziemy używać pojęcia „obraz”, „wizerunek” i „portret” zamiennie.

osoby (grupy) przez społeczeństwo i mass media (Sampson, 1996, s. 1). Przy tym strona widoczna wizerunku (odzwierciedlająca zewnętrzny aspekt) osoby (lub grupy) powinna być spójna z cechami (umiejętnościami, zdolnościami i wartościami), jakie reprezentowane przed otoczeniem (Sampson, 1996, s. 14-15).

Według R. Berglera „wizerunek to uproszczone, przesadzone i wartościujące wyobrażenie, pseudo osąd, niemające ograniczeń ważności i niepoddające się w sposób dostateczny empirycznemu potwierdzeniu. Wszystkie przedmioty dostępne ludzkiemu postrzeganiu, przeżyciom i przemyśleniom są przetwarzane i podawane uproszczeniu jako wizerunki [...]. Wizerunki (uprzedzenia) są fenomenem uniwersalnym. Odtwarzają rzeczywistość nie w sposób fotograficzny, zgodną co do detali, ale budują wnioski na silnych wrażeniach, pojedynczych osiągnięciach, sukcesach, ale także na pojedynczych klęskach” (Ociepka, 2003, s. 22-23).

Zgodnie z definicją V. Lukova, A. Zabary, E. Volkova³, wizerunek społeczny grupy rozumiany jest jako „całościowy (zespół) charakterystycznych cech społecznych” (Лыков, Забара, Волков, 1999, с. 80) . Podobnie i T. J. Dąbrowski uważa, że „wśród czynników związanych z podmiotem, którego wizerunek ma być kształtowany, ważną rolę odgrywa tożsamość podmiotu, czyli zestaw cech, którymi dany podmiot się charakteryzuje. W przypadku osób tożsamość odpowiada charakterowi tych osób, stanowiącemu ich utrwalone rysy osobowościowe, wyrażające się w określonych stałych sposobach postępowania, niezależnych od sytuacji, w jakiej dana osoba się znajduje” (Dąbrowski, 2013, s. 10), a dla grupy społecznej – cechy społeczne, mające stosunkowo stały charakter.

Społeczny wizerunek młodzieży, z naszego punktu widzenia, jest to przedstawienie obrazu młodzieży na podstawie empirycznie ustalonych cech społecznych, w tym orientacji wartościujących, a także osobliwości oddziaływań, zachowań młodzieży w konkretnych warunkach rzeczywistości. Przy tym cechy społeczne i osobliwości relacji między młodymi ludźmi odzwierciedlają zewnętrzny komponent obrazu społecznego, a orientacja na wartości społeczne - komponent wewnętrzny (Сурина, Гайсанов, 2012, с. 8).

Można przyjąć, że wizerunek społeczny młodzieży, w tym młodzieży akademickiej, z jednej strony jest obiektem społeczno-kulturowym, zaś z drugiej – konstrukcją badawczą, składającą się z wielu elementów. Cechy społeczno-demograficzne, orientacje wartościujące (w tym orientacje na system wartości społecznych), rodzaje działalności, specyfika stylu życia, poziom wykształcenia, trajektoria drogi życiowej, charakterne cechy zachowania młodzieży w życiu codziennym itp. można odnieść do głównych cech społecznego obrazu młodzieży. Wizerunek społeczny odzwierciedla związek przyczynowo-skutkowy i warunkowanie wszystkich jego cech szczegółowych zgodnie z historycznym etapem rozwoju społeczeństwa i przemian społecznych (Сурина, Атабиева, 2001).

³ Tu i dalej tłumaczenie z języka rosyjskiego, niemieckiego – I. Surina.

Całokształt (zespół) cech społecznych odzwierciedla ścieżkę życiową zarówno pojedynczego młodego człowieka, jak i całej grupy młodzieżowej. Specyfika wzajemnych oddziaływań zarówno w obrębie społeczności młodzieżowej, jak i z innymi grupami społecznymi, determinuje główne czynniki predestynujące ścieżkę życiową. Ścieżka życia każdej młodej osoby jest indywidualna, a o „jej typowości można mówić w sensie analitycznego porównania najbardziej konkretnych trajektorii życia” (Лукон, Забара, Волков, 1999, c. 81), zdarzeń losowych i regularnych, tworzących konstrukcję ścieżki życiowej.

Znaczący jest również czynnik czasu. Pomimo faktu, że obraz społeczny odzwierciedla właściwości społeczne młodzieży w określonym przedziale czasowym, tj. w sensie obiektywnym, ważnym jest i subiektywne znaczenie – odczucia związane z percepcją i interpretacją wydarzeń życiowych w korelacji z czasem. I.N. Ikonnikova uważa, że „zrozumienie znaczenia czasu związane jest ze wzrostem samoświadomości jednostki, gdy człowiek postrzega czas jako perspektywę rozwoju i ujawnienia swoich możliwości, gdy nabywa poczucie wartości czasu, gdy istnieje psychologiczne poczucie jego „biegu”, nieodwracalnej utracie straconego czasu, ciśnienia wzrastającego tempo życia” (Иконникова, 1974).

3. Konstruowanie wizerunku młodzieży

Istnieje wielość sposobów doświadczania świata i swojego życia przez młodzież. Młode ludzie są aktorami społecznymi, które w myśl Ch. Jenksa, aktywnie konstruują i określają „swoje życie społeczne, życie otaczających ich ludzi oraz społeczności, w których żyją” (Jenks, 2008, s. 112). Młodzież współtworzy swoje historie życia, a działając w grupie, generują swoje własne światy kulturowe (Garbula, Kowalik-Olubińska, 2012), jak również *światy życiowe*.

Wizerunek społeczny młodzieży jest rodzajem pewnej integralności (całości), którą można wyrazić poprzez główną, dominującą cechę tej całości. Ta cecha jest podstawą pewnego rodzaju społecznego typu młodzieży. W wizerunku społecznym młodzieży najważniejszą jest regulująca rola wartości, która określa się poprzez orientacje życiowe i ich komponenty – orientacje młodych ludzi na system wartości społecznych.

P. Czaplińska uważa, że „wizerunek jest złożonym zjawiskiem, którego zrozumienie i zdefiniowanie nie jest rzeczą oczywistą. W zależności od sytuacji, w jakiej znajduje się podmiot, a także jego odbiorcy, wizerunek przybiera różne wymiary. Wpływ na to, jaki wizerunek uda się przekazać, mają sposoby, w jaki jest uzyskiwany, oraz narzędzia, jakie zostały w tym celu użyte” (Czaplińska, 2015, s. 12).

W świadomości społecznej oraz w świadomości różnych kategorii młodzieży, wizerunek młodzieży nigdy nie jest analogiczny – jest on różny i zależy od wielu czynników.

M. Niezgoda, opisując problematyczność badań nad młodzieżą piszę, badając młodzież „próbuję się znaleźć odpowiedzi na pytania, jaka jest obecna młodzież, jakie są jej cechy specyficzne, jakie wyznaje wartości, jakie typy postaw wśród niej dominują, jak odnajduje się w zmieniającej się rzeczywistości. Z reguły chodzi o skonstruowanie swego rodzaju portretu socjologicznego i psychologicznego obecnego pokolenia młodych oraz odniesienie go do zachodzących procesów gwałtownych zmian społecznych, przemian technologicznych globalizacji, ponowoczesnego chaosu normatywnego, sekularyzacji (...)” (Niezgoda, 2014, s. 28), tym samym zaznacza, że cechami portretu socjologicznego młodzieży są: preferowane wartości, dominujące postawy, orientacje życiowe.

W. Budzyński uważa, że tworzenie wizerunku jest to stan wytworzony w wyniku oddziaływania, a tym samym „[...] wizerunek [...] jest obrazem wśród ludzi” (Budzyński, 2003, s. 12-13) w danym okresie czasowym. Jakość obrazu decyduje o wartości wizerunku grupy, tworzącym przez inne grupy funkcjonujące w otoczeniu.

Należy zaznaczyć, że ścieżka życiowa wpisuje się w obraz społeczny młodzieży. Podczas konstrukcji trajektorii życia, wydarzenia w życiu młodego człowieka nabierają szczególnego znaczenia po pewnym czasie, z akumulacją pewnego doświadczenia życiowego. Każde wydarzenie w życiu młodego człowieka ma swoją wartość i może mieć wpływ na zmianę w hierarchii wartości życiowych. A.M. de Tchorzewski wskazuje, iż żyjemy w świecie chaosu aksjonormatywnego, w którym zmienia się stosunek jednostek do systemów i hierarchii wartości, w którym konkretne wartości przyjmują coraz inne znaczenia i odgrywają różną rolę w życiu poszczególnych jednostek (de Tchorzewski, 2006).

Najważniejszymi dla młodzieży są wydarzenia osobiste. Właśnie one wyznaczają kierunek drogi dalszego życia i są elementami projektowania życia w kolejnych okresach wiekowych. Ocena i dominacja w pamięci tych wydarzeń prowadzi do ponownego przemyślenia ścieżki życiowej, działań i zachowań społecznych w ogóle. Znaczącym jest fakt, że pomocą przemyślenia wydarzeń życiowych młodzi ludzie nie tylko odtwarzają swój "własny" portret społeczny, ale także "przeżywają" życie na nowo.

Jednocześnie młodzież ogradza „swój świat” w wyniku przeszacowania wartości, i to jest najbardziej widoczne w kryzysach socjalizacji. Przeszacowanie wartości jest procesem naturalnym, charakterystycznym dla każdej osoby. Z biegiem czasu ludzie zmieniają swoje poglądy na życie, dostosowując swój światopogląd. Przeszacowanie wartości życiowych młodzieży determinowane jest istnieniem wiele czynników wewnętrznych i zewnętrznych, które przyspieszają lub spowalniają proces rozwoju osobowości

Jednak proces ogradzania „świata” różni się w zależności od wieku młodzieży – jest jeden dla młodych ludzi w wieku od 15 do 24 lat i inny dla starszej grupy – od 25 do 35 lat. Dla młodych ludzi z pierwszej grupy „ogrodzenie” świata może wyrażać się w zwięzieniu się kręgu przyjaciół, zażywaniu środków odurzających lub alkoholu, występowaniu nastrojów

samobójczych, częstych konfliktów z rodzicami i tak dalej, tj. w znalezieniu „swojej” grupy wartościująco-orientacyjnej (Surina, 1999)⁴.

Młodzież drugiej grupy, z reguły, swój życiowy świat „zamyka” na swoich własnych interesach i potrzebach, które dominują nad wszystkim innym. Ich system wartości i normatywności jest bardziej stabilny niż u młodzieży pierwszej grupy. Podobny trend jest najbardziej typowy dla młodych ludzi z dużych miast. Znajduje to odzwierciedlenie w tworzeniu społecznego wizerunku młodzieży.

B. Ociepka, za R. Berglerem, wyróżnia cztery mechanizmy budowy wizerunku:

1. „Mechanizm centralny – uproszczenie przez typologizację. Uproszczenie rzeczywistości, redukcja jej skomplikowania nie jest całkowitym oddaleniem się od niej, ale pewnym procesem postrzegania otoczenia i jego transformacji w tekst.
2. Uogólnienie jednostkowego doświadczenia. Również tu występuje odniesienie do rzeczywistości, jednakże jako proces uogólniania.
3. Przerysowanie – proces, który wybiera, wyolbrzymia i przerysowuje pewne elementy, wycinki obiektu i na ich podstawie tworzy wizerunek.
4. Pozytywne lub negatywne wartościowanie jako część procesu tworzenia się wizerunku” (Ociepka, 2003, s. 22).

O roli wizerunku w upraszczaniu obrazu rzeczywistości w latach 70. XX wieku pisał S.H. Britt, podkreślając, że „wizerunki są publicznymi stereotypami i gdy stereotyp się ukształtuje, ludzie w większym stopniu działają pod jego wpływem, niż pod wpływem tego, co się za nim kryje” (Britt, 2013, s. 10), a znaczy wizerunek ma charakter społeczny.

W socjologii, jak i w innych naukach pokrewnych, nie raz były podejmowane próby badania wizerunku różnych kategorii młodzieży. Jako przykład podamy tylko kilka z nich. Tak, Yu.Kachanov i N. Shmatko, na początku lat 90. XX wieku, na podstawie badań opisali społeczno-psychologiczny portret, wyróżniając podstawowe cechy młodzieży: „[...] surowy, uparty, władczy, impulsywny, bardziej intuicyjny niż logiczny, nieformalny, otwarty na komunikację. Takie cechy, jak tolerancja, łagodność, życzliwość, prostota, zgodność, teraz,

⁴ Pojęcie zostało wprowadzono przez I. Surinę. *Grupy wartościująco-orientacyjne definiujemy jako grupy agentów społecznych, przedstawicieli których dzielają i są zorientowani na podobny system wartości ze wspólnym „jądrem” wartości. Rekrutacja osób, należących do tej samej grupy wartościująco-orientacyjnej, odbywa się w podobnych warunkach społeczno-kulturowych, pod warunkiem podobieństwa ich trajektorii socjalizacyjnych. W tym przypadku za podstawę mogą być uznane warunki ich codziennego życia. Wyróżniamy kilka typów grup wartościująco-orientacyjnych w zależności od orientacji na pewny rodzaj wartości: według rodzaju potrzeby wyodrębniamy grupy ekonomiczne i polityczne, itp.; według liczby członków grupy - duże i małe; ze względu na stopień akceptacji społecznej - grupy normatywne i nienormatywne itp. Osoby, należące do tej samej grupy wartościująco-orientacyjnej, mogą mieć mały dystans społeczny (np. mają ten sam status społeczny), ale duży dystans fizyczny, tj. znajdować się daleko od siebie w przestrzeni geograficznej. I odwrotnie, mogą być „bliskie” w sensie odległości fizycznej, ale są „dalekie” w sensie społecznym i być członkami różnych grup wartościująco-orientacyjnych. W związku z powyższym grupy wartościująco-orientacyjne mają podwójne zróżnicowanie. Przynależność jednostki do grupy wartościująco-orientacyjnej ustalana jest przez podobieństwo dominant wartościujących. [...] W ramach tej samej warstwy społecznej, a nawet dużej grupy społecznej, mogą powstać i istnieć różne wartościująco-orientacyjne grupy. Por.: И.Сурина, Ценности. Ценностные ориентации. Ценностное пространство. Москва: Социум, 1999, s. 59-60.*

według badanej młodzieży, pozostają niewymagane, nie zaimplementowane” (Кочанов, Шматко, 1999, c. 10).

K. Szafraniec, prezentując *Portret wiejskiej młodzieży* zauważa, że „socjologiczny portret, jaki tu zaprezentuję będzie się składał (jak każdy) z dwóch elementów podstawowych: POSTACI oraz TŁA. Postacią jest tutaj zbiorowość wiejskiej młodzieży, szkicowana ze względu na cechy osobowościowe, świat wartości, postawy życiowe, Tło wypełnią elementy społecznego usytuowania młodzieży (status rodziny, typ szkoły)” (Szafraniec, 2008). To potwierdza przypuszczenie, że cechy osobowościowe, system wartości, orientacje i postawy życiowe, a także elementy społecznego usytuowania są elementami obrazu społecznego młodzieży.

Na podstawie danych badawczych, K. Szafraniec przedstawia autoportret młodzieży wiejskiej w porównaniu z młodzieżą wielkomięską, zauważając, że występuje zbiorowe podobieństwo wiejskiej i miejskiej młodzieży. Wśród cech najczęściej wybieranych są – z jednej strony – te „ciepłe” (rodzinny, wrażliwy, uczciwy), z drugiej zaś „chłodne” (odnoszące się do aktywności: ambitny, zaradny, sprytny lub umysłu: dobrze wykształcony, krytyczny). Młodzież wiejska jedynie walory umysłu rzadziej odnosi do siebie. [...] Świat wartości również pod względem wyboru spraw w życiu ważnych wiejska młodzież niewiele się różni od miejskiej młodzieży. Jej wybory koncentrują się wokół: dobrych relacji w rodzinie i przyjaciół, społecznego uznania, prestiżu, interesującej (i dobrze płatnej) pracy, pełnego wrażeń, ciekawego i wolnego od uzależnień życia” (Szafraniec, 2008).

Należy wspomnieć, że K. Chałas od 2006 roku do dziś poświęciła serie prac pod ogólnymi tytułami: *Młodzież jaką znamy i nie znamy* oraz *Młodzież jakiej nie znacie*, opisując pokolenie współczesnej młodzieży. Publikacje te – to „głos” o młodzieży i „głos” młodzieży, jej postawy, oceny i opinie dotyczące różnych sfer życia i bytu (Chałas, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010). Kolejna z opublikowanych prac pod redakcją K. Chałas porusza sprawy młodzieży, przedstawiając sylwetki osób i piękne wzorce osobowościowe młodzieży godnej naśladowania (Chałas, 2017).

W inny sposób portret młodzieży traktują M. Gorshkov i F. Sheregi, którzy opisując portret socjologiczny młodzieży Rosji (Горшков, Шереги, 2010), za podstawę analizę przyjęli założenie, że młodzież jest wynikiem procesów socjalizacji i samorealizacji, która pełni znaczącą rolę w reprodukcji struktury społecznej. Przy czym ten wynik jest "obrazem” społecznej i obywatelskiej tożsamości młodzieży, występującej w charakterze wskaźnika ewolucyjnego lub konfliktowego wejścia młodego pokolenia w życie dorosłe, stopnia harmonii lub braku równowagi procesów społeczno-ekonomicznych. Szczególną uwagę zwrócono na kształtowanie świadomości masowej młodzieży, percepcję sprzeczności społecznych, występujących w nowoczesnym społeczeństwie rosyjskim, przyczyny niskiego zaangażowania obywatelskiego, nastroje i postawy młodzieży w warunkach kryzysu gospodarczego, tolerancji etnicznej i religijnej (Горшков, Шереги, 2010).

Warto zaznaczyć, że obraz społeczny młodzieży studenckiej jest nie tylko konstrukcją teoretyczną, ale i aspektem praktycznym pokazującym efektywność funkcjonowania szkolnictwa wyższego. Raporty Komisji Europejskiej *Modernisation of Higher Education in Europe: Access, Retention and Employability* (European Commission/EACEA/Eurydice, 2014) oraz *Structural Indicators for Monitoring Education and Training Systems in Europe* (European Commission/EACEA/Eurydice, 2016) pokazują, że niemal wszystkie kraje europejskie zbierają podstawowe dane dotyczące studentów, takie jak: wiek, płeć, status społeczno-ekonomiczny studentów i ich rodzin, dochodzie gospodarstwa domowego (łącznie i indywidualnym) oraz osobach zarabiających, poziomie wykształcenia rodziców, status etniczny, kulturowy i językowy, itd. Można zauważyć, że wizerunek młodzieży studenckiej jest przedmiotem badań w skali poszczególnych krajów, jak i w skali europejskiej. To potwierdzają wykorzystane dane badań i monitorowania cech studentów przy określeniu sposobu funkcjonowania systemu szkolnictwa wyższego w tych krajach, jak w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego.

Zakładając, że obraz społeczny młodzieży jest obiektem kulturowym i przyjmując podejście W. Griswold, że „każdy obiekt kulturowy to pewna interpretacja, zespół znaczeń, który pasuje do określonego kontekstu ideologicznego i instytucjonalnego, przekształca przypadkowe zdarzenia w wydarzenia i propaguje określone postawy i działania” (Griswold, 2013, s. 162), możemy stwierdzić, że przedstawienie wizerunku społecznego młodzieży zależy, przede wszystkim, od konstrukcji badawczej oraz sposobu mierzenia wskaźników (cech), a także interpretacji uzyskanych danych.

Rola wizerunku z czasem się zmienia, wzrasta z upływem lat, a czasy terażniejsze nazywa wiekiem wizerunku, który ma być jasny, wiarygodny i konkretny, dopasowany do rzeczywistości, powinien budować reputację (Ociepka, 2002).

Należy podkreślić, że wizerunek społeczny młodzieży kształtuje się, przynajmniej z dwóch stron: 1) poprzez oddziaływania posiadanej wiedzy, przyswajanych w toku procesu socjalizacji norm, wartości, ważnych dla społeczeństwa, stanowiących kompleksowe, uogólnione i skonsolidowane doświadczenie, a jednocześnie 2) przez udział młodzieży w życiu społecznym, przyswajanie młodzieżą określonych form i sposobów działalności życiowej. Kiedy te dwie strony nie są ze sobą sprzeczne, to tworzy się pewna integralna całość w formowaniu orientacji socjokulturowych. W przeciwnym wypadku może powstać konflikt między jednostką a społeczeństwem, między wspólnotą społeczną i społeczeństwem. Dlatego badanie wizerunku społecznego młodzieży w odniesieniu do sytuacji społecznej staje się najbardziej pokazowym w odbiciu rzeczywistego procesu rozwoju społecznego młodzieży.

Można stwierdzić, że zbiorowy obraz współczesny młodzieży ma następujące właściwości: 1) odzwierciedla tylko pewne, typowe, charakterystyczne cechy; 2) może transformować się (przekształcać się) w zależności od przemian społecznych; 3) może występować "deformacja" obrazu pod wpływem jednego z czynników środowiska społeczno-kulturowego; 4) jest

wewnętrznie zróżnicowany i może być szczególnym dla określonej kategorii młodzieży; 4) może się różnić w zależności od wieku młodych ludzi.

Przyjmując, że jednostka (jak i grupa) jest „jednością kontrastów, będąc mieszaniną złego i dobrego” (Ossowska, 1986, s. 106), zbiorowy wizerunek społeczny młodzieży jest tworzony jako mozaika na podstawie uogólnienia, między innymi cech społecznych, ocen, poglądów i systemów wartości pojedynczych członków wspólnoty młodzieżowej. Przy tym obraz społeczny młodzieży wyraża pewne aspekty świata społecznego i jest wytwarzany poprzez zbiorowe postawy i działania członków zbiorowości młodzieżowej. Jak pisze T. Dąbrowski „wizerunek [...] nie musi w pełni odzwierciedlać rzeczywistości. Może stanowić jedynie jej wiarygodne przybliżenie” (Dąbrowski, 2013, s.12).

4. Młodzież akademicka: cechy ogólne i szczegółowe

Młodzież akademicka jest to grupa społeczna, odtwarzająca określoną jedność, mająca swoje granice wiekowe (lecz one są ruchome), wysoką ruchliwość społeczną, specyficzny status społeczny, szczególnie «przedmiotowy i symboliczny świat codzienności», tryb życia i styl zachowania, tj. swój „życiowy świat”, charakteryzująca się całokształtem aksjono-normatywnych systemów i mająca wspólne ramy społecznego rozwoju, które są uwarunkowane konkretnym okresem historycznego rozwoju społeczeństwa.

Młodzież studencką będziemy definiować jako zbiorowość społeczną, obejmującą osoby: kształcące się na uczelni wyższej; mające wspólne cechy i oczekiwania, niezależnie od wieku studentów; przygotowujące się do odgrywania określonych ról zawodowych; mające cel, jakim jest zdobycie wyższego wykształcenia; pragnące poszerzać swą wiedzę, umiejętności, zdobywać kompetencje zawodowe, społeczne i kulturowe; kierujące się własnym systemem norm i wartości, zazwyczaj różniących się od tych, które reprezentowane są przez pokolenie starszych.

Należy zaznaczyć, że wyróżnienie kryteriów wieku, na podstawie których młodzież akademicka charakteryzuje się jako całość jest paradoksalne. Y. Vishnevskiy i V. Shapko piszą, że określenie granic wieku młodzieży studenckiej możliwe jest jako rozgraniczenie etapów cykli życia. Podkreślają, że dolna granica wieku młodzieży doświadcza działanie dwóch przeciwstawnych czynników: młodzież pod wpływem akceleracji wcześniej staje się dojrzałą (fizycznie, społecznie, intelektualnie), "dorosłą", ale jednocześnie dłuższe pozostaje "dziećmi" w sensie społecznym - "niedoskonała dorosła" (Вишневикий, Шапко, 2006).

Z związku z powyższym w badaniu wizerunku społecznego młodzieży akademickiej uzasadnionym jest wyodrębnienie grupy „starszej” i „młodszej” młodzieży studenckiej (na podstawie okresów rozwojowych). Warto podkreślić, że „starsza” i „młodsza” młodzież to są bliskie generacje. W ujęciu W. Września „bliskie generacje swoim zasięgiem obejmują

wszystkich przedstawicieli kilku roczników i są kolejnymi, następującymi po sobie ogniwami, odpowiedzialnymi za ciągłość procesu wymiany pokoleń. To zbiorowość o cechach grupy rówieśniczej o maksymalnym przedziale wieku zamykającym się w granicach 5-8 lat” (Wrzesień, 2015), a czasami różnica jest jeszcze większa.

Uwzględniając, że nasze rozważania dotyczą tzw. grupy „młodszej” młodzieży można stwierdzić, że młodość i czas studiów tych osób przypada na okres przejściowy z dorastania do dorosłości, a „wiek studiów” jest okresem wczesnej dorosłości lub dorosłości. Jak zauważa M. Zielińska, młodość postrzegana jest nie tylko jako faza „zorientowana na dorosłość”, ale jako samodzielna faza życia człowieka, w której młodzież realizuje specyficzne dla młodego wieku zadania rozwojowe zbliżające ją do podjęcia pracy (Zielińska, 2001), uczy się nowych ról społecznych.

Przyjmując, że młodzież studencka jest względnie trwałą grupą rówieśniczą, to w niej rozwijają się typowe zachowania, postawy i formy świadomości (Griese, 1996). Młodzież akademicka tworzy szereg charakterystycznych zjawisk kulturowych, takich jak: formy językowe, sposoby spędzania czasu wolnego, formy aktywności kulturalnej, a także odrębne w stosunku do innych grup społecznych, aspiracje życiowe, zawodowe, rodzinne itp., a więc jako osobna kategoria socjologiczna wnosi do życia społecznego szereg cechujących ją wartości, wzorów i norm zachowań (Pająk, 2007).

Rozwój młodzieży jako zbiorowości społecznej charakteryzuje się obecnie wieloma właściwościami, wśród których należy wyróżnić:

1. Niestabilność rozwoju młodzieży w warunkach nowej rzeczywistości społecznej uwarunkowanej kolizjami społeczeństwa kryzysowego. Przede wszystkim mamy na myśli trwałe wpływy zmian społecznych na równowagę zasadniczych cech jakościowych i ilościowych młodzieży, na przykład takich, jak: status społeczny, potencjał reprodukcyjny i innowacyjny, orientacje życiowe, formy i kanały socjalizacji, kierunkowość samo-identyfikacji; społeczno-demograficzne, etniczne, terytorialne (regionalne), zawodowe i inne ilościowe wskaźniki rozwoju młodzieży.

To okres niepewności i niestabilności rozwoju młodzieży w warunkach tak zwanej *płynnej nowoczesności* (Bauman, 2006). Ten okres powoduje, że część młodzieży studenckiej stanowi grupę społeczną, charakteryzującą się stanem braku pewności, stałości i stabilności, niemożliwością przewidzenia swojej przyszłości, określaną jako prekariat (Standing, 2014).

2. Wielokrotne zróżnicowanie młodzieży prowadzi do "rozproszenia" praktyk społecznych, a w konsekwencji, do chaotycznego rozwoju młodych ludzi w *hybrydowej* rzeczywistości. W tej sytuacji zdarzenia osobiste (biograficzne), subiektywność wyrażona w postrzeganiu rzeczywistości społecznej, doświadczenia zmiany społecznej – historyczne oraz społeczno-kulturowe, a także samoidentyfikacja i poczucie własnej wartości, z reguły, pełnią rolę parametrów zarządzających (Сурина, 1999).

3. Młodzież żyje w społeczeństwie charakteryzującym się nie tylko pluralizacją, ale także indywidualizacją. Procesowi transformacji społecznej towarzyszy pojawienie się struktur niestabilnych pod względem społecznych determinantów "sukcesu" młodzieży. Jak pisze A. Kampschulte, „dotychczasowe formy życia zostały zatarte, zanikają tradycje i obyczaje, a ich konsekwencje otwierają wiele możliwości dla dzieci i młodzieży. Pojawiają się nowe rodzinne i nieistotne sposoby na życie, a relacje między pokoleniami w rodzinie i społeczeństwie się zmieniają. [...] Tak więc, w życiu codziennym młodzi ludzie będą w trakcie poszukiwań, co wiąże się ze znalezieniem własnych dróg i rozwijanie własnego stylu bez spojrzenia na ścieżkę życiową swoich rodziców” (Kampschulte, 2005).
4. Rozmytość przestrzenna oraz wiekowa, a także zróżnicowanie wieloczynnikowe, tworzące jedność w zróżnicowaniu.

M. Sochocki pisze, że „[...] młodzież nie stanowi kulturowo jednolitej grupy społecznej. W jej obrębie funkcjonuje wiele, czasem bardzo różniących się podgrup. Jednym ze skutecznych sposobów pozwalających dorosłym przybliżyć się do zrozumienia świata nastolatków jest poznawanie różnych stylów ich życia, charakteryzujących poszczególne podgrupy. Do nich właśnie należą subkultury – współczesne galaktyki. Czasem są one bardziej lub mniej odległe zarówno od siebie, jak i od światów ludzi dorosłych. Nie jest tak, że style życia młodzieży muszą zasadniczo różnić się od uniwersów dorosłych. Zdarza się, że część nastolatków bardziej różni się od rówieśników z innych galaktyk, niż od swych rodziców” (Sochocki, 2004, s. 2-3).

5. Paradoksalność jako cecha szczegółowa wizerunku młodzieży akademickiej

Zmiany społeczne odgrywają znaczącą rolę zarówno dla rozwoju społeczeństwa jako całości, jak i dla poszczególnych grup i jednostek, co ma bezpośredni wpływ na kształtowanie wizerunku młodzieży, w tym młodzieży akademickiej.

Warto zauważyć, że współczesność jest bardzo paradoksalna. Na ten aspekt zwraca uwagę R. Gerlach, który pisze, że współczesność „z jednej strony daje ona poczucie większej wolności, możliwość różnorodnych przeżyć i doznań, z drugiej strony intensywność zmian utrudnia nie tylko orientację i wybór tego, co jest istotne, ale powodować może dezorientację w radykalnie poszerzonej przestrzeni życiowej, a w rezultacie poczucie osamotnienia czy zagrożenia. Sytuacja zmiany sprawia, że całkowitym przeobrażeniem ulega całość dotychczasowych doświadczeń człowieka we wszystkich sferach jego funkcjonowania. Dlatego problem zmiany winien być rozpatrywany w wielu perspektywach i wielu kontekstach” (Gerlach, 2014, s. 12).

Na kształt obecnego młodego pokolenia wpływa także paradoksalność rzeczywistości, w tym paradoksalność świadomości, która stanowi część życia współczesnego. Ostatnio w socjologii rosyjskiej bardzo aktywnie rozwija się teoria „człowieka paradoksalnego” Zh. Toshchenka (2001) w stosunku do pokolenia młodzieży.

Zgodnie z koncepcją człowieka paradoksalnego Zh. Toshchenka, społeczeństwo okresu przejściowego wytwarza tak wyjątkowe i zaskakujące zjawisko, jak człowiek paradoksalny (Тощенко, 2008). Przy tym paradoksy są narzędziem do analizy świadomości i zachowania jednostki: często jednostka szczerze, nie dostrzegając sprzeczności swojego zachowania, koncentruje się na wzajemnie wykluczających wartościach, dążąc do jednoczesnego osiągnięcia wzajemnie sprzecznych celów. W umysłach i zachowaniu tej samej jednostki współistnieją przeciwne, a czasem po prostu wzajemnie wykluczające się oceny, postawy, orientacje i intencje, co powoduje tworzeniu się niesamowitego obrazu zachowania paradoksalnego.

Paradoksalność jest odbiciem nie jakiegoś przypadkowego lub rzadko przejawiającego się łączenia mało wyjaśnionych sytuacji, ale raczej stałego trendu pojawiania się i istnienia szczególnego rodzaju sprzeczności, które zwiększają się w rezultacie zmian stosunków ekonomicznych i politycznych, załamania obrazu i stylu życia, naruszenia stereotypów i mentalności narodowej.

W świadomości społecznej pod wpływem czynników zewnętrznych i wewnętrznych, zachodzą kardynalne zmiany, których wytworem jest paradoksalność myślenia, poznania, oceny zjawisk i procesów otaczających człowieka (Тощенко, 2006).

M. Mnacakanyan uważa, że paradoksalny charakter świadomości i zachowań ludzi gwałtownie wzrasta w okresach kryzysów i deformacji więzi społecznych, „tj. w warunkach tworzenia i pogłębiania atomowego stanu społeczeństwa. Istnieje wewnętrzny związek pomiędzy paradoksalnością świadomości a zachowaniem ludzi o różnych formach dewiacji. Ale tylko związek, ponieważ w rzeczywistości spotykamy się ze specyficzną klasą zjawisk życia publicznego, które w najbardziej ogólnej formie można scharakteryzować jako „łączenie niepołączonego” (Мнацаканын, 2006, s. 14) lub można nazwać "kombinacją absurdu". Takie paradoksalne zjawisko można znaleźć w każdym społeczeństwie, w każdym z jego stanów.

Paradoksalność świadomości i zachowania najbardziej wyrażona jest wśród młodzieży. W środowisku młodzieży można wyodrębnić różne orientacyjno-wartościujące grupy, inaczej mówiąc, jednocześnie występują orientacje na różne systemy wartości, które czasami są sprzeczne. Orientacje wartościujące związane są z normami zachowania, pełnią funkcję regulującą, a więc sprzeczność systemów aksjonormatywnych, w rozumieniu Zh. Toszczenko, powodują paradoksalność świadomości i zachowania młodzieży studenckiej.

Należy podkreślić, że paradoksalność świadomości młodzieży nie jest czymś zupełnie nowym dla socjologii. Już na początku XX wieku amerykański psycholog Stanley Hall akcentował uwagę na sprzecznej naturze młodego człowieka (Hall, 1904). Według Zh. Toshchenko, specyfika socjologicznego podejścia do paradoksalności i paradoksów polega

na skupieniu „odkrycia ich przejawów w realnym życiu, w procesie realizacji różnych rodzajów działalności, bo paradoksalność charakterystyczna jest nie tylko procesowi poznania, ale także i samej rzeczywistości” (Тощенко, 2008, s. 53). W związku z tym o paradoksalności świadomości młodych ludzi (jako „dziwnego”, swoistego "zwichnięcia" różniącego się od ogólnie przyjętych norm i wartości) omawia się z perspektywy stosunków międzypokoleniowych i wewnątrzpokoleniowych. Podkreśla się, że często w stosunkach międzypokoleniowych manifestuje się "paradoks odwrotnie", gdy zamiast spodziewanej luki w orientacjach wartościujących pomiędzy "ojcami" a "dziećmi" według wielu parametrów różnice te nie są duże. Przynajmniej w grupie młodzieży różnice w niektórych z nich są bardziej znaczące niż między grupą młodzieżową a starszymi pokoleniami (Вишне夫斯基, Шапко 2006).

6. Podsumowanie

Istotny wpływ na rozwój młodzieży, w tym młodzieży studenckiej, wywiera niestabilna równowaga społeczeństwa. Ta ogólnosystemowa cecha generuje wiele społecznych sprzeczności i paradoksów. Dla młodych ludzi szczególne znaczenie ma rozpad tradycyjnych form socjalizacji i ciągłości międzypokoleniowej, mobilności społecznej, sposobów i środków zawodowego samostanowienia i rozwoju. „Rozłączenie” życia społecznego młodzieży ostatecznie generuje paradoksalność jej świadomości i zachowania. W związku z powyższym, jak zaznaczają Yu. Vishnevskiy i V. Shapko, szczególną ważną i istotną jest reorientacja badawcza z "jedności = jedności" do "jedności w różnorodności" (Вишне夫斯基, Шапко, 2006, c. 27).

Paradoksalność staje się w pewnym stopniu formą normy dzisiejszej rzeczywistości. Człowiek paradoksalny jest nieodłącznym elementem w każdym przejściowym, niestabilnym społeczeństwie. Współczesny świat XXI wieku jest bardzo dynamiczny, podlega ryzyku, a pragnienie nowych doświadczeń przez młodych ludzi, z reguły nie jest obciążone refleksją nad ryzykiem popełnienia błędów oraz dążeniem do osiągnięcia sprzecznych celów. Dlatego jest prawdopodobne, że paradoksalny młody człowiek jest dość powszechnym i typowym typem młodego człowieka z epoki społeczeństwa ponowoczesnego.

Bibliografia

1. Bauman, Z. (2006). *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
2. Britt, S.H. (1971). Psychological Principles of the Corporate Imagery-Mix. Some of the Guesswork Can be Overcome, *Business Horizons* No. 1, 14(3). DOI: 10.1016/0007-6813(71)90118-2.
3. Budzyński, W. (2003). *Wizerunek firmy: kreowanie, zarządzanie, efekty*. Warszawa.
4. Chałas, K. (red.), (2006). *Młodzież jakiej nie znacie. Seria A. Moją młodość buduję potęgą dobra*, Sandomierz.
5. Chałas, K. (red.), (2007). *Młodzież jakiej nie znacie. Seria B. W młodzięcym życiu mam swoje Westerplatte i bardzo go bronię*, Sandomierz.
6. Chałas, K. (red.), (2008). *Młodzież jakiej nie znacie. Seria C. Wymagam od siebie, mimo że inni ode mnie nie wymagają*, Sandomierz.
7. Chałas, K. (red.), (2009). *Młodzież jakiej nie znacie. Seria D. w mojej młodości wzrastam w latach, mądrości i łasce*, Sandomierz.
8. Chałas, K. (red.), (2010). *Młodzież jakiej nie znacie. Seria E. W młodzięcym życiu staram się być solą ziemi i światłością świata*, Sandomierz.
9. Chałas, K. (red.), (2017). *Młodzież jakiej nie znacie, seria B. Wzory osobowe godne do naśladowania*, Lublin: Polihymnia.
10. Cybal-Michalska, A. (2006). Rozwój autentycznego „Ja” – elastyczne i otwarte formy jednostkowej identyfikacji, [w:] A. Cybal-Michalska (red.), *Jednostka, społeczeństwo i edukacja w globalnym świecie*, Leszno-Poznań.
11. Czaplińska, P. (2015). Strategia budowania wizerunku osób znanych, [w:] A. Grzegorzcyk (red.), *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu.
12. Dąbrowski, T. J. (2013). Rola mediów w kształtowaniu wizerunku. *Marketing i Rynek* nr 9.
13. de Tchorzewski, A. M. (2006). Zagrożenia współczesnych rodzin polskich, [w:] E. Trafiałek (red.), *Nowe zadania polityki społecznej. Patologie i dysfunkcje wybranych obszarów życia społecznego*. Tarnobrzeg: PWSzZ.
14. Garbula, J., Kowalik-Olubińska, M. (2012) Konstruowanie obrazu dzieciństwa w perspektywie psychologicznej i socjokulturowej. *Przegląd Pedagogiczny* nr 1.
15. Gerlach, R. (2014). Edukacja w warunkach zmian cywilizacyjnych. *Przegląd Pedagogiczny*, nr 2.
16. Griese, H. M. (1996). *Socjologiczne teorie młodzieży*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
17. Griswold, W. (2013). *Socjologia kultury. Kultury i społeczeństwa w zmieniającym się świecie*, tłum. P.Tamanek. Warszawa: PWN.

18. Jenks, C. (2008). Socjologiczne konstrukty dzieciństwa, [w:] M.J. Kehily (red.), *Wprowadzenie do badań nad dzieciństwem*. Kraków: Wydawnictwo WAM.
19. Kampschulte, A. (2005). *Jugend und Musik. Eine Untersuchung zur musikalischen Geschmacksbildung Jugendlicher. Unter besonderer Berücksichtigung des Aspekts 'Musik und Gewalt'*, Examensarbeit. (2017.11.07). Available online <http://www.grin.com/de/e-book/40079/jugend-und-musik-eine-untersuchung-zur-musikalischen-geschmacksbildung>.
20. *Modernisation of Higher Education in Europe: Access, Retention and Employability 2014. Eurydice Report*. European Commission/EACEA/Eurydice. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014. (2017.12.22). Available online <http://eurydice.org.pl/wp-content/uploads/2015/01/165EN.pdf>,
21. Niezgoda, M. (2014). *Młodzież. Kłopotliwa kategoria socjologiczna*. „Jagiellońskie Studia Socjologiczne” nr 1.
22. Ociepa, B. (2002). *Public relations w teorii komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
23. Ociepa, B. (2003). *Public relations w teorii i praktyce*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego,
24. Ossowska, M. (1986). *Socjologia moralności. Zarys zagadnień*. Warszawa: PWN.
25. Pająk, J. (2007). Młodzież studencka jako kategoria socjologiczna. *Zeszyt Naukowy WSZ w Częstochowie*.
26. Sampson, E. (1996). *Jak tworzyć własny wizerunek*. Warszawa: Wyd. ABC.
27. Sochocki, M.J. (2004). Kosmologia subkultur i profilaktyki. *Remedium*, nr 2 (132).
28. Standing, G. (2014). *Prekariat. Nowa niebezpieczna klasa*, Warszawa: PWN.
29. *Structural Indicators for Monitoring Education and Training Systems in Europe – 2016. Eurydice Background Report to the Education and Training Monitor 2016. Eurydice Report*. European Commission/EACEA/Eurydice, 2016. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. (2017.12.11). Available online <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/77053757-aa43-11e6-aab7-01aa75ed71a1/language-en>
30. Szafraniec, K. *Portret młodzieży polskiej wsi*. (Dostęp: 2017.11.15). <http://slideplayer.pl/slide/831695/>.
31. Szczepański, M.S. (1992). *Pokusy nowoczesności. Polskie dylematy rozwojowe*, Katowice: AMP.
32. Wrzesień, W. (2015). Pokoleniowość współczesnej polskiej młodzieży. *Władza sądzona* nr 7. Współczesna młodzież. (dostęp: 15.04.2018). <http://wladzasadzenia.pl/nr/7-2015/>
33. Zielińska, M. (2001). Ochronna funkcja wspólnot. Przyczynek do badań nad jakością życia młodzieży, [w:] A. Wachowiak (red.), *Jak żyć?*, Poznań: Wyd. Fundacji Humaniora.
34. Вишневыский, Ю.П., Шапко, В.Т. (2006). Парадоксальный молодой человек. *СОЦИС* №6.

35. Горшков, М.К., Шереги, Ф.Э. (2010). *Молодежь России: социологический портрет*. Москва: ЦСПиМ.
36. Иконникова, С.Н. (1974). *Молодежь: социологический и социально-психологический анализ*. Ленинград: ЛГУ.
37. Кочанов, Ю., Шматко, Н. (1990). *Молодежь и лидер: социально-психологический портрет*. Москва.
38. Луков, В. А., Забара, А. Л., Волков Е. П. (1999). *Поведение военнослужащего: норма и отклонение*. Москва: Социум.
39. Мнацаканян, М.О. (2006). Парадоксальный человек в парадоксальном обществе. *СОЦИС*, № 6.
40. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. (1995). *Толковый словарь русского языка*. 3-е изд-е. Москва: АЗЪ.
41. Сурина, И. (1999). *Ценности. Ценностные ориентации. Ценностное пространство*. Москва: Социум.
42. Сурина, И., Гайсанов, К. (2012). Социальный облик современной молодежи: сущность и характеристики. *Социально-педагогические проблемы детей и молодежи*. Вып.8, ч.1. Ростов-на-Дону: ПИ ФГАОУ ВПО „Южный федеральный университет”.
43. Тощенко, Ж.Т. (2001). *Парадоксальный человек*. Москва: Гардарики.
44. Тощенко, Ж.Т. (2006). Парадоксальный человек: феномен общественного сознания и социальной практики. *Вестник Российской Академии Наук*, том 76, № 8.
45. Тощенко, Ж.Т. (2008). *Парадоксальный человек*, 2-е изд. Москва: ЮНИТИ-ДАНА.