

Иванова А. А.

К ВОПРОСУ О ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2007/1/44.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2007. № 1 (1). С. 103-106. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2007/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Таблица 1

Иерархия семейных ценностей по представлениям студентов

Юноши				Девушки			
Шкала семейных ценностей	Уровни значимости семейных ценностей			Шкала семейных ценностей	Уровни значимости семейных ценностей		
	Высокий	Средний	Низкий		Высокий	Средний	Низкий
1. Родительско - воспитательная	*			1. Внешняя привлекательность	*		
2. Личная идентификация с супругом	*			2. Эмоционально-психотерапевтическая	*		
3. Социальная активность	*			3. Личная идентификация с супругом	*		
4. Эмоционально-психотерапевтическая	*			4. Родительско-воспитательная	*		
5. Хозяйственно-бытовая		*		5. Социальная активность		*	
6. Внешняя привлекательность		*		6. Хозяйственно-бытовая		*	
7. Интимно-сексуальная		*		7. Интимно-сексуальная		*	

У юношей ожидания превосходят притязания по шкале «эмоционально-психотерапевтическая» и «внешняя привлекательность», по остальным шкалам ситуация обратная. Готовность юношей брать на себя ответственность за выполнение хозяйственных, воспитательных и социальных функций может объясняться тем, что многие студенты-юноши сельские жители. В селах дети часто оказывают помощь родителям по ведению домашнего хозяйства, тем самым в них с детства воспитываются такие качества как ответственность и умение работать.

Необходимо отметить, что по индивидуальным показателям и у юношей и у девушек преобладание ожиданий над притязаниями достигает 5-6 баллов, т.е. молодые люди настроены на то, что будущий супруг (га) возьмёт на себя функции лидера семьи (будет корректировать психологический климат в семье, создавать моральную и материальную поддержку). Ролевая рассогласованность по широкому спектру семейных ценностей в будущем может обернуться неблагоприятным семейным отношениями, а для каждого из членов семьи повышенной тревожностью, страхом неудач, проявлением низкого уровня самоуважения, отвержения, чувством вины, недоверием друг другу.

Эмпирические и теоретические данные, накопленные в психологии, дают возможность анализировать, прогнозировать и предупреждать негативные явления в семье. Задача образования – донести необходимые знания до молодежи. Ранее были попытки решить проблему с помощью курса «Этика и психология семейной жизни» в средней школе. Но для большинства школьников вступление в брак не является актуальной проблемой, а также школьник не достаточно подготовлен к осознанию многих семейных проблем в силу возрастных особенностей. И поэтому необходимо подключение в процесс подготовки к брачно-семейной жизни высшей школы. Курс «Основы семейной психологии» в ВУЗе будет способствовать решению личных проблем каждого человека, укреплению семьи, созданию здоровой атмосферы и позитивных установок в обществе.

Список использованной литературы

1. Андреева Т.В. Психология современной семьи. Монография. – СПб.: Речь, 2005. - 436с.
2. Квинн В. Прикладная психология. СПб: Изд-во «Питер», 2000.- 560с.
3. Гюнтер Г. Выбор супружеской пары для счастья в браке и улучшения наследственности \ Перевод с нем. А.М. Иванова. - М.: Белые альвы, 2004.-80 с.
4. Лидерс А.Г. Шабельников В.К. Всероссийская конференция «Психологические проблемы современной российской семьи»//Вопросы психологии. - 2003. - №6. - С. 149.

К ВОПРОСУ О ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Иванова А. А.

Пермский институт (филиал)

ГОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет»

Юношеский возраст – период жизни человека между подростковым возрастом и взрослостью. В схеме возрастной периодизации онтогенеза, принятой специалистами по проблемам возрастной морфологии, физиологии и биохимии, юношеский возраст был определен как 17-21 год для юношей и 16-20 лет для девушек. Психологи расходятся в определении возрастных границ юности. В западной психологии вообще преобладает традиция объединения отрочества и юности в единый возрастной период, называемый периодом

взросления (adolescence), содержанием которого является переход от детства к взрослости, а границы могут простираться от 12-14 до 25 лет.

Такие разные концепции определения временного интервала юношеского возраста объясняются тем, что данный период является исторически наиболее поздно сформировавшимся периодом, а его необходимость диктуется усложнением, в частности технологическим, социальной жизни и тех требований, которые современные развитые общества предъявляют к уровню профессионального образования и личностной зрелости своих взрослых членов. Вследствие этого, юношеский возраст не является полностью устоявшимся, люди 15-17 лет даже в одной стране могут оказаться в разных социальных ситуациях развития. Если учесть к тому же, что процессы физического, физиологического, психического и социального созревания протекают неравномерно и одновременно у разных людей и соответствующие различия с возрастом увеличиваются, то становится понятными трудности изучения и описания этого важного этапа развития человека.

Тем не менее, юность обычно определяется как стадия развития, начинающаяся с полового созревания и заканчивающаяся наступлением взрослости. Это весьма значительный период в жизни человека, связанный с завершением физического развития, выходом на определенную ступень индивидуального развития и приобретением социального статуса взрослого человека, расширением прав и обязанностей.

Процесс развития обусловлен изменениями физиологическими, психологическими, социальными и изучать его необходимо комплексно. Задача эта непростая, т.к. все изменения идут в разном темпе. Так, современные дети достигают полового роста и созревания в среднем на два года раньше, чем три поколения назад. Что же касается социального статуса, то здесь положения изменились в худшую сторону. Раньше значительная часть молодежи в этом возрасте начинала трудовую жизнь, теперь все они – учащиеся и студенты, находящиеся на иждивении родителей. Отсюда следствия психологические – в виде иждивенческой, потребительской позиции большей части молодежи.

Во многих первобытных обществах переход из одной возрастной категории в другую с неизбежностью сопровождался изменением социальной позиции. В современном же обществе с характерными для него удлиненными сроками обучения и поздним включением в трудовую жизнь такой переход разрушился, и молодежь оказалась неподготовленной к вступлению в самостоятельную трудовую жизнь. Наблюдающееся стремление к продолжению образования оказывается нередко связанным не только с желанием приобрести ту или другую профессию, сколько с нежеланием менять учебную позицию на трудовую.

Но, не смотря на все это, главный конституирующий момент социальной ситуации развития в юношеском возрасте составляет то, что юноша находится на пороге вступления в самостоятельную жизнь. Переход от подросткового возраста к юношескому связан с резкой сменой внутренней позиции, когда обращенность в будущее становится основной направленностью личности и проблемы выбора профессии, дальнейшего жизненного пути, самоопределения, обретения своей идентичности [Божович 1997: 248] превращаются в «аффективный центр» [Эрикссон 2006: 168] жизненной ситуации, вокруг которого начинают вращаться вся деятельность, все интересы юноши.

Юность – это время не только завершения формирования физического развития, полового созревания, умственных способностей, но и время перехода к самостоятельности, усложнения систем отношений, расширения круга лиц, с которыми нужно соотносить свое поведение. Все это активизирует самопознание, самооценку и становление самосознания. Речь идет не только о познании собственных качеств, освоении новых систем отношений, учете оценки, которую тебе дают другие, но и о становлении определенного мироощущения, формировании мировоззрения. В этом возрасте происходит оценка своих психических качеств и быстрое нарастание индивидуальности. А проблема осознания и самооценки своих качеств – это оценка не только реальных действий, поступков, результатов, но и самостоятельного анализа, выработки собственных критериев.

Так, среди вопросов, которые интересуют молодых людей, не последнее место занимает внешний облик, физические данные. Эти вопросы в юности являются очень значимыми, хотя переживания по этому поводу тщательно скрываются. Пути выхода из конфликтной ситуации встречаются разные. В одном случае, к сожалению, идет «подготовка» своей индивидуальности под модный стандарт (косметика, прическа, одежда). Молодых людей, ставших на этот путь, бывает трудно отличить друг от друга. В другом случае – индивидуальность утрируется и противопоставляется имеющимся стандартам. Такой вызов психологически тяжело обходится самому молодому человеку, его бросившему. И, наконец, есть третий путь – путь раскрытия своего индивидуального своеобразия с использованием имеющейся моды и стандартов. Это наиболее трудный путь, т.к. он требует знания своих особенностей, понимания сущности норм, чувства меры, художественного вкуса, самостоятельности и творчества. Представленные подходы к поиску пути согласования индивидуальных особенностей и общественных норм и правил имеют гораздо более широкое значение, чем только отношение к явлению моды. За ними стоит поиск путей проявления своей индивидуальности, своей позиции по отношению к нормам и общественным стандартам.

Важная роль в осознании своих качеств и самооценки принадлежит саморефлексии. Для юности характерно самоуглубление и идет оно либо через постоянный контроль своего поведения с помощью самонаблюдения, либо через самосозерцание и самоанализ, предполагающий определенный отход от действия, углубление в анализ собственного «я» – такого, какое оно есть сейчас, каким я стараюсь стать, каким я должен стать, каким я хотел бы стать. Этот анализ может проводиться в мыслях, мечтах и на бумаге (дневник).

Одна из самых важных социально-психологических характеристик личности – ее самооценка. Значительную роль в формировании самооценки играют оценки окружающих личность и достижения индивида.

Формирование адекватной самооценки – одна из важнейших задач, так как обе крайности – и заниженная, и завышенная самооценка – ведут к серьезным внутренним и межличностным конфликтам. Наличие этих конфликтов объясняется тем, что самоуважение, самопринятие и социальная адаптация тесно взаимосвязаны. Так высокая самооценка – свидетельство того, что человек уважает себя, положительно относится к себе, низкая – неудовлетворенности собой, отрицательной оценки собственной личности.

Плохая социальная адаптация, которая связана с негативной Я-концепцией и низкой самооценкой, может проявляться по-разному. Заниженная самооценка, сформировавшаяся в процессе предшествующей жизни, ведет к пониженному самоуважению, которое делает представление о самом себе противоречивым и неустойчивым, а человека неуверенным в себе. Такие молодые люди имеют тенденцию к полной незаметности в общении, болезненно реагируют на отношение к себе, шутку, смех, критику. Их не «видят» и не выбирают в лидеры. Они редко участвуют в общественной деятельности, не умеют постоять за себя и не высказывают свое мнение. У таких студентов чаще всего развивается чувство изоляции, замкнутости и одиночества.

Такие юноши в обществе часто испытывают неловкость и напряжение, что затрудняет их общение с окружающими. Поскольку они хотят нравиться другим, на них легко оказывать влияние и управлять ими; они позволяют другим принимать за них решения, т.к. им не хватает уверенности в себе. Это приводит к тому, что те кто, сам того не желая, подчиняется другим, редко верят им и испытывают к ним любовь [Циркин 2004: 742].

Плоха и завышенная самооценка, так как в этом случае человек оказывается неспособным осуществить взятые на себя обязанности. Вне всякого сомнения, неприятна сама по себе юношеская самоуверенность, ведущая к многочисленным конфликтам не только с взрослыми, но и со сверстниками. Самое же опасное состоит в тех разочарованиях, которые приходится пережить молодому человеку прежде, чем он придет к реальной оценке своих возможностей, да и приходят к ней далеко не все. Завышенная самооценка, подкрепляемая «внешним успехом», формирует такие отрицательные черты, как снобизм, элитарность, уверенность в своей исключительности. Привыкнув к этой позиции и не сумев обрести ее в других условиях, человек начинает мучиться, метаться, нервничать и приходит к той же самоизоляции и трудностям самовыражения, что и люди с заниженной оценкой себя [Циркин 2004: 762].

Таким образом, если молодой человек глубоко презирает самого себя, он будет презирать и ненавидеть других, но если он испытывает к себе уважение и доверие, то будет так же доверять другим и уважать их.

Расширение проблем, возникающих при общении с различными людьми, во многом зависит и от типа эмоциональной реактивности молодого человека. Повышенная эмоциональная реактивность может быть причиной не только нарушения гармонии отношений, но и увеличения личностных расстройств. Важное значение в этом процессе играет избирательность стимулов и ситуаций, ее вызывающих. Личностные расстройства юности могут быть следствием акцентуации черт характера и форм поведения, на фоне которых могут развиваться реактивные состояния, неврозы, патологические нарушения поведения. Низкий уровень эмоциональной реактивности – тоже фактор неблагоприятный. Он ведет к определенным трудностям адаптации к среде и внутреннему дискомфорту, выражающемуся в беспокойстве, большой раздражительности, эмоциональной неустойчивости, меньшей решительности и общительности. Уровень эмоциональной реактивности обусловлен отчасти конституциональными свойствами личности, отчасти воспитанием, поэтому здесь, возможно, необходимы определенные компенсации.

В процессе самоопределения также особенно глубокую перестройку претерпевают системы отношений молодых людей. Расширение же диапазона общения и усложнение выполняемой деятельности приводит к значительному расширению числа групп и коллективов (не только организованных, но и различных неформальных, стихийно складывающихся компаний), к которым принадлежит и на которые ориентируется молодой человек.

Общество сверстников, не обязательно одногруппов, в юности выступает в качестве важнейшего условия личностного развития. Оно значимо, во-первых, как специфический канал информации. Во-вторых, оно позволяет формировать навыки социального взаимодействия: умение подчиниться требованиям коллектива, его дисциплине, отстаивать свои права, соотносить личные интересы с общественными. В-третьих, это специфический вид эмоционального контакта. Сознание своей групповой принадлежности, солидарности, товарищеской взаимопомощи облегчает независимость от взрослых, дает чувство эмоционального благополучия и устойчивости.

Общение со сверстниками важно и в связи с потребностью в индивидуальной дружбе. Для нее характерны не только рост избирательности дружеских отношений, их устойчивости, но и сдвиг в сторону психологической интимности. Ее ценность в том, что она одновременно школа и самораскрытия и понимания другого человека.

Таким образом, юность – это начало установления подлинной социально-психологической независимости во всех поведенческих сферах, включая материальное, финансовое самообеспечение, самообслуживание, независимость в моральных суждениях, политических взглядах и поступках. Юность – это своеобразный переворот в психологии человека, связанный с осознанием многих, недоступных еще подростку, противоречий в жизни: между нормами морали, утверждаемыми людьми, и их поступками; между идеалами и

реальностью; между способностями, возможностями и признанием людей; между социальными ценностями и реальной прозой жизни [Словарь психолога-практика 2005: 917].

Юность – это период осознания и принятия человеком ответственности за свою судьбу и судьбу близких для него людей. Это – начало подлинно взрослой, сложной как внутренне, так и внешне адаптации к жизни, включая принятие многих условий, социальных норм, ролей и форм поведения, не всегда соответствующих актуальным внутренним установкам человека в данный момент времени и в данной ситуации.

Список использованной литературы

1. **Божович Л.И.** Проблемы формирования личности: Под редакцией Д.И. Фельдштейна / Вступительная статья Д.И. Фельдштейна. 2-е изд. М.: Из-во «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1997.
2. **Словарь психолога – практика** / Сост. С.Ю. Головин. 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Харвест, 2005.
3. **Циркин С.Ю.** Справочник по психологии и психиатрии детского и подросткового возраста – СПб.: Издательство «Питер», 2004.
4. **Эриксон Э.Г.** Идентичность: юность, кризис. Перевод с английского – М.: Изд-во МПСИ, 2006.

PR И ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ В РОССИИ

Иловайская Л. Б.

Волгоградский государственный университет

Понятие паблик рилейшнз, еще недавно малоизвестное и непривычное, в последние годы буквально ворвалось в нашу жизнь. Данное понятие вошло в моду, стало настоящей визитной карточкой новых времен, так он стал динамично развивающейся технологией массовой коммуникации, который оказывает все большее влияния на развитие социальных институтов. Связи с этим, возникает и большой интерес к данному развивающемуся институту.

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) образовалась в 1991 году - в качестве общественной некоммерческой организации с правами юридического лица. Ее учредителями выступили: Союз журналистов СССР, Ассоциация работников рекламы, Торгово-промышленная палата РФСР, Российская товарно-сырьевая биржа, Росвнешторг, Управление информации МИД СССР, МГИМО МИД СССР, Агентство экономических новостей и ряд других организаций. Первым президентом РАСО стал декан факультета международной информации Московского государственного института международных отношений (МГИМО - Университет МИД РФ) доктор исторических наук, профессор А.Ю. Борисов. С 1997 РАСО стала членом Европейской конфедерации по связям с общественностью (CERP) и насчитывала свыше 60 корпоративных (агентства, государственные и коммерческие структуры, вузы, СМИ, общественные организации) и более 20 индивидуальных членов. К 2005 РАСО преобразовано в некоммерческое партнерство, число ее учредителей сократилось до трех: Союз журналистов России, МГИМО МИД РФ и Национальная рекламная ассоциация. [<http://www.mtu-net.ru> 2006]

В 2005 году наряду с РАСО возникают и другие профессиональные объединения. В этой связи следует упомянуть Российскую ассоциацию компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС). CERP-Students-Russia - российская ветвь студенческого отделения Европейской конфедерации по связям с общественностью и ряд других молодежных объединений. Особенно важно отметить, что в 2005 году в России возрастает число профессиональных PR-агентств. Так, по данным журнала «Советник», в 2005 год значилось 250 таких агентств, 150 из них имели свои представительства в интернете. Не менее трети всех агентств базировались в Москве. Около 40 агентств являлись членами РАСО, в том числе все члены АКОС. Подразделения по работе с информацией и связям с общественностью имели практически все крупные государственные организации. [Королько 2001: 67]

Динамично развивался PR в коммерческих структурах. К 2005 году в РАСО вступили PR-департаменты или ведущие PR-специалисты таких компаний, как ОАО «ЛУКОЙЛ», «Филип Моррис», РАО «ЕЭС России», «Мегафон», банков «Газбанк», «Газпромбанк», «Санкт-Петербург» и др. [Обратная связь 2005: 34]

Необходимо также отметить, что российские PR-специалисты и структуры к 2005 году неплохо вписались в соответствующий сегмент международного рынка. Это выразилось, с одной стороны, в том, что число иностранных специалистов, работающих в российских отделениях международных корпораций, сократилось за счет прихода на их места россиян; с другой - отечественные PR-агентства вошли в крупные международные сетевые агентства. Среди них «Имиджленд Edelman PR», «Р.И.М. Портер Новелли», SPN Ogilvy, «Маслов и партнеры» (эксклюзивный представитель компании «Ketchum» в России и странах СНГ) и некоторые другие. [<http://www.mtu-net.ru> 2006]

К 2005 российский PR перестал быть только московским. Причем если активное возникновение PR-агентств в регионах началось уже с середины 90-х годов, то в начале 2000-х этот процесс приобрел новые структурные формы: созданы Северо-Западное, Уральское отделения РАСО и отделение РАСО в Центральном федеральном округе (формирования на уровне федеральных округов), а также Нижегородское, Саратовское, Волгоградское, Ивановское, Иркутское представительства РАСО (формирования на уровне субъектов РФ).

Кроме того, вне РАСО возникли самостоятельные региональные профессиональные объединения, например, Поволжская ассоциация специалистов по связям с общественностью и т. д. Связи с расширением