

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ

У статті досліджено соціокультурні фактори формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. Автор аналізує специфіку впливу на цінності та ціннісні орієнтації молоді основних соціальних інститутів сучасного суспільства.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, соціокультурні фактори, молодь, релігія, ідеологія, засоби масової інформації, освіта, сім'я.

В статье исследуются социокультурные факторы формирования ценностных ориентаций современной молодежи. Автор анализирует специфику влияния на ценности и ценностные ориентации молодежи основных социальных институтов современного общества.

Ключевые слова: ценностные ориентации, социокультурные факторы, молодежь, религия, идеология, средства массовой информации, образование, семья.

The article investigates the socio-cultural factors of forming value orientations of modern youth. The author analyzes the specific of influence of basic social institutions of modern society on the values and value orientations of young people.

Key words: value orientation, socio-cultural factors, youth, religion, ideology, mass media, education, family.

Постановка проблеми. Процес формування та зміни ціннісних орієнтацій так само, як і процес соціалізації, проходить протягом всього життя людини. Інакше кажучи, соціалізуючись, людина набуває власних ціннісних орієнтацій, які протягом життя можуть змінюватись, інколи досить суттєво, під впливом соціокультурного середовища. Беручи до уваги той факт, що молодь є соціальною групою в якій процес формування ціннісних орієнтацій, в силу вікових та психологічних особливостей відбувається найбільш динамічно, **актуальність** досліджень із даної тематики є очевидною.

Теорія цінностей як основа соціальних дій, була запропонована після введення в соціологію цього поняття М. Вебером, який наголошував на значимості аксіологічного підходу в філософських та логічних концепціях і під час дослідження соціальних явищ [4].

До концепції цінностей звертались А. Шопенгауер, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, П. Штомпка [25; 8; 18; 25]. Зміст та сутність цінностей та ціннісних орієнтацій розглядалися у працях А. Адлера, А. Маслоу, І. Канта, І. С. Кона, П. А. Сорокіна, В. П. Тугарінова та низки інших дослідників [1; 15; 12; 14; 19; 24]. У вітчизняній соціологічній школі ціннісний підхід також активно досліджувався зокрема в роботах Є. І. Головахи та В. Н. Паніної [6; 7].

Виклад основного матеріалу. Для визначення соціокультурних факторів формування ціннісних

орієнтацій, перш за все, необхідно проаналізувати саме поняття «культура». Російський дослідник В. О. Кондратов вважає, що «культура – це те, що здійснюється людиною, на відміну від того, що здійснюється природою» [17, с. 323]. Схоже за змістом визначення дає і В. С. Стьопін, який визначає культуру як надбіологічну сферу людської життєдіяльності, що історично розвивається і завдяки якій забезпечується відтворення і зміни соціального життя в усіх його проявах. Культура зберігає і транслює соціальний досвід. Вона також генерує нові програми діяльності, поведінки і спілкування, які, реалізуються у відповідних формах та видах людської активності, породжують реальні зміни в житті суспільства [20, с. 525]. Орлова І. Б. зазначає що «при соціологічному вивченні культури особливе значення має її аксіологічний аспект, ціннісний компонент, виділення якого дозволяє об'єднати елементи культури в систему, що забезпечує їх взаємозв'язок на різних рівнях: суспільства в цілому, соціальних груп, особистостей» [20, с. 530]. Зважаючи на такий стан речей необхідно виділити фактори формування ціннісних орієнтацій особистості та соціальних груп.

Сорокін П. О. відносив до найважливіших соціокультурних факторів формування цінностей особистості мистецтво, науку, релігію, право, політику, економіку, сім'ю і т. п. [19]. Левічева В. Ф. зазначає що «вирішальний вплив на формування соціальних позицій молоді спричиняють провідні

соціальні інститути, такі як система освіти, ЗМІ, реклама, громадські об'єднання, корпоративні організації, тощо» [20, с. 475]. Таким чином, до соціокультурних факторів формування ціннісних орієнтацій молоді можна віднести культурно-духовну сферу життєдіяльності суспільства, релігію, ідеологію, що панує в країні (навіть якщо в країні проголошена відсутність пануючої ідеології – це також є своєрідною ідеологією), засоби масової інформації, систему освіти, культуру (в тому числі і масову), сім'ю.

Проаналізуємо кожен із соціокультурних факторів формування цінностей молоді окремо.

Одним із найголовніших факторів формування ціннісних орієнтацій людини є релігія, пізнання якої формує визначений набір норм, відповідно до якого людина вибудовує своє ставлення до світу. Необхідно зазначити, що релігійні норми (традиційних релігій, а не сектантських), як правило, є оптимальними правилами, для регулювання поведінки людини в суспільстві. Варто зазначити, що прийняття і осмислення людиною постулатів означає введення до ціннісних орієнтацій суспільно-значущих цінностей, не дивлячись на відмінності в релігійних віруваннях.

Іншим дієвим фактором формування ціннісних орієнтацій є розповсюдження визначеної ідеології через систему соціальних інститутів. Ідеологія за сучасних умов є фундаментом масової свідомості населення. Соціологічний енциклопедичний словник пропонує визначення ідеології як: «система поглядів і ідей, в яких усвідомлюється і оцінюється ставлення людей до дійсності і один до одного, які виражають інтереси різноманітних соціальних груп, класів, суспільств» [21]. Кара-Мурза С. Г. зазначає, що в сучасному суспільстві ідеологія стала заміною релігії і вказує на те, що «ідеологія обґрунтовує політичний порядок, виробничий порядок і співвідноситься з поняттями, в котрих людина мислить своє існування в суспільстві... вже перші спеціалісти, які називали себе ідеологами, абсолютно правильно визначили дві головні сфери духовної діяльності людини, які потрібно взяти під контроль, щоб програмувати його думки – пізнання і спілкування» [13, с. 34-59]. Варто сказати, що ідеологія є цією основою, що дозволяє суспільству сформувати єдину систему цінностей і ціннісних орієнтацій його членів, визначає цілі і засоби проведення внутрішньої і зовнішньої політики держави. Зміна державної ідеології передбачає зміну системи цінностей даного суспільства, в результаті чого виникає дестабілізація суспільства (саме це відбулося при зміні радянської комуністичної ідеології на західну ліберально-демократичну наприкінці 80-х – початку 90-х років в Україні та інших країнах колишнього СРСР).

Розглянемо детальніше зміст та специфіку ліберально-демократичної ідеології, яка з 1991 року взята за основу розбудови української державності та суспільства (хоча і з деякою національною специфікою). Кара-Мурза С. Г. зазначає, що

формування буржуазної ідеології, яка згодом стала називатися демократичною, тісно пов'язана з реформацією і розповсюдженням протестантизму. Буржуазна ідеологія проголошувала цінності, економності, аскетизму, працездатності, функціональності, прагнення до накоплення багатств, пріоритет економічних відносин перед духовними [13]. У класичній праці «Протестантська етика та дух капіталізму» М. Вебер зазначав: «люди, сповнені «капіталістичного духу» тепер, якщо не ворожі, то абсолютно байдужі стосовно до церкви» [5, с. 50]. При цьому буржуа ототожнюють себе з економічною системою і не відрізняються вірністю (друзям, близьким), але в той же час захищають традиційні цінності, такі як релігія, сім'я, мораль, вірячи при цьому у свою щирість (але часто тільки проголошуючи і не реалізуючи ці цінності в життєдіяльності) [13].

Варто підкреслити, що сучасна епоха накладає певний відбиток на ідеологію і можна відзначити, що більшість розвинених країн в Європі та Америці характеризуються переважанням буржуазної демократичної ідеології, де економічні блага і соціальна стабільність цінуються найбільше. Сучасна система проголошуваних цінностей в ідеології демократичного суспільства зазнала значних змін у порівнянні з часами становлення капіталізму, про які писав у своїй праці М. Вебер. На підтвердження цього факту Б. С. Єрасов зазначає, що основу демократичної ідеології складають цінності досягнення та успіху (багатства як економічної категорії), цінність приватної власності (забезпечує право громадянства у світі власників), індивідуалізм (незалежність особистості від суспільства і держави), цінність права (кодифікованої системи норм, дотримання яких забезпечується державою), цінність активності та праці, цінність споживацтва (розширене споживання), цінність універсалізму (розповсюдження цінностей західного суспільства на інші культури), віра у прогрес (нове краще від старого) і повагу до науки і техніки (очікування від науки практичного вирішення соціальних проблем) [9]. У цілому з російським вченим можна погодитись, за виключенням того, що в сучасних буржуазно-демократичних суспільствах цінність праці різко знижується і йде процес деградації трудової етики населення, натомість цінності споживання (консюмеризму) впевнено виходять на перший план, віра в прогрес вже не є такою однозначною як у XVIII – початку XX століттях, а ставлення до науки серед широких мас населення (у тому числі і у пострадянських буржуа) скоріше утилітарно-споживацьке, ніж творче.

З початку 90-х років XX століття в Україні перехід до демократичного суспільства здійснювався в малій проміжок часу, через що відбулася ідеологічна, а як наслідок політична, економічна і соціальна криза. Цінності радянського суспільства були менш ніж протягом життя одного покоління замінені цінностями демократичної (в західному розумінні) ідеології. У результаті процесів

глобалізації Україна долучається до цінностей, що пропагуються масовою культурою (одним з найбільш активних споживачів якої є молодь), західного суспільства. Таким чином, багато в чому стихійно в Україні формується ідеологія західного ліберально-демократичного суспільства, часто без врахування національних, ментальних особливостей і соціально-економічних процесів, що відбуваються в суспільстві.

Великий вплив на формування ціннісних орієнтацій молоді справляють засоби масової інформації (ЗМІ), які в сучасному суспільстві займають лідируючі позиції в системі комунікацій індивіда. Ладодо І. В. вважає, що «засоби масової інформації – загальна назва для сучасних технологічних засобів поширення інформації, адресованої практично необмеженому колу осіб ... Метою ЗМІ є утвердження духовних цінностей конкретного суспільства та здійснення впливу (ідеологічного, політичного, психологічного та ін.) на думки, оцінки і поведінку людей. У сучасних суспільствах ЗМІ використовуються як знаряддя пропаганди, реклами, поширення культури, а також ідейно-політичної боротьби та управління. Характер їх діяльності визначається соціальною природою конкретного суспільства» [20, с. 580]. Боріснев С. В. визначає засоби масової інформації як: «соціальні інститути: періодичний друк (преса, книжкові видавництва, агентства друку), радіо, телебачення та Інтернет, що забезпечують збір, обробку та розповсюдження інформації в масовому масштабі» [3, с. 263]. Варто підкреслити, що сьогодні ЗМІ є потужним соціальним інститутом, що формує цінності та норми в суспільстві, транслуючим певну ідеологію.

Вплив засобів масової інформації на формування ціннісних орієнтацій особистості досліджується вже досить тривалий час – перші дослідження з'явилися вже в дев'ятнадцятому столітті. Але сьогодні ця тема залишається актуальною внаслідок виникнення і розвитку нових засобів масової інформації й нових способів впливу за їх допомогою на ціннісні орієнтації людей.

У сучасному світі інформаційні потоки постійно інтенсифікуються. Людина в сучасному суспільстві не може сприйняти і проаналізувати всю інформацію, що надходить, тому інформація піддається обробці з метою виділення того мінімуму, який необхідний і можливий для сприйняття. Саме внаслідок цього, той необхідний для життя людини в сучасному суспільстві мінімум інформації стає інструментом оперативного управління людиною. ЗМІ, пропонуючи і поширюючи оперативну інформацію в «готовому для споживання», найбільш привабливому вигляді, активно впливають на ціннісні орієнтації індивіда.

У контексті дослідження саме сучасних ЗМІ варто звернутися до теоретиків постмодернізму, які значну частину своїх робіт присвятили впливу засобів масової інформації на соціальні процеси. Вони відзначали, що ЗМІ відіграють роль організатора масових інформаційно-комунікативних процесів. ЗМІ, як вони стверджують, починають

визначати спрямованість і характер соціальних процесів, виступають активним елементом системи соціального контролю і виконують функцію «примусової соціалізації», формуючи ціннісні орієнтації молоді [20]. Дебор Г. і Бодрійяр Ж. вважали, що трансформація суспільства відбувається за рахунок «культурної опосередкованості» за допомогою засобів масової комунікації. При цьому ЗМІ формують штучний світ образів, які не відповідають реальності і відокремлюють індивіда від неї. У постмодерністських теоріях стверджується, що суспільні відносини між людьми опосередковуються образами, які створюють інформаційні посередники (зокрема засоби масової інформації), звідси виникає «суспільство вистави». Тобто, вчинки людини оцінюються за їх уявленням про відповідність тому образу, який повинен грати індивід у суспільстві. На думку Ж. Бодрійяра, виробництво символічних цінностей ЗМІ створює нову реальність – «гіперреальність», яка все більше відходить від матеріального світу. Тобто оточуючий індивіда світ перетворюється на віртуальну, знакову реальність, де значущі тільки образи об'єктів, знаки-символи [2]. Із таким твердженням можна погодитись лише частково, адже до повної віртуалізації суспільству ще далеко, з іншого боку, зрозумілим є той факт, що роль ЗМІ, масових і віртуальних комунікацій у ХХІ столітті буде лише зростати, а разом із тим буде зростати і їх роль у формуванні цінностей суспільства і окремих соціальних груп.

Одним з найважливіших соціальних інститутів, що впливають на формування ціннісних орієнтацій молоді є система освіти. Іванов В. П. вважає освіту не тільки засобом, а й метою культурного розвитку, внаслідок чого у світогляді людини здійснюється інтеграція знання, самосвідомості і цілепокладання на граничному рівні узагальнення [10].

Сьогоднішня система освіти в є багаторівневою, але традиційно основна увага приділяється шкільній освіті, так як у стінах школи передбачається найбільш тривалий термін процесу навчання і саме в стінах школи відбувається засвоєння суспільно-значущих цінностей. Тобто школа є одним з найважливіших чинників суспільного розвитку. Кара-Мурза С. Г. цілком правомірно вважає, що система освіти «школа – один з найстійкіших, консервативних суспільних інститутів, «генетична» матриця культури. Відповідно до цієї матриці відтворюються наступні покоління ... завдання школи, звичайно не в тому, щоб дати людині навички та інформацію для вирішення приватних практичних завдань, а в тому, щоб «наставити на шлях» [13, с. 247]. Інакше кажучи, основна місія школи полягає, у першу чергу в тому, щоб дати людині *цілісну* картину світу і уявлення про свою роль у цьому світі, а не набір практичних навичок для повсякденного життя.

Сучасна криза української системи освіти, пов'язана зі зміною соціального стану професіоналів у суспільстві (падінням престижності багатьох

професій), зниженням виховного потенціалу і сильною диференціацією навчальних закладів за рівнем підготовки, викликала необхідність проведення реформ у сфері освіти. Ілінський І. М. відзначає, що нові форми навчання, перш за все платні, посилюють соціальну диференціацію населення [11]. Крім того, існують суперечності між соціальним замовленням суспільства і проблемами в організації роботи з формування духовних цінностей учнів та студентів. Зараз реалізується ряд нормативних документів, які прагнуть відновити ціннісно-орієнтаційну функцію освітніх установ. Зокрема, ці положення реалізуються в Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [16].

Визначним фактором, який впливає на формування ціннісних орієнтацій молоді виступає сім'я як інститут первинної соціалізації, що забезпечує взаємодію особистості та суспільства, формує пріоритетні цінності в ціннісних орієнтаціях людини. Доцільно зазначити, що суспільно-значущі цінності спочатку засвоюються в сім'ї і надалі направляють та визначають подальшу життєдіяльність людини. Тощенко Ж. Т. зазначає, що «найбільш значна роль сім'ї на самому початку його життєвого шляху, коли закладаються моральні, психологічні, емоційні основи особистості» [23, с. 293].

З приводу соціалізації і ціннісно-культурного розвитку дитини в сім'ї Столін В. В. зазначає: «Долучаючись до конкретних людей у конкретних відносинах і уподібнюючись їм, дитина в той же час долучається до культури взагалі» [22, с. 28].

У підлітковому віці на формування ціннісних орієнтацій великий вплив робить колектив однолітків, висуваючи цінності молодіжного середовища, протиставляє себе цінностям «дорослих» (підлітковий нігілізм). Підлітки, бажаючи знайти своє місце в суспільстві згідно зі своїми ідеалами, намагаються декларувати цінності свободи, заперечення моральних норм, вважаючи, що «старі» цінності не відповідають вимогам нового часу. Шлях особистісного становлення в підлітковому віці передбачає можливість зіставлення засвоєних і декларованих цінностей, можливість коригування формування ціннісних орієнтацій кожної людини. Слід зазначити, що це трактування питання можна

застосувати не тільки до молодого покоління, так як відомо, що будь-яка людина знаходиться в процесі соціалізації постійно, реагуючи на зміни соціокультурного середовища.

Звісно ж необхідно зазначити, що в сучасному суспільстві зменшується роль родинних зв'язків. Кара-Мурза С. Г. пов'язує ці процеси, насамперед, із соціально-економічними факторами [13]. У суспільстві, де одна людина може бути економічно незалежною роль традиційної сім'ї, безсумнівно, поступово буде нівелюватися. Цей процес можна прослідкувати на прикладі скандинавських країн, де високий рівень соціально-економічного розвитку нівелює роль традиційної сім'ї. Столицю Швеції – Стокгольм – вже сьогодні називають першим постсімейним містом світу.

При цьому і в Україні (як і в цілому в Європі) спостерігається дві протилежні тенденції: подовження термінів освіти, і, отже, подовження термінів соціально-економічної залежності молоді від старшого покоління і, друга тенденція, більш ранній вступ у трудові відносини здебільшого молодих людей (на підробітки, тимчасову роботу), що зумовлює їх відносну незалежність від батьківської сім'ї. Все це спричинює зміну соціальних функцій сім'ї, коли не соціально-економічні параметри, а соціокультурні потреби (в духовній близькості, в міжособистісному спілкуванні) визначають цінність сім'ї для молоді.

Висновок. Таким чином, у сучасному суспільстві існує дуже велика кількість соціокультурних чинників, які впливають на цінності та ціннісні орієнтації молоді. Такі соціальні інститути як релігія, державна ідеологія, засоби масової інформації, система освіти, сім'я формують цінності молоді людини, тому аналіз духовних цінностей і соціальних процесів є одним із пріоритетних напрямів дослідження сучасної соціології. Адже за системою цінностей (особливо молодого покоління) можна судити про культуру, гуманістичний потенціал, перспективи розвитку суспільства.

Вже сьогодні видно, що у XXI столітті майже всі сучасні соціальні інститути чекають докорінні зміни, отже, дослідження їх соціокультурного впливу на молодь буде залишатись актуальним і в майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адлер А. Наука жить / А. Адлер ; [пер. с англ.]. – Киев : Ро-Роуа, 1997. – 288 с.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : МГУ, 1995. – 238 с.
3. Бориснев С. В. Социология коммуникации / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
4. Вебер М. Избранное. Образ общества / М. Вебер ; [пер. с нем.]. – М. : Юрист, 1994. – 142 с.
5. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер ; [пер. с нем.]. – Ивано-Франковск : Ист-Вью, 2002. – 352 с.
6. Головаха Е. І. Суспільство, що трансформується: досвід соціологічного моніторингу в Україні / Е. І. Головаха. – Фонд «Демократичні ініціативи», 1997. – 154 с.
7. Головаха Е. И. Социальное безумие: история, теория и современная практика / Е. И. Головаха, Н. В. Панина. – К. : Абрис, 1994. – 168 с.
8. Дюркгейм Э. Ценностные и реальные суждения / Э. Дюркгейм // Социологические исследования – № 2 – 1991. – М., 1991. – С. 24–30.
9. Ерасов Б. С. Социальная культурология / Б. С. Ерасов. – М. : Аспект-Пресс, 1994. – 472 с.
10. Иванов В. П. Мировоззренческая культура личности (философские проблемы формирования) / Под ред. В. П. Иванова – Киев : «Наукова думка», 1986. – 298 с.

11. Ильинский И. М. Негосударственные вузы России: опыт самоидентификации / И. М. Ильинский. – М. : Изд-во Московского гуманитарного университета, 2004. – 352 с.
12. Кант И. Тракаты / И. Кант. – [2-е изд.]. – СПб. : «Наука», 2006. – 552 с.
13. Кара-Мурза С. Г. Манипуляции сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : ЭКСМО-Пресс, – 2001. – 832 с.
14. Кон И. С. В поисках себя: личность и ее самосознание / И. С. Кон. – М. : Политиздат, 1984. – 335 с.
15. Маслоу А. По направлению к психологии бытия: Религии, ценности и пик-переживания / А. Маслоу ; [пер. с англ.]. – М. : Эксмо-Пресс, 2002. – 272 с.
16. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf>.
17. Новейший философский словарь / В. А. Кондратов, Д. А. Чекалов, В. Н. Копорулина. – [изд. 2-е]. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. – 652 с.
18. Парсонс Т. О структуре социального действия : [сборник] / Т. Парсонс ; [пер. с англ.] – М. : Академический Проект, 2000. – 879 с.
19. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин. – СПб. : Изд-во Русского христианского гуманитарного института, 2000. – 1054 с.
20. Социологическая энциклопедия: в 2 т. Т. 1 / [Гл. ред. В. Н. Иванов]. – М. : Мысль, 2003. – 694 с.
21. Социологический Энциклопедический словарь / [под ред. Г. В. Осипова]. – М. : ИНФРА-М-НОРМА, 1998. – 488 с.
22. Столин В. В. Самосознание личности / В. В. Столин. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 1983. – 204 с.
23. Тощенко Ж. Т. Социология / Ж. Т. Тощенко. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 640 с.
24. Тугаринов В. П. Теория ценностей в марксизме / В. П. Тугаринов. – Л. : Изд-во Ленинградского университета, 1968. – 156 с.
25. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр ; [пер с нем.] – М. : Наука, 1993. – 669 с.
26. Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка ; [под ред. В. А. Ядова ; пер. с англ. А. С. Дмитриева]. – М. : АспектПресс, 1996. – 223 с.

Рецензенти: Гавеля В. Л., д.філос.н., професор;
Фесенко А. М., к.і.н., доцент.

© Бондарець Б. Б., 2013

Дата надходження статті до редколегії 12.04.2013 р.

БОНДАРЕЦЬ Богдан Богданович – аспірант кафедри соціології Чорноморського державного університету імені Петра Могили.

Коло наукових інтересів: соціологія молоді, соціологія реклами.