

Васильев Сергей Николаевич

Магистрант

Направление: Психология

Магистерская программа: Общая психология

**Ценности и ценностные ориентации молодежи в контексте
молодежных субкультур**

Аннотация. В статье рассмотрены результаты исследования ценностей и ценностных ориентаций молодежи, принадлежащей к различным субкультурным группам (ютуберы, блогеры, байкеры, рокеры).

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, субкультура.

Статья посвящена результатам исследования, выполненного в рамках избранной темы выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации. Актуальность темы исследования обусловлена трансформацией ценностей и ценностных ориентаций молодежи на фоне быстрых темпов развития и совершенствования глобальных информационных процессов, ускорения ритма жизни, изменения социальных требований к личности. Многие исследователи отмечают преобладание прагматических ценностей над духовными [1, 2]. Особую озабоченность в нынешнее время вызывает ценностная трансформация в сознании современной молодежи [3]. Аргументированно замечают профессора Р.В. Ершова, С.Л. Кандыбович, Л.Г. Лаптев и другие ученые, что в настоящее время «молодежь вступает в самостоятельную жизнь в сложных и противоречивых условиях» [4, с. 448]. Не смотря на это ценности и ценностные ориентации молодежи в контексте молодежных субкультур в научных рудах анализируется фрагментарно и не стали объектом системного познания.

Данное исследование посвящено изучению ценностных ориентаций в контексте принадлежности молодежи к субкультурным группам. Подобных

работ очень мало, т.к. редко психологами изучаются субкультурные группы как социальные объединения людей. Чаще мы встречаем тексты просто с описанием той или иной субкультуры, характеристикой ее внешних (особенностей одежды, сленга и пр.) и внутренних (особых правил поведения, ритуалов и т. п.) признаков.

Цель исследования – изучение ценностей и ценностных ориентаций молодежи в контексте молодежных субкультур.

Предметом исследования – ценности, ценностные ориентации, их особенности в различных субкультурных группах.

Объект – молодежь как социальная группа: молодые люди в возрасте 18-25 лет, учащиеся колледжей, вузов, работающая молодежь. Всего 125 человек.

Гипотеза: существуют различия в структуре ценностей и ценностных ориентаций у молодежных представителей разных субкультурных групп.

Основные этапы исследования:

1. Анкетирование респондентов с целью выявления отношения к феномену субкультура и выявления представителей различных субкультурных групп.
2. Диагностика ценностей и ценностных ориентаций представителей различных субкультурных групп.
3. Сравнительный анализ ценностей и ценностных ориентаций представителей различных субкультурных групп.

На первом этапе нами было опрошено 125 молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет. Респондентами выступили юноши и девушки, студенты колледжей и вузов г. Твери, работающие молодые люди. Всего в опросе участвовали 60 юношей и 65 девушек.

Для оценки принадлежности молодых людей к той или иной субкультурной группе, нами была разработана анкета. Обработка ответов опроса проходила путем подсчета среднего балла по каждому параметру анкеты от общего числа опрошенных.

Анализируя результаты опроса, можно сказать, что большинство молодых людей осведомлены о различных субкультурных молодежных группах, имеют о них представления. Больше половины отнесли себя к какой-либо группе, субъективно подтверждают свою принадлежность. Как правило, это современные молодежные течения, связанные с информатизацией, компьютеризацией, интернет-коммуникацией (блогеры, ютуберы). Есть так же те, кто принадлежит к «старым» субкультурным группам, типа «рокеры», «байкеры». Единично в нашей выборке представлены такие молодежные направления как волонтерство, альтернативщики, готы, эмо и другие. Из тех, кто не относит себя к какой-либо субкультуре большинство не имеют желания стать частью таких объединений.

Далее, мы выбрали 4 группы, наиболее представленные при опросе: ютуберы, блогеры, байкеры и рокеры (всего участвовали 69 человек). Представителям данных групп было предложено пройти тесты, оценивающие их ценности, ценностные и смысло-жизненные ориентации.

Используя тестовые диагностики М. Рокича, Д.А. Леонтьева и И.Г. Сенина были получены результаты о ценностных ориентациях в выделенных группах.

Сначала представим результаты исследования ценностей по методике М. Рокича.

Анализируя ведущие ценности в группе «ютуберы» можно сказать, что в этой группе верхние строки занимают традиционные, базовые ценности. В нашем исследовании ютуберы – это больше пассивные созерцатели видеоканалов на платформе YouTube. Выбор каналов зависит от их увлечений (кулинария, ремонт, творчество), мотивов (обучение, отдых).

В группе «блогеры» ведущая ценность «Активная, деятельная жизнь» в данной группе, на наш взгляд, не случайно. Успешный блогер – это деятельный, активный субъект, без этого не получится продвинуть свой контент, привлечь аудиторию. Такая активность позволит блогеру не только развивать свой проект, но и зарабатывать через свою деятельность. Поэтому и

ценность «материально обеспеченная жизнь» на втором месте, интересная работа на третьем.

Если посмотреть на иерархию ценностей в группе «байкеры», то они покажутся вполне традиционными. На первом месте «активная, деятельная жизнь» возможно тоже не случайно. Байкеры – это свободолюбивые приверженцы своей субкультуры. Активность, передвижение, сборы, слеты – часть жизни каждого байкера.

В группе «рокеры» набор ценностей своеобразный. Как ни в одной группе на первое место выходит ценность «красота природы и искусства». Субкультура рокеров объединяет личностей, склонных к романтизму, красоте, переживаниям. Тексты песен рок-музыкантов, как правило, глубокие, жизненные, чувственные. Высокие ранги набирают ценности «свобода поступков» и «жизнерадостность». Все это рисует рокера как независимого, свободного, вольного «художника», тонкого и умеющего ценить мир вокруг.

Далее проанализируем результаты исследования ценностных ориентаций молодежи, принадлежащей к разным субкультурным группам, полученные по методике И.Г. Сенина (результаты представлены на рисунок 1).

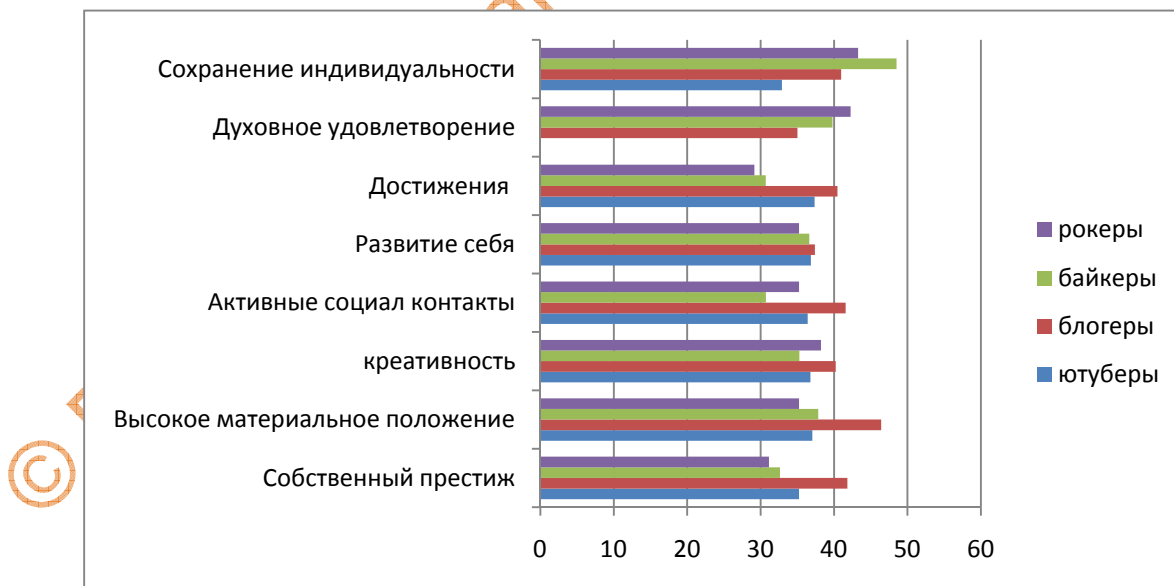


Рисунок 1 – Среднегрупповые показатели ценностных ориентаций у представителей разных субкультурных групп

Мы видим, что по данной методике доминирующие позиции ценностей в группах, выделенных по субкультурному содержанию, различные. Это было подтверждено и статистически.

Третьей методикой в исследовании явилась методика СЖО (смысло-жизненных ориентаций), автор Д.А. Леонтьев (рисунок 2).

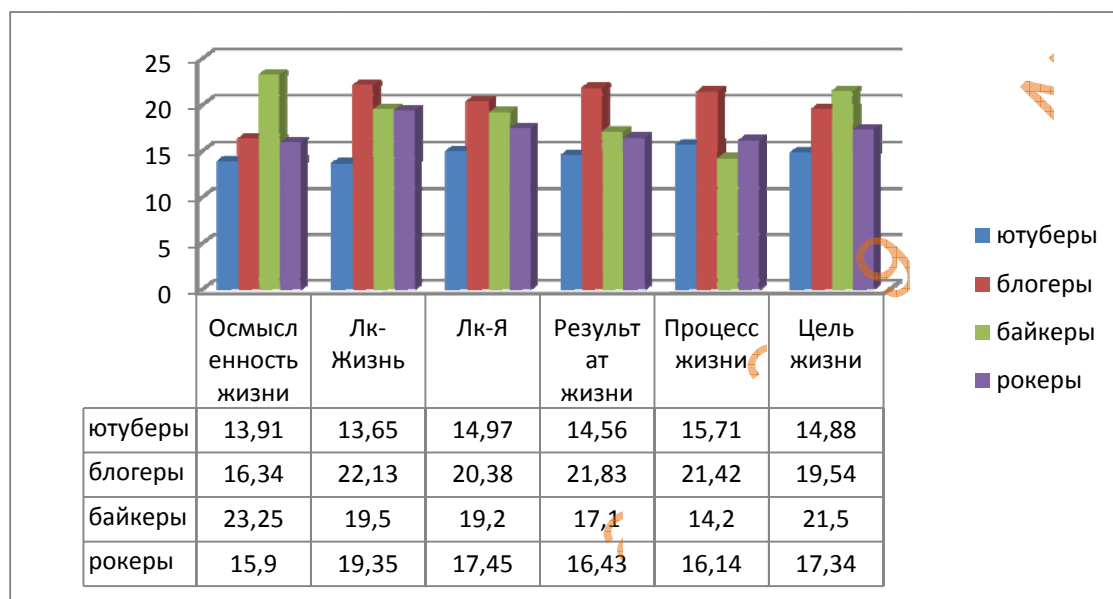


Рисунок 2 – Среднегрупповые показатели ценностных ориентаций у представителей разных субкультурных групп

Мы получили, что доминирующие позиции ценностей в группах, выделенных по субкультурному содержанию, статистически значимо различные. Это подтвердило гипотезу о том, что существуют различия в структуре ценностей и ценностных ориентаций у молодежных представителей разных субкультурных групп.

Полученные результаты могут быть использованы в практике психологического консультирования молодежи, могут быть полезны педагогам, родителям молодых людей в понимании их поведения, установок, отношений к феноменам действительности.

Литература

1. Брешин А.А. Субкультура современной российской молодежи: социологический анализ: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. М., 2010.
2. Корявая С.М. Ценностные предпочтения молодежи // Проблемы выживания. 2006. № 10.
3. Левашова Е.Л. Типологизация молодежных субкультур в современном российском обществе // Известия РГПУ им. А.П. Герцена. 2012. №150.
4. Психология эффективного труда в социальной сфере: Монография. 3-е изд. доп. и перераб. М.: Объединенная редакция; Ярославль: Филигрань, 2019.

© Бюллетень магистранта 2019 год № 5