

Михайлова Наталья Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры
психологии и педагогики Нижегородской академии
МВД России

Формирование ценностей молодежи в профессиональной среде

Сформированность ценностей, ценностных ориентаций является показателем целостной личности, условием ее устойчивости к негативным воздействиям противоречивых выбросов чужеродных российскому обществу мнимых ценностей, основой формирования жизненных целей, собственной идентичности и самореализации и ориентиров для морального выбора, отношения к себе, миру, обществу, деятельности, людям. Общество с помощью ценностей и ценностных ориентаций транслирует культурное и историческое наследие, формирует одобряемое поведение каждого его члена. Организации на основе ценностей формируют концепцию деятельности, имидж, деловую репутацию, осуществляют внутренние и внешние связи, обеспечивают свою конкурентоспособность.

Определяя этимологию понятия «ценность», в первую очередь, необходимо обратиться к учению И. Канта, который рассматривал ее как свойство разумного человека и человеческого отношения к миру, как меру свободы и человечности. При этом не все ценности (по И. Канту) подлинны. Мнимыми ценностями он считал те, которые порождены честолюбием человека. Истинная ценность — моральная, так ценностью обладает «добрая воля», «долг», «культура» как общественная ценность человека.

М. Вебер определил ценность как меру оценки явлений, деятельности и ее результатов, основу норм поведения, познания мира и целей человека.

А. Н. Леонтьев отмечал, что ценность есть ведущий мотив, способный создать внутреннюю психологическую оправданность его существования, которая составляет смысл жизни¹.

В исследованиях Н. И. Лапина ценности обнаруживаются как обобщенные цели и средства их достижения, играющие роль фундаментальных норм, позволяющих индивидам осуществлять социально одобряемый выбор своего поведения в жизненно значимых ситуациях².

Таким образом, ценность можно определить как:

- значимость, полезность процессов, явлений, объектов;
- нравственный идеал, эталон;
- систему мировоззренческих смыслов;
- ориентир для морального выбора;
- норму поведения;
- совокупность культурного наследия общества.

На сегодняшний день в рамках государственной политики достаточно много внимания уделяется формированию ценностей и ценностных ориентаций детей, подростков, юношей. В рамках образовательных программ изучается культурное и историческое наследие нашего народа, его традиции, воспитательная работа в целом стала носить более системный и целенаправленный характер. Для обеспечения воспитательной работы организуются интернет-площадки в помощь классному руководителю, реализуются программы повышения квалификации по данному направлению. Молодые люди активно привлекаются к участию в волонтерских, благотворительных и иных социальных проектах, создается тренд на молодежную высоконравственную активность, милосердие, соучастие, здоровый образ жизни, патриотизм.

Но молодежь 21–35 лет остается не охваченной этими процессами, после выпуска из учебных заведений она один на один встает перед моральным выбором, и то, какой выбор сделает молодой человек, будет зависеть, во-первых, от системы ранее сформированных ценностей и их устойчивости, а во-вторых, от тех образцов поведения, которые будет видеть молодой человек в профессиональной среде со стороны своих коллег и руководителя.

¹ Леонтьев Д. А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени. URL: <http://www.follow.ru/article/344> (дата обращения: 06.10.2023).

² Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. 1996. № 5.

Нам видится необходимым обратить внимание на целенаправленное формирование в организациях корпоративной культуры, которая базировалась бы на нравственных принципах и ценностях российского общества (социальная ответственность (внешняя и внутренняя), взаимоуважение, командный дух, взаимопомощь, ориентация на развитие организации и персонала, честность, патриотизм (как преданность Родине, делу, организации), осознанная дисциплина, исполнительность, пунктуальность, этические отношения с коллегами, гражданами, сторонними организациями и др.

Исходя из вышесказанного, под корпоративной культурой мы будем понимать сложную систему норм, принципов, ценностей, смыслов, убеждений, на основе которых осуществляется деятельность организации, ее позиционирование в глазах заинтересованных сторон и общественности, взаимодействие между членами коллектива и внешними субъектами.

Следует заметить, что корпоративная культура может формироваться стихийно или целенаправленно. При стихийном формировании корпоративной культуры она наполняется ценностями, которые привносят члены коллектива, и каждый новый сотрудник дополняет ее, но это не обязательно будут позитивные образцы (это может быть халатность, пренебрежение, грубость и др.). Если мы хотим создать смыслы, убеждения, ценности нравственного характера — это должен быть целенаправленный, тщательно спланированный процесс по их формированию как неотъемлемой части каждого члена коллектива.

Коммерческие организации напрямую заинтересованы в формировании корпоративной культуры как с социальной, так и экономической стороны. Внешний эффект будет проявлен в конкурентоспособности организации как социально ответственного субъекта, в формировании позитивного имиджа и деловой репутации организации, а внутренняя часть культуры обеспечит формирование позитивного внутриорганизационного морально-психологического климата, сплоченности коллектива, чувства сопричастности, удовлетворенности работников, обеспечивает социализацию и адаптацию молодых, вновь пришедших сотрудников.

В задачи государственных организаций не входит привлечение клиентов и извлечение выгоды. Тем не менее государственные институты, органы, организации выполняют важнейшие нравственные задачи в рамках своей компетенции — социальное обеспечение, стабильность, безопасность, развитие общества. Здесь корпоративная культура — это образ государства в глазах общественности, его стабильность, доверие граждан.

Для формирования ценностей, ценностных отношений профессионального сообщества государственных структур, организаций, институтов необходимо: 1) поддерживать престижность службы (работы) в государственных органах, организациях и пр. (патриотическое, ценностное восприятие своей деятельности, гордость принадлежности к профессии), подкрепленную материальными и социальными гарантиями вместе с формированием высоких требований к представителям различных профессиональных сообществ, требовательностью выполнения кодексов этики и пр.; 2) обеспечить адекватную систему поощрений, соответствующую принятым нормам, ценностям, и санкций за не соблюдение соответствующих ценностей и норм; 3) формирование кадровых резервов, повышение по служебной лестнице не только на основе квалификационных требований, морально-волевых качеств, результатов труда, но и с учетом оценки уровня нравственности претендента на должность, морально-психологический климат в коллективе (для руководителей); создание позитивных примеров и образцов поведения как со стороны каждого члена коллектива, так и, в первую очередь, со стороны руководителей всех рангов; 5) формирование трендов поведения работников на основе таких понятий, как «патриотизм», «долг», «честь», «честность», «ответственность», «взаимопомощь», «уважение», таким образом, чтобы формировалось представление, что иначе быть не может, когда профессиональное сообщество не принимает иные образцы поведения; 6) формирование и поддержание позитивного имиджа в социальных сетях, интернет-площадках, СМИ.

Данный подход сегодня необходим. Сформированные позитивные ценности, ценностные ориентации в семье, школе, учреждениях профессионального образования должны поддерживаться и развиваться в профессиональных сообществах, тогда мы обеспечим непрерывность данного процесса и преемственность поколений.