

Система ценностей российской молодежи в зеркале современных СМИ

Белините Алина Викторовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: abelina@list.ru

Природа и характер современной молодежи (поколение Y - люди, родившиеся во временном промежутке 1981-2000 гг.) опосредованы новым информационным пространством, о чем свидетельствуют главенствующая у них эстетика видеоклипа, предпочтение интерактивного общения реальному. Спонтанность, легкое отношение к окружающему миру, отрицание стереотипов, минимизация ценностей и норм, утверждение универсальной толерантности также сложились в постмодернистской парадигме (информационном пространстве, населенном российской молодежью). При том, что категория молодежи выделяется на основе социально-демографических признаков, каждое поколение отличается от следующих как явление конкретно историческое: то есть молодежь, будучи объективным общественным явлением, зависит и от истории, и от геополитики, и от культуры.

Современная российская молодежь - это более 33 млн. граждан государства в возрасте от 14 до 29 лет. Это составляет 23,3% от общей численности населения РФ. Российская молодежь, как и все россияне, переживает период затянувшегося общественного перехода, часто определяемого как трансформация. Одна из важнейших характеристик поколения Y в России это то, что люди данного возраста принадлежат к категории первых россиян - тех, кто родился и формировался как личность после распада СССР. «Нынешние двадцатилетние - это люди нового мира. Они — несоветские люди. Мир для них открыт, и в этом смысле они — жители планеты. Россия для них дом, в котором они родились, но в то же время дом среди других домов. Один из», - такова емкая характеристика отношения молодежи к родине, даваемая современными печатными СМИ.

В молодежной подгруппе существуют три возрастных среза, наиболее значимых для анализа личностных и общественных интересов, важных для выявления типичных стандартов оценки и стереотипов восприятия действительности. Эти возрасты воплощают: время надежд - до 17 лет, этап формирования собственного пути - до 24 - 25 лет, пору получения первых устойчивых результатов - 31-35 лет. Каждому из возрастов характерны свои ценностно-смысловые ориентиры, однако портрет идеального человека глазами самой молодежи (по данным социологических исследований, проведенных в 2008 году сотрудниками НИИ комплексных социальных исследований и кафедрой социологии молодежи и молодежной политики факультета социологии СПбГУ) одинаков для всех возрастных категорий. Респонденты отмечали качества, которые бы они хотели видеть в себе и своих сверстниках. Самостоятельность лидирует среди этих характеристик - 73%. Это говорит о том, что самой молодежи порой как раз и не хватает этого качества, чтобы стать взрослыми и состоявшимися. Далее идут широкий кругозор - 68,5%, целеустремленность - 68,3%, ответственность - 68,2%, уверенность в себе - 68%, воспитанность - 64,3%, профессионализм - 63,5%, честность - 59,4%, законопослушность - 58%, спортивность - 55,4%.

Такой хочет видеть себя современная молодежь. Теперь посмотрим, как выглядит она сама в зеркале масс-медиа. Молодежь, о которой пишут на страницах выбранных нами периодических изданий, в основной массе является мейнстримом - нормальными, типичными представителями своего поколения, у которого все в меру, а потребности уравновешены с возможностями.

Для понимания молодежных потребностей и нахождения путей эффективного решения их проблем стоит обратиться к рассмотрению основ человеческих потребностей, классификацию которых вывел американский ученый А.Г. Маслоу. Иерархия человеческих нужд представляет собой своеобразную пирамиду, в основе которой лежат физиологические потребности (они принадлежат к самому низшему уровню и без них невозможно удовлетворение дальнейших), далее следует потребность в безопасности потребности в принадлежности и любви следующей становится потребность в призвании и самой высшей ценностью считается потребность в самоактуализации.

Приводя результаты контент-анализа печатных СМИ, пишущих о молодежи, стоит отметить, что процент таких публикаций вообще составляет не более 5-7% от общего объема контента прессы. Если по прочитанным публикациям в федеральных изданиях (журналы «Русский Репортер», «Огонек», «Афиша») составлять систему ценностей героев публикаций - современной молодежи - то получается следующее. С большим отрывом от остальных ценностей идет «семья» (21%), что лишний раз подтверждает тезисы современных отечественных социологов о переориентации молодежи после 90-х годов, где главной целью считалось материальное благополучие. На втором - любовь (16%)/На третьем месте после семьи и любви идет потребность молодежи в самореализации. Это свидетельствует о том, что молодежи (по крайней мере, на данном этапе) важно состояться в жизни, нужно соответствовать своим идеальным представлениям о самих себе. Образование и карьера получают по 8%. Замыкает список справедливость, набравшая всего лишь 3%, что свидетельствует о тенденциях преобладания частного над общественным, индивидуального над коллективным во всем российском обществе.

Существуют так же и две оси, характеризующие молодых людей : «деньги - не деньги», «творчество - нетворчество». Упрощая и округляя, в соответствии с этими осями, всю молодежь можно разделить на четыре сектора: Нетворческие и безденежные дети рабочих кварталов; «денежные мешки без капли креатива» - молодежь с Рублевки; богатая талантами, но не имеющая достаточных средств богема, как правило, «self-made people», бывшие провинциалы; наконец, совмещающие творчество с бизнесом - представители шоу-бизнеса, «богатые и знаменитые».

Можно говорить о том, что образ молодежи, созданный в современном российском медиа-пространстве, правдив и объективен. Главная жизненная ценность молодого человека - семья, много времени уделяется образованию, отношение к России в целом положительное, но не каждый ощущает себя патриотом, политические воззрения на мир быстро меняются - все эти тезисы, выдвигаемые в СМИ, подтверждают и сами представители поколения. С одной стороны, «поколение Y» разительно отличается от других каким-то невыразимым спокойствием и отсутствием командного духа. С другой - своеобразная разочарованность и в то же время идеализм, присущие поколениям, родившимся до этого, в представителях нынешней молодежи также присутствуют. Большое значение имеет формирование личности современного молодого человека на стыке двух культур: России советской и России современной, стремящейся к демократии и статусу правового государства. Многие исследователи замечают, что при всей кажущейся политической и экономической благополучности, у растущего поколения есть важная проблема: система ценностей не может быть им внушена с рождения, потому что в меняющихся условиях ее еще не успели заново выстроить. Как раз у нынешней молодежи главной задачей будет ее разработать и применить в жизни.

Источники и литература

- 1) Глядя на запад. Культурная глобализации и российские молодежные культуры Хи-

- лари Пилкингтон, Елена Омельченко, Мойя Флинн, Ульяна Блюдина, Елена Старкова – СПб., Алетейя, 2004
- 2) И.М. Дзялошинский СМИ, власть и гражданское общество в регионе.– М.: 2002
 - 3) Евгеньева Т.В. Национально-государственная идентичность современной российской молодежи: структурное измерение и политико-психологические особенности// Перспективы развития политической психологии: новые направления. Материалы Международной научной конференции / под ред. Е.Б. Шестопал - М.: Издательство Московского университета, 2012. Зайцева О.В., Карташев В.П., Севостьянова Г.И. Ценностные ориентации современной молодежи // Сборник материалов международного научного конгресса молодежная политика: история, теория, практика. – М.: 2009
 - 4) И.М. Ильинский Молодежь и молодежная политика. - М.: Голос ,2001
 - 5) Культурные миры молодых россиян: три жизненные ситуации. –М.: Издательство Московского университета, 2000
 - 6) М.В. Крымчанинова М.В. Анализ политико-психологических аспектов формирования менталитета российской молодежи в возрасте от 11 до 25 лет, с. 359-370// Перспективы развития политической психологии: новые направления. Материалы Международной научной конференции под редакцией Е.Б. Шестопал - Издательство Московского университета, 2012
 - 7) Лисовский В.Т.Социология молодежи. — СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1996
 - 8) А.Г. Маслоу Мотивация и личность <http://lib.ru/PSIHO/MASLOU/motivaciq.txt>
 - 9) Миронов М.Г. Кризис духовных ценностей на социокультурном пространстве современной молодежи// Социально-гуманитарные знания - 2007 - №2
 - 10) Молодые россияне: эскиз к портрету/ под редакцией д.с. н. проф. Козлова А.А.– СПб.: 2011
 - 11) Омельченко Е.Л. Молодежь. Открытый вопрос.– Ульяновск:Симбирская книга,2004
 - 12) Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога – М., 2002
 - 13) Ядов М.А.Поведенческие установки молодежи постсоветского поколения//«Социологические исследования» - 2006 - №10