

УДК 316.7

Актуальные проблемы развития духовно-нравственных ценностей современной молодежи в поликультурном городе**Давлетшина Д.М.**

Кандидат социологических наук,
доцент, старший научный сотрудник Татарского
государственного гуманитарно-педагогического университета

В статье рассматривается социальная среда – пространство социализации, состоящее из множества компонентов, каждый из которых детерминирует те или иные внутренние процессы в ходе становления личности. Очевидно, что качества, характеризующие среду, становятся определяющими для личности.

Ключевые слова: культурная эклектика, социальная поливариативность, социализация, культурация.

Современный Татарстан – многогранен. С одной стороны, его социально-культурное поле впитывает в себя образцы мировой современной культуры, а также псевдо- и антикультуры, в том числе культуры потребления, с другой – динамика его социальных процессов является отражением процессов общероссийского федерального толка. В рамках общероссийской модернизации происходит активная трансформация деятельности социальных институтов РТ – внедряются новые их нормы, стандарты, детерминирующие изменение поведенческих и мировоззренческих позиций молодежи. В то же время, Татарстан до определенной степени суверенен. У него есть свое историческое прошлое, а настоящее обладает специфическим этноконфессиональным оттенком. Кроме того, регион позиционирует себя как прогрессивно-развивающийся, а потому социальные и технологические инновации в сочетании со специфическим культурным контекстом делают самобытной как республику, так и путь ее социально-экономического и политического развития. Именно поэтому рассуждать о структуре и динамике его социально-культурной среды достаточно непросто. Ее внутренняя культурная эклектика, социальная поливариативность, динамика политических процессов отражается на эстетических воззрениях и духовно-нравственных ориентациях молодого населения республики.

Современная знаково-клиповая цивилизация характеризуется повсеместным распространением и тотальным влиянием теле-, видео- и Интернет-вещания. Очевидно, что молодежь делит свое свобод-

ное время между тремя столпами – семьей (реализующей потребность в социальной защищенности и материальной поддержке), друзьями (реализующими потребность в общении) и Интернетом (удовлетворяющий коммуникативный, развлекательный и информационный голод). Все три направления являются мощными социализирующими каналами и дают корпоративную идентичность, в которой в силу психологических особенностей заинтересована молодежь.

На вопрос, «Кто оказывает наибольшее влияние на формирование ваших ценностных ориентаций?», 68,03 % ответили, что это семья, 33,33 % – это друзья, а 29,37 % – любимый человек, СМИ выделили 18,17% опрошенных. Лишь 14,89 % указали, что механизмом, формирующим ценности, стала школа. Таким образом, мы выделяем ключевой элемент социальных изменений – *смещение значимости «школы» и частичное выполнение ее функций средствами СМИ*, которые становятся актуальным институтом молодежной социализации. *Соответственно и личность молодого человека приобретает новое качество – «медиадоверие»*, то есть подверженность медиа-манипуляциям и отношение к транслируемому образу как реальному значимому субъекту.

На отдельный вопрос «Как вы оцениваете роль школы в подготовке молодежи к жизни, в формировании культурных ценностей?» 35,11 % ответили, что школа к жизни не готовит. Еще по одной трети респондентов указали, что готовит хорошо и что школьной подготовки достаточно, чтобы поступить в ВУЗ.

Судя по всему, ответы респондентов зависят также и от тех образовательных учреждений, в которых происходил их период социализации и культуры.

Похожие результаты получают также и российские социологи, проводящие аналогичные опросы среди учащихся и экспертов – педагогов в других регионах страны. Так, в своем исследовании Е.Ю. Бикметов приходит к выводу, что для половины учащихся школа является неким подобием казармы, где неинтересно жить, учиться, но сменить место учебы они, к сожалению, не могут по той причине, что нет согласия родителей или препятствуют другие факторы. Каждый пятый старшеклассник считает, что для овладения профессией не надо много учиться, а каждый шестой уверен, что в школе он только теряет даром свое время.

Что же касается развития личностных качеств учащихся, то, например, высокие оценки честности, правдивости эксперты дают значительному числу учащихся. Инициатива, как в оценке экспертов, так и в самооценке выглядит хуже. Подавляющее большинство учащихся пассивно, инертно, и не потому, что таковы они от природы, а по той причине, что такими их сделала система администрирования, авторитарной педагогики, видящей в ученике лишь объект воздействия. Школа такого типа преобладает сегодня, а инициатива, творческий поиск поощряются лишь эпизодически [1, с. 86]. Все это иллюстрирует оторванность институтов образования от потребностей социально-экономического развития республики и отсутствие подкрепления образования социальной практикой, необходимой для повседневного бытия.

Другим каналом приобщения к культурным ценностям и формирования ценностных установок молодежи являются учреждения досуга. Современный досуг трансформируется, приобретая новые формы, выполняя новые задачи. Всеобщей тенденцией стало повсеместное увеличение досугового времени. Наблюдения Бутенко свидетельствуют, что свободное время в России в течение последних 30 лет увеличилось в среднем на три часа [2, с. 82-90]. Разные социальные слои используют его по-разному. Однако для большинства – это возможность восстановиться после работы, заняться саморазвитием, общаться и развлекаться. *Интересно рассмотреть, насколько современные формы досуга изменяют внутренние ориентации молодых людей, давая им возможность конструктивного саморазвития или, напротив, пассивного эскапизма.*

Важным вопросом стало определение самого популярного вида досуга среди городской молодежи. Как известно, в настоящее время на территории всего российского пространства создается принципиально новая социокультурная ситуация, в связи с этим досуг (характер его структуры, содержания, ценностей) может выступать индикатором изменений самой социокультурной ситуации.

На вопрос, за счет каких источников вы удовлетворяете культурные потребности, большинство ответило: телевидение – 56,15 % (самыми популярными телепередачами являются развлекательные – 42,21 %), чтение художественной литературы – 38,66 %, посещение театров и спектаклей – 34,43 %, 21,17 % – занятия творческой деятельностью, по 7 % респондентов выбрали видео, зрелищные мероприятия (дискотеки), концерты популярной музыки.

В свободное время большинство опрошенных: гуляет с друзьями – 54,51 %, читает – 44,40 %, 40,16 % – смотрит телевизор, 35,93 % – занимается спортом. На вопрос: «Музыку какого жанра вы любите?» многие респонденты ответили: популярную – 64, 89 %, классическую – 31,01 %, что-то еще – 14,34 %. У каждого второго опрошенного дома есть музыкальный инструмент.

В целом, опрос подтверждает выраженную первоначально мысль, что в рамках современной информационно-медийной среды и тотального распространения единых стереотипов вкуса, центральным выбором молодежного досуга становится развлекательное телевидение, популярная музыка. Естественным выбором также становится ответ: прогулки с друзьями, то есть общение, знакомства, опыты эмоциональных переживаний, личностных взаимоотношений и т.д.

Существует целый спектр причин, обуславливающих близость молодежи нормам и ценностям массовой культуры, где на первом месте – ценности безоглядного гедонизма и беспроblemности. Это – и неуверенность в завтрашнем дне, и ощущение своей ненужности, и отсутствие реальных шансов на достижение жизненного успеха. С другой стороны – молодежь, отчасти лишь субъект активного воздействия ценностных общественных установок (тотального потребления, досугового-эскапизма, ориентации на престиж), транслируемых через социальные каналы.

Все эти функции (межличностные коммуникации, видео- и аудио- развлечения) объединяются еще в одном популярнейшем виде современного досуга – погружение в виртуальную реальность компьютерных игр и Интернета.

Распространяются новые виды интернет-досуга – общение в социальных сетях (vkontakte, livejournal, facebook, одноклассники и др.), микроблоггинг (краткое текстовое фиксирование реальности, например, на глобальном сервисе «Twitter»), просмотр и прослушивание аудио-, видео- информации. Популяризация сервисов и порталов происходит также благодаря интеграции в виртуальное сообщество известных и знаковых персон политики (таких как Президент России и члены правительства), культуры (искусства, медиа-пространства) и других. Интересно, что происходит двухстороннее перемещение смысловых и символических единиц из константно-

го в виртуальный мир и наоборот. Иллюстрацией к этому является совершенно новый показатель мировой популярности – «количество скачивания на Youtube (всемирная сеть видеороликов)», которое является не меньшим информационным поводом, чем любая международная премия.

Досуг для определенных категорий молодежи выступает пространством, замещающим другие сферы жизнедеятельности, выполняя функцию, которую можно назвать компенсаторной функцией досуга для молодежи. У молодежи преобладают такие ценности, как материальное положение, семья, карьера, что подтверждается результатами крупномасштабных исследований ценностных ориентаций российской молодежи и нашим исследованием, в частности. Однако не всегда жизненные ценности могут быть реализованы в желаемой мере. В этих условиях в качестве практически единственного пространства, где она может жить в соответствии со своими желаниями и потребностями, является досуг, в котором и могут находить выражение ее устремления, интересы, идеалы. Иными словами, наблюдается тенденция использования досугового времени в качестве резерва для удовлетворения потребностей, которые переносятся сюда из других сфер жизнедеятельности молодого человека.

Таким образом, досуг, в том числе проводимый в среде Интернет-коммуникаций, может выполнять двоякую функцию. Он может быть как средством бесцельного проведения времени, приобщения к образцам массовой культуры, так и полем для самореализации и саморазвития.

Социолог Р.А. Стеббинс выделяет 5 основных видов «серьезного» или «не случайного» досуга: коллекционирование, изготовление и ремесленничество, самодеятельность, спортивные состязания, игры и турниры, различные виды искусства. «Серьезный досуг отличается множеством длительных преимуществ – как духовных, так и материальных. Это самореализация, духовный рост, самовыражение, возрождение или обновление личности, чувство достижения, повышение самооценки, участие в социальном взаимодействии и чувство принадлежности к общности, а также просто изготовление изделий длительного пользования (например, живопись, научная статья, предмет обстановки)» [3]. Кроме того, досуг способствует интеграции молодых людей в социальный мир, особенно в те моменты, когда в силу обстоятельств они оказываются исключенными из многих социальных систем – семейной, профессиональной, дружеской. Такие преимущества приводят к тому, что многие молодые люди «серьезно» вовлечены в тот или иной вид досуговой деятельности. *Об этом говорят и результаты нашего опроса, которые показывают, что следом за гедонистическими интересами молодежи идут потребности в саморазвитии и саморепрезентациях, а отсюда интерес к спорту, чте-*

нию, искусству. В действительности – стремление к самопрезентации молодежи – это поиск собственной социальной идентичности, утверждение своего «Я». Оно обусловлено необходимостью занять свою нишу, привлечь внимание к своей персоне. Эта задача становится достаточно трудной в мире, где удивить социум чем-либо практически невозможно, а открытый эпатаж расценивается как отсутствие вкуса, так как свидетельствует о слабости личности, привлекающей внимание грубыми безыскусными способами.

Несмотря на тотальную технизацию, всеобщую индивидуализацию и распространение прагматических западных ценностей, которые отмечаются учеными, на уровне повседневного бытия *сохраняются и традиционные* моральные императивы, ценности, а также интерес к нормативным элементам культуры, таким как этикет.

На вопрос «Ваше отношение к этикету» 54,64 % респондентов ответили – я знаю правила хорошего тона и стараюсь их придерживаться, 32,79 % ответили, что стараются пополнять свои знания об этикете. Лишь 6 % посчитали их необязательными.

Еще одной качественной характеристикой культурного потенциала личности становится ее отношение к традиционным нормам морали и нравственности, а также то, насколько велика ее потребность в удовлетворении экзистенциальных ценностей. Это особенно интересно рассматривать в условиях, которые исследователь Е.Н. Маркова интерпретирует как «Культуринтервенцию». В своей работе она ссылается на мнение Г. Тарда, утверждавшего, что современное искусство является отделенным от морали и оказывается деятелем социального разложения, а не социальной гармонии, так же как это было в древнем Риме. Изучая все каналы коммуникации молодежной аудитории от 12 до 25 лет, Е.Н. Маркова приходит к выводу, что они поставляют один и тот же набор из явно идеологически окрашенных тем.

1. Секс-пропаганда. Дискредитация секса, как акта личностной половой любви и пропаганда секс-девиаций в качестве развлечений: Fast Love (ментальное спаривание), парафилий (извращений), гомосексуализма, множественного, безличного подросткового полового опыта.

2. Молодежная мода. Пропаганда шокирующей, эпатажной моды с элементами различных субкультур и клеймением, «моды для дискотеки», нарушающей общепринятые коды одежды, унисекс.

3. Девиантность и преступление. Разрушение табу и общепринятых кодов поведения (публичный половой акт, нецензурная брань и т.д.). Пропаганда христианских заповедей наоборот: «Не чти отца своего», «Прелюбодействуй», «Убий», «Сотвори себе кумира» и т.д.

4. D-мифология (drug – с англ. наркотик). Экстремальность, «безбашенность»; скрытая пропаганда наркотиков под видом постижения мистики, сверх-

чувственных явлений, дьяволицы; астрология, ужасы.

6. Места развлечений. Реклама клубов, рок-концертов, дискотек, массовых праздников и других разнообразных «тусовок».

Идеологическая окраска тем, соединенных с безусловным сексуальным стимулом, очевидна. Это идеология нарушения социальных норм, идеология преступления и выпадения из общества [4, с. 8]. Оригинальная теория данного, знакомящая нас с особенностями развития западной культуры и искусства второй половины XX века, имеет много точек соприкосновения с реальной жизнью. Насколько такое мироощущение и его последствия свойственны представителям молодежи республики, мы выясняли с помощью социологических исследований.

Маркером смещения ценностных ориентиров у молодежи может стать их отношение к понятиям нравственности, совести и честности и к тому, насколько они нужны в обществе, где важны также гибкость, мобильность, конформность, адаптивность и прочее?

Результаты российского молодежного опроса указывают на то, что для современной молодежи в целом характерен «моральный релятивизм» и даже цинизм, равнодушие к каким бы то ни было идеалам. Эту точку зрения разделяют 64 % молодых респондентов и 70 % представителей старшего поколения. И только треть россиян придерживаются оптимистичного взгляда на ситуацию, полагая, что молодежь тянется к высоким идеалам (36 % и 28 %, соответственно). Нельзя не признать, что современные жизненные реалии достаточно суровы и подвергают нравственность россиян серьезным испытаниям на прочность. В ходе исследований многие респонденты признают, что трудности, с которыми им приходится сталкиваться в разных сферах жизни, вынуждают их к серьезной «инвентаризации» ценностей. В результате большинство молодежи (55 %) сегодня вынуждены признать, что их успех в жизни во многом зависит от умения вовремя закрыть глаза на собственные принципы, и соглашаться с тезисом, что «современный мир жесток, и чтобы добиться успеха в жизни, иногда приходится переступать через моральные принципы

и нормы». Однако, что немаловажно, противоположной точки зрения, что лучше не добиться успеха, но не переступить через нормы морали, придерживаются лишь 44 % молодежи [5].

Оценка некоторых традиционно осуждаемых явлений сегодня пересматривается, они отрицаются уже не так безусловно. Если говорить о повседневных реалиях, а не об абстрактных понятиях, то заметный «дрейф» в направлении от осуждения к оправданию наблюдается в отношении молодежи к уклонению от уплаты налогов, даче/получению взяток, а также абортам, которые остаются неприемлемыми только для 34-40 % молодых россиян. Еще больше лояльность молодежи, как, впрочем, и людей старших возрастов, к сопротивлению милиции, присвоению найденных вещей и денег, уклонению от службы в армии, безбилетному проезду в общественном транспорте – все эти поступки вызывают понимание и оправдываются большинством россиян (от 59 до 84 % опрошенных считают их допустимыми).

Таким образом, можно констатировать, что критическая масса людей, не придающих большого значения этим «шалостям и проступкам», уже достигнута, и они перешли в разряд общественно приемлемых действий [5].

Литература:

1. Бикметов Е.Ю. Взаимодействие семьи и школы в социализации индивида // СОЦИС. – 2007. – № 9. – С. 86-92.
2. Бутенко И.А. Качество свободного времени у богатых и бедных // Социологические исследования. – 1998. – № 7. – С. 82-90.
3. Стеббинс Р.А. Свободное время, к оптимальному стилю досуга // Гуманитарная база знаний. – URL: <http://www.odinvopros.ru/lib>
4. Маркова Е.Н. Культуринтервенция – М.: Квадрат-С, 2001. – 90 с.
5. Молодежь новой России: ценностные приоритеты / Аналитический доклад, подготовлен в сотрудничестве с Представительством Фонда имени Фридриха Эберта в РФ. – М., 2007. – URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth.html

Topical Issues of Development of Moral Values of Contemporary Youth in Multi-cultural City

D. Davletshina

Tatar State University of Humanities and Education

The article refers to social environment – the space of socialization, including multiple components, all of which determine various internal processes in the course of personal development. It is obvious that the qualities that characterize the environment become crucial for personal development.

Key words: cultural eclectic, social variability, socialization, culturalization.