

**МАССОВАЯ КУЛЬТУРА И СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ
МОЛОДЕЖИ: ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ**

**CULTURA DE MASĂ ȘI VALORILE SOCIALE
ALE TINERETULUI: TENDINȚE ȘI INFLUENȚE RECIPROCE**

**MASS CULTURE AND SOCIAL VALUES OF YOUTH:
TENDENCIES OF INTERINFLUENCES**

ВЛАДИМИР БЛАЖКО,

доктор хабилитат социологии,
главный научный сотрудник,

Институт политических и правовых исследований АНМ

Глобализация в сфере культуры предполагает свободное перемещение идей, норм, традиций, ценностей, форм социальных отношений, искусства «поверх» границ государств, что приводит к трансформациям национальных культур. В статье анализируются влияние массовой глобализирующей культуры на ценностные ориентации молодежи.

Ключевые слова: массовая культура, глобализация, ценности, ценностные ориентации, молодежь.

Globalizarea în domeniul culturii presupune mișcarea liberă a persoanelor, ideilor, normelor, tradițiilor, valorilor, formelor de relații sociale, artei “în afara” frontierelor dintre țări, fapt care conduce la transformarea culturilor naționale. În articol este analizată influența culturii globalizatoare asupra orientărilor valorice ale tineretului.

Cuvinte-cheie: cultură de masă, globalizare, valori, orientări valorice, tineret.

Globalization in the area of culture intends free motion of ideas, norms, traditions, values, forms of social relations, art "over" states' frontiers, that leads to transformations of national cultures. In the article there is an analysis of the influence of the mass globalizing culture on the orientation of youth's social values.

Keywords: mass culture, globalization, values, values orientations, youth.

Кризисные этапы в социальном прогрессе, которые переживают многие страны постсоветского пространства, принято называть эволюционными, революционными или просто социальными изменениями. В широком понимании термина, под социальными изменениями понимают переход какого-либо объекта из одного состояния в другое, или новую модификацию социальных отношений и структуры общества. В узком, социологическом представлении, – «социальные изменения – это совокупность многообразных перемен происходящих в обществе, в его социальной структуре, в социальных общностях, группах, институтах, организациях, в социальных статусах и ролях отдельных личностей и групп, в их взаимодействиях между собой и с любыми «структурами компонентами общества» [1, с.240].

Поскольку общество представляет собой целостную относительно устойчивую структуру, то происходящие изменения, в самых различных сферах деятельности, а также в отношениях людей взаимосвязаны друг с другом и в совокупности отражают характеристики общественного прогресса. Важно отметить, что особо значимые преобразования отражаются, прежде всего, в культуре. Ведь она представляет собой «специфический способ организации и развития человеческой деятельности, представленной в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе» [2, с.442]. Культура имеет чрезвычайно важную функцию: сохранять и приумножать социальные и материальные ценности, способствовать духовной безопасности общества, развитию творческого потенциала народа. Именно она определяет уровень развития и формирования той социальной среды, в которой развивается новое поколение. Поэтому исследовать феномен молодежной субкультуры без учета влияния культуры не возможно.

В Молдове развитие социальной среды определяется некоторыми особенностями политико-экономических реформ, в целом. Во-первых, формирование модели современного общества в стране не имеет еще четких и определенных перспектив. Появление разнообразных форм собственности резко дезинтегрировало общество. Общациональная идея консолидации населения пока еще не сформирована. А всеобщий кризис разрушил традиционно устоявшиеся формы отношений в обществе, социальные ожидания различных групп снизил «до безразличия». Во-вторых, в обществе произошла деформация социального опыта старших поколений, процесс обучения молодежи традиционной культуре ослаб. В-третьих, политика государства мало ориентирована на будущее, вложения в развитие «молодежного капитала» пока минимальны. Все это определяет особенности молодежной субкультуры в стране, когда социальная среда «работает» неравномерно, «импульсивным» ритмом, причудливым переплетением нового и старого, в чрезвычайно подвижной и нестабильной действительности. Учитывая ранее написанное, мы бы хотели обратить особое внимание на процесс взаимодействия «личность – среда» или «свобода выбора – самореализация – воля». С одной стороны, общество (среда) «задает» образец необходимой ему личности в виде набора необходимых характеристик и требований предъявляемых к человеку (личности). То есть источником формирования ценностных ориентаций в данной ситуации выступает общественная необходимость. С другой стороны, высокоразвитая личность сама является «социальной необходимостью». А она может стать таковой лишь при обеспечении равенства возможностей в самореализации, свободном развитии человека, на основе собственных интересов, потребностей, ценностей, активного овладения необходимыми качествами, нормами и правилами поведения и т.п.

Сегодня, в условиях, перехода общества к рыночным отношениям, обе стороны этого процесса не имеют четко определенных границ, (требований, запросов, «социального заказа» и т.п.). Процесс формирования ценностных ориентаций молодежи не носит целенаправленный и эффективный характер, он опирается в значительной мере на сохранившиеся традиции нескольких социальных институтов, прежде всего, на семью, учреждения образования, средства массовой информации. Социальная и экономическая неустойчивость в нашем обществе сделала молодежь, как подтверждают социологические опросы, одной из наименее социально-защищенных групп общества. В Молдове в ней насчитывается 35% зарегистрированных безработных, среди мигрантов – более 60%, среди совершивших правонарушения более трети осужденных [3, с.241]. Проблемы физического выживания отодвигают на задний план реализацию потребностей поколения в сфере субкультуры. Причем экономическое положение напрямую влияет на выбор и формы ее проявления. В малых и средних населенных пунктах республики практически нет многообразия молодежных субкультур, т.к. реализовать свои потребности молодежь часто не имеет возможностей.

Мы будем рассматривать молодежь как «суверенное целостное образование внутри господствующей культуры, отличающееся собственным ценностным строем, обычаями, нормами» [4, с.450]. Это значит, что молодежная культура основывается на относительно отличительной, от доминирующей культуры общества, подсистеме ценностей и ценностных ориентаций. Ценностные ориентации в общепhilosophическом смысле – это важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные жизненным опытом индивида, всей совокупностью его переживаний и отграничивающие значимое, существенное для данного человека от незначимого, несущественного. Совокупность сложившихся, устоявшихся ценностных ориентаций образует своего рода ценностное ядро личности, ось сознания, обеспечивающую ее устойчивость, преемственность определенного типа поведения и деятельности, выраженную в направленности потребностей и интересов. В силу этого ценностные ориентации выступают важнейшим фактором, регулирующим, детерминирующим мотивацию деятельности людей. Ценностные ориентации рассматриваются как продукт социализации индивидов. Под этим понятием понимается процесс освоения общественно-политических, нравственных, эстетических идеалов и непреложных нормативных требований, предъявляемых к личности, как к определенной части социальной структуры (члену общества). В социологии ценностные ориентации, по мнению некоторых исследователей, представляют собой «разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств достижения этих целей и в силу этого приобретающие функцию важнейших регуляторов социального поведения индивидов [5, с.575].

Как показывают социологические исследования, в формировании системы ценностных ориентаций, к сожалению, молодежная субкультура испытывает значительное влияние с внутренней стороны – массовой культуры, с внешней – глобализирующей культуры. Массовая культура в социологии рассматривается как общедоступная, отвечающая разнообразным вкусам и запросам людей, рассчитанная на самую широкую аудиторию, обладающая меньшей художественной ценностью, чем другие виды, (элитарная, народная) форма культуры. По большому счету – это рыночная культура, т.к. она преподносит ценности потребительского характера: развлекательность, сентиментальность, натурализм насилия, культ силы и получения наживы, жажду обладания вещами, успех как богатство и т.п. И, как показывают опросы, именно такие ценности легко воспринимаются и усваиваются молодежью. Сложившиеся условия становления подрастающего поколения приводят к политизации, коммерциализации, выхода «из поля моральных оценок» социальных ценностей значительной части молодежи. Социологические исследования, проведенные нами в последние три года, показывают наиболее общие тенденции влияния массовой культуры на молодежь. В экономической сфере, например, значительно снизил-

ся рейтинг – высоких профессиональных знаний и умений (с 54,7% до 34,1%), упал престиж мастера своего дела, хорошего профессионала (49,1% до 30,6%), путь к профессиональному успеху стал определяться через «умение легко приспосабливаться к жизни» (число ответов возросло с 36,5% до 58,5%) и «наличие необходимых знакомств и связей» (с 21,3% до 45%) и т.д. Идеал для развития личности, «быть образованным, духовно-богатым человеком» постоянно теряет престижность (число ответов снизилось с 20,1% до 12,5%) и т.п. [6, с.5] Важно также отметить, что среди проблем, которые беспокоят молодежь, появились ранее не актуализированные: (беспокоят и очень беспокоят) возможность потерять работу (66%), деньги и материальная обеспеченность (76%), карьера, продвижение по службе (77%), жилищные проблемы (56%), материальная зависимость от родителей (59%) и т.д. Менее всего стали беспокоить молодежь проблемы нравственного характера (34%), проблемы религиозного характера (23%), взаимоотношения с родителями и родственниками (36%) и т.д. [6, с.7].

На формирование молодежной системы ценностей значительное влияние оказывает и глобальная культура. Ее влияние начинает определять и отношения молодежи к сегодняшней действительности. В ответах на вопросы стандартизированного интервью респонденты написали: «у нас нет советской наивности», «мы не приемлем коммунистическую уравниловку», «хорошо, что есть свобода выбора как жить». Многие социальные жизненные ориентиры молодежь предпочитает брать из кинофильмов и телепередач. Поэтому в числе «приоритетных целей» респонденты называют: «жизнь полную удовольствий» (76%), «жизнь материально обеспеченную», «жить в кайф» (без особых напряжений), (86%) и т.д. [6, с.6].

Следует отметить, что в наше время порог социального становления поколения повысился. Самостоятельную, независимую активную жизнь молодые люди начинают между 25-30 годами. В Молдове это наиболее активный период создания семей. И именно в это время у «молодых взрослых» в систему ценностей возвращаются традиционные ориентации: «иметь крепкую семью и хороших детей» (86% опрошенных), «быть энергичным, предприимчивым» (62%), «быть уважаемым профессионалом, мастером своего дела» (67%), «образованным духовно-богатым человеком» (48%). Хотя и «рецидивы юности» все же дают о себе знать: достичь всего упорным напряженным трудом согласны лишь 42% респондентов [6, с.8]. Настораживает, что молодежь «весьма терпимо» относится к таким способам реализации жизненных целей, как «торговать оружием, женщинами, наркотиками» (согласны 96%), «стать политическим деятелем и «извлекать из этого личную выгоду» (согласны 56%), «работать за большие деньги, пусть и в «сомнительной фирме» (согласны 90%) и т.д. [6, с.12].

Республика Молдова приняла политический курс на европейскую интеграцию. В Плане действий ЕС – Молдова (2004 г.) определены стратегические цели развития страны, поставлены задачи развития в соответствии с общеевропейскими стандартами социальных практик во всех сферах жизни общества. Какие ценностные ожидания и ориентиры определяет для себя молодежь в реализации этого процесса? Наш социологический опрос показал, что в значительной степени они носят потребительский характер, это «ценности выживания» Молодежь пока не готова создавать евростандарты у себя в стране. Со вступлением в ЕС она ожидает получить дополнительные рабочие места (51%), возможность свободного перемещения (72%), улучшение экономической ситуации в стране (82%). Очень настораживает, что более 86% опрошенных выпускников вузов планируют выехать на работу за рубеж, «в поисках лучшей жизни», «заработать деньги и обеспечить семью» и т.д. [6, с.10].

Интересно, что понятия «богатство» и «материальный достаток» отождествляют более 2/3 опрошенных. Богатство, по их мнению, это «материальное благополучие и хорошо обеспеченная жизнь», «достаток во всем», «широкие материальные возможности для самореализации» и ... «чрезмерный материальный достаток». Итак, «богатство» – это, прежде всего финансовые и материальные условия, достаточные для обретения определенного уровня свободы и разно-

образных путей удовлетворения различных потребностей. И, по мнению опрошенных, именно за таким богатством люди уезжают из страны. Ориентации и цели культурно-духовного развития в это понятие пока не включаются.

«Размытость» политических ориентаций в социальных реформах страны заставляет новое поколение искать ценностные ориентации в образцах вестернизированной глобальной культуры и на ее основе экспериментировать, формировать свой стиль жизни. Отсюда у молодежи появляется аномия, понижение «порога чувствительности» к социальным бедам, нарциссизм, эгоцентризм и т.д. В транзитивном обществе идет сложный процесс создания альтернативной, часто суррогатной системы ценностей, попадающей под влияние далеко не лучших образцов глобальной (вестернизированной, американской) культуры. Защитить молодежь от негативных последствий воздействия такой культуры – значит сохранить будущее своего народа, нации, государства. Молодежь – это та социальная группа, которая в ближайшем будущем станет активным действующим субъектом в различных сферах жизни общества. И от того, как она видит это будущее, на что ориентируется, к чему стремится уже сегодня, зависит эффективность социального прогресса общества.

Библиографические ссылки

1. *Российская социологическая энциклопедия*. Москва: Норма-Инфра, 1998.
2. *Психология*. Словарь. Москва: Олма-Пресс, 1990.
3. *Статистический ежегодник Департамента статистики и социологических исследований РМ за 2012 г.* Chișinău: ISFER, „Tipografia Centrală”, 2013.
4. ГУРЕВИЧ, П. Субкультура. **В: Культурология XX век**. Словарь. СПб, Университетская Книга, 1997.
5. *Энциклопедический социологический словарь*. Москва: Норма-Инфра, 1995.
6. *Отчеты о социологических исследованиях за 2010-2013 гг.*, а также стандартизированных интервью студентов Молд. ГУ. Опрошено 1200 чел., интервью-100 чел.