

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ РОССИИ И ФРАНЦИИ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАЛЛЕЛИ

Мосиенко Л.В., кандидат педагогических наук, доцент,
г. Оренбург

В статье проводится сравнительный анализ ценностных ориентаций современной российской и французской молодежи. Автор отмечает ведущую роль педагогики в исследовании ценностных ориентаций молодежи, что позволит организовать процесс формирования ценностных ориентаций в образовательном пространстве вуза таким образом, что он будет направлен на созидание, творчество, познание, совершенствование.

Value Orientations of Russian and French Students: Axiological Parallels

*Mosienko L.V., candidate of pedagogic sciences, associate professor,
Orenburg*

The article contains a comparative analysis of modern Russian and French young's value orientations. The author notes leading hand of pedagogics concerning research of value orientations of young people, which can permit to lead the process of formation of valuable orientations to creation, creativity, cognition, perfection in the educative space of university.

Интеграция России в мировое информационное, культурное, образовательное пространство, интенсивные процессы глобализации привели к расширению, увеличению контактов российской молодежи с их сверстниками как реально, так и виртуально, что неизбежно повлияло на выбор определенного образа жизни, изменение ценностных ориентаций, норм, моделей поведения молодых людей. Современная молодежь имеет массу возможностей для выражения своей познавательной, творческой активности.

К сожалению, нестабильность общественных, политических отношений на глобальном уровне, отсутствие четких нравственных ориентиров в российском обществе, недостаточно последовательная молодежная политика приводят к тому, что молодые люди усваивают далеко не лучшие образцы молодежной культуры, в том числе и западной. Именно эти факторы влияют, на наш взгляд, на изменение условий социализации российской молодежи, осложняя процесс адаптации к вызовам современного мира, превращая социализацию личности в сложный, непредсказуемый процесс.

Изобилие выбора, динамизм, новизна осложняют поиски человеком самого себя, своей индивидуальности и социального статуса. Это инициирует появление молодежных групп, члены которых равны по возрасту, по социальному статусу, по взглядам, ценностям, формам поведения. Именно, они берут на себя социализирующую функцию в переходную стадию становления личности. Традиционно принято считать, что молодежные субкультуры выполняют разрушительно-нигилистическую функцию. Однако, это не совсем

так. Взаимовлияние, взаимопроникновение молодежной субкультуры и национальной, взрослого мира и мира молодежи, способствуют социальному прогрессу. Различные типы молодежных субкультур выполняют такие конструктивные функции, как развивающую, коммуникативную, творческую, познавательную, корпоративную, личностной идентификации.

Следовательно, вопрос о необходимости изучения самого феномена молодежной субкультуры остается не только актуальным, но и особо значимым на современном этапе развития общества. Целью же нашего исследования является определение ценностных ориентаций молодежи нашей страны и западных стран, установление иерархии ценностей молодежи на примере России и Франции в пространстве субкультуры.

Пространство молодежной субкультуры мы рассматриваем как коммуникативную систему. Это динамическое образование, представляющее собой актуализированную личностью культурно-образовательную среду, которая включает в себя ряд признаков: специфический набор ценностных ориентаций, норм поведения, взаимодействия и взаимоотношений ее носителей, статусную структуру в реальных группах, эстетические пристрастия (мода, способы свободного времяпрепровождения), жаргон, фольклор.

Пространство молодежной субкультуры – это не просто внешняя среда. Она существует и внутри человека. Это особая жизнь молодого человека, существующая одновременно в жизни других людей и частично в жизни других культур, оставаясь при этом индивидуальной человеческой сущностью. Поэтому в субкультуре соединяются внутренний мир человека, взгляд вглубь себя и обращенность вовне. Таким образом, субкультура проявляется в трех измерениях: в виде внутренней субкультуры, сконцентрированной в индивидуальном духовном мире человека, в виде информационной системы, которая хранит, создает и передает знания, а также в виде субкультуры функциональной, то есть поведения в обществе, образа жизни и стиля жизни, субкультуры постоянно развивающегося человеческого общения в пространстве и времени.

Характеризуя пространство молодежной субкультуры, невозможно не обратиться к самому понятию «молодежная субкультура».

В имеющейся литературе о феномене молодежной субкультуры существует значительная терминологическая неясность. Можно встретить следующие категории: «молодежная культура», «частичная молодежная культура», «молодежная субкультура», «неформальные молодежные объединения» и т.п. В широком смысле понятие «молодежная культура» употребляют как собирательное для обозначения феноменов «молодежная субкультура», «молодежная контркультура». В узком же смысле – это «частичная, относительно когерентная культурная подсистема внутри базовой культуры общества, культивирующая собственно молодежную систему ценностей, норм и форм поведения, отношение к моде и т.д.» [2, 3]. Мы придерживаемся точки зрения, согласно которой «молодежная культура» и «молодежная субкультура» - тождественные понятия.

По мнению Л.Л.Супруновой, молодежная субкультура как феномен является составной частью общечеловеческой культуры, поскольку развивается в конкретном цивилизационном и временном пространстве. Она определяется общими для современной цивилизации экономическими и социокультурными факторами. А ценности и социальная практика общества детерминируют ценностные ориентации представителей молодежных субкультур, хотя и в трансформированном виде.

По мнению Бондыревой С.К., современная молодежная субкультура имеет ряд особенностей: повышенная активность и реальная действенность молодежных групп, повышенная эмоциональность в поведении, отношениях, оценке действий и себя, показательная активная претензия на окружающих, а поэтому часто оригинальная, порой вызывающая форма поведения, в которой проявляется потребность быть замеченным и казаться значимым. Молодежная субкультура не является константой. Ее проявления зачастую носят временный характер и связаны с особенностями перехода от одного возраста к другому.

Все ситуации, происходящие в данном пространстве, интерпретируются личностью как события, из чего следует тот факт, что они имели и имеют особое значение для развития личности. Данное пространство характеризуется определенной закрытостью, которая выражается в обособленности от других членов общества, выработкой отличительных черт, атрибутов, отраженных в одежде, прическе, татуировках, пирсинге и др., создании языка, понятного только членам данной группы. Отдельные детали данного пространства фиксируются в памяти, и на их основе формируется представление - образ, отражающее взгляды представителей той или иной субкультуры, их позицию, их мировоззрение, ценностные установки.

Именно поэтому, на наш взгляд, необходимо проникновение в субкультурное пространство. Осмысление процессов, происходящих в субкультурном пространстве, позволит понять суть той или иной субкультуры, постичь ее «плюсы» и «минусы», причины, ее роль, значение в различных областях жизни, в развитии личности, в социализации, выявить ее творческий, созидательный, воспитательный потенциал, выработать «критическое отношение» к существующим субкультурам.

Одной из наиболее значимых и актуальных функций знаний о пространстве молодежной субкультуры является ценностно-смысловая. Поскольку в современном обществе идет изменение, ломка ценностных ориентаций и идеалов, господствовавших на протяжении длительного времени, возникают сложности с личностным и профессиональным ценностно-ориентационным определением, особенно это актуально для современной молодежи.

Следует отметить, что в том или ином пространстве имеется смысловое ядро. Мы считаем, что таким ядром в пространстве молодежной субкультуры могут выступать ценностные ориентации.

Под ценностными ориентациями, мы понимаем избирательное отношение человека к материальным и духовным ценностям, систему его установок,

убеждений, предпочтений, выраженную в поведении. Ценностная ориентация, по утверждению А.В.Кирияковой, - это сложный, противоречивый и в то же время закономерный процесс, развертывающийся «по спирали» как в пространстве, так и во времени. «Ценностные ориентации – это ценностное отношение к объективным ценностям общества, выражающееся в их осознании и переживании как потребностей, которые мотивируют настоящее поведение и программируют будущее» [1,49]. Ценностные ориентации определенной субкультуры определяются социальной практикой общества и его ценностями, интерпретированными и трансформированными в соответствии с характером субкультуры, возрастными или иными специфическими потребностями, стремлениями и проблемами ее носителей.

Социальной доминантой ценностных ориентаций являются ценности. В широком смысле *ценность* определяем как объект окружающего мира, наделенный особым значением как положительным, так и отрицательным для человека, социальной группы, общества в целом. Значимость определяется не свойствами данного объекта, а его вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. К ценностям, которые характеризуют, выделяют субкультуры как таковые, относим именно те, которые присущи определенной социальной группе в целом и конкретному индивиду (члену субкультуры) в частности.

Существует множество классификаций ценностей. На сегодняшний момент нами рассмотрены лишь ключевые, нашедшие отражение как во времени (студент 2000 и 2010), так и в пространстве (молодежь Франции и России). Проводя подобные аксиологические параллели, мы, таким образом, охарактеризуем отдельные ценности, сделав акцент на ценностях французской молодежи, что представляет отдельный интерес в силу, как мы полагаем, малой осведомленности в этой области.

Важно отметить, что если 10 лет назад в своем исследовании Г.А. Мелекесов констатирует стремление молодых к материальному достатку, престижу, успеху, экономической самостоятельности, то в настоящее время происходит поворот к индивидуальным (традиционным) ценностям: здоровью, прежде всего, саморазвитию, счастье в браке, хорошая семья, любимый человек, хорошие и верные друзья. Нельзя отрицать стремление иметь хорошую работу и, как следствие, - материально обеспеченную жизнь, бытовой комфорт. Следующими в ранжированном списке идут гедонистические ценности: наслаждение радостями жизни (развлечения, приятное времяпрепровождение, путешествия и т.д.) и альтруистические (служить другим людям, помогать социально незащищенным).

Опрос показал, что одной из главных жизненных ориентаций студентов России становятся стремление к материальному успеху и самореализации. Они хотят зарабатывать как можно больше денег, быть «индивидуальностями», «хозяевами своей жизни», «независимыми».

Что касается такой ценности как «семья», то она занимает одну из лидирующих позиций в иерархии ценностей как в России, так и во Франции.

Во Франции, например, 94 % молодых людей в возрасте 15-19 лет считают, что у них хорошие отношения с родителями, 84 % считают себя «достаточно или на самом деле» самостоятельными, 81 % уверены, что их родители имеют «настоящий авторитет». В настоящее время во французских семьях наблюдается переход от авторитарной модели к дружеской. Конфликты в семьях случаются намного реже. Доказательством тому является и то, что ее представители все позже покидают родительский кров. Средний возраст расставания – 23-24 года и старше.

В связи с увеличением продолжительности жизни, ростом уровня жизни, отношения между поколениями улучшились. С детства многие молодые люди находят у своих родителей поддержку как моральную, так и материальную. Родители оказывают помощь своим детям до окончания учебы и/или получения стабильной работы. Помощь заключается в предоставлении финансов, жилья. «Исчезли формальности, заставлявшие в прежние времена сначала пожениться, чтобы затем познавать сексуальные радости. Молодежь не стремится рано создать пару», - говорит Оливье Галлан, социолог Государственного центра научных исследований. Раньше из дома уходили, чтобы познать вкус свободы, а для настоящего времени характерны толерантность, взаимное уважение.

Работа остается фундаментальной ценностью как с точки зрения достижения удовлетворительных материальных стандартов, так и с точки зрения привнесения смысла в жизнь человека.

Во Франции работа рассматривается как то, что придает смысл жизни человека и ассоциируется с хорошей жизнью. Взгляды французской молодежи на работу связаны с уровнем образования. Чем выше уровень образования респондента, тем более значимую роль он отводит работе.

В последние тридцать лет безработица и увольнения, ставшие результатом экономических преобразований в западных странах, коснулись и молодого поколения. Социологи К.Бодело, Р.Эстабле, Л.Шовель отмечают, что молодые люди, начавшие свою профессиональную жизнь в этот период, стали жертвами этих процессов. Возобновить работу или получить стабильную работу молодые люди смогли лишь к 30-ти годам. На современном этапе ученые констатируют улучшение ситуации, которые касаются, прежде всего, дипломированных специалистов.

Друзья остаются для молодых людей неоспоримой ценностью. Важно заметить, что 80% опрошенных на вопрос: «Где они находят новых друзей?» ответили, что знакомятся сначала в виртуальном пространстве. На самом деле, чат стал одной из форм социализации молодежи, которая позволяет знакомиться сначала в виртуальном мире, а затем в реальности как в России, так и за рубежом. Результаты анкеты Clemi (Центр по связям образования и средств информации), проведенной под эгидой Министерства образования Франции, свидетельствуют о том, что число молодых людей, использующих Интернет как средство коммуникации, равнозначно количеству молодых людей,

пользующихся Интернетом как средством получения информации для выполнения школьных заданий, причем эти данные в первую очередь касаются девушек.

Во Франции, среди тех, кто проводит много времени за общением с виртуальными собеседниками, 47 % пользователей в возрасте от 15 до 24 лет.

Молодежь общается виртуально в интернет-кафе, дома, в колледже («как только преподаватель отвернется»): разговоры, встречи, симпатии... «В моем лице, - утверждает ученик из благополучной семьи – почти все нашли себе друзей в Инете». «Компьютер выполняет роль посредника, доверенное лицо, которое можно послать к любимой девушке», - объясняет социолог Юг Лагранж.

По мнению аналитиков (Р.Масленников, М.Полухина, Р.Сандерс и др.), Интернет сегодня выполняет не только социализирующую функцию, но и влияет на поведение современной молодежи, формирует ее представления и убеждения, постепенно проникая в различные сферы жизнедеятельности молодого поколения: образования, работы, досуга и т.д. Он выступает средством для обучения и работы, предоставляя большое количество информационных источников. Он естественно входит в среду межличностных коммуникаций, сначала на правах инструмента для быстрой, более дешевой и простой связи с близкими и знакомыми, постепенно влияя на культуру человеческого взаимодействия, заменяя традиционные формы коммуникаций. Достаточно быстро проникает Интернет в сферу социальных практик именно в молодежной среде. Переход от традиционных форм человеческого взаимодействия (поход в кинотеатр, театр, библиотеку, покупка товаров, заказ услуг и т.п.) к виртуальным существенно снижает количество человеческих взаимодействий, с одной стороны, снимая проблемы ситуативного переживания, с другой – сокращая контакты с близкими людьми, их влияние на молодого человека, что не может не сказаться на развитии социума в ближайшем будущем.

Интернет оказывает влияние на поведение различных социальных групп, на формирование определенной системы представлений и убеждений людей. На современном этапе интернет-среда создает у пользователей определенную базовую картину мира на основе предлагаемой Интернетом информации, что, безусловно, влияет на определение направления воспитательного и образовательного процессов, выступает сферой для самореализации, полем для проявления потенциала творческой активности.

Что касается общечеловеческих ценностей, то хотелось бы подчеркнуть, что во Франции по последним опросам общественного мнения молодежными ценностями стали в последнее время толерантность и солидарность. С 1968 года свобода и уважение друг к другу все более укореняются в современном французском обществе. Молодые люди отказываются осуждать поведение, которое многие годы считалось девиантным (аборты, разводы, гомосексуализм). Согласно мнению социолога Э.Швайсгута нынешнюю ситуацию можно охарактеризовать как «новый коктейль ценностей: личная

свобода и общественный порядок». Отсюда некоторый конформизм современной молодежи. Французские социологи отмечают конформизм маргинальной молодежи народных кварталов, способных к жестокости и насилию. Другие утверждают, что он проявляется в сближении точек зрения молодых и зрелых людей, обращая внимание на то, что молодежь больше не противопоставляет себя современному обществу.

Объективно ценными среди французской молодежи остаются Свобода, Справедливость, Солидарность, Реформаторство; Гуманизм, Добро, Счастье; Личность, Народ, Нация; наука, Искусство, Литература; Семья и Здоровье; Культура.

Российские студенты отмечают, прежде всего, Здоровье и Семью; Добро, Счастье, Достоинство, Справедливость, Умение общаться; Настроенность на личный успех, Индивидуальность и Стремление к саморазвитию; Культуру и Эрудицию; Толерантность.

В заключении, следует отметить особую роль педагогики в исследовании ценностей молодежи в пространстве субкультуры, так как именно педагогические работы могут помочь педагогам, родителям, самим молодым людям осознать такое явление как молодежная субкультура, организовать данное пространство таким образом, что оно будет направлено на созидание, творчество, познание.

В связи с вышесказанным, педагогу следует воспринимать молодежную субкультуру как сложное и многозначное социальное явление, а личность молодого человека как центр пересечения многообразных культурных ценностей. В педагогической работе важно учитывать ценности и нормы молодежной субкультуры как культуры определенной социальной группы и управлять этими процессами на основе взаимодействия и сотрудничества с молодежью. Педагогу необходимо также учитывать, что развитие личности молодого человека происходит в определенном субкультурном пространстве. Именно в этот период и в этом пространстве определяются его предпочтения и обретаются нравственные смыслы. В настоящее время важны не только теоретические разработки по проблеме «молодежные субкультуры», важен переход к практической работе и сотрудничеству с молодежью. Разрешение противоречия между пониманием важности решения этой практической задачи и недостаточным вниманием к молодежным проблемам позволит найти такие формы взаимодействия с молодежью, которые способствовали бы использованию ее творческого потенциала, стремления к самостоятельности, самоутверждению, активности в поисках идеалов и своего места в современном обществе.

Список литературы

1. Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей. Монография. – Оренбург: ОГПИ, 1996. – С.49.
2. Левикова С.И. Молодежная культура / С.И.Левикова. – 3-е изд. – М.: Вузовская книга, 2007. – С.3.