

К ВОПРОСУ О ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЯХ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В данной статье дается трактовка понятия «ценность», «ценностные ориентации», раскрывается сущность данных терминов. Показаны основные критерии выбора ценностных ориентаций молодежи и дано несколько классификаций ценностей. Выделены типы ценностных ориентаций учащихся. Показано значение ценностных ориентаций в молодежной среде.

Ключевые слова: ценности, молодежь, классификация, ценностные ориентации.

E. A. Teterina, A. Yu. Piterova**VALUE ORIENTATIONS OF YOUNG PEOPLE**

Abstract. This article describes the concepts of «value», «value orientation», reveals the essence of these terms. The article analyses the main criteria for choosing a youth value orientations and classifications given a few values. The author also selects types of value orientations of students and analyses the importance of value orientations between the young people.

Key words: values, young people, classification, value orientations.

Понятие «ценность» достаточно часто используется в различной философской и другой литературе и понимается как некоторая значимость объекта для субъекта.

Все предметы человеческой деятельности могут рассматриваться как «предметные ценности», так как характеризуют свойство предмета или какого-либо явления, т.е. выступают как объекты ценностного отношения. Способы и критерии, на основании которых производятся процедуры оценивания соответствующих явлений, закрепляются в общественном сознании как субъективные ценности.

Таким образом, предметные и субъективные ценности – это два полюса ценностного отношения человека к окружающему его миру.

То, что для одного человека является ценностью, для другого может вовсе не считаться ценностью, т.е. ценность всегда субъективна.

Выделяют следующие виды ценностей: позитивные и негативные, абсолютные и относительные, субъективные и объективные ценности. По содержанию различают внешние, логические и эстетические ценности.

В каждом типе культуры возникает своя иерархия ценностей и ценностных измерений.

В культурологии ценности классифицируются на основании выделения тех сфер жизни, в которых они реализуются. Сюда относятся витальные, экономические, социальные, политические, моральные, религиозные и эстетические ценности.

Каждый общественный строй имеет свою систему социальных ценностей. В процессе социализации личности они остаются достаточно стабильными, претерпевая существенные изменения лишь в кризисные периоды жизни человека или общества в целом. Можно выделить индивидуальные и общественные ценности. Первые регулируют поведение индивида в повседневной жизни, вторые – его ценностные приоритеты относительно развития общества [1].

Классификаций ценностей много. Тем не менее основными ценностями можно считать общечеловеческие ценности, которые присущи максимальному количеству людей. Сюда можно отнести такие ценности, как мир, независимость, традиции, труд, гуманизм, свобода, солидарность, человеколюбие, семья, нация, народ, дети и др.

В развивающемся российском обществе, когда жизнь сложна и динамична, важно понять ценности молодежной культуры, которыми руководствуются молодые люди и которые во многом определяют быденное сознание и его повседневные представления о настоящем и будущем.

Сегодня мы можем наблюдать такой процесс, как борьба ценностей в массовом сознании и в жизни общества. Рушатся ценности, которые еще вчера казались стабильными, так как исчезают социальные гарантии, ухудшается социально-экономическое положение в стране [2].

Следует сказать, что ценностные ориентации молодого поколения обусловлены степенью адаптированности различных социальных групп молодежи к новым социально-экономическим условиям.

В последнее время большинство социологов отмечают повышение личностно-духовных ценностей молодежи. В качестве главных ценностей молодежь выделяет духовные ценности, ко-

которые включают в себя создание счастливой семьи, поиски настоящей любви, веру в дружбу и т.д. Однако большой процент молодых людей, в силу протекающих в стране социально-экономических процессов, в качестве важных жизненных ценностей выделяет материальные ценности и карьеру. Идеалом становится семья, построенная не только на любви, но и имеющая достаточно хорошее материальное положение и достаток.

В условиях всеобщего изменения жизни встает вопрос о ценности образования. Ведь, несмотря на конкуренцию на рынке образования и увеличение платной основы обучения, конкурс в вузы не только не сокращается, но и растет. Также меняются ценностные ориентации и смысл интереса к учебе как таковой.

Раньше, например, у учащихся он был обусловлен стремлением получить желаемую профессию, поэтому молодые люди делали упор на освоение того предмета, который был как-то связан с ней. Сейчас, когда гарантий работы по специальности никто не дает, возрастает ценность высшего образования как такового.

На сегодняшний день современное образование стало показателем социального неравенства. Дети богатых родителей имеют большую возможность устроиться в жизни и получить доступ к рычагам власти в экономике и политике [3].

В последние годы в нашей стране появились другие возможности финансового самоутверждения личности, где не требуется высокий уровень образования, но при этом платят большие деньги. Для определенной части молодых людей эти пути достаточно привлекательны. Так, В. П. Тугаринов писал: «Цель отличается от потребности и от интереса. Без потребностей и интересов не было бы ценностей, но потребности и интересы сами по себе ценностями не являются. Голод и жажда – вовсе не ценности, это – страдания. Ценностями оказываются хлеб и вода, т.е. вещества, которые удовлетворяют, погашают эти страдания» [4, с. 268].

По мнению В. А. Сибирева, каждое ценностное суждение фиксирует лишь конкретные аспекты соответствующих макроценностей, наблюдаемых в поведении людей.

Для молодых людей, как правило, ценностные ориентации имеют различное значение. Одни на первое место ставят карьеру и юмор, вторые – высокие амбиции, чистоплотность, третьи – счастье, целеустремленность, смысл жизни и т.д.

Важное значение, как мы уже говорили, имеет такая ценность, как материальное благополучие, но сама работа молодых людей практически не интересует. Для некоторых активная дея-

тельность стоит выше остальных ценностей, а для других, наоборот, ничего не значит.

Исследователь В. А. Сибирев выделяет четыре типа ценностных ориентаций, характеризующих различную направленность социальной активности учащихся. Из них два ориентированы на ценности самореализации в социальной сфере (социального взаимодействия и социальной успешности), и два – на ценности личностного индивидуального существования (ценности индивидуальной самореализации и ценности личного счастья) [5, с. 117].

Сегодня современная молодежь России развивается в сложных условиях ломки многих старых ценностей и формирования новых социальных отношений. Ухудшилось социально-экономическое положение молодежи, отсюда возникают чувства растерянности, пессимизма и агрессивности. Такие ценности молодого поколения, как семья и образование, также находятся в кризисном состоянии. Свидетельством тому являются достаточно большое количество разводов, брошенных детей, конфликтов с учителями, деградация педагогической профессии, низкий уровень подготовки специалистов в вузах и т.д. [6].

В связи с этим мы можем наблюдать смену ориентаций в той или иной области, а вместе с ней переосмысление и даже укрепление ценности данного явления.

Что касается культурных ценностей, то на их формирование большое влияние оказывают средства массовой информации. Именно они создают стиль, модель поведения, определенные мировоззренческие установки молодых людей, которые впоследствии выступают основанием какой-либо молодежной субкультуры. Молодежная субкультура обладает своим языком, особой модой, искусством и стилем поведения. Все больше она становится неформальной культурой, носителями которой выступают неформальные подростковые группы.

Таким образом, ценностные ориентации молодежи различны, однако наиболее важными являются семья, любовь, материальное положение и карьера. Более того, каждый молодой человек в этой жизни должен уметь выделить приоритеты и на их основе сформировать свою систему ценностей.

Библиографический список

1. Делова В. А. Динамика ценностных ориентаций молодежи в условиях укрепления рынка // Известия ЦСИ МГТИ. – 1999. – № 1.
2. Социология молодежи : учебник / под ред. В. Т. Лисовского. – СПб., 1996.

3. Социология в России / под ред. В. А. Ядова. – Изд. второе, перераб. и доп. – М., 1998.
4. Тугаринов В. П. Избранные философские труды. – Л., 1998.
5. Сибирев В. А. Штрихи к портрету поколений 90-х годов // Социологические исследования. – 1998. – № 3.
6. Человек и образование в современной России / под ред. Л. А. Вербицкой, В. Т. Лисовского, В. Т. Пуляева. – СПб, 1998.

References

1. Delova V.A. Dinamika cennostnyh orientacii molodezhi v usloviyah ukrepleniya rynka / V.A. Delova // Izvestiya CSI MGTI. – 1999. – №1.
2. Sociologiya molodezhi. Uchebnik / pod red. V.T. Lisovskogo. – SPb., 1996.
3. Sociologiya v Rossii / pod red. V.A. Yadova. Izdanie vtoroe, pererabotannoe i dopolnennoe. – M., 1998.
4. Tugarinov V.P. Izbrannye filosofskie trudy / V.P. Tugarinov. – L., 1998.
5. Sibirev V.A. Shtrihi k portretu pokolenii 90-h godov / V.A. Sibirev, N.A. Golovin // Sociologicheskie issledovaniya. – 1998. – №3.
6. Chelovek i obrazovanie v sovremennoi Rossii / pod red. L.A. Verbickoi, V.T. Lisovskogo, V.T. Pulyaeva. – SPb, 1998.

Информация об авторах

Тетерина Евгения Александровна – кандидат исторических наук, доцент, кафедра коммуникационный менеджмент, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Россия, e-mail: evgenia_t@bk.ru.

Питерова Анна Юрьевна – кандидат исторических наук, доцент, кафедра коммуникационный менеджмент, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Россия, e-mail: yuganovs@mail.ru

Authors

Teterina Evgeniya Alexandrovna – Candidate of historical sciences, associate professor, department of Communication Management, Penza State University, 440026, Penza, Krasnaya street 40, Russia, e-mail: evgenia_t@bk.ru

Piterova Anna Yuryevna – Candidate of historical sciences, associate professor, department of Communication Management, Penza State University, 440026, Penza, Krasnaya street 40, Russia, e-mail: yuganovs@mail.ru