

УДК 659

РАНЖИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

© **Любовь Александровна АНДРОСОВА**

Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация,
кандидат социологических наук, доцент кафедры
коммуникационного менеджмента, e-mail: Elya@sura.ru

© **Ирина Геннадьевна КОНДРАТЬЕВА**

Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация,
аспирант, кафедра коммуникационного менеджмента, e-mail: Elya@sura.ru

Даются теоретические и практические данные в области социологии. Рассматривается важная проблема современного общества – ценностные ориентации молодежи. Подробно изучены аспекты этой проблемы, используя метод контент-анализа. Следует подчеркнуть, что результаты исследования могут быть использованы при дальнейшем изучении вышеизложенной проблемы.

Ключевые слова: ценностные ориентации молодежи; контент-анализ; социологическое исследование.

Актуальность проблемы ценностных ориентаций современной молодежи, теоретическая и практическая значимость рассматриваемого вопроса, необходимость исследований и дальнейшего анализа полученных результатов в данной области определили выбор темы статьи.

Являясь предметом изучения различных социальных дисциплин, проблема «ценностных ориентаций» привлекает внимание многих наук о человеке: философии, педагогики, психологии и социологии. Научная разработанность проблемы ценностей, ценностных ориентаций личности и социальных групп общества имеет глубокие корни в социологии и других областях гуманитарного знания. Проблеме формирования ценностных ориентации личности посвящены работы классиков зарубежной и отечественной науки [1–7].

В словаре Т. Лоусона и Дж. Гэррода ценностям дается следующее определение. Ценности (*values*) – идеи или верования, воспринимаемые как ценные теми, кто их проповедует. Концепция ценностей несет определенную этическую нагрузку, поскольку переплетается с религиозными представлениями. В социологической теории функционализма ценности занимают центральное положение, поскольку рассматриваются как действенный инструмент социального сплочения разрозненных индивидов [8].

В зарубежной науке термин «ценности» был применен в исследованиях социальных

систем Э. Дюркгеймом и М. Вебером. К примеру, ценностно-рациональное действие (действие, обусловленное логикой и направленное на достижение или развитие определенных ценностей) является одним из двух типов действия, воспринимаемых М. Вебером как отличительная особенность современных обществ. Исследование ценностей продолжено У. Томасом, Ф. Знанецким и др. В разное время тему ценностей затрагивали в своих трудах отечественные философы В.П. Тугаринов, О.Г. Дробницкий. Изучение сущности ценностных ориентаций личности и их места в общей структуре мотивации поведения является одним из важнейших направлений исследований в современной социологии. Этой проблематике уделено внимание в работах А.Г. Асмолова, М.И. Бобневой, В.В. Водзинской, О.И. Зотовой, В.В. Олшанского, В.Л. Оссовского, И.М. Поповой, Л.Я. Рубиной, П.Н. Шихирева, В.А. Ядова и др.

В отечественной литературе много места уделяется и проблемам молодежи. Вопросы места молодежи в социальной структуре общества, становления ее социальной зрелости и развития в качестве самостоятельного субъекта общественной жизни рассмотрены в работах И.В. Бестужева-Лады, Н.М. Блинова, В.Н. Боряза, С.Н. Иконниковой, А.Г. Здравомыслова.

Проблемы ценностных ориентаций также рассматриваются в психологии. В психологии советского периода систему ценностных ориентаций определяют через понятие

направленности личности, понимая под этим некое генерализующее начало, охватывающее все сферы человеческой психики от потребностей до идеалов как ведущую подструктуру личности. Ценность представляет собой объективную значимость явлений в качестве ориентиров человеческой деятельности. Направленность личности есть совокупность устойчивых мотивов, ориентирующих деятельность личности.

В.Б. Ольшанский сравнивает ценности со своеобразными маяками, помогающими «заметить в потоке информации то, что наиболее важно (в позитивном или негативном смысле) для жизнедеятельности человека, это такие ориентиры, придерживаясь которых человек сохраняет свою определенность, внутреннюю последовательность своего поведения» [9].

Отметим, что в работах, посвященных учащейся молодежи, особое внимание уделяется профессиональным ориентациям. Проблемы воздействия на общую стратегию жизненной самоидентификации изучены недостаточно, поэтому исследователи, занимающиеся данной проблемой, поднимают вопрос о необходимости усиления и расширения социологических исследований ценностных ориентаций молодежи.

Рассмотрев основные теоретические аспекты, перейдем к практической части изучения ценностных ориентаций личности, в частности ориентаций современной молодежи. Для изучения данной проблемы был использован формализованный метод сбора данных из вторичных источников, качественно-количественный анализ их содержания, т. е. контент-анализ.

Термин *content-analysis* впервые начал применяться в конце XIX – начале XX в. в американской журналистике (Б. Мэттью, А. Тенни, Д. Спид, Д. Уипкинс). У истоков контент-анализа находились американский социолог Г. Лассуэл и французский журналист Ж. Кайзер. Его методолого-методические основы разработаны американскими социологами Х. Лассуэллом и Б. Берельсоном. Важный вклад в разработку процедур контент-анализа внесли российские и эстонские социологи, в частности В.А. Кузмичев, Н.А. Рыбников и И.Н. Шпильрейн, они нача-

ли применять количественные способы анализа текстов еще в 1920–1930-е гг. [4].

По результатам теоретического и практического анализа нами была разработана программа контент-анализа. Источником контент-анализа выступило социологическое исследование, проведенное специалистами МКУ «ЦСП «Семь-Я» (г. Заречный Пензенской области), а также представленные в нем данные исследований за 2005 и 2007 гг.

Тип контент-анализа – анализ по элементам содержания, т. е. классификация отдельных частей вторичного источника по заданным критериям. В качестве объекта исследования были выбраны молодые люди и девушки г. Заречного в возрасте от 16 до 30 лет. Предметом исследования стали основные жизненные ценности молодежи.

После обозначения объекта и предмета исследования, нами была выдвинута его цель: рассмотрение аспектов объекта и предмета исследования. Основными задачами стали: анализ вторичных источников информации (социологического опроса на тему ценностных ориентаций молодежи); выявление ведущих жизненных ценностей современной молодежи; обобщение полученных данных, подведение итогов исследования.

В соответствии с поставленными задачами проводился предварительный анализ причин ранжирования тех или иных ценностей. С этой целью была выдвинута гипотеза, что выбранные молодым поколением социальные ориентиры будут ранжированы следующим образом: семья, здоровье, любовь, образование. Мы думаем, что современной молодежи не чужды традиционные ценности, составляющие основу общества. В то же время, мы полагаем, что в иерархии своих ценностей молодые люди и девушки значительную роль отведут свободе и развлечениям. Мы также предполагаем (сравнивая данные за 2005, 2007 и 2012 гг.), что с каждым годом последние упомянутые ценности завоевывают более весомые позиции.

В качестве категории контент-анализа было выбрано рассмотрение основных ценностей молодежи. Единицей контент-анализа стали жизненные ценности молодежи. В табл. 1 представлено ранжирование жизненных ценностей молодежи.

Таблица 1

Ранжирование жизненных ценностей молодежи г. Заречный Пензенской области по годам

Единица анализа: жизненные ценности молодежи	Ранжирование ценностей по годам, %		
	2012	2007	2005
Семья	60,23	56,3	50
Здоровье	50,54	46	44
Любовь	29,85	32,1	37,8
Самосовершенствование	25,77	17,3	20,8
Профессиональная деятельность	24,26	19	16
Образование	22,96	29	28,2
Свобода и самостоятельность	22,45	24	24
Развлечения, отдых	21,2	23,6	26
Общение с людьми	10,97	18,1	16,4
Красота	7,14	7,1	5
Мир и благополучие других людей	5,36	3,8	4,6
Служение Родине	2,55	2,7	3,7
Приобщение к культуре	2,3	0,8	1,5

Примечание. Социологическое исследование центра «Семь-Я», апрель 2012 г.

Проанализировав полученные данные о единице нашего анализа – жизненных ценностях молодежи, мы пришли к выводу, что главными социальными ориентирами для молодежи по-прежнему остаются традиционные ценности: семья, здоровье, любовь, образование. Но если с годами ценности семьи и здоровья для молодежи становятся все более важными, то, к сожалению, любовь и образование несколько сдают свои позиции. Стоит отметить, что образование уступает место схожим ценностям – самосовершенствование и профессиональная деятельность. К примеру, процент молодежи, выбравшей в качестве жизненной ценности профессиональную деятельность в 2012 г. увеличился на 8,5 % по сравнению с 2007 г.

Возможно, сложившаяся ситуация связана с тем, что у опрошенных молодых людей, имеющих высшее образование, возникали трудности при устройстве на работу. Напомним, что в социологическом исследовании принимали участие девушки и молодые люди в возрасте до 30-ти лет. Соответственно, многие либо имеют высшее образование, либо обучаются на последних курсах вузов, а значит, вопрос трудоустройства уже возникал в их жизни. Сегодня большой процент специалистов с дипломами меняет род занятий. Они переквалифицируются в другие профессии, для расширения сферы своей деятельности оканчивают дополнительные курсы, т. е. постоянно совершенствуются. На наш взгляд, вышеперечисленное могло стать

причиной тому, что молодые люди выделяют самосовершенствование отдельным пунктом и все чаще отмечают его как одну из наиболее важных жизненных ценностей.

Рассмотрим еще одно предположение – гипотезу о возрастающей роли в жизни молодых людей и девушек таких ценностей, как свобода и развлечения. Здесь мнение о стремительном завоевании вышеперечисленными ценностями высоких позиций подверглось сомнению. Рейтинг данных ценностей в 2012 г. оказался на несколько процентов ниже рейтингов предыдущих лет. Вопреки распространенному мнению молодое поколение все сильнее осознает важность самореализации, самосовершенствования, немного отодвигая на второй план развлечения. Таким образом, предложенная в начале исследования гипотеза подтвердилась частично.

В то же время после проведенного нами вторичного анализа источников, мы не можем буквально интерпретировать его результат. То есть выбор молодыми людьми такой ценности, как самореализация не означает, что молодежь не находит время на развлечения. Напротив, современные молодые люди стремятся успеть все. Но вместе с тем они хотят реализовать себя: занять определенное место в обществе, иметь определенный социальный статус, т. е. найти свое место в жизни.

Стоит сказать и о том, что одна из лидирующих жизненных ценностей опрошенной молодежи – общение с людьми, в сравнении с 2005 и 2007 гг., также как образование и

любовь, сдала свои позиции. На наш взгляд, это связано с тем, что за последние 5 лет общение виртуальное, в частности коммуникации в социальных сетях, стало для современной молодежи не только проще и доступнее, чем реальное, но и является наиболее привлекательным. Молодым людям нравится создавать тот или иной образ на страничках в социальных сетях, слушать музыку, общаться, делиться впечатлениями, фотографиями с друзьями не только из соседнего двора или другого города, но даже из другой страны, не входя из дома.

В ранжировании ценностей молодого поколения присутствует и такая вечная ценность, как красота. В отличие от любви, в течение рассматриваемого нами периода, она неизменно сохраняет свои позиции. Приятно удивляет и то, что молодежь г. Заречного включает в рейтинг своих жизненных ценностей мир и благополучие других людей, а также приобщение к культуре, причем процент выбора молодым поколением этих категорий за последние годы только возрос. Служение Родине также входит в список основных ценностей молодежи, стабильно сохраняя свои позиции.

В заключение отметим, что выявленные нами основные ценностные ориентации представителей молодого поколения, и изученные (на примере одного города) тенденции их изменения являются составной частью российской действительности в целом, отражают ее специфику.

Молодость – это время принятия ответственных решений, определяющих дальнейшую жизнь человека: выбор профессии и своего места в жизни, выработка мировоззрения, создание семьи и рождение детей. В молодости происходит важнейший психологический процесс – становление самосознания и устойчивого образа своей личности,

своего «Я». В связи с этим чрезвычайно актуально и важно знать жизненные ориентиры, основные ценности современной молодежи, ведь согласно им они будут строить будущее.

В настоящее время особенно актуальны исследования, связанные с изучением ценностных ориентаций личности, в особенности ориентаций молодых людей и девушек. Данная область социологии предоставляет молодым ученым массу возможностей для развития. Результаты настоящего исследования позволяют не только увидеть собирательный образ молодого человека, проживающего в небольшом городе (узнать о его основных ценностях), они будут полезны для дальнейшей работы над проблемами самоидентификации современной молодежи.

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2009.
2. Беляевский И. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. М., 2009.
3. Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинговые исследования. СПб., 2003.
4. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. М., 2004.
5. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М., 1986.
6. Общая социология. Хрестоматия / сост. А.Г. Здравомыслов, Н.И. Лапин; пер. В.Г. Кузьминов; под общ. ред. Н.И. Лапина. М., 2006.
7. Социология. Основы общей теории / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2003.
8. Социология. А–Я: словарь-справочник / пер. с англ. К.С. Ткаченко. М., 2000.
9. Ольшанский В.Б. Личность и социальные ценности // Социология в СССР. М., 1965. Т. 2. С. 471-511.

Поступила в редакцию 17.10.2012 г.

UDC 659

RANGING OF VALUE ORIENTATIONS OF MODERN YOUTH

Lyubov Aleksandrovna ANDROSOVA, Penza State University, Penza, Russian Federation, Candidate of Sociology, Associate Professor of Communication Management Department, e-mail: Elya@sura.ru

Irina Gennadyevna KONDRATYEVA, Penza State University, Penza, Russian Federation, Post-graduate Student, Communication Management Department, e-mail: Elya@sura.ru

The theoretical and practical material in area of sociology is given. The important problem of modern society, as the value orientations of the young people, is considered. The detailed study of aspects it problem using the method of content analysis is made. It should be emphasized that the results of research can be used in future studying of this problem.

Key words: value orientations of youth; content analysis; sociology research.