

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ**

**Максимова Н.С., Кучигина С.К.**

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства*

Исторический, экономико-политический и социокультурный путь развития России является, по сути, уникальным: во все времена российское государство демонстрировало свою самобытность и уникальность, что было обусловлено как внутренними, так и внешними предпосылками. Только за прошедшее столетие наше государство пережило более десятка экономико-политических и военных кризисных ситуаций, большинство из которых имело глобальный масштаб (к примеру, революция 1917 года, Великая Отечественная война, создание и распад СССР и т.п.). Все это наложило отпечаток на формирование социокультурного и мировоззренческого фона государства.

Начало XXI века явилось знаковым в истории развития России, поскольку этот период означал переход от одной системы ценностей, традиций и общественных установок (советской) к принципиально иной, основанной на западноевропейских образцах (российской периода демократии). Исторически подобные переходы уже были неоднократно осуществлены (к примеру, царствование Ивана IV, период правления Петра Великого, Екатерины Великой, переход от имперской к советской России), и каждый переходной этап был достаточно сложным, неоднозначным, но вместе с тем судьбоносным.

Наиболее остро «ломку» ценностной системы и мировоззренческих устоев переживает молодое поколение, поскольку им, воспитанным в одном культурно-информационном поле, приходится осуществлять резкий переход в принципиально иное идеологическое измерение. Так, советская ценностная система «вращивала» представителей общества, наделенных такими качествами как ориентированность, прежде всего, на коллективные интересы, а, вследствие этого, повышенную работоспособность «в команде», высокие морально-этические установки, отсутствие всякого рода проявлений индивидуализма и лидерства и т.п. Несколько поколений россиян принимали эти устои как неизменную данность, и в период перехода к рынку (90-е годы) пожилое население, в своем большинстве, так и не смогло перейти к новым идеологическим «стандартам» и обречено жить «между двумя мирами», а молодежь в силу своих возрастных особенностей, очень динамично вошла в новую систему ценностей, при этом отметив в своем восприятии исключительно доступные, но зачастую полярные, «установки» (к примеру, теория потребительства, тотальная зависимость от шопинга, преобладание индивидуального над коллективным и т.п.).

Российское общество долгое время пыталось «вращивать» молодое поколение на традиционных общественных началах (к примеру, в советском обществе быть комсомольцем означало соответствовать «утвержденным государственным стандартам», а предпочитать общество стилиг значило отвергать отечественные установки и ценности, быть приверженцем западной культуры и идеологии и одновременно с этим - быть предателем родины). Вследствие этого советское государство первых пыталось поддержать и укрепить, а со вторыми бороться и по возможности искоренить.

Постсоветское общество явилось «обществом утраченных ценностей и идеалов»: все прежние ориентиры были разрушены и официально признаны ошибочными, а новые пропагандировали ранее находящиеся под запретом

западноевропейские образцы. Российская молодежь 90-х гг. «выживала» в мире «утраченных иллюзий» и агрессивного вторжения новых социокультурных образцов в ситуации общественного кризиса и «стихийной социализации»: опыт предшествующих поколений оказался уже не востребуемым, своего не было, а тот, который появлялся, оказывался, скорее негативным, поскольку преобладающий в обществе дефицит доверия и поддержки способствовал росту молодежной преступности и наркомании.

Рождение молодежной культуры стало определяющим фактором в комплексном развитии молодых людей в возрасте от 13 до 30 лет, предопределившим следование определенному стилю жизни, образу мыслей и поведения, отношению к окружающему миру и т.п. При этом своеобразным «навигатором» в развитии молодежной культуры служат европейские образцы, формирующие ценности и потребности молодежи через систему информационных технологий, масс-медиа, рекламы. Предлагаемый образ жизни и мышления значительно упрощает в сознании молодых людей систему взаимоотношений с миром: все продается и покупается, возведение в культ идеологии индивидуализма, главное - это не внутреннее содержание, а внешняя «презентация», стиль жизни определяется не эффектом от полученного образования и трудового опыта, а возможностью разнообразия досуга и развлечений и т.п.

Появление у молодежи собственной ценностной и мировоззренческой систем на основе традиционных форм культуры явилось неким результатом осмысления явлений, происходящих в обществе, элементом социокультурного деятельностного начала, формально и неформально выраженного. Постепенно молодежная культура становится неким «диктатором» стиля жизни, мировоззрения и моды - в российском обществе начала XXI века начинает преобладать тенденция к массовому «омоложению» как в буквальном, так и в переносном смысле, т.к. современная мода формирует образы «людей без возраста», старающихся во всех жизненных проявлениях следовать молодежным направлениям.

Российская молодежь претерпевала процесс трансформации в период реформирования государственно-экономического уклада, что само по себе имело глобальный характер, поскольку знаменовало собой процесс разрушения одного государства и создание другого на принципиально иных началах. На современном этапе исторического развития российского общества молодежь как «субъект общественного воспроизводства» всецело зависит от направления развития государства, сформировавшейся системы убеждений, ценностей и традиций, и, тем не менее, именно как «субъект» оно имеет право индивидуального выбора на самоопределение и траекторию собственного развития.