

Зарубежная панорама

Английские социологи сетуют, что десятилетие правления консерваторов во главе с Маргарет Тэтчер незамедлительно сказаться на усилении материалистского восприятия жизни и, как следствие, потери интереса к идеалам среди молодых жителей Британских островов. Впрочем, как свидетельствуют результаты опроса (табл.), проведенного за период

1986-1988 гг. международным рекламным агентством «Макен — Эриксон», английским ученым мужам грех жаловаться, ибо идеалистический туман рассеялся не только над Британскими островами, но и над всей Европой, если не над миром в целом.

Агентство опросило в восьми странах Европы около 8 тыс. молодых людей в

Наиболее важные жизненные понятия

Страна	Иерархическая шкала ценностей				
	I	II	III	IV	V
Великобритания	здоровье	счастливая семья	деньги	друзья	успех
Греция	здоровье	счастливая семья	гарантированная работа	любовь	успех
Испания	здоровье	счастливая семья	любовь	друзья	успех/деньги
Италия	здоровье	любовь	счастливая семья	успех	деньги
Финляндия	здоровье	любовь	спокойствие духа	счастливая семья	гарантированная работа
Франция	здоровье	успех	счастливая семья	любовь	друзья
ФРГ	здоровье	друзья	счастливая семья	любовь	свободное время
Швеция	здоровье	любовь	друзья	счастливая семья	развлечения

возрасте от 15 до 25 лет. Результаты опроса сравнили с аналогичным исследованием, проведенным 10 лет назад. Молодым людям было предложено выбрать из длинного перечня понятий три наиболее важных для их личной жизни. В конце 70-х гг. выбор пал на «здоровье», «честность», «доброту»; деньги интересовали молодежь ровно столько, сколько «их требуется для комфортного существования» и не более того. В ваши дни молодежь также высоко ценит «здоровье» (оно по-прежнему на первом месте). Такие же понятия, как «честность» и «доброта» затерялись где-то в конце иерархической шкалы ценностей, и их место заняли «друзья», «любовь», «счастливая семья». В Греции, Испании, Великобритании молодежь впервые по-

ставила на пятое место «успех». Немцы, шведы и финны более склонны к интроспективным добродетелям (см. табл.).

У британских респондентов «деньги» находятся на третьем месте, в то время как у их более жизнелюбивых итальянских сверстников этому понятию отводится пятое по значимости место после «успеха».

Проведенное социологами Калифорнийского университета исследование среди американских студентов обнаруживает сходную картину неуклонного увеличения - от 45 до 70% - числа молодых респондентов, считающих, что «финансовое благополучие» - один из наиглавнейших жизненных ориентиров.

В. М. Погостин