

## ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЁЖИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

**Н. П. Яловая**

*проректор по воспитательной работе,  
кандидат технических наук, доцент*

**Е. Г. Кудрицкая**

*старший преподаватель,  
Беларусь, Брест, БрГТУ*

*В статье рассматриваются ценностные ориентации молодёжи Республики Беларусь на современном этапе. Дается анализ понятия «ценностные ориентации» через призму психолого-педагогического и социологического подходов. Определяются основные параметры ценностных ориентаций, которые базируются на эмпирических данных социологического исследования «Поколение Z: установки и ценности современной белорусской молодёжи», проведенного Центром социально-гуманитарных исследований при Белорусском государственном экономическом университете в сентябре 2021 года.*

*Ключевые слова: ценностные ориентации; молодёжь; «поколение Z»; социологические исследования.*

Ценностные ориентации являются значимым компонентом общественного сознания и наиболее важным социальным ресурсом общества. На базе ценностей осуществляется выработка индивидуальных жизненных позиций и приоритетов, мобилизуются ресурсы, направленные на достижение поставленных целей и коллективных программ жизнедеятельности.

Сегодня при всестороннем изучении и анализе проблем современной молодёжи Республики Беларусь первостепенное значение приобретают исследования, направленные на изучение её ценностных ориентаций. Интерес к данной социальной группе детерминирован не только демографическими характеристиками, а обусловлен, прежде всего, социокультурными факторами. Образование, карьера, материальное благосостояние, здоровье и другие жизненные ценности в условиях современного развития общества являются важнейшими социальными ресурсами. Именно современная молодёжь составляет ведущую силу экономических, политических и социокультурных процессов в стране и будет определять и транслировать культурные стандарты, нормы и ценностные ориентации всего общества.

Понятие «ценностные ориентации» рассматривается и широко используется в научной литературе. В психологическом словаре под ценностными ориентациями (англ. value orientations) понимают «важный компонент мировоззрения личности или групповой идеологии, выражающий (представляющий) предпочтения и стремления личности или группы в отношении тех или иных обобщенных человеческих ценностей (благосостояние, здоровье, комфорт, познание, гражданские свободы, творчество, труд и т. п.)» [1, с. 540].

Педагогический подход представляет ценностные ориентации как «избирательное отношение человека к материальным и духовным ценностям, система его установок, убеждений, предпочтений, выраженная в сознании и поведении», а также «способ дифференциации человеком объектов по их значимости» [3, с. 163].

В социологических концепциях ценностные ориентации нередко трактуются как социальные ценности, которые «вкладываются» в личность в процессе социализации и являются главным фактором, «регулирующим, детерминирующим» мотивацию и, следовательно, поведение [2, с. 347]. Именно формирование ценностных ориентаций нередко рассматривается как основная цель и сущность воспитания, в отличие от обучения.

На основе результатов теоретического анализа следует отметить, что эти и другие подходы акцентируют внимание на различные аспекты содержания этого понятия. В психологии ценностные ориентации рассматриваются как «компонент мировоззрения личности или группы», в социологии – через призму социализации личности, в педагогике – это «избирательное отношение человека к материальным и духовным ценностям...». В каждом теоретическом подходе можно наблюдать определённый набор ценностей, который структурируется через индивидуальные предпочтения личности.

Несмотря на обилие концепций, подходов и определений можно выделить общую точку зрения на рассматриваемое понятие. Ценностные ориентации – это субъективное и индивидуальное отражение личности, представленное в её сознании через призму общественного сознания, которое формируется на конкретном этапе исторического развития общества. Ценностные ориентации, как одно из центральных личностных новообразований, складываются под влиянием различных факторов и, прежде всего, воспитания. Выражая сознательное отношение человека к социальной действительности, они регулируют, детерминируют мотивацию личности, определяют её поведение и оказывают существенное влияние на все стороны её деятельности. Особенно отчетливо ценностные ориентации проявляется в ситуациях, требующих осознанного выбора и ответственных решений, влекущих за собой значимые последствия, предопределяющие основной жизненный путь человека. При этом важно отметить, что молодёжь – это чуткий индикатор происходящих в обществе перемен, а её ценностные ориентации непосредственно влияют на обновление и являются стратегическим ресурсом и залогом успешного развития любого государства. На встрече 20 мая 2022 г. с пионерским активом по случаю празднования 100-летия пионерского движения Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, обращаясь к молодёжи, уже не в первый раз, подчеркнул: «Время выбрало вас прежде всего. В ваших руках будущее страны, и вы должны свою страну сохранить» [4].

По данным Национального статистического комитета на начало 2022 г. в Республике Беларусь насчитывается 1663261 молодых граждан в возрасте от 14 до 31 года, это около 20 % от общего количества населения. Юношей среди молодёжи немного больше, чем девушек – 844,0 тыс. и 819,2 тыс. соответственно [5].

подавляющее большинство белорусской молодёжи проживает в городах и посёлках городского типа, что объясняется глобальными тенденциями и урбани-

зацией населения развитых стран. По территориальному распределению на сельскую местность приходится только 296,5 тыс. жителей в возрасте от 14 до 30 лет. В столице проживают 404,7 тыс. молодых людей. Среди регионов самыми «молодёжными» можно назвать Минскую – 256,0 тыс. и Гомельскую области – 240,5 тыс. Меньше всего молодых людей в Могилевской и Гродненской областях – 171,3 тыс. и 176,9 тыс. соответственно [5].

По данным Фонда социальной защиты Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь на 30 сентября 2022 г. основная доля трудящейся молодежи (37,5 %) занята в сфере информационных технологий. В сфере услуг молодёжь составляет – 22,4 %, в сфере спорта, развлечений и отдыха – 20,8 %, в финансовой деятельности – 20,6 %, в профессиональной и научной деятельности – 19,9 % от общей численности занятого населения [6].

Анализ социологических данных позволяет констатировать, что основным ядром ценностных ориентаций для белорусской молодёжи являются вопросы, связанные с занятостью, здоровьем, семьей и образованием.

В начале 90-х гг. XX в. американские исследователи У. Штраус и Н. Хоув предложили «ассоциировать очередной период развития общества с определённым поколением, чье поведение обуславливается историческими событиями и процессами, влияющими на формирование их ценностных ориентаций» [7]. Признавая потенциальную применимость данной теории к современной действительности, исследователи считают, что поколение, рожденное с 2005 и, ориентировочно, по 2025 годы в перспективе и будет определять стратегию развития общества. В последние годы появилось много научных статей, в которых авторы выделяют характерные черты представителей «поколения Z». Это вовлечённость в виртуальное пространство, влияние информационных технологий на формирование коммуникативных новообразований личности, её социально-психологических характеристик и т. д. [8].

Это подтверждают и результаты социологического исследования Белорусского института стратегических исследований (БИСИ) «Поколение Z: установки и ценности современной белорусской молодёжи», которое проводилось Центром социально-гуманитарных исследований при Белорусском государственном экономическом университете в сентябре 2021 года. Республиканский опрос выполнен методом анкетирования молодых людей в возрасте от 14 до 17 лет. Было опрошено 2034 респондента, использовалась многоступенчатая, случайная, стратифицированная и гнездовая выборка респондентов из разных регионов проживания и разного типа населённого пункта страны. Эмпирической основой для изучения данной социально-демографической группы стали результаты социологических исследований, направленные на выявление особенностей понимания представителями «поколения Z» жизненно важных ценностей и приоритетов.

По результатам исследования установлено, что квалифицированное число респондентов (96,6 %) из числа опрашиваемых в возрасте от 14 до 17 лет, ежедневно пользуются интернетом, причём подавляющее большинство (85,2 %) больше всего времени проводит в социальных сетях. Наиболее популярными социальными медиа, используемыми молодыми пользователями по несколько раз в день являются «TikTok (63,5 %), Instagram (63,4 %), ВКонтакте (60,1%) и

YouTube (58,7 %)». К достаточно востребованным средствам коммуникации относятся такие мессенджеры как «Telegram» (53,4 %) и «Viber» (29,1 %). Наименее популярны среди юношей и девушек «Facebook», «Likee» и «Одноклассники». К ним ежедневно обращаются менее 5 % респондентов, из числа опрошенных [9].

Главными жизненными целями «поколения Z» являются: «достижение делового успеха, построение карьеры (60,3 %), сохранение и укрепление здоровья (51,6 %), создание счастливой семьи (49,5 %)». Топ-5 жизненных приоритетов дополняет «желание стать профессионалом в своей специальности и разбогатеть». По мнению молодых людей, гарантией их благополучного будущего выступает «открытие собственного бизнеса» (51,8 %) и установки «много, настойчиво работать» (48,8 %), «постоянно учиться, повышать свою квалификацию» (47,7 %). Около 15 % указали, что хотят устроить свою жизнь так, чтобы «меньше работать и больше развлекаться» [8].

Самым большим страхом для респондентов оказался страх «остаться без средств к существованию», при этом около 80 % молодых людей оценивают свою жизнь в той или иной степени позитивно. Как подчеркнул аналитик БИСИ Николай Сухотский, для белорусской молодёжи «важно быть не как все, не сливаться с толпой, отстаивать свои интересы». В числе прав и свобод наибольшую ценность имеют «владение и свободное распоряжение имуществом» (так считают 92,7 % респондентов), «возможность приобретать товары любого производителя, а также выражать свои взгляды». Приоритетными, наиболее ценными человеческими качествами молодые люди считают: «честность», «человечность», «ум», «креативность» и «чувство юмора» [9].

Результаты исследования позволили выявить тенденции в ценностных ориентациях молодёжи. С одной стороны, это ярко выраженные либеральные установки, направленные на успех, индивидуализм, свободу общения и мобильность, материальное благополучие. С другой стороны – сохранение уважительно-патерналистских подходов по отношению к государству, обеспечивающему условия жизни и безопасность всего общества. Для нового поколения главные ожидания от будущего – это комфорт и спокойствие, поэтому в первую очередь молодёжь стремится сделать свою жизнь и жизнь близких максимально комфортной.

Таким образом, современная молодёжь довольно разнообразна и индивидуальна относительно своих ценностных приоритетов, взглядов и не является однородной категорией граждан, которую можно представить единым образом. Дифференциация мнений по отдельным вопросам выявляет порой противоречивые тенденции в динамике ценностных представлений молодых людей. Вместе с тем, ценностные ориентации современной белорусской молодёжи являются характерными чертами большинства молодых людей, которые с высокой вероятностью будут перенесены в будущее, так как они нацелены на успех и развитие, что является важным фактором как для личной самореализации, так и для развития всего государства.

#### **Список источников и литературы**

1. Мещеряков, Б. Г. Большой психологический словарь / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко ; под ред. Б. Г. Мещерякова. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2005. – 673 с.
2. Социологическая энциклопедия / А. Н. Данилов [и др.]; под общ. ред. А. Н. Данилова. – Минск : Белорусская Энциклопедия, 2003. – 384 с.

3. Коджаспирова, Г. М. Педагогический словарь / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Издательский центр «Академия», 2000. – 176 с.
4. Мотивированные, образованные и активные молодые люди – стратегический ресурс государства [Электронный ресурс] // Министерство образования Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа : <https://edu.gov.by/news/motivirovannye-obrazovannye-i-aktivnye-molodye-lyudi-strategicheskiy-resurs-gosudarstva/>. – Дата доступа : 27.10.2022.
5. Демографическая и социальная статистика. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/naselenie/>. – Дата доступа : 27.10.2022.
6. Рынок труда. Занятость населения. [Электронный ресурс] // Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа : <https://ssf.gov.by/ru>. – Дата доступа : 30.09.2022.
7. Демидов, Н. Н. Ценностные ориентации поколения Z: социологический анализ / Н. Н. Демидов // Академическая мысль. – 2021. – №2 (15). – С. 31–35.
8. Темнова, Л. В. Влияние виртуального пространства на коммуникацию представителей поколений Z и Y / Л. В. Темнова, М. М. Медникова // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 11. – С.19–23.
9. БИСИ : карьера, здоровье и счастливая семья – приоритеты поколения Z [Электронный ресурс] // Общество. БЕЛТА. – Минск, 2022. – Режим доступа : <https://www.belta.by/society/view/bisi-karjera-zdorovje-i-schastlivaja-semija-prioritety-pokolenija-z-473053-2021/>. – Дата доступа : 29.09.2022.