

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