

К вопросу о ценностных ориентациях современной молодежи

С.Б. Тимофеева

Т.А. Безгубенко, Г.Е. Королёва, студентки

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Любому обществу присущ сложный процесс формирования ценностей и отношения к ним, особенно молодежи. На переломном этапе развития общества важно зафиксировать и понять ценности молодых. Понять, какие ценности сегодня разрушаются, а какие остаются. Нельзя построить демократическое экономически эффективное общество, уважающее традиции народов, его составляющих, без заинтересованного отношения молодежи. Отмечается процесс изменения ценностей молодежи. Молодежная среда наиболее восприимчива и уязвима к любым социальным явлениям. Молодежь склонна отдавать предпочтение разным ценностям в разных жизненных обстоятельствах, дифференцировать объекты по уровню их значимости для себя. Социальная реклама как способ коммуникации, пропагандирует позитивное явление, ориентирует молодых людей на выбор ценностей, обеспечивающих стойкость и гармоничное развитие личности. Именно социальная реклама является инструментом регулирования последствий таких негативных явлений как алкоголизм, наркомания, проституция и других, имеющих свое влияние на молодежь.

Проблема ценностных ориентаций молодежи исследовали ученые: В.А.Луков, Г.М.Андреева, Л.В. Юркина, О.Е.Шотина, Г.Г. Руденко, А.Р. Савелов, Е.А.Есликова и другие. Социальную рекламу изучали Кортленд Л.Бове, Уильям Ф.Аренс, Г. Николайшвили, Р.Хахалин, В.И. Михайлов и другие. Проанализировав основные положения работ этих авторов, можно согласиться с положениями, которые рассматривают социальную рекламу как фактор формирования ценностных ориентаций молодежи. Безусловно социальная реклама является важным инструментом в формировании ценностных ориентаций молодежи и в Украины, именно через социальную рекламу необходимо формировать ценностные ориентации как смыслообразующую систему личности.

Ценностные ориентации – это, прежде всего, предпочтения или отвержения определенных смыслов как жизнеорганизующих начал и (не) готовность вести себя в соответствии с ними. Ценностные ориентации задают общую направленность интересам и устремлениям личности; иерархию индивидуальных предпочтений и образцов;

целевую и мотивационную программы; уровень притязаний и престижных предпочтений. Наблюдаются глубокие изменения в системе ценностных диспозиций молодежи, произошедшие за последние 10–15 лет. Процесс «отказа от старого» идет быстро, решительно, зримо – это касается и «локальных» ценностей (традиции, обычаи, привычки) и наиболее консервативных и устойчивых структур социального сознания и поведения. Можно выделить основные тенденции в динамике базовых ценностей: 90-95 гг. XX ст. – устойчивый характер ценностей, связанных с душевной гармонией, свободой, интересной работой и правом жить в любой стране; 96-97 гг. XX ст. – процесс вытеснения духовно-нравственных ценностных ориентаций материальными, прагматическими. В последующие годы наблюдается потребность в восстановлении таких ценностей, как спокойная жизнь, душевная гармония, равенство возможностей. Для современной молодежи (молодежи XXI ст.) сегодня важны: деньги, образование и профессия, деловая карьера и удовольствия; она больше ориентирована на индивидуальные ценности.

Таким образом, можно говорить о том, что система ценностных ориентаций современной молодежи находится в процессе преобразования, которое происходит под влиянием ценностных ориентиров западного общества, пропагандируемых средствами массовой информации. Однако большая часть молодежи все еще сохраняет ценностные ориентиры, присущие социокультурной традиции. Можно утверждать, что социальная реклама – это сильный инструмент формирования общественного мнения и ценностных ориентаций, который в Украине постепенно стали применять государственные структуры.