

молодежь знает национальную культуру хуже, чем сельская.

Заслуживает внимания и тот факт, что хотя большая часть респондентов считают, что они неплохо знают башкирскую культуру, тем не менее, назвать её представителем смогла лишь крайне малая доля студентов. То есть, даже понимая необходимость знания культуры своего народа, молодые люди мало внимания уделяют её изучению, что может быть обусловлено не только их личным индифферентным отношением к национальной культуре, но и пассивностью в вопросах приобщения молодежи к культуре своего народа членами семьи, образовательных учреждений, СМИ и других активных агентов социализации. Н. Смелзер по этому поводу писал: «Поскольку культура не приобретается биологическим путем, каждое поколение воспроизводит её и передает следующему поколению. В результате усвоения ценностей, верований, норм и идеалов происходит формирование личности. Если бы процесс социализации прекратился, это бы привело к гибели культуры.»[5].

Таким образом, можно отметить, что у городской башкирской молодежи наблюдается тенденция, ведущая к утрате культурной идентичности, что связано, во-первых, с воздействием городской молодежной субкультуры с её прозападными ценностями, во-вторых, с некорректным отношением к формированию у подрастающего поколения этнической идентификации со стороны семьи.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Костина А.В. Глобализация и ее социокультурные аспекты // Глобальное пространство культуры: Материалы международного научного форума 12-16 апреля 2005 г. – СПб.: Центр изучения культуры, 2005. – С. 35; Зарипов А.Я., Файзуллин Ф.С. Этническое сознание и этническое самосознание. – Уфа: Гилем, 2000. 113-114; Зинурова Р.И. Этническая социализация молодежи. – Казань: КГУ, 2004. – С. 303 и др
2. Кнекбаев М.Д. Башкиры в городах Башкортостана: история и современность. – Уфа: Нур-Полиграфиздат, 1998. – С.90
3. Кнекбаев М.Д. Башкиры в городах Башкортостана: история и современность. – Уфа: Нур-Полиграфиздат, 1998. – С.90
4. Абузарова Н.А. Влияние национальной культуры на формирование духовности // Городские башкиры: проблемы языка и культуры, здоровья и демографии: Материалы III Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 250-летию рождения Салавата Юлаева (23 апреля 2004г.) – Уфа, 2004 – С. 128
5. Смелзер Н. Социология. – М.: Феникс, 1994. – С. 43

Комарова Н.С., г. Каменск-Уральский

КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Современные исследователи, социологи, психологи связывают молодежную культуру со сферой досуга. Именно то, как молодые люди проводят свое свободное время, зачастую влияет на их культурные нормы и предпочтения. Молодые люди объединяются в группы в соответствии со своими интересами, создают новые субкультуры. Внутри каждой субкультуры возникают свои взаимоотношения, свои интересы и взгляды.

В отечественной социологии существует множество исследований посвященных данной проблематике. Как показывают результаты этих исследований, ныне в молодежном досуге обостряется серьезное противоречие: с одной стороны, налицо объективные предпосылки для роста культурных запросов молодых. У нового поколения выше уровень образования, молодежь более урбанизована. Происходит становление иного отношения к культуре, когда главное видится не только в освоении все большего

числа культурных ценностей, но и в личностном развитии. С другой стороны, потребительно-развлекательная ориентация в досуге молодежи остается ведущей и даже усиливается. И если все настойчивее пробивается тенденция к культурной самореализации личности, то именно здесь проявляются негативные последствия перехода к рыночным отношениям: коммерциализация культуры, несоответствие растущей платы за культурные услуги возможностям значительной части молодежи, сохранение и усиление остаточного подхода к государственному финансированию учреждений культуры. В итоге разрыв между культурными запросами молодых и возможностями их удовлетворения нарастает [2].

Среди наиболее распространенных видов молодежного досуга отечественные социологи выделяют просмотр телепередач, чтение, прогулки по городским улицам с друзьями, спорт. Наиболее часто в качестве любимого времяпровождения российские студенты называют прослушивание музыки. Оно сопровождает многие виды деятельности молодежи, даже учебу. Как отмечают исследователи, важное место при анализе музыкальных увлечений молодежи занимает рок-музыка. Она привлекает значительную часть молодежи: одним ритмом, нестандартностью исполнения, других - возможностью отвлечься и развлечься [2].

Социологи отмечают существенное снижение популярности чтения в иерархии культурных интересов молодежи: по результатам исследования ВЦИОМ доля читающей молодежи сократилась с 48% в 1991 г. до 28% в 2005 г.; свыше трети респондентов в возрасте от 18 до 25 лет вообще не читают книг, а 83% – не являются читателями библиотек [10].

Как показывают исследования, ведущее место в ряду источников информации у современной молодежи занимает телевидение. В молодежной возрастной группе практически не смотрят телевизионные новостные программы всего 14 %, не читают газеты регулярно - 22 %, редко слушают радиопередачи - 33 % [2]. Остальным информационным каналам (пресса, радио, Интернет) обычно уделяют внимание меньшее количество студентов (соответственно 35%, 33% и 30%). Студентов также спрашивали не только о наиболее часто используемых, но и наиболее предпочитаемых каналах информации. И здесь картина получилась несколько иной, чем в ответах на предыдущий вопрос. Самым популярным и самым предпочитаемым информационным каналом опять же является телевидение. Зато здесь со значимым отрывом по сравнению с радио и прессой лидирует Интернет, как один из самых удобных на данном этапе развития общества. Это также вполне естественно, так как среди аудитории Интернет в разных странах значительную долю составляет молодежь. Более того, современные каналы коммуникации довольно прочно закрепились среди методов учебной подготовки, что также влияет на выбор этого вида СМИ [11].

Отмечается также рост интереса молодежи к кино. Это отразилось даже в исследовательских методиках. Еще в начале 1990-х гг. социологи выявляли жанровые предпочтения кинозрителей, к концу десятилетия сам вопрос стал формулироваться иначе: «Смотрите ли вы по телевидению, на видео или в кинотеатре художественные фильмы?» Если да, то какие фильмы вы любите смотреть?» [2]. Так, наиболее предпочитаемым жанром в исследуемых группах молодежи, выявились комедии (более 76% от числа опрошенных оценили его как «предпочитаемый»). Этот жанр по распространенности его выбора оказался на первом месте как у юношей, так и у девушек. Популярность комедийного жанра, вероятнее всего связана как с непростой социально-экономической ситуацией в обществе (и, как следствие, желанием людей найти какую-то «разрядку», «расслабиться»), так и возрастными особенностями (определенная инфантильность современных

подростков). Жанр боевиков занимает второе место по популярности. В качестве «предпочитаемого» он был назван более чем 42% от числа опрошенных представителей молодежи (72% юношей назвали его предпочитаемым; среди девушек - только 23%). Третье место заняли триллеры (фильмы ужасов). В качестве «предпочитаемых» их оценили 37% от числа опрошенных. Четвертое место занимает жанр фантастики (33% от числа опрошенных). При этом в большинстве групп четко прослеживается зависимость популярности данного жанра от пола (наиболее высока среди юношей) и от возраста (большой интерес проявляется у несовершеннолетних). Детективы занимают пятое место (23% от числа опрошенных) [3].

Сопоставление представленных данных с результатами аналогичных исследований, проводимых на Западе, в частности во Франции, позволяет выделить некоторые сходства и различия между французской и российской молодежью в досуговой сфере. Так, согласно исследованиям О. Галлана, 44 % французской молодежи относят досуг к основной ценности [7]. Столь значимая роль досуговой практики в сознании современной молодежи во многом обусловлена существенными трансформациями во французском обществе, связанными с сокращением активной (трудовой) жизни, увеличением продолжительности отпусков, удлинением школьного обучения и вообще времени образования.

В исследованиях культурно-досуговых предпочтений молодежи французские социологи отмечают устойчивый интерес к кино. Согласно данным Ж.-М. Ги и Р. Рипона [5], проводивших по заказу министерства культуры Франции анкетный опрос молодежи в возрасте от 12 до 25 лет, только один из десяти молодых французов ни разу не сходил в кино в течение года, каждый пятый ходит в кино, по крайней мере, раз в месяц, а каждый десятый - раз в две недели. Посещение концертов классической или джазовой музыки, оперы или оперетты, так же как и театральных кафе, напротив, явление достаточно редкое среди молодежи. И, наконец, рок-концерты, музеи, театры, выставки привлекают приблизительно треть молодежи в возрасте от 12 до 25 лет. Большинство молодых, интересующихся оперой или театром, посещают эти культурные заведения не чаще одного-двух раз в год, предпочитая им игровые залы, дискотеки, спортзалы, прогулки или праздничные ярмарки.

Анализируя полученные данные, Ж.-М. Ги и Р. Рипон приходят к выводу, что в формировании *культурных ориентаций* молодежи важную роль играют три составляющие: школа, семья и друзья. Так, посещение театров, музеев и в меньшей мере исторических памятников является «обязательным культурным минимумом» для учащихся французских школ. Интерес к классической музыке, танцам, балету и опере чаще всего своим детям прививают родители, так как это не входит в обязанности школы. Значимость мнения друзей в решении сходить в кино или на концерт рок-музыкантов подчеркивает тот факт, что треть молодежи, посетившая кино или рок-концерт в течение года, призналась, что в своем выборе руководствовалась мнением друзей [5].

Сегодня французскими исследователями отмечается значительное повышение интереса студенческой молодежи к чтению. По результатам исследования Франсуа де Сэнгли [4], проводившего анкетный опрос среди студентов Сорбонны (Париж IV), студенты тратят на чтение в среднем по пять часов в день: один час на Интернет, два часа на чтение художественных книг и столько же на учебную литературу и конспекты для подготовки к занятиям. При этом, как отмечает автор, при подготовке к занятиям 78 % студентов строго придерживаются рекомендаций профессоров, проводя много времени в библиотеке: 18 % ходят в библиотеку чаще, чем пять раз в неделю, 36 % занимаются в библиотеке три раза в неделю, 28 % - раз или два в неделю и только 7 % из числа опрошенных признались, что не посещают библиотечные фонды при подготовке к занятиям [4].

Аналогичные данные публикует популярный французский молодежный журнал

«Фосфор», на вопрос «Любите ли вы читать?» 94 % молодых в возрасте от 18 до 25 лет утвердительно, а 81 %, убеждены, что компьютер никогда не заменит книги. По словам главного редактора журнала Б. Тулон, «Современное поколение не проявляет большой интерес к чтению по сравнению с предшествующим. Молодые не читают ту литературу, которую в свое время читали их родители. Они любят комиксы (особенно японские), книги Стивена Кинга, Бэтти Махмуд и Мэри Хиггинс Кларк. Но они не боятся это признавать. У них своя культура, которую они выставляют напоказ без комплексов» [8].

Социологи отмечают улучшение положения со спортом. Между исследованиями 1981 и 2000 гг. членство в спортивных ассоциациях среди молодежи в возрасте от 15 до 24 лет выросло с 15 до 36 % [6]. Однако эти цифры будут выглядеть значительнее, если учесть неорганизованный, индивидуальный спорт: бег трусцой, катание на скейтборде, плавание, альпинизм и т.д. 91 % молодежи регулярно занимается непрофессиональным спортом [6]. По мнению С.Г. Айвазовой, занимавшейся исследованием французской социологии культуры, внимание к своему телу, внешнему виду, забота о здоровье стали не просто модой, но новой ценностью: это новая концепция индивида, его отношения к природе (собственной), воплощение стремления к свободе и самоутверждению [1].

Забота о здоровье находит свое подтверждение в сокращении употребления алкоголя молодыми людьми. По данным Института научных исследований (Ireth)[8], в 2001 г. число подростков, употребляющих алкоголь в возрасте от 13 до 20 лет, сократилось по сравнению с 1996 г. с 67 до 55 %, кроме того, как отмечают исследователи, почти в полноту снизилась частота принятия молодежью спиртных напитков.

Результаты, полученные Национальным институтом статистических и экономических исследований по отпускной досуговой миграции французов, также дают основания сделать позитивные выводы: французы, в том числе молодежь, стали больше отдыхать. В 2004 г. уровень отъездов в отпуска у молодежи в возрасте от 14 до 24 лет увеличился по сравнению с 1969 г. с 51 до 65 % [6].

По результатам анкетного опроса того же Национального института статистических и экономических исследований, по сравнению с другими возрастными категориями уровень культурно-досуговых мероприятий у молодежи выше (исключение составляет прослушивание радио и посещение музеев, выставок или исторических мест).

Результаты исследования культурных предпочтений французов в зависимости от возраста и пола по данным 2004 г., % [6]

	Чтение книг	Кино	Музеи, выставки или исторические памятники	Театр или концерт	Радио	Прослушивание дисков или кассет
Всего	61	53	46	33	87	75
Возраст						
15-29 лет	70	85	47	45	89	95
30-39 лет	61	64	49	34	92	87
40-49 лет	60	58	48	33	89	78
50-59 лет	59	39	51	31	88	69
60-69 лет	59	36	50	34	87	67
70-79 лет	52	20	34	20	76	48
80 лет и	50	8	19	10	69	32

старше						
Пол						
Женский	71	53	48	35	85	77
Мужской	50	53	44	30	88	74

Представленный анализ социологических исследований культурно-досуговых предпочтений молодых людей, указывает на несовпадение интересов российской и французской молодежи. Для россиян характерным является преимущественно пассивный и развлекательный характер досуга, французы же в большей степени предпочитают досуг, требующий проявления активности и целеустремленности: чтение, спорт, посещение кружков и секций. Французские исследователи фиксируют усиление интереса современной молодежи к чтению, спорту, стремление вести здоровый образ жизни, расширение культурных предпочтений и способов проведения досуга [9], что, к сожалению, сложно сказать об отечественной молодежи.

Музыка играет интегративную роль, занимая по степени популярности ведущую позицию как среди отечественной, так и среди французской молодежи. Хотя и здесь социологи фиксируют определенные различия: так, российская молодежь предпочитает слушать зарубежную музыку. Согласно же результатам исследования INSEE, наибольшей популярностью у молодых французов пользуются песни на родном языке (60 %) [8].

Таким образом, досуг воспринимается молодежью как основная сфера жизнедеятельности, и от удовлетворенности им зависит общая удовлетворенность жизнью молодого человека. Потому надо не только знать сегодняшние культурные запросы молодых, предвидеть их изменение, но и уметь быстро реагировать на них, суметь предложить новые формы и виды досуговых занятий.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Айвазова С.Г. Франция глазами французских социологов / С.Г. Айвазова, И.М. Бунин. М.: Наука, 1990. - 376 с.
2. Вишневский Ю.Р. Социология молодежи / Ю.Р. Вишневский, В.Т. Шапко. Екатеринбург, 2006. - 429 с.
3. Дроздов А.Ю. «Агрессивное» телевидение: социально-психологический анализ феномена / А.Ю. Дроздов. Режим доступа: <http://www.ecosocstan.edu.ru/images/pubs/2005/07/1/0/0000215423/009Drozov.pdf>
4. Colin A. Les étudiants lisent encore! / A. Colin, F. de Singly // Sciences Humaines. 2005. № 161.
5. Données sociales 2006. La société Française. Unité Communication Externe Section promotion // INSEE.- Paris: Cedex 14
6. France, portrait social, références // INSEE.
Режим доступа: http://www.insee.fr/fr/ffc/accueil_ffc.aspxwww.
7. Galland O. Les valeurs des jeunes. Tendances en France depuis 20 ans / O. Galland, B. Roudet. Paris: l'Harmattan. 2001. 340 p.
8. Tavan C. Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance // Insee № 883.
Режим доступа: http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ip883.pdf
9. Windle M. Alcohol Use Among Adolescents and Young Adults // National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism Publications, déc. 2003.
Режим доступа: www.ireb.com/Les_jeunes_et_l_alcool_en_2001.pdf
10. Режим доступа: <http://www.pl.spb.ru/projects/prog/>.
11. Режим доступа: <http://vestnik.ulsu.ru>

Журавлева Л.А., Шалаева А.В., г. Екатеринбург

«НАРКОТИЗИРУЮЩЕЕ» ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Мощное манипулятивное воздействие средства массовой информации оказывают на детскую и молодежную среду, так как именно в эти периоды жизни наблюдается ин-