

## **ВРЕМЯ И МОЛОДЕЖЬ**

Каждый человек может вспомнить себя молодым. И, как мне кажется, самые яркие, насыщенные впечатлениями годы жизни человека связаны именно с молодостью. Именно эти годы человеческой жизни можно назвать годами бурной деятельности, потому что в это время сознание человека не замутило бездействием, человек верит в свои силы, и если эта вера удачно в чем-то воплощается, увеличиваются силы человека.

В истории все передовые взгляды в мир вносила молодежь. Она являлась двигателем прогресса человечества. И во все, даже самые трудные времена, молодежь положительно влияла на историю.

В современном мире очень много говорят о молодежи как о классе. Говорят все и везде. И точки зрения настолько различны, что становится трудно понять истинное лицо молодежной «братии». Термин «молодежь» становится расплывчатым, неясным. Возможно, это связано с тем, что сейчас существует множество областей деятельности, в которых молодежь может проявить себя, и в каждой из них у нее свое лицо, свой облик, своя жизненная позиция.

Если рассматривать молодежь 90-х годов, то представляется очень интересное явление. Если мы сейчас можем сказать, какой молодежь была в 50-х, 60-х, 70-х годах, описать ее характерные черты, рассказать о ее интересах, очень разнообразных, то сейчас, как мне кажется, такого яркого лица у молодежи как класса нет. Здесь все дело во времени, в котором мы живем. Совсем недавно "рухнули" застарелые советские стереотипы (поведения, сознания и жизни) и еще не установился демократический, капиталистический, как его называют политики, порядок, то есть человек нового строя в России еще не появился, а старый просто исчез. И сегодняшняя молодежь как бы «зависла» между двумя мирами. На ней уже нет печати советского человека, но и нет еще «клейма» капитализма (но он приближается). Какая-то странная свобода - плыви куда - хочешь. Куда это приведет, никто не знает. Но время покажет.

Т.Г. Бабенко

## **ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ НА ЖЕНСКУЮ АУДИТОРИЮ**

Рекламная информация является феноменом современного социума. Проблема своевременного доведения товаров до населения, формирование спроса на них с учётом социально-демографических особенностей