

УДК 316.752:612

Жолдошева Асель Шарипжановна
КНУ им. Ж. Баласагына, г. Бишкек
Zholdosheva.2015@mail.ru

Zholdosheva Asel Sharipzhanovna
KNU named after J. Balasagyn, Bishkek c.
Zholdosheva.2015@mail.ru

**ПРОБЛЕМА САМОИДЕНТИФИКАЦИИ И ЦЕННОСТНЫЕ
ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ
РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**БАЗАРДЫК ЭКОНОМИКА ШАРТЫНДАГЫ АЗЫРКЫ
ЖАШТАРДЫН БААЛУУЛУК БАГЫТТАРЫ ЖАНА ӨЗ АЛДЫНЧА
ИДЕНТТЕШҮҮ МАСЕЛЕЛЕРИ**

**THE PROBLEM OF SELF-IDENTIFICATION AND VALUES
THE ORIENTATIONS OF MODERN YOUTH IN MARKET ECONOMY**

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы идентификации личности, и дается анализ основных ценностей современной молодежи в условиях рыночной экономики. Показаны факторы, влияющие на процесс самоидентификации молодежи.

Ключевые слова: самоидентификация, молодежь, идеалы, ценности, рыночная экономика.

Аннотация: макалада инсандын иденттешүү маселелери каралып жана базардык экономиканын шартында азыркы жаштардын негизги баалуулуктарына талдоо берилген. Жаштардын өз алдынча иденттешүү процесстерине таасир этүүчү факторлор көрсөтүлгөн.

Ачык сөздөр: өз алдынча иденттешүү, жаштар, идеалдар, баалуулуктар, базар экономикасы.

Abstract: The article examines the problems of identification of an individual, and provides an analysis of the basic values of modern youth in a market economy. Factors influencing the process of youth self-identification are shown.

Key words: self-identification, youth, ideals, values, market economy.

Проблема изучения самоидентификации и ценностных ориентаций молодежи в реформируемом обществе, их структуры и динамики остается неизменно актуальной на протяжении всего существования социологии вообще, и социологии молодежи в частности. Эта проблема приобретает особую значимость в условиях социально-экономической и духовно-культурной трансформации общества, вызванной ситуацией переходного периода, сопровождающегося кардинальной переоценкой политических и экономических ценностей. В современной переходной ситуации существенное внимание должно уделяться молодежи как естественной среде формирования будущего и элиты государства. В социологии идентификация понимается как наиболее непростой и противоречивый механизм социализации личности, который проявляется в отождествлении индивидом себя с определенной группой.

Самоидентификация основана на активном усвоении образцов, норм, ценностей, социальных ролей и идеалов. В социологии молодежи самоопределение рассматривается как поэтапный процесс включения молодежи во все сферы общественной жизни, а также как процесс, результатом которого становится осознание и принятие молодым поколением своей принадлежности к определенным социальным группам, складывание устойчивой социальной идентичности [1].

Самоидентификация – это специфически человеческий акт, который формируется под влиянием культуры, а не задан предварительно природой. Для решения проблемы самоидентификации необходимо признания личностью новых ценностей, что обуславливается нарастающим характером развития рыночной экономики, новых рыночных отношений.

Ценностями в нашем понимании являются любые материальные или идеальные явления, ради которых индивид, социальная группа, общество предпринимают усилия, чтобы их получить, сохранить и обладать ими. Ценности – это относительно устойчивое, социально обусловленное избирательное отношение человека к совокупности материальных и

духовных общественных благ. «Ценности, – писал В.П. Тугаринов, – это то, что нужно людям для удовлетворения потребностей и интересов, а также идеи и их побуждения в качестве нормы, цели и идеала» [3].

В современных условиях, в условиях рыночных отношений возникают новые ценности, обусловленные рыночными механизмами хозяйствования на основе принципов цивилизованного рынка. В обозначенных условиях становится ясным, что для молодежи должны быть присущи такие качества, как хозяйственная активность, предприимчивость, инновационный стиль в мышлении, инициативность в деятельности, рискованность в бизнесе, в предпринимательстве и др. Обозначенные выше качества должны быть присущи молодежи для самореализации в социально ответственных действиях и на их формирование свое определенное влияние оказывает саморазвитие.

Саморазвитие по мнению И.С. Якиманской – это «активное, последовательное и в целом необратимое качественное изменение психологического статуса личности и прежде всего – это потребность в самосовершенствовании, самодвижении, в построении себя как личности» [4].

Сегодняшняя молодежь должна ориентироваться на то, что без строгого соблюдения нравственных и правовых норм невозможно нормальное регулирование рыночной экономики, в силу чего нормы морали у нового поколения имеют определенный экономический смысл и оказываются важнейшими составляющими духовного механизма хозяйствования и управления любой организации.

Современная молодежь должна сделать свой выбор. Молодежь должна выбрать, но выбор не должен быть случайным, тем более ошибочным. Должными являются лишь те цели, которые признаются обществом ценными. Система обоснования новых ценностей – вот главное начало для реализации современных реформ. Только то, во что верят и ценят отдельный человек, народ, общество, – они превращают в действительность, в свою

культуру. «Если люди не верят в реформу, не ценят ее, - реформе конец», – так считает социолог В.Н. Кузнецов [2].

Социальный статус молодежи, имея характер неопределенности и зависимости, отличается весьма размытыми очертаниями, что связано с его относительно низким положением в настоящем и потенцией высокого статуса в будущем, после периода реализации возможности полученных компетенций. Такое состояние не дает возможность зафиксировать свои ценностные ориентации, вынуждая его к пассивному выжиданию, и в то же время следует отметить, что молодежь готова «поднять планку» своих ценностных предпочтений так высоко, насколько этому будет способствовать её социальный статус в будущем. Зависимость от общества и государства вынуждает молодежь идти на поводу у государственных идеологий и общественных стереотипов, не давая ему возможность проявить свою самостоятельность в самостоятельном и независимом выборе ценностных ориентаций. Желание угодить, понравиться, представляет собой вид конформизма, связанного с нуждой и экономической несамостоятельностью, и носит откровенно негативный характер, что лишней раз доказывает связь политической свободы с экономической независимостью.

Система ценностных ориентаций имеет динамический, подвижный характер. В современной теории ценностных ориентаций вся система делится на три большие группы. Они, в соответствии с триадой «вечных ценностей» – Истина, Добро, Красота, – подразделяются на духовно-гуманитарные; рациональные; материально-экономические.

1. Духовно-гуманитарные ценностные ориентации традиционно делятся на индивидуально направленные или этические и коллективно направленные или политические ценностные ориентации.

Этические ценностные ориентации у молодежи распределяются по вертикальной оси «утилитаризм – духовность» и горизонтальной оси «коллективизм – индивидуализм». В настоящее время общественное сознание

исповедует такую философию, согласно которой человек должен следовать естественным (а понимается еще хуже – стихийным) законам природы и общества как высшему проявлению мудрости и отсутствие общественного идеала. Вследствие чего, брошенные на произвол судьбы молодые люди стали искать идеал самостоятельно.

В обозначенных условиях для определенной части молодежи стал характерен утилитаризм этических ориентаций, который связан с утратой духовных идеалов, засильем бездуховных подделок массового искусства, которые нашли отражение в формировании мировоззренческих установок молодежи.

Противостоять прагматизму общества и напору массовой культуры, предопределено всем факторам социализации, которым испокон веков предопределена задача формирования духовных ориентиров подрастающего поколения. В условиях рыночной экономики коллективно направленные ценностные ориентации уступают место индивидуально направленным ориентирам. Ориентация молодежи на коллективистические чувства утрачиваются и это связано с демократизацией современного общества.

2. Рационально-ценностные ориентации основаны на ограничении субъектом смыслов ценностных объектов.

Молодой возраст всегда рассматривался как один из самых сложных и наиболее важных, ответственных в плане формирования личностных ориентаций, поэтому представляет особый интерес при изучении социального потенциала данной категории лиц.

3. Материально-экономические ценностные ориентации.

Этот вид ценностей сегодня распределяется по оси «плановая экономика – рыночная экономика». Выбор на ней определяется экономического статусом человека, его принадлежностью к той или иной социальной группе, экономически активной или экономически пассивной. Если та или иная социальная группа является экономически зависимой частью общества и нуждается в поддержке государства, оно крайне

заинтересовано в государственном управлении экономикой и в развитии государственного сектора экономики и поддерживает идею социально ориентированной экономики. Экономически активные субъекты и сообщества уверены в необходимости развития рыночных отношений, экономической самостоятельности. Поскольку молодежь является экономически зависимой частью общества и нуждается во всемерной поддержке государства, оно крайне заинтересовано в государственном управлении экономикой и в развитии государственного сектора экономики. Будучи объектом опеки со стороны государства, она ратует за социально ориентированную экономику. Однако на смену некоторой инфантильности, что имело место в молодежной среде приходит осознание необходимости, прежде всего личностных усилий.

Среди ведущих ценностей у современной молодежи считаются такие ценности, как социальная активность, трудолюбие, предприимчивость, экономическая независимость. Однако, с другой стороны, молодежь, являясь революционно – реформаторской частью общества, более чем другие слои населения уверена в необходимости развития интенсивной рыночной экономики, чьи принципы неотделимы от принципов экономической самостоятельности. Поскольку экономическая независимость основа политической независимости и гарантия политических свобод, молодежь наиболее активно ратует за либерализацию экономики.

Список использованной литературы

1. Абрамова С.Б. Самоидентификация, кумиры и ценности современной молодежи / С. Б. Абрамова // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления : материалы всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 28 февраля 2014 г. — Екатеринбург: УрФУ, 2014. — Т. 1. — С. 9-12.
2. Кузнецов В.Н. Эволюция ценностных ориентаций российской молодежи в условиях социальной трансформации общества [Текст] / Автореф. дисс. ... докт. соц. наук: 22.00.04 / В.Н. Кузнецов. – М., 2000. – 25 с.
3. Тугаринов В.П. Природа, цивилизация, человек [Текст] / В.П. Тугаринов. – Л., 1978
4. Якиманская И.С. Принцип активности в педагогической психологии [Текст] / И.С. Якиманская // Вопросы Психологии. – 1989. – №6. – С. 3-14.