УДК 316.752-053.6

ИСАЕВА Е.Ю.,
ИСАЕВА Ю.В.

Ценностно-смысловые ориентации современной молодежи

В статье рассматриваются ценностные ориентации молодежи, являющиеся одной из важнейших характеристик личности, центральным и доминирующим ее компонентом, определяющим относительно устойчивое избирательное отношение субъекта к окружающей действительности, и оказывающие значительное влияние на выбор формы поведения. Усиление динамики социальных противоречий обостряет вопросы ценностно-смыслового самоопределения современной молодежи.

Ключевые слова: ценности, смысл, ценностно-смысловая сфера, ценностные ориентации, молодое поколение.

В современной науке всё большее внимание уделяется рассмотрению человека как субъекта жизненных изменений, признается важность субъективного понимания мира, возрастает значимость ценностных и смысловых аспектов человеческого бытия. При этом ценностно-смысловая сфера, по мнению ряда авторов (М.С. Яницкий, А.В. Серый), представляет собой базовое ядро личности и включает в себя два компонента – личностные ценности и систему личностных смыслов[1].

Вместе с тем следует отметить, что в научном дискурсе до сих пор существует терминологическая неопределенность соответствующего понятийного аппарата; не выработана единая точка зрения на содержание и структуру личностных ценностей и особенностей смыслового понимания; недостаточно изучены механизмы и факторы формирования, развития и функционирования ценностно-смысловой сферы[2]. С нашей точки зрения, это объясняется тем, что проблема ценностных ориентаций носит междисциплинарный характер и является предметом исследования целого ряда наук, занимающихся человеком и обществом (философии, социологии, психологии, педагогики).

Так, например, одним из основоположников философской концепции стал И. Кант, который в числе первых ввел в научный оборот термин «ценность» и исходил из того, что в отличие от всего, имеющего цену, ценности не допускают никакого эквивалента, не принадлежат к миру вещей[3].

В социальной психологии к сущности данной дефиниции обращались Д.А. Леонтьев, А. Маслоу, Г. Оллпорт, К. Роджерс, М. Рокич, Э. Фромм В.А. Ядов и другие[4].

Исследовательский интерес направлен на понимание ценностей с точки зрения социологии, основан на социологических представлениях о ценностях, закладывающихся в работах неокантианцев Баденской школы (В. Виндельбанда и Г. Риккерта). В их понимании ценность является не объективной реальностью, а выражением идеального бытия[5].

Категорию социальной ценности (как выражения идеи ценностного) ввел в социологию М. Вебер, который в рамках типологии социального действия выделил его ценностно-рациональный тип, «основанный на вере в безусловную – эстетическую, религиозную или любую другую – самодовлеющую ценность определенного поведения как такового»[6].

Э. Дюркгейм разработал понятие «коллективных представлений», близкое к понятию ценностей. Так, по Дюркгейму, социологический подход к ценностям состоит в том, что «ценность создается тем, как вещь влияет на коллективного, а не на индивидуального субъекта, что исключает из этого понятия субъективный момент, так как оценка объективна уже благодаря тому, что она коллективна»[7].

П.А. Сорокин вводит ценность в качестве одного из основных компонентов социального действия. По его мнению, «каждый процесс значимого человеческого взаимодействия состоит из трех компонентов... Эти компоненты включают в себя: 1) мыслящих, действующих и реагирующих людей, являющихся субъектами взаимодействия; 2) значения, ценности и нормы, благодаря которым индивиды взаимодействуют, осознавая их и обмениваясь ими; 3) открытые действия и материальные артефакты как двигатели или проводники, с помощью которых объективируются и социализируются нематериальные значения, ценности и нормы»[8].

Для изучения социальных систем Т. Парсонс предлагает использовать четыре типа независимых переменных: ценности, нормы, коллективы и роли. «Ценности занимают ведущее место в том, что касается исполнения социальными системами функции по сохранению и воспроизводству образца, так как они суть не что иное, как представления о желаемом типе социальной системы, которые регулируют процессы принятия субъектами действия определенных обязательств»[9]. Парсонс указывает на важную роль ценностей в воспроизводстве социокультурных образцов, рассматривая их в контексте не духовного, а социального бытия[10].

Российские исследователи считают основной принципиальной чертой социальных ценностей их особую связанность с существующей системой культуры и социальной структурой общества[11].

Итак, разнообразие трактовок дефиниции «ценности» обусловлено прежде всего различиями в решении проблемы соотношения субъективно-объективного, индивидуально-общественного применительно к целостной структуре личности.

С нашей точки зрения, ценность – это материальный или идеальный предмет, обладающий значимостью для социального самоутверждения субъекта, способный удовлетворить его потребности и реализовать его интересы. То есть в качестве ценности могут выступать как идеи, выраженные в понятиях, имеющих высокую степень обобщения, «убеждения человека в том, что поистине важно в жизни, а что нет» (М. Рокич), так и стабильно значимые конкретные материальные блага и состояния.

Социологический подход к понятию ценностей также связан с исследованием ценностных ориентаций, которые представляют собой основные формы функционирования ценностей, ступени их перехода в деятельность, являются основой для конструирования нравственных идеалов, становления действенной самооценки личности, постановки жизненных целей[12].

Разработка понятия смысла в зарубежных исследованиях связана прежде всего с работами В. Дильтея, Э. Шпрангера, А. Адлера, К. Левина, В. Франкла. В этих представлениях важно выделить две основные характеристики смысла: 1) смысл понимается как взаимодействие индивидуального и социального, общественного в человеке, 2) смысл является некоторой вершиной личности, ее интеграцией.

В отечественной науке личностный смысл принято определять как «индивидуализированное отражение действительного отношения личности к тем объектам, ради которой развёртывается её деятельность, осознаваемое как «значение-для-меня» усваиваемых субъектом безличных знаний о мире, включающих понятия, умения, действия и поступки, совершаемые людьми, социальные роли, ценности и идеалы»[13].

Таким образом, смысл – это выражение отношения субъекта к явлениям объективной действительности, изменениям окружающего мира, собственной деятельности и поступкам других, к результатам творчества, к красоте окружающего мира.

Разрыв межпоколенческих связей, утверждение потребительства над духовно-

стью, падение престижа труда, насаждение массовой культуры в начале 90-х годов XX века актуализировали анализ ценностно-смысловых ориентаций молодого поколения.

Так, по мнению современных исследователей (А.Н. Ковалев, В.Е. Семенов), «...ведущие позиции как раньше, так и теперь занимают чувства, которые возникают у молодых людей в отношениях со сверстниками, – любовь, дружба, верность, долг. Обращает на себя внимание тот факт, что религия, устойчиво занимающая последнее место в ряду духовных ценностей жизни большинства молодежи, поднялась на одну единицу вверх. Стремление многих молодых людей отмечать знаменательные события в своей жизни в соответствии с церковными обрядами – свидетельство признания ими религии преимущественно как социокультурного феномена, а не как формы духовной жизни. Вместе с тем в структуре духовных ценностей молодежи отмечаются заметные тенденции, отражающие процесс рационализации ее сознания. Так, большинство молодых людей связывают свои представления о личностных качествах с профессионализмом, высоким уровнем образования, с материальным достатком и с трудолюбием, то есть с современными ценностями. Возросло значение полезных связей, которые молодые люди оценивают выше предприимчивости»[14].

Наиболее приемлемыми и предпочтительными для молодого поколения стали ценности порядка (75% опрошенных), ценности свободы (73%), равенство граждан перед законом (43%). Вместе с тем многие отмечают, что для современной молодежи характерен «моральный релятивизм» и даже цинизм, равнодушие к каким бы то ни было идеалам. В подтверждение приводятся следующие данные: алкогольные напитки потребляют 81% подростков, уровень наркомании среди молодого поколения с 80-х годов прошлого века вырос в 20 раз, средний возраст смерти российского наркомана – 27 лет. Курение в подростковой среде выросло с советских времен в 3 раза (с 20% до 60%), средний возраст российских осужденных – 24 года[15]. И только треть россиян придерживаются оптимистичного взгляда на ситуацию, полагая, что молодежь тянется к высоким идеалам (36% и 28% соответственно)[16].

Таким образом, ценностные ориентации являются одной из важнейших характеристик личности, центральным и доминирующим ее компонентом, определяющим относительно устойчивое избирательное отношение субъекта к окружающей действительности и оказывающим значительное влияние на выбор формы поведения. Усиление динамики социальных противоречий обостряет вопросы ценностно-смыслового самоопределения современной молодежи. Исходя из этого, мы полагаем, что развитие и функционирование систем личностных смыслов и ценностных ориентаций носит взаимосвязанный и взаимодетерминирующий характер. Ценностно-смысловые ориентации заключаются в убеждениях человека, в желании достигать тех или иных целей и разнообразных способах поведения. Принятие ценностей общества в качестве своих собственных предполагает включение их в личностный смысловой контекст.

---

[1] Яницкий М.С., Серый А.В. Ценностно-смысловая сфера личности. Белово, 2006. 92 с.

[2] Самыкина Н.Ю., Серебрякова М.Е. Динамика ценностно-смысловой сферы личности в процессе наркотизации. Самара: Изд-во «Универс групп», 2007. С. 8.

[3] См.: Матвеева В.М., Ж.Б. Онзимба Ленюнго. Роль ценностей в социально-экономическом развитии // Вестник РУДН. Серия «Социология». 2007. № 4. С. 62–67.

[4] См.: Шпунтова В.В. К проблеме ценностей: местоположение смысловых универсалий в структуре личности / Психологические исследования: сб. науч. тр. Выпуск 3. Самара: «Универс-Групп», 2006. С. 207–223.

[5] Так, например, Г. Риккерт проводит четкую дифференциацию понятий «ценность» и «оценка», акцентируя внимание на том факте, что их смешение является одной из самых распространенных «болезней» научного знания. Он призывает видеть различие между понятием «ценности» и понятием «психический акт оценивающего субъекта», точно так же как между понятием «ценности» и понятием объектов (благ), в которых ценности обнаруживаются.

Он также первым предложил выделять следующие типы ценностей: логические (ценности науки), эстетические (ценности искусства), нравственные (ценности морали), социально-этические (ценности общественного бытия), теологические (ценности религии), мистические (ценности языческой культуры), личные (ценности индивида).

[6] Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения: Пер с нем. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

[7] Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М., 1995. С. 335.

[8] Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. 341 с.

[9] Парсонс Т. О социальных системах. М.: Академический проект, 2002. С. 545–687.

[10] Павенков О.В. Нормативистские концепции ценностей и ценностных ориентаций в социологической науке (Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс) // Известия Уральского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. 2011. Т. 91. № 2. С. 164–171.

[11] Российская социологическая энциклопедия. М.: Норма-Инфра, 1999. С. 610.

[12] Зауторова Э.В. Ценностные ориентации личности как междисциплинарная категория // Современные исследования социальных проблем. 2010. № 4 (04). С. 62–70.

[13] См.: Самыкина Н.Ю., Серебрякова М.Е. Динамика ценностно-смысловой сферы личности в процессе наркотизации. Самара : Изд-во «Универс групп», 2007. С. 26.

[14] Ковалев А.Н. Ценностное развитие молодежи // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2010. Т. 6. № 11. С. 112–114; Семенов В.Е. Ценностные ориентации современной молодежи // Социс. 2007. № 4. С. 37–43.

[15] Юрьев Е. Приступить к решительным действиям // Общественный совет. 2009. №5.

[16] Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты. Аналитический доклад. Москва. 2007. 95 с.